

Reiselivssatsing i Drammensregionen Handlingsprogram 2007 – 2010

Høringsutkast per 20. juni 2007



Hurum



Røyken



Lier



Drammen



Nedre Eiker



Øvre Eiker



Sande



Svelvik

INNHALDSFORTEGNELSE

1. BAKGRUNN OG HENSIKT	3
2. STRATEGISK UTGANGSPUNKT	3
3. RAMMER	4
4. ROLLER OG ANSVAR	4
5. VISJON, MÅL OG STRATEGIER	5
6. PRIORITERTE TILTAK	6
6.1 <i>Produktutvikling, kompetanse og samarbeid</i>	6
6.2 <i>Felles markedsføring</i>	7
6.3 <i>Markeder</i>	7
6.4 <i>Fremtidig konkurransekraft</i>	8
7. TILTAKSPLAN	9
7.1 <i>Tiltak høsten 2007</i>	9
7.2 <i>Tiltak 2008</i>	9
7.3 <i>Tiltak 2009 / 2010</i>	10
7.4 <i>Forankring og mobilisering</i>	10
8. FREMDRIFT OG MÅLSETTINGER	10
9. PROSJEKTORGANISERING	11
10. SUKSESSKRITERIER	11
VEDLEGG 1: KONKRETISERING AV TILTAK	12
VEDLEGG 2: ARBEIDSMETODE HANDLINGSPROGRAM	15

1. BAKGRUNN OG HENSIKT

Drammensregionen har et stort potensial innen reiseliv. Nærheten til store markeder, god tilgjengelighet og kombinasjonen av det urbane og det grønne utgjør regionens viktigste fortrinn. Betydelig ressurser er investert i steds- og byutvikling. Kunnskapsparken Papirbredden har satt regionen på kunnskapskartet. Ambisiøse etableringer som Holmsbu Spa og Vestfossen Kunstlaboratorium trekker besøkende til regionen og bidrar til omfattende lokal utvikling. Store aktører ser regionen som et attraktivt investeringsområde, jfr. Buskerud Handelspark, Storsand, Lierstranda, Nordre Jarlsberg Brygge, Flytoget m.v.

Rådet for Drammensregionen har på denne bakgrunn besluttet å igangsette en reiselivssatsing. Satsingen skal skje i tett samarbeid med næringen og bidra til flere lønnsomme arbeidsplasser.

Det foreliggende handlingsprogrammet beskriver visjon, mål og strategier for regionens reiselivssatsing, samt tiltak i perioden 2007 – 2010. Hensikten med programmet er å:

- Være et verktøy for å nå visjon og mål innen reiseliv
- Tydeliggjøre regionens prioriteringer innen reiseliv
- Definere konkrete, realiserbare tiltak
- Tydeliggjøre aktørenes ansvar for å gjennomføre tiltak
- Vise at regionen står samlet bak en felles satsing

Programmet skal mobilisere regionens reiselivsnæring, kommuner, utdanningsmiljøer, fylkeskommune og andre parter som regionen er avhengig av for å nå målene innen reiseliv.

Handlingsprogrammet er et resultat av en bred og involverende prosess, der næringen, kommunene og andre sentrale aktører har deltatt på samlinger og i arbeidsgruppen. Programmet er vedtatt av Rådet for Drammensregionen og rulleres hvert tredje år, første gang i 2010.

2. STRATEGISK UTGANGSPUNKT

1) Handlingsprogram for næringsutvikling i Drammensregionen 2006 – 2007

Reiseliv er et av tre satsingsområder i handlingsprogrammet. Kultur og landbruk er sentrale elementer i satsingen. Tiltakene i handlingsprogrammet skal bidra til å nå målene i strategisk næringsplan, hvor det å øke antall arbeidsplasser er det viktigste målet.

2) Reiselivsstrategi i Buskerud 2006 - 2008

Handlingsprogrammet skal adressere satsingsområdene angitt i Buskeruds reiselivsstrategi. Disse omfatter reisemålsutvikling, markedsorientert produktutvikling, kommunikasjoner og kompetanseutvikling.

3) "Reiselivsutvikling i Drammensregionen"

Rapporten "Reiselivsutvikling i Drammensregionen" (Mimir, mars 2007) er beslutningsunderlag for regionens reiselivssatsing og utgangspunkt for programmet. Dokumentet analyserer regionens muligheter innen reiseliv og gir anbefalinger til konkrete satsinger.

3. RAMMER

Regionens tilgjengelige ressurser når det gjelder personell, tid, kompetanse og økonomiske midler setter rammer for handlingsprogrammets prioriteringer.

Seksjon Verdiskaping i regionrådets sekretariat er kommunenes redskap for regional næringsutvikling. Verdiskaping prioriterer reiselivssatsingen i oppstartsperioden, men har begrensede ressurser til å arbeide med implementering av handlingsprogrammet.

Det forventes at regionens reiselivsnæring, kommuner, utdanningsmiljøer og andre parter medvirker i prioriterte tiltak. En felles innsats er nødvendig for å nå reiselivsmålene.

Finansieringskildene omfatter reiselivsnæringen, kommunene i Drammensregionen, Buskerud fylkeskommune og andre offentlige parter. Siden det er en utfordring å oppnå nødvendig finansiering, prioriteres aktiviteter som har god effekt i forhold til økonomisk innsats.

4. ROLLER OG ANSVAR

Rådet for Drammensregionen har et overordnet ansvar for at handlingsprogrammet iverksettes. Samtidig er det av avgjørende betydning at reiselivsnæringen og kommunene tar et selvstendig ansvar for å iverksette programmet og i tillegg igangsette egne tiltak som er i tråd med reiselivssatsingen.

Det at disse partene er bevisst sitt ansvar og har et godt samspill er en forutsetning for at reiselivsmålene nås.

Rådet for Drammensregionens rolle er å:

- Forankre reiselivssatsingen og mobilisere regionen
- Initiere, lede og bidra i planlegging, gjennomføring, finansiering og forankring av tiltak
- Være pådriver når andre parter har ansvar for tiltak (når hensiktsmessig)
- Utarbeide modell for finansiering av satsingen, på kort og lengre sikt, som inkluderer både offentlig og privat sektor
- Ivareta måloppfølging og rullering av handlingsprogrammet

Reiselivsnæringens rolle er å:

- Foreslå tiltak som er nyttige for reiselivsnæringen
- Bidra i planlegging, gjennomføring, finansiering og forankring av tiltak
- Delta på aktiviteter knyttet til reiselivssatsingen
- Utvikle egen virksomhet slik at den bidrar til å nå reiselivsmålene

Nærmere avklaringer rundt roller og samspill foretas i oppstarten av reiselivssatsingen.

5. VISJON, MÅL OG STRATEGIER

5.1 Visjon

Regionens reiselivsvisjon frem mot 2020:

"Ja, selvfølgelig!"

Dette innebærer at vi i 2020 skal kunne si "Ja, selvfølgelig" til følgende:

- **Service:** Vi ordner alt – på en hyggelig og effektiv måte
- **Opplevelser:** Vi tilbyr ekte opplevelser – fra det urbane til det grønne
- **Samarbeid:** Vi samarbeider godt – med felles innsats mot felles mål
- **Investeringer:** Vi gjør det attraktivt å investere her
- **Ambisjoner:** Vi tør å tenke nytt og tar dristige valg

Det vil gjøres et omfattende arbeid for å kommunisere visjonen og opparbeide eierskap til denne i reiselivsnæringen og hos involverte parter.

5.2 Mål

Regionens overordnede mål for reiselivssatsingen:

- Skape gode minner for våre besøkende og gi dem lyst til å komme tilbake
- Styrke regionens image og attraksjonskraft og øke antall besøkende
- Utvikle lønnsomme reiselivsnæringer og flere arbeidsplasser

Mål for perioden 2007 - 2010:

- Fra usynlig reiselivsregionen til synlig
 - Flere synlige og attraktive produkter
- Fra operative aktører til utviklingsorienterte
 - Større oppmerksomhet på muligheter og utvikling
- Fra tilfeldig markedsarbeid til bevisst
 - Mer systematisk jobbing mot definerte målgrupper
- Fra aktører som arbeider hver for seg til samarbeid
 - Mer samarbeid innad i regionen

Måloppnåelse vurderes i forhold til rapporten "Reiselivsutvikling i Drammensregionen".

5.3 Strategier

Regionens strategier for å nå reiselivsmålene:

- Styrke enkeltaktørers utviklings- og leveringsevne
- Bygge på eksisterende aktører og tilbud og ta vare på mangfoldet

- Utvikle noen synlige og attraktive produkter og opplevelser
- Utvikle og styrke lokale samarbeidsorganisasjoner
- Drive målrettet profilering og markedsarbeid, med fokus på lønnsomhet
- Gjøre regionen attraktiv for investorer

5.4 Verdigrunnlag

Reiselivssatsingen bygger på følgende verdigrunnlag: "Den gode balansen". Dette innebærer en god og bærekraftig balanse mellom:

- Kundens ønsker, lønnsomhet og miljø
- Det urbane og det grønne
- Det offentlige og næringens rolle i reiselivssatsingen
- Eksisterende aktører/tilbud og nye aktører/tilbud
- Mangfoldet og fokus på noen få synlige tilbud

"Den gode balansen" skal gjenspeiles i arbeidet med reiselivssatsingen og hos næringsaktørene.

6. PRIORITERTE TILTAK

Tiltakene skal bidra til å nå regionens visjon og mål innen reiseliv. De er prioritert ut fra næringens, kommunenes og andre sentrale aktørers innspill og skal styrke regionens eksisterende reiselivsvirksomhet.

Tidspunkt for iverksettelse angis i tiltaksplanen i kapittel 7. Tiltakene omfatter aktiviteter som er av felles nytte for reiselivsnæringen og hvor det offentlige har en rolle, samt tiltak hvor næringen selv må ta hovedansvaret.

Tiltakene skal forsterke store begivenheter i regionen, slik som FIS World Cup Sprint, festivaler, kultur- og idrettsarrangementer m.v. De skal samordnes med aktiviteter tilknyttet delprosjektet "Landbruksbasert reiseliv", som er en integrert del av reiselivssatsingen.

I tillegg arbeider mange private og offentlige aktører med tiltak som styrker regionens attraksjonskraft. Slike selvstendige tiltak er av avgjørende betydning for en god dynamikk i regionen og for å lykkes med reiselivssatsingen.

Nedenfor skisseres konkrete tiltak. De er gruppert i fire tiltaksområder; Produktutvikling, kompetanse og samarbeid, Felles markedsføring, Markeder og Fremtidig konkurransekraft.

6.1 Produktutvikling, kompetanse og samarbeid

For å styrke enkeltaktørers konkurransekraft må deres evne til å stå for egen utvikling forsterkes og de må utvikle attraktive produkter. Lokale samarbeidsorganisasjoner har en viktig rolle i dette. Det må være en klar rolledeling og et godt samspill i regionen, slik at arbeidsformen blir rasjonell.

Prioriterte tiltak i løpet av 2007 - 2010

- Regional møteplass for reiselivsnæringen
 - Faglig utvikling, erfaringsutveksling, inspirasjon og nettverk
- Kompetanseutvikling
 - Produktutvikling, service, vertskap, salg, markedsføring, økonomi m.v.
- Hurum videregående skole
 - Ny videregående skole med reiseliv som gjennomgangstema
- Flere synlige og attraktive produkter
 - Gjøre regionen mer synlig som reiselivsområde
- Cruisehavn Drammen
 - Videreføre arbeidet med bl.a. internasjonal markedsføring
- Landbruksbasert reiseliv
 - Fokus på lokal mat, kulturlandskap og landbruksbaserte aktiviteter, jfr. egen prosjektplan
- Skilting og tilrettelegging langs veiene
 - Buskeruds skiltprosjekt
- Fellesgoder
 - Badeplasser, kyststi, småbåthavner, skiløyper m.v.
- Styrke lokalt samarbeid
 - Mer nærings samarbeid i regionen (næringsaktørene må være pådrivere)
- Regionalt samarbeid
 - Avklare næringens behov for forpliktende, strategisk samarbeid på regionalt nivå, og evt. etablere felles, regionalt samarbeidsforum
- Rolleavklaring
 - Avklare oppgaver, ansvar og samspill for involverte parter

6.2 Felles markedsføring

Reiselivsnæringen etterspør felles markedsføring i form av aktiviteter, verktøy og infrastruktur. Dette kan samordnes på både lokalt og regionalt nivå. En rasjonell samordning har stor nytteverdi for næringsaktørene og krever forpliktelse og langsiktighet fra deres side.

Prioriterte tiltak i løpet av 2007 - 2010

- Felles markedsaktiviteter og -verktøy
 - Brosjyrer, kart, webside, reiselivsmesse, pakking av produkter m.v.
- Samarbeid turistkontorene
 - Samspill mellom turistkontorene og næringen, og turistkontorene i mellom
- Lansere visjonen
 - Forberede og iverksette lanseringen av visjonen

6.3 Markeder

Regionen har valgt å satse på tre markeder. Disse er prioritert ut fra regionens konkurransefortrinn og lønnsomhetspotensial. Regionen er avhengig av at private aktører tar tak i tiltakene nevnt nedenfor og driver disse frem. Lokale samarbeidsorganisasjoner og det offentlige kan være pådrivere, samt i visse tilfeller lede arbeidet i en tidlig fase.

6.3.1. Kurs- og konferansemarkedet

Regionens sentrale beliggenhet, gode tilgjengelighet og kombinasjonen av urbane og grønne opplevelser er konkurransefortrinn i forhold til kurs- og konferansemarkedet. Kurs og konferanser med opplevelsesinnhold utløser høyere betalingsvilje og gir større overrislings-effekter enn de uten slikt innhold.

Prioriterte tiltak i løpet av 2007 - 2010

- Økt overnattingskapasitet
- Konferansesal(er) med stor kapasitet
- Flere opplevelsesprodukter og –pakker rettet mot kurs- og konferansemarkedet
- Salgs- og markedsføringskonsept

6.3.2 Dagsturisme og interessebaserte kortferier

Regionens produkter har et stort potensial i forhold til dagsturisme og kortferier, med tilgang til 1,5 millioner mennesker innen en times kjøretid. Nærmarked representerer sterk kjøpekraft og stor oppmerksomhet på ferie og fritid. Cruiseturister er også en målgruppe i dette markedet.

Prioriterte tiltak i løpet av 2007 - 2010

- Flere produkter og pakker tilpasset definerte målgrupper
- Målrettet markedsføring

6.3.3 Hytteturisme

Markedets ønske om kort reisetid til fritidsbolig gjør at regionens sentrale lokalisering og gode tilgjengelighet blir konkurransefortrinn når det gjelder hytteutvikling. Utvikling av hytteområder er kommunenes ansvar. Utvikling av kommersielle tilbud til hytteturister er næringens ansvar, mens ikke-kommersielle tilbud (fellesgoder) er det offentliges ansvar.

Prioriterte tiltak i løpet av 2007 - 2010

- Bærekraftig hytteutvikling (ved kysten og i innlandet)
- Tilbud til hytteturister (kommersielle og ikke-kommersielle)

6.4 Fremtidig konkurransekraft

Attraksjonskraften i regionens reiseliv er tett knyttet opp mot utviklingen i regionen for øvrig. Dette gjelder spesielt utviklingsprosesser knyttet til temaer som landbruk, miljø og helse / elv, kyst og vann / opplevelsesnæringen. Reiselivsnæringens interesser må være representert i disse utviklingsprosessene, der det er hensiktsmessig.

Prioriterte tiltak i løpet av 2007 – 2010

- Håndtering og evt. deltakelse må løpende vurderes

7. TILTAKSPLAN

Tiltakene skal i utgangspunktet ha en begrenset levetid, men enkelte grunnleggende tiltak videreføres på fast basis. Nye tiltak fases inn i hensiktsmessig rekkefølge og når ressurser er tilgjengelige. Tiltakene er nærmere beskrevet i oversikt vedlagt handlingsprogrammet. Aktiviteter knyttet til forankring og mobilisering gjennomføres fortløpende i hele perioden.

7.1 Tiltak høsten 2007

Høsten 2007 prioriteres tiltak som skaper et godt fundament for reiselivssatsingen. Tiltakene skal styrke aktørenes utviklingsevne og sette i gang en felles, regional utviklingsprosess.

Tiltak høsten 2007:

- Regional møteplass for reiselivsnæringen
- Kompetanseutvikling
- Hurum videregående skole
- Flere synlige og attraktive produkter
- Cruisehavn Drammen
- Landbruksbasert reiseliv
- Skilting og tilrettelegging langs veiene
- Styrke lokalt samarbeid
- Rolleavklaring
- Samarbeid turistkontorene
- Forberede lansering av visjonen

Det legges til grunn at tiltakene gjennomføres av regionrådets sekretariat, innenfor tilgjengelige ressurser.

7.2 Tiltak 2008

I 2008 videreføres arbeidet med å bygge et solid fundament for reiselivssatsingen.

Tiltak som videreføres i 2008:

- Regional møteplass for reiselivsnæringen
- Kompetanseutvikling
- Hurum videregående skole
- Flere synlige og attraktive produkter
- Cruisehavn Drammen
- Landbruksbasert reiseliv
- Styrke lokalt samarbeid
- Samarbeid turistkontorene
- Lansere visjonen

Det legges til grunn at regionrådets sekretariat fra 1. januar 2008 knytter til seg en person som iverksetter handlingsprogrammet. Endelig beslutning om finansiering av programmet tas som en del av kommunenes budsjettbehandling for 2008, som en egen sak.

7.3 Tiltak 2009 / 2010

I 2009 og 2010 vil hovedfokus være på markedsføring og salg, mens det samtidig arbeides videre med å styrke fundamentet. Konkrete tiltak og budsjett utarbeides i 2008.

7.4 Forankring og mobilisering

Forankring og mobilisering av alle involverte parter er avgjørende for å lykkes med reiselivssatsingen. Partenes engasjement og forpliktelse må opparbeides og opprettholdes, slik at de aktivt bidrar til god fremdrift og at reiselivsmålene nås. Jevnlige aktiviteter og kommunikasjon tilpasset de ulike målgruppene er nødvendig for å oppnå dette.

For en løpende forankring og mobilisering benyttes faste møteplasser for regionens kommuner, næringsliv og andre sentrale aktører. I tillegg vil det kunne arrangeres åpne møter, fagseminarer og konferanser, evt. lages nyhetsbrev.

8. FREMDRIFT OG MÅLSETTINGER

Satsingen på reiseliv er et vedvarende arbeid over mange år. For å få god fremdrift med jevnlig vurderinger underveis er det i første omgang besluttet å gjennomføre et 3-årig prosjekt, med oppstart i august 2007 og avslutning i august 2010.

Prosjektet skal gjennomføre aktiviteter skissert i dette handlingsprogrammet og levere resultater i henhold til prosjektets mål. Prosjektet evalueres etter 2 år og erfaringene fremlegges for regionrådet.

Underveis i prosjektet skal følgende målsettinger nås:

I løpet av høsten 2007:

- Prosjektorganisasjon etablert og i funksjon
- Avholdt min. 1 møteplass, med min. 20 næringsaktører
- Bidratt til utviklingen av 1- 3 nye kompetansetiltak rettet mot reiselivet og avklart mulighetene for servicekurs for frontpersonale
- Deltatt i prosesser for å utvikle nye synlige produkter (hvis aktuelt)
- Avholdt forberedende møter for langsiktig strategiutvikling for Cruisehavn Drammen
- Gjennomført tiltak ihht til prosjektplan for Landbruksbasert reiseliv
- Bidratt til å definere prioriterte tiltak knyttet til skilting og tilrettelegging langs veiene
- Etablert gode relasjoner til lokale samarbeidsorganisasjoner og avklart evt. behov for støtte
- Avklart roller og samspill for partene i reiselivsnæringen
- Bidratt til å etablere fast samarbeid mellom turistkontorene
- Utført forberedende arbeid i forbindelse med lansering av visjonen
- Gjennomført forankringsaktiviteter hos viktige parter

I løpet av 2008:

- Prosjektleder på plass fra 1. januar 2008
- Avholdt min. 2 møteplasser, med min. 30 næringsaktører hver gang
- Avholdt servicekurs for frontpersonale
- Oppbygging av minimum ett synlig og attraktivt produkt er startet opp
- Bidratt til at det er avtalt nye cruiseanløp til Drammen
- Gjennomført tiltak ihht til prosjektplan for Landbruksbasert reiseliv
- Etablert nettverk mellom lokale samarbeidsorganisasjoner og holdt jevnlig kontakt med hver enkelt organisasjon
- Turistkontorene har gjennomført felles markedsaktiviteter og utviklet felles markedsverktøy
- Visjonen er lansert med gode resultater
- Gjennomført forankringsaktiviteter hos viktige parter

Målsettinger for 2009 og 2010 utarbeides i 2008.

9. PROSJEKTORGANISERING

Rådet for Drammensregionen vedtar handlingsprogrammet for reiselivssatsingen og er formell prosjekteier. Prosjektets suksess er avhengig av at næringen og andre parter tar et aktivt eierskap. Rådet for Drammensregionen er prosjektleder og ansetter en person som ivaretar denne funksjonen.

Det opprettes en styringsgruppe med god forankring og kjennskap til reiselivsnæringen og som er en ressurs for prosjektleder. Styringsgruppen har jevnlig møter, i utgangspunktet 2 ganger per halvår.

Prosjektorganisasjonen har et selvstendig ansvar for fremdrift og beslutninger når det gjelder reiselivssatsingen. Regionrådet orienteres jevnlig om arbeidet.

10. SUKSESSKRITERIER

Kriterier for å lykkes med reiselivssatsingen:

- Offensiv innsats fra reiselivsnæringen og det offentlige
- Satsingen må være forankret i næringen
- Klar rolledeling mellom regionalt nivå, lokalt nivå og enkeltaktører
- Tilstekkelige ressurser: Tid, kompetanse og midler

VEDLEGG 1: KONKRETISERING AV TILTAK

Regional møteplass for reiselivsnæringen

<i>Hensikt:</i>	Kompetanseutvikling, erfaringsutveksling, inspirasjon og nettverk
<i>Innhold:</i>	Temaer og vinkling med stor praktisk nytteverdi for næringsaktørene Avholdes ulike steder i regionen for at aktørene skal bli bedre kjent med steder og tilbud, få ideer til utvikling av egen virksomhet og se muligheter for samarbeid Næringsaktørene bidrar ved å presentere sin virksomhet
<i>Målgruppe:</i>	Næringsaktører, andre aktører
<i>Hovedansvar:</i>	Rådet for Drammensregionen. Samarbeid med lokale næringsråd m.fl.
<i>Finansiering:</i>	Reiselivssatsingen, evt. deltakeravgift
<i>Mål:</i>	2-4 møteplasser per år, med over 20 næringsaktører på hver møteplass

Kompetanseutvikling

<i>Hensikt:</i>	Styrke næringsaktørens reiselivskompetanse
<i>Innhold:</i>	Bidra til at arenaer for kompetanseutvikling utvikles Temaer: Produktutvikling, service, vertskap, salg, markedsføring, økonomi m.v. Arenaer: Kurs, konferanser, møteplasser, utplassering m.v.
<i>Målgruppe:</i>	Frontpersonale, ledere, andre medarbeidere hos næringsaktører
<i>Hovedansvar:</i>	Rådet for Drammensregionen (som pådriver). Samarbeid med næringsråd, NHO Reiseliv, Innovasjon Norge, BI, HiBu, Hurum vgs (fra 2009) m.fl.
<i>Finansiering:</i>	Avhenger av arena
<i>Mål:</i>	Flere kompetansetiltak rettet mot næringen

Hurum videregående skole

<i>Hensikt:</i>	Styrke kompetansemiljøet innen reiseliv
<i>Innhold:</i>	Skole med reiseliv som gjennomgående tema
<i>Målgruppe:</i>	Ungdom, hele Norge
<i>Hovedansvar:</i>	Buskerud fylkeskommune, i samarbeid med reiselivsnæringen
<i>Finansiering:</i>	Buskerud fylkeskommune, Hurum kommune og næringen
<i>Mål:</i>	Åpner høsten 2009

Flere synlige og attraktive produkter

<i>Hensikt:</i>	Regionen mer synlig som reiselivsområde
<i>Innhold:</i>	Utvikle nye - eller videreutvikle eksisterende – synlige og attraktive produkter Tiltrekke investorer og næringsaktører Rådet for Drammensregionen er pådriver, tilrettelegger og kobler, hvis aktuelt
<i>Hovedansvar:</i>	Private aktører, evt. i samarbeid med offentlige aktører
<i>Finansiering:</i>	Private aktører, evt. i samarbeid med offentlige aktører
<i>Mål:</i>	1 – 2 synlige produkter som skaper blest og setter regionen på kartet

Cruisehavn Drammen

<i>Hensikt:</i>	Utvikle Drammen som cruisehavn
<i>Innhold:</i>	Profilere Drammen som cruisehavn Utvikle produkter og pakker tilpasset cruiseturisme
<i>Involverte:</i>	Drammen havn, næringsaktører
<i>Hovedansvar:</i>	Drammen havn, i samarbeid med Rådet for Drammensregionen
<i>Finansiering:</i>	Må avklares
<i>Mål:</i>	Flere cruiseanløp

Landbruksbasert reiseliv

<i>Hensikt:</i>	Styrke regionen som reisemål. Flere lønnsomme reiselivsrelaterte arbeidsplasser i landbruket
<i>Innhold:</i>	Fokus på lokal mat, kulturlandskap og landbruksbaserte aktiviteter Møteplasser, kompetanseutvikling osv. jfr egen prosjektplan
<i>Målgruppe:</i>	Næringsaktører, offentlige aktører
<i>Hovedansvar:</i>	Rådet for Drammensregionen (prosjektleder)
<i>Finansiering:</i>	Reiselivssatsingen
<i>Mål:</i>	Se milepæler i prosjektplanen

Skilting og tilrettelegging langs veiene

<i>Hensikt:</i>	Bedre skilting og tilrettelegging for besøkende langs veiene
<i>Innhold:</i>	Skiltprosjekt for Buskerud
<i>Deltakere:</i>	Næringsaktører, kommuner, regionrådet mv. deltar i regional gruppe
<i>Hovedansvar:</i>	Buskerud fylkeskommune, i samarbeid med Statens Vegvesen øvre og nedre Buskerud, reiselivsnæringen
<i>Finansiering:</i>	Buskerud fylkeskommune
<i>Mål:</i>	Liste med prioriterte tiltak for å bedre tilrettelegging og skilting, innen 01.12.07

Styrke lokalt samarbeid

<i>Hensikt:</i>	Styrke lokalt samarbeid
<i>Innhold:</i>	Styrke eksisterende samarbeidsorganisasjoner (hvis behov), som Hurumhalvøyas Skatter, Byen Vår Drammen og Kulturhovedstaden Vestfossen Avklare behov for, og evt. etablere, lokalt samarbeid (næringen er pådriver) Støtte innen økonomi, faglig, organisering, profilering, nettverk mv.
<i>Målgruppe:</i>	Aktører i reiselivsnæringen
<i>Hovedansvar:</i>	Rådet for Drammensregionen, i samarbeid med lokale aktører
<i>Finansiering:</i>	Reiselivssatsingen
<i>Mål:</i>	Lokale organisasjoner er velfungerende Nye lokale organisasjoner/nettverk etableres

Rolleavklaring

<i>Hensikt:</i>	Klar rolledeling
<i>Innhold:</i>	Hvem gjør hva? Samspill og samarbeid
<i>Målgruppe:</i>	Alle parter som må bidra for å lykkes med reiselivssatsingen
<i>Hovedansvar:</i>	Rådet for Drammensregionen, i samarbeid med partene
<i>Finansiering:</i>	Reiselivssatsingen
<i>Mål:</i>	Alle parter kjenner sin rolle, oppgaver og ansvar. Godt samspill og felles innsats

Samarbeid turistkontorene

<i>Hensikt:</i>	Lokale turistkontor fungerer som én regional enhet
<i>Innhold:</i>	Fast samarbeid mellom turistkontorene, og mellom turistkontor og næringsaktører Turistkontorene har de verktøy og kontakter de trenger
<i>Involverte:</i>	Turistkontor, næringsaktører
<i>Hovedansvar:</i>	Turistkontorene, i samarbeid med næringsaktører og regionrådet
<i>Finansiering:</i>	Reiselivssatsingen
<i>Mål:</i>	Flere besøkende til reisemål i hele regionen

Lansere visjonen

<i>Hensikt:</i>	Inspirere partene til å delta aktivt i reiselivssatsingen
<i>Innhold:</i>	Foreberede lanseringen av visjonen, med tydelig budskap og innhold Iverksette lanseringen på en profesjonell måte
<i>Målgruppe:</i>	Næringsaktører, parter som er viktige for å lykkes med satsingen
<i>Hovedansvar:</i>	Rådet for Drammensregionen
<i>Finansiering:</i>	Reiselivssatsingen
<i>Mål:</i>	Eierskap til visjonen i næringen og hos sentrale parter

Salgs- og markedsføringskonsept

<i>Hensikt:</i>	Offensivt salg mot kurs- og konferansemarkedet
<i>Innhold:</i>	Avklare interessen i næringen for felles salgs- og markedsføringskonsept mot kurs- og konferansemarkedet, og evt. delta i etableringen av dette
<i>Involverte:</i>	Næringsaktører (som fremtidige eiere)
<i>Hovedansvar:</i>	Rådet for Drammensregionen (som pådriver og fasilitator)
<i>Finansiering:</i>	Reiselivssatsingen
<i>Mål:</i>	Operativt salgs- og markedsføringskonsept

Felles markedsaktiviteter og -verktøy

<i>Hensikt:</i>	Felles markedsføring mot definert målgrupper
<i>Innhold:</i>	Brosjyre, kart, webside, reiselivsmesse, pakking av produkter el.
<i>Involverte:</i>	Næringsaktører (som leverandører)
<i>Hovedansvar:</i>	Rådet for Drammensregionen, i forpliktende samarbeid med næringen
<i>Finansiering:</i>	Næringen, reiselivssatsingen mv.
<i>Mål:</i>	Markedsaktivitet eller -verktøy som bidrar til salg

VEDLEGG 2: ARBEIDSMETODE HANDLINGSPROGRAM

Arbeidet med mulighetsanalysen og handlingsprogrammet har involvert en rekke aktører i næringslivet og det offentlige. Dette for å oppnå nødvendig forankring og eierskap og mobilisere partene til å iverksette tiltakene og arbeide mot felles mål.

Følgende hovedaktiviteter er gjennomført innen angitt tidsperspektiv:



For å innhente innspill og forankre reiselivssatsingen er følgende møter avholdt i 2006/2007:

<p>Prosjektorganisasjonen Arbeidsgruppen: 9. jan, 30. jan, 13. febr, 8. mars, 12. april, 17. april, 10. mai Styringsgruppen: 7. febr, 10. april, 25. april, 11. juni Referansegruppen: 15. nov, 13. febr</p>	<p>Utviklingsaktører Separate møter med hhv. NHO Buskerud, Innovasjon Norge, Buskerud fylkeskommune, Fylkesmannen i Buskerud, Hurumhalvøyas Skatter og Byen Vår Drammen</p>
<p>Næringslivet Drammen: 9. febr (5 deltakere) Hurum, Lier og Røyken: 16. febr (9 deltakere) Sande og Svelvik: 15. febr (8 deltakere) Øvre Eiker og Nedre Eiker: 19. febr (13 deltakere) Oppfølgingsmøte: 13. mars (18 deltakere)</p>	<p>Andre møter Næringsråd og kommuner: 6. febr, 15. mai Næringsråd: 20. mars Reiselivsseminar (åpent møte): 7. febr (over 70 deltakere)</p>
<p>Kommuner Rådmannsutvalg: 20. nov, 22. jan, 19. mars, 18. juni Regionrådet: 12. febr, 16. april, 22. aug Årskonferanse (formannskapene): 7. mai</p>	

Handlingsprogrammet er sendt på høring til næringslivet i perioden 21. juni til 13. august og deretter til regionens kommuner.

Rådet for Drammensregionen har ledet arbeidet. Prosjektorganisasjonen har vært som følger:

