

Arbeidsgruppen i Regionalpark Haldenkanalen

Ørje 19.09.2014

Referat fra arbeidsgruppesamling i Haldenkanalen Regionalpark

Tid: fredag 19. september 2014 kl. 9.00 – 15.30

Tilstede: Elisabeth Dammyr, Haldenkanalen Regionalpark
Grete Elgetun, Haldenkanalen Regionalpark
Erik Bakke, Aurskog-Høland kommune
Gina Finsrud, Halden kommune
Rita Lindblad, Aremark kommune
Linda Duffy, Østfold Fylkeskommune
Øystein Toverud, Utmarksavdelingen
Roar Høisveen, Rømskog kommune
Vidar Østenby, Marker kommune

Forfall: Espen Bråthen, Rømskog og Aurskog-Høland Reiselivslag
Bjørn Winther Johansen, Indre Østfold Utvikling
Liv Lindskog, Halden Turist
Steinar Fundingsrud, Haldenvassdragets Kanalselskap

DAGSORDEN:

Saksnr	Sak:	Frist:	Ansvar:
1/2014	Godkjenning av møtereferat fra møte 29.8.2014 utsendt med e-post Konklusjon: Tatt til orientering av arbeidsgruppen		

SAKER TIL ORIENTERING

2/2014	BROSJYREKASSER Oppfølging fra forrige møte. Brosjyre kasser med pleksiglasslokk ved innfarten til Ørje er satt opp og bekostet av Marker kommune i sin helhet. Kassene ved Tistedal, Brekke, Strømsfoss, Ørje Sluser og Skulerud er satt opp av Kanalselskapet. Kanalselskapet oppfordres til å sette opp kasse ved Strømsfoss Brygge og merke kassene med «Informasjon» Øvrige kasser må kommunen ta ansvar for selv. Prøve på kasse til campingplasser og hyttefelt tas med på møtet Kommentar: <ul style="list-style-type: none">- tilbud til kommunene om like kasser- kommunene må ha ansvar for innhold og organisering- må sette opp kassene der det er folk- regionalparken bør sette opp kassene og bekoste likt antall kasser til kommunene- med logo og QR-kode Konklusjon <ul style="list-style-type: none">- regionalparken bør tilby 2 kasser til hver kommune- dialog med kanalselskapet om skifting av lokk- info/QR-kode og logo		
3/2014	www.visithaldenkanalen.no og logo Kommunene oppfordres til å ta med dette på brosjyrer og skilt som utarbeides. Konklusjon: <ul style="list-style-type: none">- tar dette til orientering- sende ut de rette filene til kommunene		
4/2014	SAMARBEIDSAVTALER MED AKTØRER Kommentarer <ul style="list-style-type: none">- ønske om å gjøre avtale om åpningstider, standard og forutsigbarhet		

	<ul style="list-style-type: none"> - sette standarder for å kunne markedsføre seg - markedsføring, kvalitetsstempel og kompetansepakke som gulrot - kvalitetssikring av produktene - kvalitetssikring av merkevaren Regionalpark - avtale på forhånd om at det vil bli gitt tilbakemelding - bør vi se på ulike nivåer av avtaler - kanalselskapet kan være et forbilde <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - det utarbeides et forslag til avtale med et sett kvalitetskriterier - se på hva andre regioner har gjort 		
5/2014	<p>GAPAHUKER.</p> <p>Kommentar</p> <ul style="list-style-type: none"> - sende søknad fra Østfold til Akershus - alle plasseringene er ok <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tripperød, Håøya, Brekke, Storøya og Kirkebyøya skal ha toaletter - kommunen vurderer de øvrige 		
6/2014	<p>NYHETSBREV</p> <p>Kommentarer</p> <ul style="list-style-type: none"> - info sendes til adresseregisteret av adresser innhentet på reiselivsmessen - aktører i regionen bør informeres i egen utsending <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tatt til orientering av arbeidsgruppen 		
7/2014	<p>UTLEIE SYKKEL OG KANO</p> <p>Kommentarer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ønske om kanoutleie på Bjørkelangen - langsiktighet er viktig, men også små seire må vises - vi må gjøre dette bedre neste år - felles telefonnummer, gjerne grønt, som forestår bookingen - kople landbruksnæringen inn mot aktiviteter som dette - kople til aktiviteter som gir mersalg og opplevelser - produktet må utvikles videre - tenke økonomi og profesjonalitet <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - alle må informeres om løsning og mulighet - utvikle produktet gjennom møter med aktørene - se på mulig kurs og guiding og andre aktiviteter som skaper merverdi 		
8/2014	<p>EVALUERING AV HK RP 2012-2014.</p>		

	<p>Kommentarer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vi har konkludert for lite på målgruppe, noe som gir utslag også på aktiviteter - ønsker mer målbare strategier - vanskelig å markedsføre produkter som ikke er gode nok - må bruke mer tid på produktutvikling - styret bør gi rammer og arbeidsgruppen følge opp, rollene må tydeliggjøres ennå mer <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - må stramme inn tiltak og gjennomføring 		
9/2014	<p>BUDSJETT 2015</p> <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - viktig med en så rask avklaring som mulig i forhold til videre drift og planlegging 		
10/2014	<p>SOOT-SPELET</p> <p>Kommentarer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - viktig at alt dette også settes sammen i pakker der flere aktører inngår - gjøre det så enkelt som mulighet, men med kjøp av tilleggstjenester - benytte provisjon i stedet <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - forutsettes at andre aktører gis mulighet til å delta 		
11/2014	<p>Neste arbeidsgruppemøte</p> <p>mandag 6. oktober 9-12 med hovedfokus på produkter; utvalg, kriterier, utvikling og prioritering</p>		

SAKER TIL BEHANDLING:

Saksnr	Sak:	Frist:	Ansvar:
12/2014	<p>Prosjekt kompetanse- og produktutvikling</p> <p>Prosjektet er skrevet ut fra arbeidsgruppens tidligere innspill og omfatter</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markedsanalyse - Utmarksstrategi - Kompetansehevende tiltak - Produktutvikling og individuell oppfølging <p>Utmarksstrategi var ikke en del av arbeidsgruppas innspill, men er tatt inn som en del av produktutviklingen etter diskusjon i styret.</p> <p>Det er laget en prosjektbeskrivelse som ligger til grunn for det videre arbeidet og som søknad til Innovasjon Norge. Det ble på forrige møte gitt litt informasjon om det, med ambisjon om å diskutere det videre på neste møte.</p> <p>Kjersti Berg Sandvik ble engasjert for å konkretisere innholdet ytterligere for drøfting i arbeidsgruppen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - beskrive opplegg for gjennomføring av enkel markedsanalyse og innhente tilbud fra aktuelle kompetansemiljøer - kartlegge de aktører og de produkter vi har i regionen med potensial, evne og vilje til videre utvikling, og sammen med arbeidsgruppen gjøre et utvalg for videre oppfølging i gjennomføringsdelen - innhente tilbud og beskrive de kompetansehevende aktivitetene med bakgrunn i de behov for kurs som tidligere er kartlagt - plan for gjennomføring av kompetanseprogram, individuell oppfølging og produktutvikling (etter møtet i arbeidsgruppen) <p>Nedenfor er de ulike elementene i prosjektet satt opp hver for seg</p>		
	<p>MARKEDSANALYSE.</p> <p>Kommentarer</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktørene må være delaktige i analyseprosessen - eventuelt legge inn et ekstra møte med aktørene - konsentrere seg bare om betalbare produkter - mer snakk om prosess og innhold enn analyse - kan dette kombineres med studentarbeid på Høgskolen - synes det høres dyrt ut og anbefaler at en kan se på andre løsninger - begrense oppdraget og involvere egne folk - benytte oss av det som allerede finnes av analyser <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ønske om å gjennomføre en enklere studie med lavere ramme og større lokal deltakelse 		

	<p>UTMARKSSTRATEGI</p> <p>Kommentarer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - anbefalinger i forhold til målsettinger på forskjellige områder - anbefaler å være svært konkret i det videre arbeidet - må arbeide for at det åpnes for utleieenheter i strandsonen - knytte utviklingen opp mot eksisterende aktører - bygge på det genuine og ser hvordan vi kan bygge opplevelser og økonomi inn i det - tenke også på damene - campingplassene kan fylles også i skuldervesongen - kan være den røde tråden i satsingen vår <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - stor enighet om tilnærmingen - konkludere i forhold til aktiviteter 		
	<p>KOMPETANSEHEVENDE TILTAK</p> <p>Kommentarer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bør ha fokus på produktutvikling slik at markedsføringen tones ned - vanskelig å finne tilstrekkelig antall deltakere - gi et breddetilbud nå og spise det etter hvert <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gi tilbud om to kurs i løpet av høstsesongen, ett kveldskurs (regionalparkskolen trinn II) og ett lunsj-lunsjkurs (produkter) - noen må gis oppdraget 		
	<p>PRODUKTUTVIKLING OG INDIVIDUELL OPPFØLGING</p> <p>Arbeidsgruppen har tidligere vært av den oppfatning at det burde avsettes ressurser til individuell oppfølging av de aktører vi mener har evne og vilje til å utvikle seg. I prosjektplanen som er laget er det forslått ressurser til dette i form av en prosjektmedarbeider med slikt ansvar, kombinert med mulighet til innkjøp av spesialkompetanse der det er nødvendig. Dette forutsetter imidlertid at søknaden til Innovasjon Norge innvilges.</p> <p>Kommentarer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - stor enighet om at dette er et prioritert område og at vi må bruke tid og ressurser på dette før vi markedsfører oss - behov for å få konkrete resultater - må benytte mer tid til å se på valg, kriterier og oppfølging - hvem kan gjennomføre det og hvilken kapasitet finnes i administrasjonen <p>Konklusjon</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utarbeides et forslag til gjennomføring til neste møte - Neste møte benyttes til diskusjon av produkt og produktutvikling 		

13/2014	<p>MARKEDSFØRING</p> <p>Hva skal vi markedsføre oss og hvordan? Selv om vi bør ha fokus på å skaffe gode produkter, kan vi ikke droppe all markedsføring. Vi har et oppdrag i forhold til merkevarebygging i tillegg til markedsføring av kommersielle produkter. Hva bør vi prioritere i 2015?</p> <p>Brosjyren og kart</p> <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - messe krever brosjyre og kart - må vi velge, så velger vi bare å bruke kartet - sjekke kostnaden med opptrykk <p>Film</p> <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - bedre å benytte midlene til andre aktiviteter enn film - 5 bilder fra hver kommune sendes Grete - Se om vi kan benytte noen lokal til å klippe sammen det som finnes <p>Reiselivsmessen</p> <p>Konklusjon:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gjennomføres som planlagt 		
14/2014	<p>TILTAK HANDLINGSPLAN 2015:</p> <p>Handlingsplan 2014 gir føringer for kommende aktiviteter, og det samme gjør strategiplanen. Arbeidsgruppa bør gi innspill til styret om det er ting som vi bør gjøre som ikke tidligere er gjort eller motsatt. Evalueringssamlingen vil også ha noe fokus på dette.</p> <p>Diskusjon om tiltak innen innsatsområdene</p> <p>Konklusjon</p> <ul style="list-style-type: none"> - ikke diskutert 		
15/2014	<p>Smått og godt</p> <p>Ingen tiltak</p>		