

Forprosjekt for nasjonalt stølssenter på Beitostølen



Kjell Berge Melbybråten
Inger Toril Breien Johansen
2010

Innholdsfortegnelse

1.	3
1. Innledning og bakgrunnsinformasjon	3
2. Produkt og innhold	3
Kompetansesenter for stølsdrift i Norge	4
Sanseparken	5
· Mottakssenter - hovedbygget - smakstunet	8
· Sansetun 2 - høyrestogo	8
· Sansetun 3 - sjåtrøe	9
· Sansetun 4 – følebue og den magiske låven	10
· Sansetun 5 – luftefjøset	10
Deltagende kjøkken	11
Nasjonalparksenter for Langsua nasjonalpark	11
3. Marked, målgrupper og markedsplan	12
Nasjonalt stølssenter	12
Kompetansesenter	13
Sanseparken	13
Deltakende kjøkken	15
Nasjonalparksenter for Langsua nasjonalpark	16
4. Økonomi og finansiering	16
Konklusjon og veien videre	18
5. Vedlegg	21

1. Innledning og bakgrunnsinformasjon

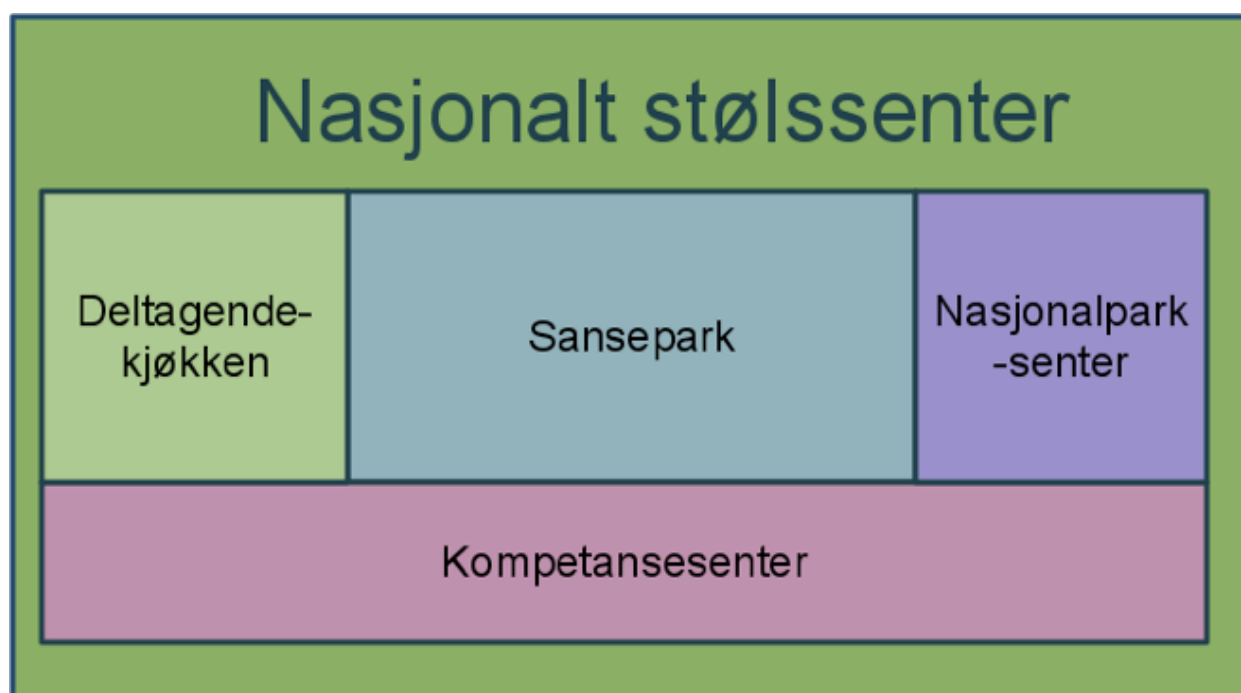
Øystre Slidre kommune har tatt initiativ til dette forprosjektet utført av Kjell Berge Melbybråten og Inger Toril Breien Johansen på tampen av 2010. Vi har arbeidet fram en beskrivelse av hvordan vi mener et Nasjonalt Stølssenter på Beitostølen bør være og hva det bør inneholde, samt en handlingsplan fra mot målet om å etablere dette senteret. Vi gikk gjennom tidligere arbeid før vi startet en kreativ prosess der målet var å komme med flest mulig ideer. Videre har vi samtalet med en rekke aktører (Vedlegg 4) som har vært involvert i prosessen tidligere og/eller bør inkluderes videre. Innspill vi fikk under disse samtalene har påvirket og lagt føringer for det videre arbeidet med produktet. Vårt forslag til videre arbeid er at det settes ned en arbeidsgruppe og ansettes en prosjektleder som får ansvaret for å drive prosjektet videre og følge opp handlingsplanen slik at Nasjonalt Stølssenter blir en realitet.

Utvidelsen av Langsua nasjonalpark inngår i et enda større verneplanområde som også omfatter naturreservater og landskapsvernområder. Selv om de endelige grensene ikke er fastsatt vil det føre til at arealer i Øystre Slidre innlemmes i verneplanområdet og at Beitostølen blir liggende i utkanten/randsonen av de nye vernegrensene. Området har svært store naturverdier og den aktive stølsbruken er et viktig bidrag til landskapsopplevelsen der stølsmiljøet i alpin sone utgjør det ypperste og mest enestående (Oppsummering av høring og tilrådning om vern fra Fylkesmannen i Oppland 2010). I den sammenheng kan det være aktuelt å søke om konsesjon om å inkludere et nasjonalparksenter for Langsua nasjonalpark i stølssenteret på Beitostølen. Beliggenhet, tema, kompetanse og lokaler vil være gjensidig interessant og det vil være mulig å kombinere disse funksjonene på en veldig god måte.

2. Produkt og innhold

Vi ser for oss at Nasjonalt Stølssenter skal være bygd opp av fire grunnelementer (figur 1). Fundamentet bør være et kompetansesenter som fungerer som nav og møteplass for alle med interesse for stølsdrift. Denne delen skal være en kunnskapssamling om alle tenkelige aspekter ved stølsdrift og fungere som drivkraft for utvikling av framtidsretta landbruk i stølslandskapet, samt formidle inspirerende informasjon slik at

de besøkende ledes til å oppsøke autentiske stølsopplevelser utenfor senteret. Hovedattraksjonen skal være en sansepark som fungerer som arena for opplevelse og deltagende læring der de besøkende får økt forståelse for historie, verdier, natur og kultur knyttet til stølslivet i Norge gjennom spennende aktiviteter. Senteret bør også inneholde et deltagende kjøkken der det kan tilbys kurs og aktiviteter knyttet til matkultur basert på stølsområdets ressurser generelt og ysting spesielt. Senteret kan dessuten fungere som et nasjonalparksenter for Langsua nasjonalpark når/dersom vernebestemmelser, grenser og konsesjon kommer på plass.



Figur 1. Stølssenterets fire grunnelementer

Kompetansesenter for stølsdrift i Norge

Senterets innhold og aktivitet må være tuftet på kompetanse om alle stølsrelaterte emner. Senteret bør derfor ha en person ansatt som kan fungere som drivkraft på dette området og bygge gode nettverk med andre som jobber med og har kunnskap om feltet. Senteret bør være en naturlig møteplass for alle med interesse for støl der det arrangeres kurs, møter og seminarer slik at nye problemstillinger settes på dagsorden og diskuteres. Det er viktig at senteret dokumenterer og formidler historie og nåtid, men

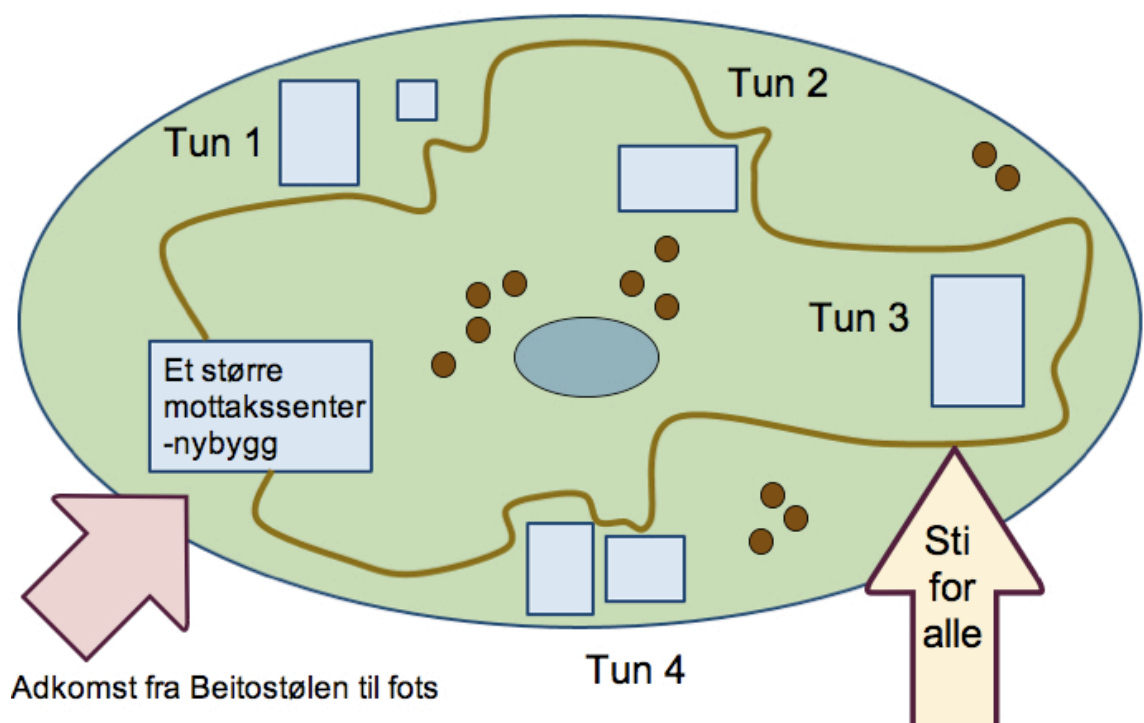
uten et framtidsretta fokus vil landbruket gradvis trekke seg ut av fjellet og stølinga står i fare for å dø ut. Senteret bør derfor ha en visjon om å utvikle og forsterke bruken av fjellet og stølskulturen i Norge.

Hanne Sickel, Ulf Ullring og Kristin Daugstad fra Bioforsk Løken ble intervjuet helt på slutten av dette forprosjektet og de kom med innspill på at det bør være en solid næringsvirksomhet med en god forretningside som grunnlag i senteret. Det mangler en næringskjede for stølsmelk og det burde vært et ysteri som foredler den unike stølsmelka. Dette ysteriet bør produsere produkter av melk fra "alle" stølene i Valdres og være et supplement til andre stølsopplevelser. Ysteriet bør være et utstillingsvindu der besøkende kan se prosessen og selv delta som ledd i kurs og undervisningsopplegg. Siden stølsmelka kun er tilgjengelig om sommeren vil ysteriet og kompetansen hos personalet kunne brukes til undervisning og kurs utenfor produksjonssesongen. Det er dessuten mulig å tilby opplevelser / kortkurs i f.eks brunostkoking sommerstid i et av de gamle bygningene i sanseparken. Ysting som attraksjon og aktivitet finnes ikke i større omfang i dag og det er stor sannsynlighet for at dette kan bli et populært tilbud. Det er viktig å ha en god dialog med TINE slik at leverandører av stølsmelk ikke oppfattes som samvirkesvikere... Organiseringa av Rørosmeieriet bør studeres og TINE må oppfordres til å engasjere seg. Målet er å selge et produkt som gir merpris på stølsmelka og samtidig gjøre produksjonen til en del av en attraksjon. FOU-sjef i TINE, Johanne Brendhaug bør kontaktes siden hun ivrer for det såkalte "Valdressporet" (forskningsprosjekt der kvaliteter ved stølsmelk fra Valdres ble analysert). Eksempler på personer som bør kontaktes og utnyttes som ressurspersoner: Fjellbygda Beito ved for eksempel styremedlem Elisabeth Melby, Norsk Gardsost ved ysteteknolog Pascale Baudonall, stølsvert, ystekursholder og budeie Berit Rognås, Yvonne T. Kristensen ystekursholder i Vestre Slidre og Anny og Geir Harald Fodnes ved Strandmo stølsysteri i Nord Aurdal.

Sanseparken

Vi mener senterets attraksjon bør være en sansepark bestående av et større nybygg i kombinasjon med flere bygninger/tun bestående av autentiske stølsbygninger fra ulike

områder og epoker plassert rundt på området (figur 2). Nybygget skal være et betjent mottakssenter med fast utstilling, servering og møtelokaler. De øvrige bygningene/tunene beskrives nærmere under og skal kunne åpnes etter behov i forbindelse med aktiviteter og opplevelser knyttet til de resterende sansene; høre, lukte, se, føle. Vi tenker at en allment tilrettelagt sti skal føre de besøkende rundt i parken slik at de kan oppleve landskapet, se nærmere på de autentiske stølsbygningene og hilse på dyrene sommerstid. Turen bør være en opplevelse i seg selv krydret med overraskelser i de ulike tunene.



Figur 2. Idèskisse over sanseparken

På stølen er det en selvfølge at det er dyr. Dette vil besøkende forvente og stølsparken må derfor ha levende dyr - helst hele året og i hvert fall på sommeren. At det er dyr på stølen om sommeren vet alle, men enkelte plasser hadde de til og med dyr på stølen om vinteren for å utnytte stølsfôret på plassen. Om sommeren bør dyra gå ute med tilgang på forskriftsmessig ly og antallet må selvfølgelig være tilpasset arealet. I vintersesongen mener vi dyra bør innlosjeres i et autentisk stølsfjøs som er tilpasset dagens krav. Det er viktig at besøkende får kontakt og en god opplevelse med dyra i

trygge omgivelser og det er en selvfølge at dyra har det bra, at de er rene og friske. Vi mener at dyra skal representere gamle norske husdyrraser siden de underbygger profilen samtidig som de er små og krever mindre plass og fôr. Dyrene vil i hovedsak være der fordi de er en del av opplevelsen og de vil nok gi beskjedne inntekter i form av produksjon. Målet kan være at dyreholdet skal finansiere seg selv, men om det viser seg å være umulig bør senteret likevel ta denne kostnaden nettopp fordi folk vil forvente at det er dyr på stølen og bli skuffet om de ikke finner det. Det er utfordringer knyttet til dyrehold og man bør hente erfaringer fra de som har dette som en tilleggsattraksjon f.eks. Valdres folkemuseum, Hunderfossen og Maihaugen.

Vi vil gi de besøkende en opplevelse av å gå på stølen og målet er å gjøre stinettet så tilgjengelig at det blir enkelt og naturlig å ankomme senteret til fots via en trasè fra Beitostølen. For at dette skal fungere mener vi at stien fra alpinparkeringa rustes opp og legges om slik at den blir tilgjengelig med rullestol/barnevogn. Veggen/stien som går forbi Hovihytter bør skiltes og rustes opp uten å ødelegge det naturlige preget. Vandringer bør gjøres til en del av opplevinga fylt med små atraksjoner og miljø knyttet opp mot produktet med for eksempel ein smakebit av sanseopplevinga. Liastølen og turistinformasjonen bør være stølsenterets ansikt utad i Beitostølen sentrum og det er viktig med god skilting fra dem mot parkeringen. Vi foreslår at det samarbeides med skiheisen om parkering slik at besøkende kan sette igjen bilen og gå den lille turen opp til selve senteret. Man kan også vurdere en tilbringerheis «Hagasetheisen» og/eller «Ola Ekspressen» slik at det blir enkelt å ankomme med ski på beina.

Det kan være flere som har behov for å benytte kjøretøy for å komme fram og det skal være adkomst og parkering for personbil. Veggen øst for Bredalstølen er en mulig adkomst med bil og parkering blir dermed øst for senteret ved vannstasjonen. Kanskje kan f.eks. Sælshagane gråtasforening også bistå med transport. Det må vurderes om veggen og parkeringen der oppe i tillegg skal tilrettelegges for buss. Med tanke på rullestolbrukere fra spesielt Beitostølen helsesportssenter bør det være mulig å nå stølssenteret på egenhånd også i rullestol.

- **Mottakssenter - hovedbygget - smakstunet**



Smakssansen bør knyttes til kaféen med servering av mat som smaker av støl. Det bør i størst mulig grad tilbys lokale produkter tilknyttet tradisjonell konservering fra stølen. Dette kan f.eks. være vassgraut, ferske rundstykker eller brød med stølssmør, hjemmekokt brunost, pultost eller spekepølse. I tilknytning til denne serveringen bør det etableres et utsalg som tilbyr lokalmat, lokalt håndverk, bøker som underbygger senterets profil og andre "souvernirer". Vinterstid vil senterets beliggenhet (der det er planlagt i dag) gjøre det mulig å benytte serveringen som en slags skistue. Serveringen bør plasseres slik at det er enkelt å ankomme med ski fra både skiløyper og alpintanlegg.

- **Sansetun 2 - høyrestogo**



Dette skal inneholde et rom der man kan komme inn for å høre på stillheten og andre stølslyder. Det skal være mulig å åpne bygget slik at besøkende på egenhånd kan komme inn å høre på en "lydcollage" sammensatt av ulike lyder vi forbinder med stølen; stillhet, dyr, kulokk, bjelle, historiefortelling, melkemaskin, vedfyring, folkemusikk, vær osv. Rommet skal også kunne brukes som arena for framføring av levende lyd. Under samtalene vi har gjennomført er det uttrykt et behov for et konsertlokale på Beitostølen og det er en mulighet at dette rommet kan fylle det behovet evt i kombinasjon med et amfi med overbygg.

- **Sansetun 3 - sjåtrøe**

Her skal de besøkende få se en utstilling av bilder fra kulturlandskap, kulturmiljø og fjell, forskjellige verktøy, redskap, tradisjonelt håndarbeid og håndtverk. Det er også spennende å se for seg at dette bygget skal kunne brukes som arena for kunstutstillinger med mer kontemporært uttrykk. Sjåtrøe må være slik plassert at det er mulig å nyte utsikten fra stølssenteret med tildømes fastmonterte kikkerter eller ei skive som beskriver hva du ser rundt deg.



- **Sansetun 4 – følebue og den magiske låven**

Vi ønsker i dette tunet å formidle følelsen av støl; frihet, lek, oppdagertrang, overtro, mystikk, ro og fred, gjenkjennelse. Det kan utformes som en opplevelsessti for med forskjellige utfordringer og oppgaver eller som en magisk vandring i haugafolkets verden. Denne stølsfølelsen kan skapes ved å tilrettelegg for hopping i høyet, sklie, klatre-/buldrevegg og andre spennende aktiviteter inne. Utenfor ser vi for oss et større klatretårn i stein som kan dekket med is vinterstid og dermed være et utfordrende tilbud i klatring og isklatring for ungdom og voksne. Klatreinstallasjonene bør utformes i samarbeid med Beitostølen skiskole og tilknyttes deres klatrekurs. Den magiske låven og aktivitetstilbudene tilknyttet denne må være bygget opp av naturlige materialer og stå i stil med resten av miljøet. Man kan også se for seg en utstilling med forskjellige overflater som skal utforskes med hendene. Stikkord her er mjuke dyr, varm mjølk, kald stein, stikkende høy, slitt tre, glatt smør osv.

- **Sansetun 5 – luftefjøset**

I dette tunet skal man kunne lukte dyr, fôr, melkeprodukter, flora, natur osv. Vi bruker luktesansen mer aktivt hvis vi blir frarøvet en av de andre sansene og i den sammenheng er det aktuelt å utforme en slik "utstilling" i samarbeid med f.eks. blindeforbundet. Et utfall av et slikt samarbeid kan være en luktevandring med bind for øynene, der målet er å identifisere de ulike luktene. Det er flere anlegg for

tjærebrekking i området rundt Beitostølen og det er kanskje en mulighet å restaurere/bygge en ny slik at gjester kan være med på en slik aktivitet. Dette tunet bør planlegges og bygges opp på sikt.

Deltagende kjøkken

Vi mener også at senteret skal inneholde et deltagende kjøkken tilknyttet nybygget og smaksprofilen der. Bakgrunnen for at vi mener at senteret bør inneholde dette er at ysting er definert som et immaterielt kulturminne fra Valdres og stølen er spesielt knyttet til ysting siden kyrne oftest kalva om våren tidligere og dermed hadde mye melk om sommeren. En av budeienes viktigste oppgaver var å konservere denne melka på en slik måte at gårdsfolket hadde melkeprodukter videre utover høsten og vinteren. Det er viktig å holde kunnskap om denne arven i live og kjøkkenet skal tilpasses skoleklasser og andre grupper som ønsker kunnskap om ysting på forskjellig nivå. Kjøkkenet skal også kunne tilby kurs i ulike metoder for konservering av mat for forskjellige målgrupper. Disse kursene bør arrangeres både i samarbeid med lokale ressurser knyttet til mattradisjon fra Valdres og mer profilerte kokker utenfra. Tema og målgrupper for slike kurs kan eksempelvis være; kinne smør med skoleklasser, koke brunost med familier på sommerferie, fiske og legge rakfisk for guttegjengene, lage pultost med jentegjengen, ostekurs for bygdekvinnelaget, samt kurs rettet mot kokker som interesserer seg spesielt for tradisjonskost. Her er det bare fantasien som setter grenser og samarbeidspartnere bør identifiseres slik at de kan komme med innspill på hvordan et slikt kjøkken bør utformes tidlig i prosessen. Sogn Jord- og hagebruksskole arrangere kurs i ysting i samarbeid med ysteteknolog Pascale Baudonell som er matkontakt i Kompetansenavet Vest. De bør kontaktes for erfaringsutveksling. På samme måte må mattilsynet inkluderes i planleggingen slik at det legges til rette for minst mulig konflikt.

Nasjonalparksenter for Langsua nasjonalpark

Et nasjonalparksenter må formidle verneverdiene i verneplanområdet og inspirere besøkende til å benytte seg av dette på en hensynsfull måte. Informasjon om spesielle landskap, botanikk, fauna, historie, kulturminner osv må gjøres tilgjengelig og man skal kunne få turforslag og annen praktisk informasjon. Det bør være en person som

arbeider med forvaltning og har inngående kunnskap om ulike aspekter ved nasjonalparken. Senterets faste utstilling må tilpasses funksjonen som nasjonalparksenter om dette blir aktuelt og utsalget i forbindelse med serveringen bør f.eks. tilby aktuelle kart og bøker. Det vil være en gjensidig styrke med en slik samlokalisering både med tanke på innhold, målgruppe, markedsføring, faglig styrke og sosialt felleskap for de ansatte.

Utvidelsen av Langsua nasjonalpark inngår i et enda større verneplanområde som også omfatter naturreservater og landskapsvernområder. Selv om de endelige grensene ikke er fastsatt vil det føre til at arealer i Øystre Slidre innlemmes i verneplanområdet og at Beitostølen blir liggende i utkanten/randsonen av de nye vernegrensene. Området har svært store naturverdier og den aktive stølsbruken er et viktig bidrag til landskapsopplevelsen der stølsmiljøet i alpin sone utgjør det ypperste og mest enestående (Oppsummering av høring og tilrådning om vern fra Fylkesmannen i Oppland 2010). I den sammenheng er det aktuelt å innlemme et nasjonalparksenter for Langsua nasjonalpark i stølssenteret på Beitostølen. Beliggenhet, tema, kompetanse og lokaler vil være gjensidig interessant og det vil være mulig å kombinere disse funksjonene på en veldig god måte.

3. Marked, målgrupper og markedsplan

Nasjonalt stølssenter

Vi retter oss i hovedsak mot et norsk publikum og 77% av de som besøker Beitostølen i dag er nordmenn (opplyst under intervju). Naturopplevelse er viktigste argument for valg av reisemål for nordmenn som planlegger innenlands ferie

(http://www.innovasjon Norge.no/Reiseliv_fs/Markedsundersokelse_2007.pdf). I følge Statistisk Sentralbyrå bruker nordmenn i hovedsak personbil som fremkomstmiddel på innenlandsferie og i den sammenheng tror vi det er viktig å markedsføre senteret som en del av nasjonal turistveg over Valdresflya. Senteret bør også markedsføres som en attraksjon som del av en pakke i samarbeid med andre tilbydere langs denne ruten og knyttet til andre rund-/reiser. Målet er å tiltrekke flere besøkende enn i dag og vi tror absolutt utenlandske turister også vil ha stor glede av et slikt senter. Vi mener at

innholdet på et slikt senter vil formidle noe av det særnorske og være særlig interessant for utenlandske turister og informasjon skal derfor formidles på engelsk, tysk og fransk i tillegg slik at målgruppen kan utvides dersom markedsføringen rettes mot dem. Noe av problemet med denne målgruppen er at Norge driver massiv markedsføring av kysten og middnattssola, så det har vist seg å være vanskelig å lokke dem innover i landet. Men det er ikke umulig og dette senteret vil være med på å gjøre innlandet og fjellregionene enda mer attraktiv. Markedsføring rettet mot f.eks. tilbydere av rundreiser med buss kan være en mulighet. Bobilturistene er dessuten en viktig gruppe som man vet er interessert i å oppleve det unike og særnorske. Samarbeid med Valdres destinasjon, Beitostølen Resort, Valdres Natur- og kulturpark, Innovasjon Norge m.fl. er viktig både nasjonalt og internasjonalt for å nå fram med markedsføringen. Det å knytte stølsenteret opp mot ein større næringslivsaktør slik som TINE og/eller Nortura vil kunne være nyttig i forhold til markedsføringa også. De bør bli utfordret slik at de tilbyr utvalgte stølsprodukter med utgangspunkt i ressurser fra fjellbeite og stølslandskap. Klarer man å få med disse på laget vil de være interesserte i å profilere engasjementet sitt og dermed være interessert i synergieffekten av felles kampanjer.

Kompetansesenter

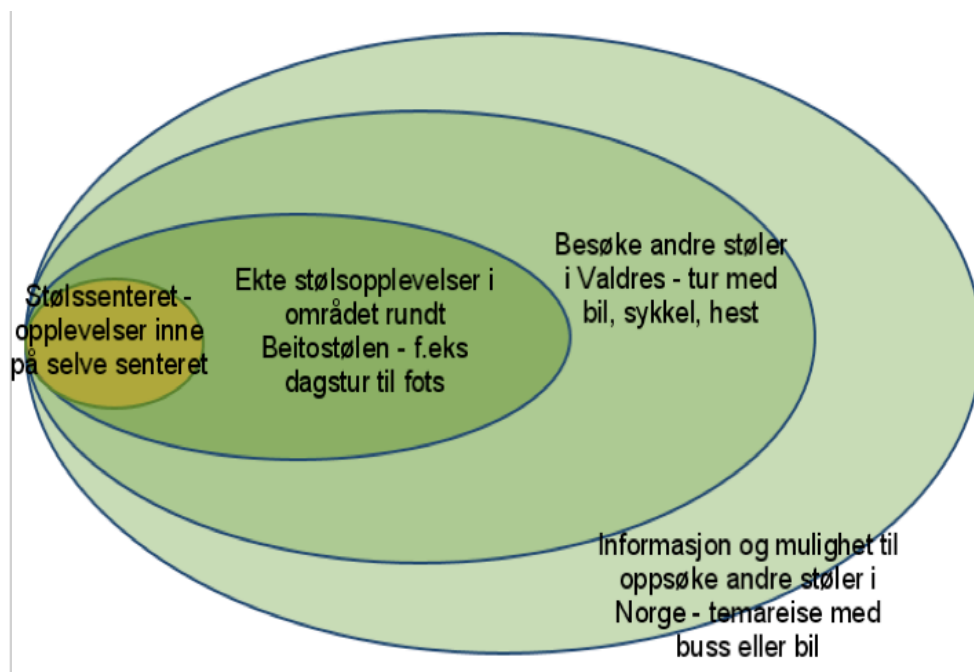
Kompetansesenteret vil være stammen i senteret og gi grunnlag for senterets aktivitet, innhold og profil. Det vil rette seg mot alle med interesse for å lære mer om stølsliv og – drift, inkludert privatpersoner, skolegrupper, offentlig ansatte, landbruksnæringa med deres organisasjoner og bedrifter m.fl. Personen(e) som jobber her må være opptatt av samarbeid og oppsøke aktuelle samarbeidsparter slik at senteret kan tilby interessante kurs og seminarer. Kompetansesenteret skal også tilby et undervisningsopplegg i tilknytning til sanseparken og det deltakende kjøkkenet rettet mot skoleklasser og andre grupper.

Sanseparken

Sanseparken er et reiselivsprodukt og målgruppen vil i hovedsak være ferierende familier. Målet er å lage et sted der barna trives, opplever og lærer. Gir vi samtidig foreldrene og besteforeldrene inspirerende informasjon og ny innsikt er det store

muligheter for at de er fornøyd med produktet, anbefaler det for andre og kommer tilbake selv. Det avgjørende er likevel at de får kjennskap til senteret på en slik måte at de ikke kan la være å besøke det. I den sammenheng mener vi det er riktig å bruke midler på å skape en verden med karakterer fra stølshistorie og mystikk i samarbeid med historielag, mållag, illustratør og en god forfatter. Dette bør føre fram til en historie som kan gis ut som bok og gjerne lages barne-tv av. Ideen bør lanseres for forlag og NRK eller andre produksjonsselskap slik at de kan være med på denne prosessen. Det er mange eksempler på at dette er veien å gå; Hunderfossen har folkeeventyrene, Langedrag har TV-serien, Stiklestad har Heilage Olav, Jørundgård har Kristin Lavransdatter, Dyreparken i Kristiansand har vært veldig flinke på dette området og har både Kardemumme-by, Kaptein Sabeltann og Julius.

Den lille gåturen opp til stølsparken vil gjøre det mulig å profilere senteret også som et turmål. Spesielt for familier med små barn vil turen fra sentrum, hytta eller hotellet by på litt utfordring i seg selv og senteret bør utnytte dette i markedsføringen. Senteret er også et fint turmål for de som vandrer, sykler, rir eller går på ski i fjellet og DNT kan være en interessant samarbeidspartner med tanke på å profileringen. I senterets nærområde finner vi dessuten flere registrerte fornminner og disse kan fungere som utgangspunkt for historiske vandringer. Vi ønsker at senteret skal fungere som et nav og inspirere de besøkende til å aktivt oppsøke autentiske stølsopplevelse i Norge (figur 3). Det skal informeres om "alle" som tilbyr stølsopplevelser og besøkende må få forslag om rundreiser og turer avhengig om de eksempelvis ønsker en dagstur til fots, familieferie på sykkel eller temareise med buss. Geocaching er en form for skattejakt med GPS (<http://www.opencaching.se/>) og dette er en fin måte å informere og oppmuntre besøkende til å oppsøke støllopplevelser i hele Norge.



Figur 3. Stølscenteret som nav for å oppsøke autentiske stølsopplevelser

Deltakende kjøkken

Det deltakende kjøkkenet bør rette seg mot flere markedssegmenter avhengig av hvilke aktiviteter og kurs som arrangeres der. Disse bør tilpasses sesong, skreddersys målgruppen og markedsføres i egnede kanaler. Det kan arrangeres kurs i forkant av jakt sesongen som annonseres i blad som Jakt og fiske der man tilbyr guttegjengens kunnskap om konservering av byttet. Eller kurs som annonseres i Familie og Barn for familier der de får være med å koke brunost i sommerferien. Kursene bør ha som mål å trekke folk til senteret og til Beitostølen til tider det er mindre aktivitet enn ellers, samt å skape aktivitet og publisitet. Det bør også være mulig for skoleklasser og andre grupper å bestille kurs ut fra en liste til tider som passer dem. Her er det viktig å finne gode og pålitelige samarbeidspartnere både lokalt, regionalt og nasjonalt. Målet er å utforme kjøkkenet på en slik måte at det blir attraktivt som kurslokale og kan gi senteret leieinntekter i tillegg til egen kursvirksomhet.

Nasjonalparksenter for Langsua nasjonalpark

Nasjonalparksenteret bør markedsføres mot friluftsglade nordmenn generelt og rettes for eksempel mot medlemmer av DNT, syklistorganisasjoner, studenter, akademikere, hyttefolk og lignende spesielt. Det bør samarbeides med evt andre nasjonalparksentre i andre deler av området slik at man kan foreslå turer, overnatting, servering og aktiviteter på kryss og tvers i parken. Er det mulig å få Lars Monsen, Arve Nævra, Arne Hjeltne eller andre profilerte friluftsmennesker til å lage et program eller en reportasje om Langsua nasjonalpark vil det gi oppmerksomhet og bety mye for markedsføringen. For mange er en nasjonalpark et kvalitetsstempel som garanterer vakker og relativt uberørt natur. Spesielt utenlandske turister vil kunne tiltrekkes av dette og vi mener det bør brukes som lokkemiddel. Guidede turer og tilrettelagte opplegg kan være nødvendig for at flere av dem skal "tørre" ta i bruk parken, samtidig som dette er en måte å få dem til å legge igjen penger lokalt.

4. Økonomi og finansiering

Det er en målsetting at senteret skal være økonomisk bærekraftig både med tanke på etablering og drift. Det har dessverre vist seg å være vanskelig på flere liknende sentre og vi mener det er avgjørende å ha flere bein å stå på slik at lokaler og ansatte utnyttes best mulig. Det er også derfor vi foreslår at senterets ulike deler skal rette seg mot forskjellige målgrupper og skape aktivitet da ferietrafikken er mindre. Når rammene er klarere definert bør man i det videre arbeidet utarbeides grundigere estimer og budsjetter. I forbindelse med bedriftssammenligningene vi utførte i starten av prosjektet lagde vi en budsjettsskisse (tabell 1). Det er vanskelig å vite hvor mange som vil komme til å besøke et slikt senter så vi har derfor laget et pessimistisk, et nøytralt og et optimistisk scenario. Vi har også laget en oversikt over mulige inntektskilder og utgiftsposter uten å gå i dybden på økonomiske størrelser. Om senteret vil kunne få noen form for offentlig eller privat støtte vites ikke pr i dag, men vi har laget en oversikt over aktuelle støtteordninger som det bør omsøkes videre i prosessen (vedlegg 1).

Bedriftssammenlikning/ budsjett skisser

Vi har sett på budsjett sammenligninger for å se på hva som er realistisk i forhold til å skape økonomi, og hva vi kan forente av bygningsmasse, og er dannet på bakgrunn av kvalifisert synsing

RESULTATREGNSKAP

	Snitt	BREHEIMSENTERET AS	NORSK FJORDSENTER AS	SOMAGÅRD AS	VALDRESMUSEA AS	ISFOLKET AS
Sum driftsinntekter	4 501	3 042	4 988	5 473	11 837	3 101
Lønnskostnader	1 477	1 041	997	2 393	7 888	1 878
Sum driftskostnader	3 382	2 736	3 254	4 156	11 918	3 146
Driftsresultat	1 119	306	1 734	1 317	- 81	- 45
Netto finans	- 319	- 163	- 770	- 25	45	0
Ordinært resultat før skattekostnad	800	143	964	1 292	- 36	- 45

BALANSEREGNSKAP

	Snitt	BREHEIMSENTERET AS	NORSK FJORDSENTER AS	SOMAGÅRD AS	VALDRESMUSEA AS	ISFOLKET AS
Sum omløpsmidler	1 822	1 077	1 842	2 548	1 812	39
Sum gjeld	5 042	1 544	11 182	2 401	2 082	96
Sum egenkapital og gjeld	7 554	2 345	15 848	4 468	2 082	96

LØNNSOMHETSANALYSE

	Snitt	BREHEIMSENTERET AS	NORSK FJORDSENTER AS	SOMAGÅRD AS	VALDRESMUSEA AS	ISFOLKET AS
Lønnsomhet (Totalkap. rentabilitet i %)	19,5	12,7	10,2	35,7	- 1,7	- 17,7
Resultat av driften i %	23,0	10,1	34,8	24,1	- 0,7	- 1,5
Bruttofortjeneste i %	78	70	71	93	78	96
Egenkapital rentabilitet før skatt i %	46	18	40	80	- 8	- 57
Egenkapital rentabilitet etter skatt i %	27	15	40	57	- 8	- 57

Arlig snitt budsjett

ESTIMERT BUDSJETT PESSIMISTISK	ESTIMERT BUDSJETT STØLSSENTER	ESTIMERT BUDSJETT NØYTRAL	ESTIMERT BUDSJETT OPTIMIST
3600	4500	5400	
1200	1500	1800	
2800	3500	4200	
800	1000	1200	
-350	-350	-350	
450	650	850	
1800	1800	1800	
5000	5000	5000	
7500	7500	7500	
6	8,67	11,33	
12,5	14,44	15,74	
0,14	0,11	0,09	
18	26	34	
17,99	25,99	33,99	

Break Even (Nullpunkt omsetning)

2250

Forsatt FK 2000'

Tabell 1. Bedriftssammenligning og budsjettsskisser

Inntektskilder

Inngangspenger

Omvisning

Aktiviteter på sansestølen

Undervisningsopplegg for skoleklasser

Film

Servering

Salg i senterbutikken

Geocaching

Arrangement

Konsert

Teater

Fortellerstund

Guidet vandring

Kurs arrangert av kompetansesenteret

Kurs i det deltagende kjøkkenet

Utleie av lokaler til kurs, seminarer og annet

Reklame/sponsing
Utleie av lokaler og kompetanse
Provisjoner

Utgiftsposter

Lønnsutgifter
Varelager
Utstillingsmateriell
Undervisningsmateriell
Drift av bygningsmasse
Etableringsutgifter

Aktuelle økonomiske samarbeidspartnere

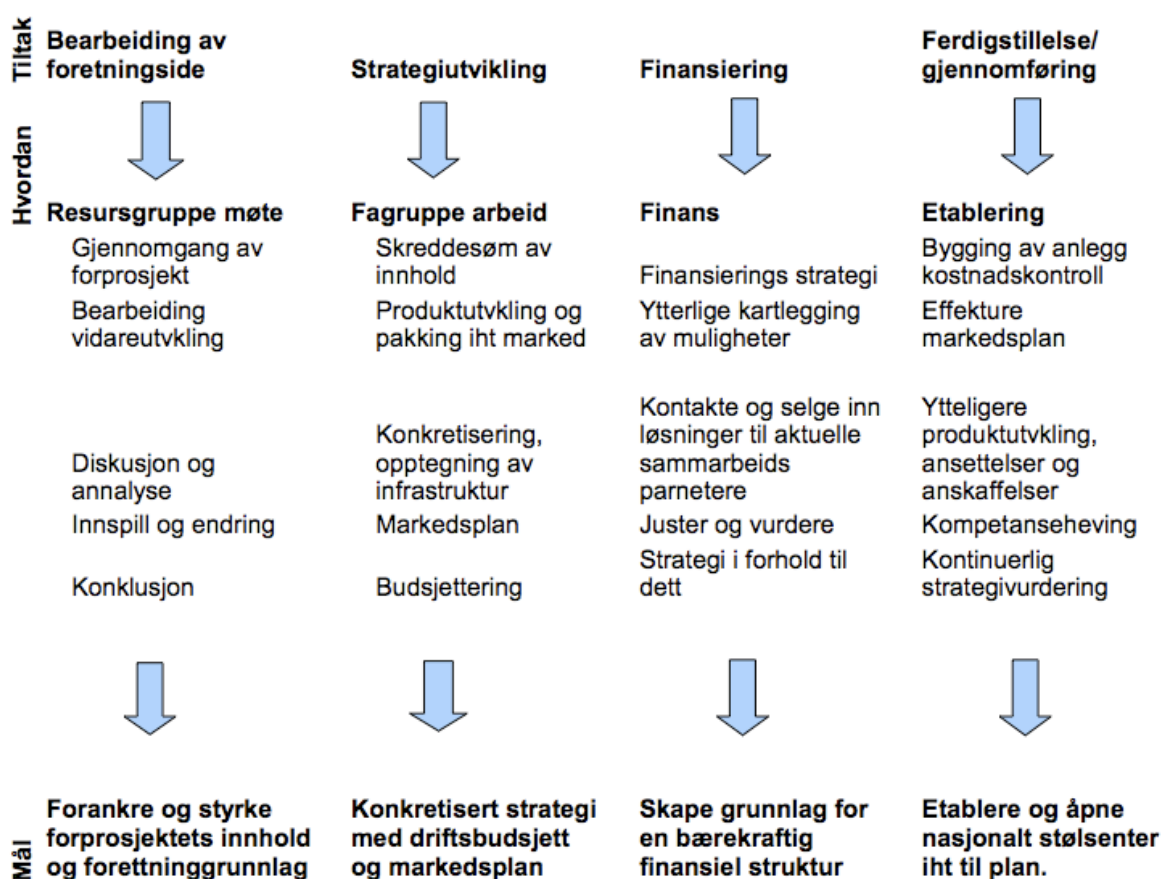
Øystre Slidre kommune
Bank
Private investorer
Reiselivsnæringa på Beitostølen
Landbruksorganisasjoner
Landbrukets samvirkebedrifter: TINE, Nortura, Geno, Felleskjøpet m.m.
Lokale foredlere
VNK
Støtte- og etableringsordninger
Fylkeskommunen

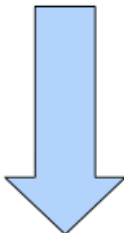
Budsjetter og finansiering må det jobbes grundigere med i det videre arbeidet. Vi ser for oss at man må involvere større selskap slik som TINE og Nortura for å få disse med på et samarbeid, men at ein må har eit mer ferdig produkt før ideen lanseres for dei. Vi må heller ikke glemme at dette senteret vil være med på å gjøre Beitostølen til en mer attraktiv destinasjon og slik gi positive økonomiske ringvirkninger for tilbyderne der. Vi sitter igjen med et inntrykk av at noen av reiselivsaktørene på Beitostølen er interessert i å bidra økonomisk, og at de ser på et stølssenter som et svært positivt bidrag til det Beitostølen som reisemål kan tilby i dag. I kombinasjon med moglege offentlege støtteordningar meiner vi det er realistisk å kunne reise tilstrekkeleg kapital til prosjektet.

5. Konklusjon og veien videre

Vi mener dette er et godt prosjekt med potensiale for å lykkes. Det er fortsatt mange spørsmål som krever vurdering og vi ser det naudsynt å tilsette ein dagleg leiar/prosjekt leiar i minimum halv stilling om stølssenteret skal bli etablert. Denne personen må ha gode kunnskaper inna sal og marknadsføring for å kunne selje inn prosjektet til andre

aktørar og samarbeidspartnarar. Det må dessutan etablerast ei arbeidsgruppe, samt faggrupper inna ulike felt (vedlegg 4), for slik kunne konkretisere produktet ytterlegare, utarbeide marknadsplanar og budsjett (sjå tidligare omtale). Videre viser vi skjemaene for arbeidet framover. Først en skjematisk handlingsplan, så en mer detaljert plan inndelt etter måned, delmål og ansvar.



TiD	Hva, hvordan?	Delmål	Ansvar
2010			
januar	Oppstart utviklingsfase Anskaffe midler til utviklingsfase, skaffe prosjektleder i 50% stilling		KUN
februar	Resursgruppe møte: Gjennomgang av forprosjekt, ressursgruppa kommer med sine umiddelbare tilbakemeldinger, og får utfordringen i å gi innspill innen utgangen av februar	Bestmulig inkludering, «alle gode tanker og ideer på bordet»	Prosjektleder, ressursgruppe iht liste, og KUN nemda
mars	Innspill og endring. ressursgruppa gir tilbakemelding, prosjektleder utarbeider nytt forslag med endringer. Konkluderer; Prosjektleder, systematiserer og vektet dei ulike innspela. Resursgruppa tek stilling til om det skal søkes status som nasjonalparksenter	Forankre og styrke forprosjektets innhold og foretninggrunnlag	Prosjektleder
april	Faggruppe arbeid Skreddesøm av innhold Produktutvikling og pakking iht marked: hva skal produktet inneholde? hvilke pakker skal tilbys hvilke kunder? Hva kreves av kompetanse og materiell for det enkelte delprodukt? Hvilket DB genererer det enkelte delprodukt?	Produktbetrivelser som sikrer kvalitet i alle ledd. Utarbeide tegninger og budsjettering av infratraktur	Prosjektleder, faggrupper for sansepark, deltagendekjøkken, kompetansesenter, nasjonalparksenter, arkitekt eller ressurs i kommunen
mai	Markedsplan; utarbeide detaljeutkast for markedsplan, oppsamling og systematisering av faggruppearbeidressursgruppemøte, med oppdatering på status og tilbakemelding på denne. Skape ei historie knyttet opp mot senteret ref forprosjekt	Ferdig utkast markedsplan, konkretiserte og kvalitetsikrede produkter	Prosjektleder, resurs og faggrupper
juni	Organisering, planlegging av eierstruktur Budsjettering, finansstrategi. Utarbeiding av finanstrategi, og kartlegging av aktuelle sammabedispartnere. Ta kontakt med disse.	Konkretisert strategi med driftsbudsjett og markedsplan, avtalt med møte angående finansiering	Prosjektleder
juli			
august	Finasiering: Kontakte og selge inn løsninger til aktuelle samarbeids partnere, Juster og vurderer Strategi i forhold til dette	Bærekraftig finansiell struktur, «minst en stor aktør med på laget»	
september	Ferdigstillelse/ gjennomføring, oppstart anleggperiode; Bygging av anlegg kostnadskontroll, Effektive markedsplan, Ytteligere produktutvikling, ansettelser og anskaffelser, Kompetanseheving, Kontinuerlig strategivurdering, oppbygging av adkomstveier og opplevingar i og utanfor senteret	Lage en plan for ferdigstilling, kvalitetsikre produktenene, anbudsinnhenting m.m.	Prosjektleder med flere
november		Gjennomføre en god utbygging iht budsjett og tidsplan, lage en god utbyggingplan	Prosjektleder med flere
desember			
2011			
januar			
februar			
mars			
april			
mai			
juni			
juli			
	Etablere og åpne nasjonalt stølsenter iht til plan.		

6. Vedlegg

1. Finansieringsordning
2. Policy og retningslinjer for miljøforvaltningens samarbeid med nasjonalparksentrene
3. Handlingsplan
4. Aktører til arbeidsgruppe
5. Oppsummering fra intervjuene
6. Markedsundersøkelse fra Innovasjon Norge
7. Sykkelturisme i eit kulturøkonomisk perspektiv, Telemarksforskning
8. Oppsummering fra Fylkesmannen i Oppland ang. Langsua nasjonalpark
9. Bedriftsanalyse
10. Reiselivet i Valdres og innlandet, kap.7 i NIBR-rapport
11. Presentasjon samtaler