

Partnerskapsavtale Hemsedal kommune og HTTL - Justert etter K-sak 32/2024

1. Bærekraftig reisemål

Arbeidsressurs 60%

Innleie prosessveileder og remerking

Besøksforvaltning må settes i system

Besøksforvaltning, også kjent som "destinasjonsforvaltning" eller "turismeplanlegging," er en strategisk tilnærming som tar sikte på å administrere og regulere besøkendestrømmen til en destinasjon for å sikre bærekraftig og ansvarlig turisme. Dette involverer planlegging, organisering og implementering av tiltak som bidrar til å balansere turismens økonomiske fordeler med hensyn til miljømessige, sosiale og kulturelle hensyn.

Noen av hovedmålene med besøksforvaltning inkluderer:

Miljøbevaring

Sikre at turismeaktiviteter ikke forårsaker unødig skade på naturlige økosystemer og miljøet. Dette kan innebære å begrense tilgang til sensitive områder, overvåke og regulere aktiviteter som kan forårsake forurensning eller ødeleggelse av naturområder.

Sosialt ansvar

Fremme et positivt samspill mellom besøkende og lokalbefolkningen for å minimere eventuelle negative påvirkninger på samfunnet. Dette inkluderer opplæring og bevisstgjøring for både besøkende og lokale innbyggere.

Økonomisk levedyktighet

Sikre at turismen gir økonomiske fordeler til lokalsamfunnet og bidrar til langsiktig økonomisk levedyktighet. Dette kan omfatte utvikling av bærekraftige forretningsmodeller og investering i turistinfrastruktur.

Kvalitetsopplevelser

Bidra til å forbedre besøksopplevelsen ved å tilby informasjon, tjenester og fasiliteter som gjør det lettere for besøkende å nyte destinasjonen på en ansvarlig måte.

Regulering og kontroll

Følge retningslinjer, forskrifter for å regulere turismen og besøksaktiviteter i tråd med gjeldene kommunale planer, eks kommunens arealdel, strategisk næringsplan, samfunnsplan, lokal FIFA plan eller andre gjeldene nasjonale eller lokale planer i Hemsedal kommune.

Remerking - Merket for Bærekraftig reisemål

Hemsedal ble tildelt Merket i desember 2022. For å beholde Merket må destinasjonsselskap og kommune levere og kvalifisere på nytt hvert 3. år, med en forbedring innenfor de ulike områdene. Merkeordningen er en strukturert tilnærming for å bli et mer bærekraftig reisemål, og måler et større antall indikatorer innenfor de 5 hovedemnene forankring på reisemålet, kommunalt engasjement, natur, kultur og miljø, sosial bærekraft og økonomi.

Utvikling av digitalt vertskapskurs, drift/lisens vertskapskurs

Formålet med et digitalt vertskapskurs:

Forbedre besøksopplevelsen

Et digitalt vertskapskurs kan hjelpe de som arbeider i servicebransjen i Hemsedal med å forstå og møte behovene til besøkende bedre. Dette vil bidra til å forbedre den generelle besøksopplevelsen og gjøre destinasjonen mer attraktiv for turister.

Fremme lokal kunnskap

Kurset kan fremme lokal kunnskap om Hemsedal, inkludert historie, kultur, natur og aktiviteter. Dette vil bidra til å skape en mer autentisk opplevelse for besøkende og øke deres forståelse av destinasjonen. Samt å gi nyinnflyttede en introduksjon til hva Hemsedal har å by på.

Styrke kundeservicen

Opplæringen kan sette søkelys på kundeserviceferdigheter, som kommunikasjon, gjestfrihet og problemløsning. Dette vil hjelpe de ansatte til å levere en høy kvalitet på tjenesten og håndtere ulike situasjoner på en profesjonell måte.

Øke bevisstheten om bærekraft

Kurset kan inkludere opplæring om bærekraftig turismepraksis, og hvordan man kan bidra til å bevare miljøet og støtte lokalsamfunnet. Dette er viktig i tråd med målet om å utvikle Hemsedal som en bærekraftig destinasjon.

Støtte økonomisk utvikling

Ved å forbedre kvaliteten på tjenestene og opplevelsen for besøkende, kan et vertskapskurs bidra til å øke turistenes tilfredshet og sannsynligheten for at de vil komme tilbake eller anbefale destinasjonen til andre. Dette kan bidra til økt inntekt for næringslivet i Hemsedal.

Hvorfor utvikle et digitalt vertskapskurs:

Tilgjengelighet

Et digitalt kurs er lett tilgjengelig for en bred målgruppe, inkludert innbyggere, næringslivet og sesongarbeidere. Dette gjør det enkelt for deltakerne å tilegne seg kunnskap når det passer dem best.

Fleksibilitet

Digitale kurs gir deltakerne muligheten til å lære i sitt eget tempo og på egne vilkår. Dette er spesielt viktig for sesongarbeidere som kanskje har varierende arbeidstider.

Kostnadseffektivitet

Et digitalt kurs kan være kostnadseffektivt når det gjelder opplæringskostnader og distribusjon. Det kan også redusere behovet for fysisk opplæring og reiseutgifter.

Sporbarhet og evaluering

Digitale kurs gir mulighet for enkel sporing av deltakelse og evaluering av prestasjoner. Dette gjør det lettere å vurdere effektiviteten av opplæringen og gjøre eventuelle nødvendige justeringer.

Oppdaterbarhet

Digitale kurs kan enkelt oppdateres når det er behov for å inkludere nye informasjon eller retningslinjer. Dette er viktig i en bransje som kan endre seg raskt.

Skalerbarhet

Et digitalt kurs kan skaleres for å imøtekomme ulike behov, fra små grupper til større deltakergrupper, og kan tilpasses ulike faglige nivåer.

Samlet sett vil et digitalt vertskapskurs bidra til å styrke vertskapet i Hemsedal, forbedre besøksopplevelsen og bidra til å oppfylle målene om å utvikle destinasjonen som en bærekraftig og attraktiv turistdestinasjon.

Gjennomføre gjesteundersøkelser og innbyggerundersøkelser i dialog med kommunen

Forståelse av besøkendes behov og preferanser

Gjesteundersøkelser gir innsikt i hva besøkende søker etter når de besøker Hemsedal. Dette kan inkludere deres interesser, aktivitetspreferanser, og hva som er viktig for dem i en bærekraftig destinasjon. Dette bidrar til å tilpasse merkeringsstrategien for å møte besøkendes forventninger.

Måling av bærekrafts resultater

Gjennom innbyggerundersøkelser kan man evaluere effekten av bærekraftige tiltak på lokalsamfunnet. Dette inkluderer å måle beboernes oppfatning av turismens påvirkning på miljøet, økonomien og deres livskvalitet. Resultatene kan brukes til å tilpasse og forbedre bærekrafts initiativene 84 Indikatorer.

Kommunisering av merkingens formål og fordeler

Undersøkelser gir en plattform for å kommunisere med både besøkende og innbyggere om målet med merking og Bærekraftig reisemål. Dette bidrar til å øke forståelsen for nødvendigheten av endringer i turistopplevelsen og hvordan dette vil gagne både miljøet og samfunnet.

Beslutningsstøtte og retningslinjeutvikling

Dataene fra undersøkelser kan brukes som grunnlag for beslutninger knyttet til merking og bærekraftige tiltak. Det kan hjelpe kommunen og destinasjonsselskapet med å utvikle retningslinjer som er i tråd med besøkendes og innbyggers ønsker og behov.

Kontinuerlig forbedring og tilpasning

Gjeste- og innbyggerundersøkelser gir løpende tilbakemelding som kan brukes til å justere og forbedre merkeringsstrategien og bærekraftsinitiativene over tid. Dette sikrer at destinasjonen forblir attraktiv, bærekraftig og relevant for besøkende og innbyggere på lang sikt.

2. Gjestereisen - Informasjon og tilgjengelighet

Arbeidsressurs 183%

Autorisasjon klasse 1 - Helårsåpent kontor

Turistkontor med Autorisasjon klasse 1 er et helårsåpent informasjonskontor.

Turistkontorets åpningstider kan tilpasses lokale forhold, men skal som hovedregel være åpent minimum 55 timer i det som defineres som høysesong på stedet og minimum 37,5 timer i lavsesong. Åpningstider:

Lavsesong – 37,5 timer/uke 15 april til 15 juni – 15 oktober til 15 desember

Høysesong – 55 timer /uke 15 juni til 15 oktober – 15 desember 15 april

<https://www.nhoreiseliv.no/bransjer/destinasjon/turistkontorer-autorisasjon/krav-autorisasjon-turistkontorer/> og <https://www.nhoreiseliv.no/bransjer/destinasjon/drift-turistkontor/>

Vi har beregnet 1 årsverk i 4 mnd. med lavsesong, og 1,2 årsverk resterende 8 mnd. Turistkontoret skal gi gjesten og de som besøker destinasjonen en god opplevelse, samt være behjelpelig med å bistå i forhold til planlegging av gjestereisen og under besøket. Turistkontoret skal levere digitale tjenester til gjesten for at de skal kunne få god informasjon og mulighet for å handle lokalt og gi gjesten en god kundeopplevelse.

Tilgjengelige tjenester:

- Tilgjengelige på telefon i åpningstiden
- Tilgjengelig på e-post i åpningstiden
- Tilgjengelige på chat funksjoner på hjemmesider eks [hemsedal.com](https://www.hemsedal.com), Facebook og andre SoMe kanaler
- Ha åpent besøkssenter i henhold til autoriserte krav og sesongvariasjoner
- Drift og vedlikehold av Hemsedals appen og andre relevante kart og informasjon

3. Krisehåndtering (kommunikasjon og koordinering ift. næringslivet)

Arbeidsressurs 20%

HTTL har spilt, og kan fortsatt spille en viktig rolle i å hjelpe Hemsedal kommune i krise- og

beredskapssituasjoner på flere måter

Beredskapsplanlegging:

Destinasjonsselskapet kan delta i utviklingen av beredskapsplaner for turistnæringen i Hemsedal. Dette kan inkludere opplæring av ansatte i bransjen, utvikling av nødprosedyrer, og samarbeid med lokale myndigheter for å sikre at turistnæringen er godt forberedt på ulike krisescenarier.

Informasjon og kommunikasjon:

Destinasjonsselskapet kan bidra til å koordinere og spre viktig informasjon til både innbyggere og besøkende i nødsituasjoner. Dette inkluderer å oppdatere nettsider og sosiale medier, sende ut varsler, og hjelpe med å formidle instruksjoner fra myndighetene.

Ressursmobilisering:

Destinasjonsselskapet kan hjelpe med å mobilisere ressurser og frivillige fra turistnæringen for å støtte kommunens beredskapsinnsats. Dette kan inkludere bruk av overnattingskapasitet for evakuerte personer, transportressurser, eller annen praktisk bistand.

Krisekommunikasjon:

I tilfelle av en krise eller beredskapssituasjon, kan destinasjonsselskapet spille en viktig rolle i å formidle informasjon til turister om hva de skal gjøre, hvor de skal dra, og hvordan de skal holde seg trygge. Dette bidrar til å unngå panikk og kaos, og sikre at alle berørte parter er godt informert.

HTTL og kommunen bør samarbeide tett med nødetater for å sikre en effektiv krisehåndtering og beskyttelse av både innbyggere og besøkende.

4. Synlighet og markedsføring mot gjester, og mulige nye innbyggere

Arbeidsressurs 175%

- Vedlikehold og utvikling hemsedal.com
- Annonsering i ulike nettmedier (inkl. byråkost)
- Arrangere presseturer i Hemsedal
- Film og foto
- Div. (inkl. drift Hemsedal.com)
- Møter og info med/til hytteiere.

Budsjettspesifikasjon, med kommentar av utvalgte aktiviteter ihht partnerskapsavtalen følger under.

Spesifikasjon - Kostnader HTTL ift. Partnerskapsavtalen med kommune ifr. K-sak 32/2024					
	Mål - resultatoppnåing 2024 - 2025	Politisk forankring	Samla verdi	Kommunen si finansiering i 2024	Kommentar
1. Bærekraftig reisemål					
(Besøksforvaltning, remerking, vertskapskurs, gjeste- og innbyggerundersøkelser mm)	Formalisert etablert "Destinasjonsledelse" i samarbeid med HK. Identifisere suksesskriterer for besøksforvaltning.	Strategisk næringsplan. Kommuneplanens samfunnsdel pkt. 6.3 og 6.4. K-sak 5/2021. FIFA- plan.		32 %	HTTL har ikkje ressurser til å følge opp alle prosesser som sikrar bærekraftig reisemål. Både kommunen og næringslivet er gjensidig avhengig av å ha eit apparat som bidrar til besøksforvaltning og aktive oppfølging. Kommunen støttar opp om dette arbeidet - 50% deling av kostnader knytt til vertskapskurs er naturleg. Kommunen støttar HTTL med ein høvevis del. Det er naturleg å yte eit tilskot til HTTL for deira innsats på vegne av destinasjonen.
Arbeidsressurs 60%			438 000		
Leie av lokaler (15% av total)			48 750		
Remerking - innleid arbeidskraft					
Remerking - kontrollør	Remerket som bærekraftig reisemål				
Utvikling av digitalt vertskapskurs	Mål om at 50% av medlemsbedriftene har gjennomført kurs innen utgangen av 2025.		40 000		
Drift/lisens vertskapskurs	Ferdig utviklet 2024/2025		10 000		
DELSUM			536 750	171 000	
2. Gjestereisen - Informasjon og tilgjengelighet					
(Autorisasjon klasse 1 - Helårsåpent turistkontor)	Sikre informasjon som formidler opplevelser, natur, identitet, kultur og annen relevant kommunal informasjon - sikkerhet, bærekraft.	Strategisk Næringsplan og vekstmål forankret i Samfunnsdelen.		89 %	Drift av turistkontoret har stått sentralt i kommunens kjøp av vertskapstjenester i alle år. Gjeldande avtale frå 2019-2020 er på kr. 1100 000,- i kjøp av tenester. Justert med utvikling i KPI utgjør tilsvarande verdi kr. 1.328.000 idag. HTTL har ikkje ressurstar til drifte turistkontoret. Kommunen kjøper tenester til en verdi av 1 200 000.
Arbeidsressurs 183%			1 143 750		
Leie av lokaler (35% av total)			113 750		
Drift og videreutvikling Hemsedalsappen + Outdoor Active	Fremme bærekraftig turisme/		100 000		
DELSUM			1 357 500	1 200 000	
3. Beredskap og krisehåndtering					
(Beredskapsplanlegging, kommunikasjon og koordinering ift. næringslivet)	Utarbeide og oppdatere beredskapsplan for næringslivet.	Overordnet beredskapsplan for Hemsedal kommune.		100 %	Beredskap er eit felles ansvar og HTTL ivaretar en viktig koordineringsrolle opp mot samfunnssikkerheit. Dette er eit tilbød ein ikkje kan skalere fleksibelt - her må ein inngå ei avtale over tid som sikrer samfunnet bistand.
Arbeidsressurs 20%	Delta i beredskapsråd og under øvingar.				
DELSUM			160 000	160 000	
4. Synlighet og markedsføring mot gjester, og mulige nye innbyggere					
(Vedlikehold og utvikling hemsedal.com, annonsering i ulike nettmedier, film og foto, arrangere presseturer, møter/info hytteeiere, delta i bo -og bilyst prosjektet mm.)	Sikre informasjon som formidler opplevelser, natur, identitet, kultur og annen relevant kommunal informasjon	Strategisk Næringsplan og vekstmål forankret i Samfunnsdelen.			Ein samla markedsføring av destinasjon er noko alle tjener på. Aktivitet på sosiale flater, oppdateringar og utvikling er viktig for ein internasjonal turistdestinasjon. Avhengig av innhald og formidling er slikt arbeid også viktig for Hemsedal kommune som bo- og bilystkommune.
Arbeidsressurs 175%	Utarbeid plan for "sesongarbeider som ressurs", med konkrete tiltakspunkt. Utarbeide markeds- og kommunikasjonsplan for kommunen som bo- og bilystkommune. Holdningskapende arbeid ift. ungdom.		812 500		HTTL samlede innsats verdsettes i form av kjøp avgrenset til en verdi på kr. 100 000.
Leie av lokaler (25% av total)			81 250		
Vedlikehold og utvikling Hemsedal.com			300 000		
Annonsering i ulike nettmedier (inkl. byråkost)	Bidra til å opprettholde Hemsedal sin posisjon som et attraktivt, helårig reisemål og bosted.		1 200 000		
Arrangere presseturer i Hemsedal			80 000		
Film og foto			150 000		
Div. (inkl. drift Hemsedal.com)			600 000		
DELSUM			3 223 750	100 000	
*5. Arrangement / MICE / B2B					
(Fasilitere og delta i arbeidsgruppe, skal bidra til mer trafikk i lavsesong vinter + barmark, som vil konvertere sesongarbeidere til flere helårs arbeidsplasser og dermed flere innbyggere.	Skal bidra til mer trafikk i lavsesong vinter + barmark, som vil gi flere helårs arbeidsplasser og dermed flere innbyggere.	Strategisk Næringsplan og vekstmål forankret i Samfunnsdelen.		0 %	Skal kommunen kjøpe slike tenester må dette forankres i næringsplan før en tar stilling til eventuelt kjøp her.
Arbeidsressurs 50%			315 000		
Kostnad for gjennomføring			150 000		
DELSUM			465 000	0	
6.Håndtering av lokalt-, regionalt- og nasjonalt samarbeide					
(Håndtering av norske- og utenlandske journalister, nasjonalt og regionalt samarbeid, møter og arbeid på regionnivå, kjøp av tjenester/statistikk/rapporter m.m.)	Utarbeide "årshjul" for aktiviteter i samarbeid med ordfører og kommunedirektør	Strategisk Næringsplan og vekstmål forankret i Samfunnsdelen.		0 %	Det vert eit politisk spørsmål om kommunen ønsker å kjøpe tenester. Dette må først avklarast gjennom strategisk næringsplan.
Arbeidsressurs 50%			375 000	0 %	
Kjøp av tjenester/statistikk/rapporter m.m.	Eksempler: gjestedøgnstatistikk SSB,		100 000	0 %	
DELSUM			475 000	0	
SUM kostnader i partnerskapsavtalen			6 218 000		
(For mer detaljert beskrivelse av aktivitetene, se "Detaljert innhold partnerskapsavtale Hemsedal kommune og HTTL")					
Andel kostnader Hemsedal kommune			2 000 000	1 631 000	Samla sum K-styret har øyremerka i k-sak 32/24
Andel kostnader HTTL			4 218 000	4 587 000	
Andel kostnader Hemsedal kommune i %			32,2 %	26,2 %	
ANDEL kostnader HTTL i %			67,8 %	73,8 %	

