

Masterplan for Beitostølen – Raudalen

Strategisk plan for reisemålet

Beitostølen oktober 2001
Prosjektleder Jo Audun Øverby

1 Samandrag

Masterplan for Beitostølen – Raudalen er reiselivsnæringa sin langsiktige strategiske plan for å utvikle reisemålet. Planen er laga i eit nært samarbeid mellom reiselivsnæringa, Øystre Slidre og Vang kommune, grunneigarrepresentantar, Øystre Slidre idrettslag og ein representant for lokalbefolkninga og SND.

Målet er at utviklinga skal gje:

- fornøgde gjestar
- lønnsamme foretak i reiselivsnæringa og tilknytt verksemd
- berekraftig utvikling – det vil seie ei utvikling som økologisk, sosialt og økonomisk kan vedvare.

Visjonen – auka destinasjonsverdi!

Beitostølen skal vere beste reisemål for langrenn og turskiløping i Noreg! Vi er inngangsporten til Jotunheimen.

Ideen med masterplanen er å fremme tiltak som aukar den samla destinasjonsverdien og unngå tiltak som reduserer han.

Styringsgruppa og Destinasjon Beitostølen AS oppmodar kvar einskild aktør om å bidra til at vi når dei høge ambisjonane for reisemålet! Eit reisemål må tilby gjestane eit heilskapleg tilbod av varer og tenester. Verdiskapinga i kvar bedrift er difor avhengig av tilboda frå andre bedrifter. Tiltak i kvar bedrift må vere med å auke destinasjonsverdien, ikkje berre vere foretaksøkonomisk lønnsamme. Tiltak som reduserer destinasjonsverdien skal ikkje gjennomførast, sjølv om dei kan vere lønnsamme for ein aktør.

Masterplanen stakar ut ein langsiktig samla utvikling for reisemålet. Gjennom utarbeiding av planen er det utvikla eit godt samarbeid:

- mellom aktørane i næringa
- mellom næringa og kommunane
- mellom næringa og landbruket, grunneigarar og idrettslag
- mellom dei to kommunane

Vidareutvikling av det beste reisemålet, krev at desse aktørane fortset det gode samarbeidet!

Profil

Merkenamnet Beitostølen

Beitostølen er fjellandsbyen midt i bakken der barn, voksne og eldre kan oppleve helse og velvære gjennom aktivitet.

Beitostølen skal vere:

- helse og velvære, aktivitet og sport i rein fjellnatur
- fire fengjande årstider
- ein kompakt fjellandsby oppe i dalsida med utsikt over dalen og fjellet
- inngangsporten til Jotunheimen
- ei ferieoppleving i ei bygd med aktiv stølsdrift, levande landbruk og middelalderhistorie
- eit godt reisemål også for funksjonshemma

Beitostølen skal vere ein grøn destinasjon.

Visuell profil

I masterplanen er arbeidet med ein visuell profil for reisemålet starta opp. Det er viktig at dette arbeidet held fram, slik at det visuelle uttrykket vert eit kraftfullt verktøy i marknadsføringa og at reisemålet framstår meir attraktivt visuelt.

Samspel med Beitostølen Helsesportsenter

Reiselivsnæringa ønskjer å nytte det aktivum Beitostølen Helsesportsenter er for å utvikle reisemålet og for å profilere reisemålet på helse og velvære. Næringa ønskjer difor eit tettare samarbeid med senteret. Reisemålet skal vere attraktivt også for folk med funksjonshemming. Tilrettelegging for funksjonshemma vert prioritert på bedrifter, på uteareal og under arrangement.

Tilsette – den viktigaste ressursen på reisemålet

Dei tilsette er den viktigaste ressursen i reiselivsbedriftene. Næringa må difor satse på rekruttering og på å gjere det attraktivt å bli i næringa. Det bør mellom anna skje gjennom tilbod om opplæring, vidareutdanning og karriereplanlegging. Gode butilbod er særskild viktig.

Miljø

Beitostølen er eit grønt reisemål. Miljøprofilen skal utviklast og særlege satsingsområde er avfall, energi, transport, estetikk og visuell støy.

Aktivitet

Beitostølen – fire fengjande årstider

Reisemålet skal profilerast under slagordet fire fengjande årstider. Ekstremkvalitetane i dei ulike årstidene er:

| | |
|--------|--------------------------------|
| Vinter | Best i Noreg på langrenn |
| Vår | Vårskiløping i Jotunheimen |
| Sommar | Inngangsporten til Jotunheimen |
| Haust | Helse og velvære |

Alpinproduktet

Gode alpinanlegg – saman med det beste langrennsproduktet i Noreg – er Beitostølen sin profil om vinteren.

Planen syner eit heilt nytt alpinanlegg i Raudalen, med kapasitet på om lag 1.600 personar i eit første byggetrinn (frå 400 i dag). Terrenget gjer det mogleg å utvide dette heilt opp til 4.800 personar. Det nye anlegget vil gje middels vanskeleg til vanskeleg skikjøring, snøbrettområde (skitrøkk) og barnebakke, samt flott terreng for off-pist. Høvdastølen ligg solvendt og høgt, og er eit attraktivt område for rast og enkel servering.

På Beitostølen syner planen ei fintrimming av anlegget slik at kvaliteten vert betra. Viktigast er utvikling av Bergojordet som område for snøleik, barneskibakke og bakke for dei som ikkje har hatt ski på beina tidlegare. Planen viser to små heisar på Bergojordet. Ei utskifting av Olaheisen med ein stolheis vil heve kvaliteten, auke kapasiteten og frigjere verdfullt areal for nedfartar. På lenger sikt bør det byggast ein tilbringerheis frå oversida av riksvegen vis a vis Beitostølen Høyfjellshotell. Heisen vil gje gangavstand til alpinanlegget frå over 600 kommersielle senger og redusere problema med trafikk og parkering i sentrum.

Eit første byggetrinn kan auke kapasiteten i alpinanlegget på Beitostølen frå 1.900 til 2.700 personar, fullt utbygd kan anlegget her få ein kapasitet på 3.800 personar.

Langrennsproduktet

Beitostølen – Raudalen skal vere beste reisemål for langrenn i Noreg og blant dei beste internasjonalt!

Reisemålet ønskjer å satse overfor følgjande målgrupper innan langrenn:

- eliteløparar på internasjonalt og nasjonalt nivå
- deltakarar i turrenn, yngre langrensløparar og idrettsutøvarar i sommaridrettar
- turgåarar

Tiltak for å betre produktet for eliteløparar:

- behalde sesongopning langrenn og opning av World Cup
- snøgaranti og tidlegløyper av høg kvalitet for baae stilartar
- utvikle skistadion for nye konkurranseøvingar og ha eit fleksibelt anlegg

Tiltak for å betre produktet for turgåarar:

- vidareutvikle løypenettet
- betre tilkomsten til løypenettet frå sentrum
- etablere varrestuer – med servering i høgsesong
- betre skilting og merking
- profilere tryggleik i løypene

Langrennsproduktet må vere ein premiss for utbygging. Utbygginga må tilpassast langrennsproduktet slik at kvaliteten ikkje vert redusert, korkje på sjølve løypene eller på naturopplevinga.

Sommarproduktet

Førsteprioritet i arbeidet med å forbetre sommarproduktet bør vere:

- skilting og merking – koordinert med turistvegprosjektet
- byggeskikk og estetikk
- betre prisdisiplin og betre kommunikasjon av kva prisnivået er
- aktivitetsområde for barn
- skriftleg informasjonsmateriell

For å betre produktet fotturar og vandring foreslår planen å betre informasjon, skilting og merking og å etablere stignett i Raudalen, særskilt ut til og langs elva og Øyangen.

For å betre familieproduktet, med vekt på barn og ungdom, foreslår planen:

- etablering av eit leikeareal for små barn
- etablering av eit nærmiljøanlegg i tilknytning til skistadion
- å tilby meir organisert aktivitet
- å etablere barnas støl, gjerne samlokalisert med foredling og sal av lokal mat

Stølsdrifta er unik i Valdres. Noko av det som kan gjere Beitostølen – Raudalen spesielt, er tilbod om opplevingar og kjøp av produkt på stolar i aktiv drift. Planen foreslår at reiselivet inngår forpliktande samarbeid med interesserte gardbrukarar om å utvikle og drive slike tilbod.

Beitostølen –Raudalen kan verte mellom dei første i Noreg til å tilby eit godt reiselivsprodukt innan mountain bike. Planen foreslår fleire tiltak, mellom anna etablering av merka ruter i Raudalen, på Slettefjell, rundt Øyangen og ut frå Beitostølen.

Golf

Reisemålet bør få ein 9-hols golfbane. Styringsgruppa har ikkje konkludert med kor denne bør ligge, men det er viktig at denne kan realiserast så raskt som mogleg. Finansieringa må delvis skje gjennom eigedomsutvikling. Ein par 3 bane i skiheisen er komplementær til ein 9-hols bane. Dette vil vere eit attraktivt aktivitetstilbod i sentrum og kan gje eit estetisk lyft for alpinområdet i form av meir parkmessig opparbeiding.

Fysisk plan

Raudalen

Raudalen skal vere ein del av eit heilskapleg reisemål. Det skal gje reisemålet eit nytt alpinanlegg med skikjøring for dei meir erfarne, for snøbrett, telemark og off-pist. Raudalen har vidare eit stort potensiale for sommaraktivitetar.

Det er planlagd eit baseområde som kan byggast ut stegvis med grupper av bygg. Fullt utbygd er området 170 mål stort og kan romme 1.100 kommersielle senger. Her vert det plassert eit aktivitetsområde, kommersiell overnatting, servering og utleige av utstyr. Planen syner 10 hytteområde med plass til om lag 170 hytter. Reiselivsnæringa meiner det er viktig å finne ein god og heilskapleg arkitektonisk utforming av området, med røter i lokal byggeskikk.

Det er planlagd stignett for fotturar, sykling og skigåing, stignettet skal knyttast inn i baseområde og ut til særskilt attraktive område, mellom anna langs elva og ved Øyangen.

Fjellandsbyen

Beitostølen skal halde på og styrke sin visuelle identitet som fjellandsbyen som ligg sørvend med utsikt over dalen og til fjella på andre sida.

For å gjere det, skal ein:

- ta vare på sikten frå dei offentlege romma i sentrum, ut mellom bygga nedanfor vegen
- ta vare på sola inn i sentrum også midtvinters
- ta vare på 1 – 3 gamle stølsområde som kan syne noko av historia åt Beitostølen
- ta vare på grøne område i sentrum
- betre skiltinga og redusere den visuelle støyen
- gjennomføre byggeprosjekt slik at dei i mindre grad vert ein ulempe for reisemålet
- arbeide med arkitekturen i sentrum

Utforming av det indre sentrum

Beitostølen er den fjellandsbyen som ligg oppe i bakken. For familieprofilen er det kritisk viktig å skape torg og møteplassar i sentrum og gjere det trygt for barn å ferdast på eigenhand, til fots, på ski og på sykkel.

Planen konkluderer med ei løysing der det vert bygd ei bru over riksvegen frå baseområdet og over til eit torgareal mellom Gjestegaarden og Ridderstogo. Torget ligg om lag 5 m høgare enn riksvegen. Oppe på dette plataet vert det skikjøring, ”ski beach”, uteservering, torg og aktivitetar. Under vert det lokal for næringsverksemd, leilegheiter og parkering. Det er ikkje planlagd bygg oppe på torgområdet.

Denne løysinga vil gje ein møteplass og bilfritt areal i sentrum, oppe på bygget. Torget vert solekspontert og med god utsikt. Farten på bilane vert redusert gjennom sentrum. Riksvegen vert rusta opp til ein miljøprioritert gjennomkjøring.

Varme og kalde senger

Ny kommersiell sengekapasitet bør vere sjølvhushald. Utviding av overnattingskapasiteten må harmoniserast med utviklinga i reiselivsproduktet, mellom anna aktivitetane, og er avhengig av etterspurnaden i marknaden. Det bør byggast privateigde hytter med pliktig utleige vinterstid. Hovudregelen er at bygg med kommersielle senger ikkje bør seksjonerast.

Sentrumsnære areal bør prioriterast til næringsføremål. I gangavstand til sentrum og alpinanlegg bør det prioriterast varme senger. Det er særleg viktig i område med potensiale for ”ski in – ski out”. Private hytter må lokaliserast slik at dei ikkje svekker reiselivsproduktet.

Veg

Det er avgjerande viktig at riksvegen over Valdresflye ikkje vert brøytta vinterstid. Dersom gjennomfartstrafikk vinterstid ein gong i framtida skulle verte tvinga på lokalsamfunnet, må storsamfunnet ha ansvaret for å løyse problema knytt til miljø og trafikktryggleik.

Finntøppvegen bør forlengast fram til Beitestølsvegen, som ein lokal omkjøringsveg. På sikt bør denne fortsette opp på riksvegen nord for sentrum. Kommunen bør prioritere høgt planlegging av krysset med Beitestølsvegen i sentrum. Ein bør sjå på omlegging og utbetring av vegen gjennom Grønolen Fjellgard og til Raudalen.

Gjennomføring

Styringsgruppa vert ført vidare med mandat å sette kraft bak gjennomføringa av planen. Beitostølen Helsesportsenter vert invitert til å delta med ein representant i denne gruppa.

Handlingsplan

Planen inneheld ein handlingsplan som lister konkrete tiltak med prioritet, ansvar og tidsfrist.

Disposisjon

| | |
|-------------------|----|
| 1 Samandrag | 1 |
| 2 Innleiing | 13 |

Status

| | |
|--|----|
| 3 Beitostølen – Raudalen som reisemål, nøkkeltal | 19 |
| 4 Marknaden om vinteren | 24 |
| 5 Kvaliteten på vinterproduktet..... | 27 |
| 6 Marknaden om sommaren | 30 |
| 7 Kvaliteten på sommarproduktet..... | 37 |

Profil

| | |
|---|----|
| 8 Merkevaren Beitostølen | 49 |
| 9 Visuell profil | 53 |
| 10 Samspel med Beitostølen Helsesportsenter | 57 |
| 11 Tilsette – den viktigaste ressursen på reisemålet..... | 60 |
| 12 Miljø | 62 |

Aktivitet

| | |
|---|----|
| 13 Beitostølen – fire fengjande årstider..... | 71 |
| 14 Alpin | 74 |
| 15 Langrenn og turskiløping | 84 |
| 16 Sommarproduktet | 89 |
| 17 Golf | 99 |

Fysisk plan

| | |
|---|-----|
| 18 Raudalen | 105 |
| 19 Fjellandsbyen og det indre sentrum | 116 |
| 20 Varme og kalde senger..... | 139 |
| 21 Veg og parkering | 144 |

Gjennomføring

| | |
|------------------------|-----|
| 22 Gjennomføring | 151 |
| 23 Handlingsplan..... | 154 |
| 24 Vedlegg..... | 168 |

Innhald

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Samandrag | 1 |
| 2 | Innleiing | 13 |
| 2.1 | <i>Bakgrunn – ide og forprosjekt</i> | 13 |
| 2.2 | <i>Visjonen med ein masterplan</i> | 13 |
| 2.3 | <i>Styringsgruppe og prosjektleiar</i> | 14 |
| 2.4 | <i>Planprosess og informasjon</i> | 15 |
| 2.5 | <i>Geografisk avgrensing</i> | 16 |
| 3 | Beitostølen – Raudalen som reisemål, nøkkeltal | 19 |
| 3.1 | <i>Reiselivsnæringa</i> | 19 |
| 3.2 | <i>Tal gjestedøgn</i> | 21 |
| 4 | Marknaden om vinteren | 24 |
| 4.1 | <i>Marknaden i Noreg</i> | 24 |
| 4.2 | <i>Beitostølen</i> | 26 |
| 5 | Kvaliteten på vinterproduktet | 27 |
| 6 | Marknaden om sommaren | 30 |
| 6.1 | <i>Karakteristikka for sommarturistane frå ulike land</i> | 30 |
| 6.2 | <i>Baseferie kontra rundreise</i> | 31 |
| 6.3 | <i>Karakteristikka for sommarturistane på Beitostølen</i> | 32 |
| 6.4 | <i>Oppsummering – sommarmarknaden på Beitostølen</i> | 36 |
| 7 | Kvaliteten på sommarproduktet | 37 |
| 7.1 | <i>Omgrepet kvalitet</i> | 37 |
| 7.2 | <i>Kvaliteten på einskildelementa</i> | 37 |
| 7.3 | <i>Sterke sider</i> | 39 |
| 7.4 | <i>Svake sider</i> | 39 |
| 7.5 | <i>Kor viktige er dei ulike elementa?</i> | 40 |
| 7.6 | <i>Kvaliteten på sommarproduktet – drøfting</i> | 42 |
| 7.7 | <i>Konklusjon</i> | 45 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 8 | Merkevaren Beitostølen..... | 49 |
| 8.1 | <i>Merkevare.....</i> | 49 |
| 8.2 | <i>Merkevaren Noreg.....</i> | 49 |
| 8.3 | <i>Merkevaren Beitostølen.....</i> | 50 |
| 9 | Visuell profil..... | 53 |
| 9.1 | <i>Logo.....</i> | 53 |
| 9.2 | <i>Visuell profil.....</i> | 54 |
| 9.3 | <i>Skilting.....</i> | 54 |
| 9.4 | <i>Konklusjon.....</i> | 56 |
| 10 | Samspel med Beitostølen Helseportsenter..... | 57 |
| 11 | Tilsette – den viktigaste ressursen på reisemålet..... | 60 |
| 12 | Miljø..... | 62 |
| 12.1 | <i>Grøn profil for Beitostølen.....</i> | 62 |
| 12.2 | <i>Miljøutfordringane til reiselivet.....</i> | 62 |
| 12.3 | <i>Vidare arbeid med eit grønare reisemål.....</i> | 66 |
| 12.4 | <i>Konklusjon.....</i> | 67 |
| 13 | Beitostølen – fire fengjande årstider..... | 71 |
| 13.1 | <i>Vinter.....</i> | 71 |
| 13.2 | <i>Vår.....</i> | 71 |
| 13.3 | <i>Sommar.....</i> | 72 |
| 13.4 | <i>Haust.....</i> | 72 |
| 13.5 | <i>Konklusjon.....</i> | 73 |
| 14 | Alpin..... | 74 |
| 14.1 | <i>Analyse av eksisterande anlegg.....</i> | 74 |
| 14.2 | <i>Alpinproduktet sin plass i profilen.....</i> | 74 |
| 14.3 | <i>Forslag til utvikling av alpinproduktet i Raudalen.....</i> | 74 |
| 14.4 | <i>Forslag til utvikling av alpinproduktet på Beitostølen.....</i> | 77 |
| 14.5 | <i>Slettefjell.....</i> | 81 |
| 15 | Langrenn og turskiløping..... | 84 |
| 15.1 | <i>Det eksisterande produktet.....</i> | 84 |
| 15.2 | <i>Studiar og utgreiingar.....</i> | 84 |
| 15.3 | <i>Utvikling av langrenn.....</i> | 85 |
| 15.4 | <i>Konklusjon.....</i> | 86 |

| | |
|--|------------|
| 16 Sommarproduktet | 89 |
| 16.1 Studiar og utgreiingar..... | 89 |
| 16.2 Utvikling av sommarproduktet..... | 89 |
| 16.3 Fotturar og vandring | 91 |
| 16.4 Tilrettelegging for barn og unge..... | 92 |
| 16.5 Barnas støl | 92 |
| 16.6 Gards- og stølsturisme..... | 93 |
| 16.7 Mountain bike | 94 |
| 16.8 Vassaktivitet | 95 |
| 16.9 Kunst og handverk | 95 |
| 16.10 Fiske..... | 96 |
| 16.11 Areal..... | 96 |
| 16.12 Kvaliteten på sommarproduktet | 96 |
| 16.13 Konklusjon | 97 |
| 17 Golf..... | 99 |
| 17.1 Økonomi..... | 99 |
| 17.2 Planlagde baner..... | 99 |
| 17.3 Lokalisering – konklusjon | 100 |
| 18 Raudalen | 105 |
| 18.1 Strategi for Raudalen som del av reisemålet | 105 |
| 18.2 Aktivitetsområde..... | 106 |
| 18.3 Baseområde..... | 109 |
| 18.4 Stignett | 110 |
| 18.5 Stølsområde..... | 111 |
| 18.6 Hytteområde..... | 112 |
| 18.7 Veg | 113 |
| 18.8 Golf..... | 113 |
| 18.9 Utvikling av områda sørover mot Ulvildsete | 114 |

| | |
|--|------------|
| 19 Fjellandsbyen og det indre sentrum | 116 |
| 19.1 Visuell identitet | 116 |
| 19.2 Utfordringar i utviklinga av fjellandsbyen | 116 |
| 19.3 Utsyn | 116 |
| 19.4 Det opphavlege Beitostølen | 118 |
| 19.5 Grøne område | 118 |
| 19.6 Skilting og reklame | 119 |
| 19.7 Bygging | 119 |
| 19.8 Arkitektur | 120 |
| 19.9 Utforming av det indre sentrum | 120 |
| 19.10 Vald løysing for det indre sentrum | 135 |
| 19.11 Konklusjon utforming av fjellandsbyen og sentrum | 137 |
| 20 Varme og kalde senger | 139 |
| 20.1 Situasjon | 139 |
| 20.2 Drøfting | 140 |
| 20.3 Konklusjon | 143 |
| 21 Veg og parkering | 144 |
| 21.1 Riksvegen | 144 |
| 21.2 Lokal omkjøring – sør | 145 |
| 21.3 Lokal omkjøring – nord | 145 |
| 21.4 Vegløyning i sentrum | 145 |
| 21.5 Gangveg og fortau i sentrum | 146 |
| 21.6 Veggen gjennom Grønolen og til Raudalen | 146 |
| 21.7 Veggen i Raudalen | 147 |
| 21.8 Beitestølsvegen | 147 |
| 21.9 Fylkesvegen gjennom Beito | 147 |
| 21.10 Parkering | 147 |
| 22 Gjennomføring | 151 |
| 23 Handlingsplan | 154 |
| 24 Vedlegg | 168 |

2 Innleiing

Prosjektet Masterplan Beitostølen – Raudalen er eit planprosjekt der reiselivsnæringa saman med kommune, grunneigarar og idrettslag har laga ein langsiktig strategisk plan for utvikling av reisemålet. Målet er at destinasjonen Beitostølen – Raudalen skal vere av dei beste internasjonalt i valde marknadssegment. Utviklinga skal gje:

- fornøgde gjestar
- lønnsamme foretak i reiselivsnæringa og tilknytt verksemd
- berekraftig utvikling – det vil seie ei utvikling som økologisk, sosialt og økonomisk kan vedvare.

Planen er utarbeida i eit samarbeid mellom reiselivsnæringa, grunneigarar, idrettslag, lokalbefolkning, kommunane og SND.

2.1 Bakgrunn – ide og forprosjekt

Reiselivsnæringa ved Steinar Hovi tok på etterjulsvinteren 1999 opp med Øystre Slidre kommune ideen om å få utarbeidd ein masterplan for reisemålet. Kommunen sa seg interessert i dette.

I april vart det gjennomført møter og synfaring der reiselivsnæringa, kommunen og SND deltok og der tema var om ein burde gjennomføre ein slik planprosess. Den 26. april inviterte Øystre Slidre kommune til ein konferanse om temaet. Representantar for reiselivsnæringa, politisk og administrativ leiing i kommunen, SND, Fylkeskommunen, Horwath Consulting, Sno.engineering samt Handelshøgskolen BI var til stades. Konferansen uttrykte stor interesse for å gjennomføre ein slik planprosess.

På eit møte etter konferansen vart det sett ned eit interimsstyre for å gjennomføre ein forstudie. Fagleg rådgjevar for interimsstyret og prosjektsekretær var forskar Arvid Flagestad, Handelshøgskulen BI. I juni 1999 la interimsstyret fram ein forstudie (vedlegg 1).

På bakgrunn av denne vedtok Destinasjon Beitostølen AS og Øystre Slidre kommune å gjennomføre ein slik planprosess. Vang kommune vart invitert til å delta i planarbeidet og sa seg interessert.

Det vart søkt tilskott frå SND, noko som vart innvilga. Tilskottet frå SND var avgjerande for å kunne gjennomføre planprosjektet.

Planarbeidet er finansiert av reiselivsnæringa, grunneigarar, dei to kommunane og SND.

2.2 Visjonen med ein masterplan

Reisemålet Beitostølen er eit produksjonssystem sett saman av ei rekkje produsenter av tenester. Samstundes er det ein føresetnad for at reisemålet skal kunne tilby eit heilskapleg produkt til gjestane, at det finnast ei rekkje komplementære tilbod.

Produsentane av tenester leverer i stor grad kvar for seg tenester til gjestane og i mindre grad til kvarandre. At dei komplementære tilboda er til stades, er likevel ein føresetnad for at det vert verdiskaping hjå den einskilde produsent. Ein del av verdiskapinga i den einskilde produsent

skuldast at det er andre produsenter på reisemålet. Det er difor eit destinasjonselement i verdiskapinga i kvart foretak.

I destinasjonsverdien inngår verdien av merkenamnet "Beitostølen", verdien av fellesgode og summen av destinasjonselementa av verdiskapinga i kvar bedrift.

Ei grunnleggjande utfordring for reisemålet er å iverksette tiltak som aukar destinasjonsverdien og forhindre tiltak som reduserer han.

Masterplanen skal vise ei utvikling av Beitostølen – Raudalen som gjev ei slik auke i destinasjonsverdien. Planprosessen skal dessutan påverke aktørane til sjølv i større grad å sjå sin verksemd som del av produksjonssystemet, og tilpasse sine planar til det som gjev auke i destinasjonsverdien.

Regjeringa peiker i St.meld. nr. 15 (1999 – 2000) på at "En suksessfaktor for utvikling av attraktive reisemål er at man på en god måte klarer å se de ulike produktelementene i sammenheng." Regjeringa plasserer ansvaret for dette hjå reiselivsnæringa. SND skal vere ein viktig aktør for å få til ein slik utvikling gjennom sitt program for reisemålsutvikling.

Regjeringa peiker på kor viktige den reiselivsmessige infrastrukturen og fellestiltaka er, - at næringa er sårbar for manglande samordning på dette området, - og at utfordringa ligg både i utvikling og finansiering av denne infrastrukturen.

Gjennom utarbeiding av masterplanen har reiselivsnæringa på Beitostølen sett i gang ein prosess som tek tak i nettopp dei utfordringane Regjeringa peiker på i meldinga.

2.3 Styringsgruppe og prosjektleiar

Planarbeidet har vore leia av ein styringsgruppa. Gruppa har hatt ansvar for innhaldet i planen, framdrift i planarbeidet og økonomien.

Styringsgruppa har hatt følgjande samansetning:

| | | |
|------------------------------|--|----|
| Ove Skaret, leiar | representant for Øystre Slidre kommune | AU |
| Trond Wahlstrøm ¹ | representant for reiselivsnæringa | |
| Steinar Hovi | representant for reiselivsnæringa | AU |
| Rolf Holmen | representant for reiselivsnæringa | AU |
| Tor Erik Grønolen | representant for reiselivsnæringa | |
| Olav Talle ² | representant for Øystre Slidre kommune | |
| Ola Rogn Tveit | representant for Vang kommune | |
| Terje Hålien | representant for Vang kommune | AU |
| Ståle Menken | representant for grunneigarane i Øystre Slidre | |
| Leif Sønderol ³ | representant for grunneigarane i Vang | AU |
| Knut Torstein Beito | representant for lokalbefolkninga i Beito | |
| Pål Lundby | representant for Øystre Slidre idrettslag | |
| Bjørn A. Johnsen | observatør, representant for SND | |

¹ Frode Bakken var dagleg leiar i Destinasjon Beitostølen AS då planarbeidet vart starta opp og deltok i første del av planarbeidet.

² Kjell E. Eggen var rådmann i Øystre Slidre kommune då planarbeidet vart starta opp og deltok i første del av planarbeidet.

³ Øystein Kjøs var leiar i Midtre Slettefjell Sameige då planarbeidet vart starta opp og deltok i første del av planarbeidet.

Det vart og oppretta eit arbeidsutval, dei fem som er markert med "AU" ovanfor, utgjorde arbeidsutvalet.

Det vart oppretta ein eigen arbeidsgruppa for Raudalen, med Terje Hålien som leiar, Øystein Kjøs og Steinar Hovi som medlemmar frå styringsgruppa og med styremedlemmene i Sørre Slettefjell Sameige og Midtre Slettefjell Sameige som medlemmar. Arbeidsgruppa hadde 2 møter, men valde så å arbeide vidare i form av 2 opne møter for alle partane i dei to sameiga.

Jo Audun Øverby vart tilsett som prosjektleiar for planprosjektet. Utgreiingane er delevis gjennomført med innleigde konsulentar og delevis av prosjektleiar. Plandokumentet er skreve av prosjektleiaren.

2.4 Planprosess og informasjon

Planarbeidet starta med konstituering av styringsgruppa 10. mai 2000 og vart avslutta med presentasjon av planen 15. oktober 2001.

Det er gjennomført ein omfattande planprosess der det er lagt stor vekt på at ein gjennom prosessen skulle etablere felles "virkelighetsoppfatning" mellom dei ulike aktørane og interessene i styringsgruppa, at ein skulle utvikle eit godt samarbeid og sikre at alle følte eigarskap til planen.

Styringsgruppa har hatt 12 møter, arbeidsutvalet 4.

Heile planen vart gjennomgått på eit fellesmøte 5. september 2001 mellom styringsgruppa og styret i Destinasjon Beitostølen AS for å sikre at styringsgruppa og destinasjonsselskapet var einige om planen for utviklinga av reisemålet.

Ålmenta og interessentar er informert om planarbeidet gjennom omtale i pressa, planprosjektet har vore godt dekkja av Oppland Arbeiderblad og avisa Valdres, men har og hatt omtale i rikspressa. Undervegs har det vore gitt ut ein nyhendebrev – Nytt om Masterplan.

Det har vore halde fleire opne informasjons- og drøftingsmøter. Planen har vore drøfta internt i næringa gjennom desse opne møta, men også i styre- og aksjonærmøter i Destinasjon Beitostølen AS.

Planprosjektet har informert dei politiske organa i kommunane etter ønskje (planutval og kommunestyre i Øystre Slidre, kommunestyre i Vang).

Det er gjennomført ein rekkje møter med ulike interessentar.

Planen vart lagt ut på høyring frå 20. juli til 20. august 2001. Den var då tilgjengeleg for alle, både på papir og på internett. Høyringsrunden vart annonsert. Det kom inn 46 ulike høyringsuttaler på til saman over 100 sider. Desse vart gjennomgått og systematisert og styringsgruppa nytta ein heil dag på å gå gjennom uttalene og gjere endringar og tillegg i planen som følgje av høyringsuttalene.

2.5 Geografisk avgrensing

Planen omfattar reisemålet Beitostølen. Kjerneområdet for planen er Beitostølen frå Beitostølen Helsesportsenter til Garli og Raudalen. Naturen og turområda omkring dette området er ein viktig del av reisemålet og er omfatta av planen, også området frå Grønolen Fjellgard inn til Raudalen er med. I den delen av planen som omhandlar alpin skikjøring er også området sør for Slettefjell vurdert.

Planen konkluderer med at i nasjonal og internasjonal marknadsføring er namnet på reisemålet Beitostølen, samstundes som ein nyttar korrekte stadnamn på stader, bygg og anlegg (sjå avsnitt Namnet på reisemålet på s. 51.) I plandokumentet er det ofte nytta termen Beitostølen – Raudalen for å presisere at ein meiner heile reisemålet, men det er også nytta namnet Beitostølen som fellesnamn for heile reisemålet, i samsvar med denne konklusjonen.

Status

3 Beitostølen – Raudalen som reisemål, nøkkeltal

Arbeidet med masterplanen starta med eit forprosjekt. Ei av oppgåvene i dette, var å gjennomføre ei situasjonsanalyse. Det vart mellom anna gjennomført ein SWOP-analyse, denne peiker på svake og sterke sider og vurderer moglegheiter og trusler. Rapporten frå forprosjektet er vedlagt planen (vedlegg 1).

Planarbeidet bygger på dette forprosjektet. Det er difor ikkje gjennomført nokon ny analyse av status for reisemålet. Det er likevel gjort ein gjennomgang av marknad og kvaliteten om vinteren og sommaren, sjå kapitla Kvaliteten på vinterproduktet frå s. 27, Kvaliteten på vinterproduktet frå s. 27, Marknaden om sommaren frå s. 30 og kapitlet Kvaliteten på sommarproduktet frå s. 37. Utgreiingane av korleis alpin og langrenn skal utviklast, har også inkludert eigne analyser og vurderingar av noverande produkt.

Her vil ein kort halde fram nokre nøkkeltal i statusen for Beitostølen som reisemål.

3.1 Reiselivsnæringa

Overnattingskapasitet

Tabellen nedanfor syner ei samanstilling av tal einingar (tal rom og tal hytter) i kommersiell overnatting på reisemålet og i resten av Øystre Slidre:

| | Beitostølområdet | Øystre Slidre elles | Sum |
|--------------|------------------|---------------------|-----|
| Hotellrom | 369 | 95 | 464 |
| Leilegheiter | 132 | 18 | 150 |
| Utleiehytter | 125 | 28 | 153 |
| Sum | 626 | 141 | 767 |

Tabellen nedanfor syner overnattingskapasiteten i form av tal sengeplassar i kommersiell overnatting.

| | Beitostølområdet | Øystre Slidre elles | Samla |
|-----------------------------|------------------|---------------------|-------|
| Hotellsengeplasser | 824 | 225 | 1049 |
| Sengeplasser i leilegheiter | 715 | 112 | 827 |
| Sengeplassar i hytter | 837 | 114 | 951 |
| | 2376 | 451 | 2827 |

Kapasiteten fordeler seg slik på dei ulike bedriftene:

| | Hotellrom | | Leiligheter | | Hytter | | Sum senger |
|---|-----------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| | Ant. rom | Ant. senger | Ant. leiligh. | Ant. senger | Ant. hytter | Ant. senger | |
| Bergo Hotell, Leiligheter og hytter | 30 | 60 | 34 | 134 | 13 | 80 | 274 |
| Beitostølen Høyfjellshotell | 80 | 158 | | | 16 | 146 | 304 |
| Grønolen Fjellgard | 22 | 67 | 8 | 40 | 1 | 5 | 112 |
| Norlandia Bitihorn hotell | 40 | 151 | | | | | 151 |
| Radisson SAS | 130 | 268 | 16 | 132 | | | 400 |
| Øyang turisthotell | 67 | 120 | | | | | 120 |
| Gjestegaarden Resort | | | 30 | 100 | | | 100 |
| Hegge leiligheter | | | 18 | 134 | 16 | 146 | 280 |
| Booking Service AS | | | 17 | 115 | 8 | 64 | 179 |
| Beitostølen Camping | | | 4 | 8 | 17 | 77 | 85 |
| Beitostølen Fritid & Ferie | | | | | 1 | 6 | 6 |
| Bitigrenda Hytter | | | | | 16 | 94 | 94 |
| Feriehyttene/Beitostølen hytteformidling | | | | | 9 | 33 | 33 |
| Fjellvang hyttegrend | | | | | 5 | 31 | 31 |
| Knuts Hyttegrend | | | 5 | 52 | 17 | 102 | 154 |
| Kveto fjellgard | | | | | 3 | 15 | 15 |
| Liahaugen hytter | | | | | 3 | 38 | 38 |
| Sum Beito og Beitostølen | 369 | 824 | 132 | 715 | 125 | 837 | 2376 |

Øyang turisthotell var ute av drift da denne planen vart ferdigstilt (oktober 2000).

På Beitostølen er det 715 hytter (januar 2001). I dette talet ligg ikkje utleiehytter bygd for dette føremålet, men nokre av desse privateigde hyttene vert leigd ut kortare eller lengre periodar i året. Om ein inkluderer nærområda til Beitostølen, er det 907 hytter, sjå tabellen nedanfor.

| | Tal hytter |
|--|------------|
| Beitostølen | 715 |
| Beito | 79 |
| Lykkja - Tåbakke | 55 |
| Markastølen - Smørkoll - Hødnstølen | 4 |
| Heimre Hedalsstølen - Fetstølen | 36 |
| Melbystølane | 8 |
| Langs Olevatnet | 10 |
| Totalt | 907 |

Det er inga oversikt over tal sengeplassar i desse hyttene. Ein gjennomgang av byggemeldingane til eit tilfeldig utval av hyttene i dei ulike felta syner at det er om lag 4.500 sengeplassar i dei 715 hyttene på Beitostølen.

Betydningen av reiselivsnæringa

Reiselivsnæringa er viktig for lokalsamfunnet i form av verdiskaping og sysselsetting. SSB har på oppdrag frå masterplanprosjektet gjort ei analyse av den økonomiske tydinga av overnattingsbedriftene. Tabellen nedanfor syner kva overnattingsbedriftene på Beitostølen og i resten av Øystre Slidre kommune har i omsetting, kva dei årleg investerer for, tal tilsette og samla lønnskostnader (kjelde: SSB):

| | 1998 | | | 1999 | | |
|-------------------------------------|----------|--------|-------|----------|--------|-------|
| | Beitost. | Resten | Sum | Beitost. | Resten | Sum |
| Omsetning mill kr | 96,5 | 8,8 | 105,3 | 106,4 | 7,1 | 113,6 |
| Investering i anleggsmiddel mill kr | | | | 14,1 | 0,3 | 14,4 |
| Tal sysselsette personar | 166 | 52 | 218 | 184 | 14 | 198 |
| Lønnskostnader mill kr | | | | 34,5 | 1,5 | 36,0 |

Desse tala gjeld berre ein mindre del av den samla reiselivsnæringa. Tala ville vore vesentleg større om ein inkluderte detaljhandel, servering, tenesteyting, og andre reiselivsbedrifter. I tillegg kjem ringverknader i form av kjøp av varer og tenester frå desse bedriftene.

Destinasjon Beitostølen AS og masterplanprosjektet freista å gjere ein meir omfattande kartlegging av tydinga av reiselivsnæringa, men grunna liten respons frå bedriftene, lukkast ein ikkje med dette.

3.2 Tal gjestedøgn

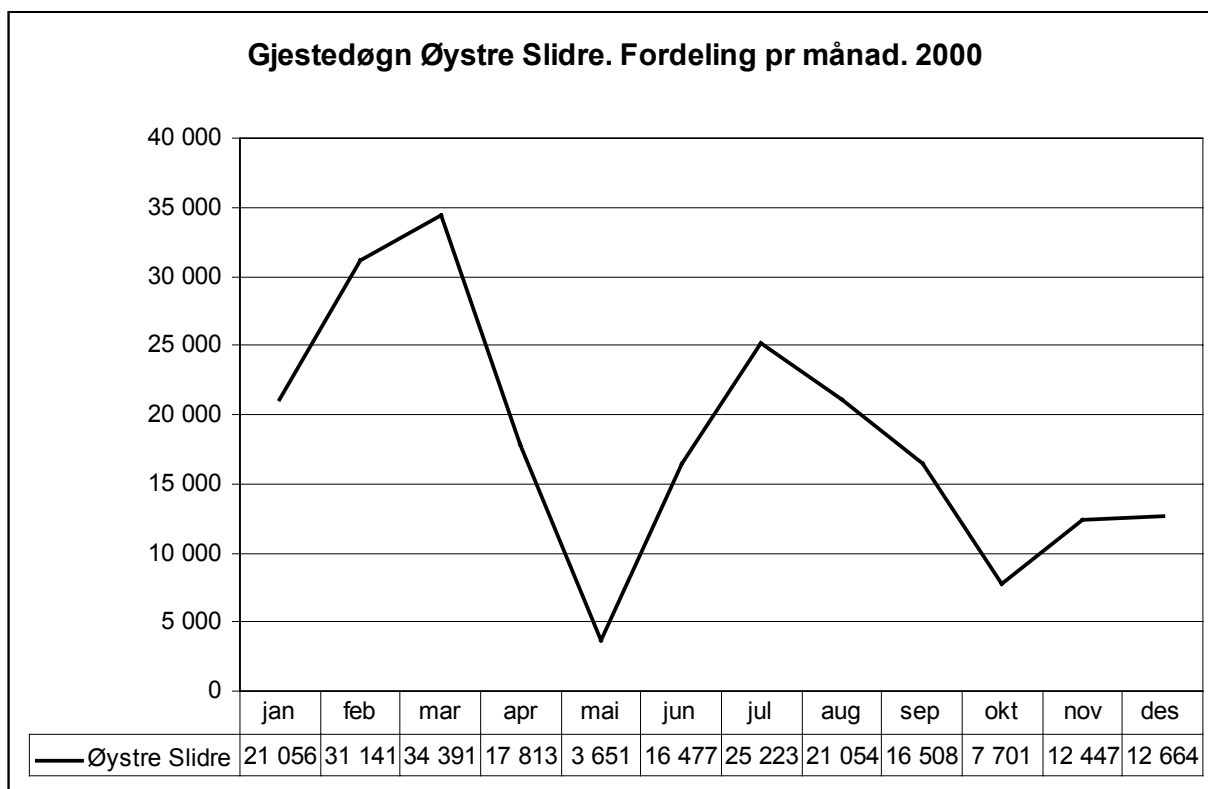
Beitostølen hadde i 2000 totalt 220.000 gjestedøgn (SSB). Dette omfattar overnatting på alle større overnattingsbedrifter. I tillegg kjem overnatting hos dei små aktørene innan hytteutleige.

Tabellen nedanfor syner utviklinga i tal gjestedøgn dei siste 5 åra (SSB):

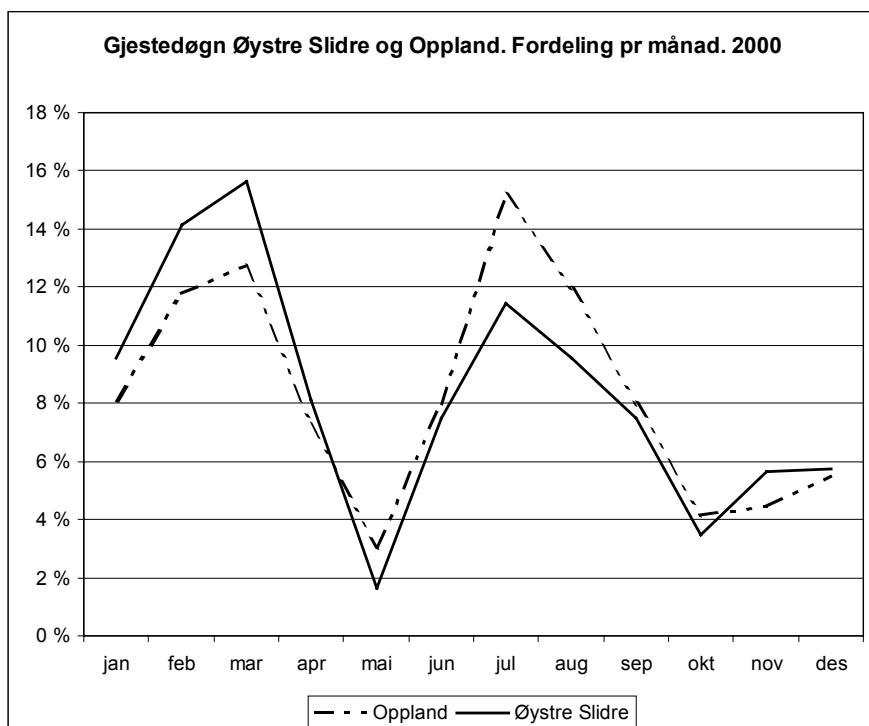
| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Tal gjestedøgn | 223.671 | 237.255 | 231.707 | 230.888 | 220.126 |

Reisemålet er prega av to store høysesonger, vintersesongen med topp i januar, februar og mars, og sommaren med topp i juli og august. Tal gjestedøgn i februar og mars er over 30.000, medan månadene juli og august ligg mellom 20.000 og 25.000 (2000, SSB).

Grafen nedanfor syner fordelinga av gjestedøgn i Øystre Slidre i 2000 gjennom året. (SSB):



Denne fordelinga samsvarer i stor grad med sesongvariasjonane for Oppland fylke samla, sjå tabellen nedanfor:



Konsentrasjonen av gjestedøgn i høgsesong er om lag like stor for Øystre Slidre og Oppland, men Beitostølen har størst tal gjestar om vinteren medan fylket totalt har størst gjestetall i juli.

Reisemålet har definert følgjande sesonger (jamfør kapittelet Beitostølen – fire fengjande årstider s. 71):

| | |
|--------|---------------|
| Vinter | 15.11 – 30.04 |
| Vår | 01.05 – 15.06 |
| Sommar | 16.06 – 31.08 |
| Haust | 01.09 – 14.11 |

Fordelinga av gjestedøgna på desse fire sesongane er som følgjer:

| | Gjestedøgn | |
|--------|------------|-------|
| | Tal | Andel |
| Vinter | 123 289 | 56 % |
| Vår | 11 890 | 5 % |
| Sommer | 54 516 | 25 % |
| Haust | 30 433 | 14 % |
| Totalt | 220 126 | 100 % |

Nasjonalitet

Majoriteten av gjestane på Beitostølen er nordmenn. I år 2000 utgjorde nordmenn 70% av gjestane. Det er høgast innslag av utlendingar i høgsesong, vinter med 34% og sommar med 32%. Tabellen nedanfor syner fordelinga mellom nasjonar i dei fire sesongane (kjelde: SSB):

| | Vinter | Vår | Sommer | Haust | Sum | |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------|------|
| | 15.11 - 30.04 | 01.05 - 15.06 | 16.06 - 31.08 | 01.09 - 14.11 | | |
| I alt | 123 289 | 11 890 | 54 516 | 30 433 | 220 126 | |
| Norge | 81 118 66 % | 8 547 72 % | 36 942 68 % | 27 400 90 % | 154 006 | 70 % |
| Utlandet ialt | 42 171 34 % | 3 343 28 % | 17 574 32 % | 3 033 10 % | 66 120 | 30 % |
| Sverige | 6 244 5 % | 109 1 % | 1 282 2 % | 818 3 % | 8 452 | 4 % |
| Danmark | 29 740 24 % | 447 4 % | 2 348 4 % | 163 1 % | 32 696 | 15 % |
| Storbritanni | 309 0 % | 18 0 % | 41 0 % | 23 0 % | 391 | 0 % |
| Nederland | 2 141 2 % | 1 544 13 % | 4 481 8 % | 147 0 % | 8 313 | 4 % |
| Tyskland | 1 666 1 % | 720 6 % | 5 774 11 % | 131 0 % | 8 291 | 4 % |
| Frankrike | 342 0 % | 221 2 % | 1 481 3 % | 336 1 % | 2 379 | 1 % |
| Italia | 16 0 % | 98 1 % | 1 207 2 % | 99 0 % | 1 420 | 1 % |
| Tsjekkia | 160 0 % | 0 0 % | 53 0 % | 154 1 % | 367 | 0 % |
| USA | 34 0 % | 64 1 % | 115 0 % | 56 0 % | 268 | 0 % |
| Japan | 282 0 % | 3 0 % | 9 0 % | 280 1 % | 573 | 0 % |

Danskar er desidert viktigaste utanlandske kundegruppe om vinteren, medan tyskarar og nederlendarar er viktigast om sommaren. Nederlendarane reiser tidleg på vår – sommar og utgjer difor største gruppe utlendingar om våren.

4 Marknaden om vinteren

I dette kapittelet vert det freista å gje eit bilete av marknaden for vinterturisme.

4.1 Marknaden i Noreg

Kaizen AS utarbeidde i 2000 ein "Perspektivanalyse for norske vinterreisemål" på oppdrag frå Norske Fjell (KAIZEN 2000: Perspektivanalyse for norske vinterreisemål. Kaizen AS, 21.08.00). Analysen skildrar situasjonen i norske vinterreisemål, peiker på trender og utfordringar i marknadene og omtaler strategiske utfordringar for desse reisemåla.

Nedanfor vert den norske marknaden for vinterturisme skildra skissemessig, i hovudsak basert på perspektivanalysen.

Tilbodet i Fjellregionen

Rapporten nyttar omgrepet "Fjellregionen" om dei stadene som har ein viktig skibasert vinterturisme.

Det har skjedd ein vesentleg vekst i kapasitet i skiheisanlegga dei siste 10 åra. Trysil er desidert størst og med den største veksten (116,1%). Også i Hemsedal, Norefjell og Kvittfjell har det vore ein stor vekst – over 60%. Til samanlikning var veksten på Beitostølen 46,1% i same periode.

Marknaden for alpin skiturisme i Noreg er prega av nokre få store anlegg og mange små. Det er venta at konkurransen mellom dei små vil verte stadig hardare og at det vil skje eit skilje mellom dei som veks – kvalitativt og kvantitativt – og kan møte utviklinga i krav og forventingar frå kundane, og dei som stagnerer og difor vert stadig mindre attraktive.

Beitostølen er 4. størst målt i lengde preparerte turskiløyper.

| Område | Km prep turskiløyper |
|----------------------|----------------------|
| Per-Gynt området | 630 |
| Geilo | 440 |
| Golsfjellet | 342 |
| Beitostølen | 325 |
| Sjusjøen / Nordseter | 300 |

Det har skjedd ein markert omfordeling av kapasitet i overnattingstilbodet innan fjellregionen. Medan det totale tilbodet av hotellrom og leilegheiter er redusert med 1,5% frå 1995 til 2000, har det vore ein sterk vekst i Ringebu (31,0%), Hemsedal (20,6%) og Trysil (18,6%). Tal hytter har auka i alle kommunar, mest i Øyer, på Hoveden og i Trysil.

Etterspurnad

Vinterbasert ferietrafikk på hotellene har hatt ein svak nedgang dei siste 5 årene i Fjellregionen. Dei største reisemåla har hatt vekst i overnatting i "sjølvstellsektoren" i denne perioden.

Fordeling på nasjonalitet (kommersielle ferie/fritidsgjestedøgn i Fjellregionen i vintersesongen 1998/99):

- nordmenn 45%
- danskar 30%
- svenskar 12%
- tyskarar 7%

Etterspurnad via hytteformidling var størst i alle dei 5 vintermånadene, medan fullservicetilbodet på hotell er mest populært i juli og august. Rapporten konkluderer med at det tradisjonelle hotellproduktet (fullservice) er langt mindre viktig enn det kommersielle "sjøstelltilbodet". Britar og nederlendarar etterspør mest fullservicetilbod.

Kapasitetsutnytting

Kapasitetsutnyttinga i **alpinanlegga** varierer mykje mellom reisemåla. Utnyttinga er målt som omsetting pr kapasitetseining. Hovden og Hemsedal har høgast kapasitetsutnytting. Beitostølen (1,8 mill kr pr kapasitetseining) ligg litt over gjennomsnitt og på om lag 70% av Hemsedal (2,45 mill kr pr kapasitetseining). (Samstundes veit vi frå analysen åt Ecosign at kapasiteten på bakkar og nedfartar er stor i Hemsedal i høve til kapasitet på parkering og overnatting.)

Alle reisemåla har unytta kapasitet i anlegga.

I Fjellregionen er det berre i månadene februar, mars og juli at **hotella** har ei kapasitetsutnytting over 55%. Trysil har ei kapasitetsutnytting på 80 – 90% i februar. Rapporten konkluderer med at kapasitetsutnyttinga er høgare for dei store vinterreisemåla, - og at dette skuldast at dei har høgare attraksjonsverdi og er betre tilpassa marknaden.

Verdiskaping, lønnsemd og soliditet

Perspektivanalysen konkluderer med at lønnsemda er god hjå dei største alpinanlegga og at dei har tilfredsstillande sjølvfinansieringsevne. Overnattings- og serveringsbedriftene har i generelt ein svak lønnsemd.

Marknadsandeler

Den norske marknaden er viktigast for vintersportstadene i Noreg og utgjer om lag 45% av gjestedøgna i vintersesongen. Danmark og Sverige er dei viktigaste utanlandske marknaden med 30% og 12% av gjestedøgna. Tyskland er den største skimarknaden i Europa med 6,5 mill reiser i 1997/98. Så mykje som 86% av desse reisene skjer til utlandet. Noreg har ein marknadsdel i Tyskland på under 1%. Sjå tabellen under.

| | Marknadsandel i Noreg | Totale marknad | Andel av reisene til utlandet | Andel av reisene til Noreg |
|-----------|-----------------------|-----------------|-------------------------------|----------------------------|
| Danmark | 30% | 0,4 mill reiser | 100% | 40% |
| Sverige | 12% | 1,6 mill reiser | 15% | 6% |
| Tyskland | 7% | 6,5 mill reiser | 86% | < 1% |
| England | 2,5% | 1,0 mill reiser | 90% | > 1% |
| Nederland | 1,5% | 1,1 mill reiser | 100% | < 1% |

Danskane reiser foruten til Noreg, til Sverige, Austerrike og Frankrike på skiferie. Svenskane reiser i stor grad innanlands (85%). Tyskarane reiser hovudsaklege til Austerriket (51%), dessutan til Frankrike (9%), Italia (9%) og Sveits (9%).

Image til Noreg som vinterreisemål

I perspektivanalysen er 36 utanlandske turoperatørar er intervjuar om dei oppfatningar, idear og inntrykk dei har av Noreg som vinterreisemål.

Turoperatørane har følgjande inntrykk av Noreg:

- Snøsikkert, gode snøforhold
- God atmosfære, vennlege menneske
- Fredeleg, roleg, ensomt
- Vakker natur, landskap
- Gode langrennsforhold
- God plass i nedfartene
- Lite kø i heisene
- Høge prisar
- Kaldt

På spørsmål om kva turoperatørane meinte var unikt for Noreg, svara dei:

- høgt prisnivå
- lang reiseavstand
- kaldt klima
- avgrensa skimoglegheiter (for lette bakkar, for korte nedfartar, små høgdeforskjeller)
- landskapet
- snøsikkert
- kvaliteten på langrennstilbodet

Sverige vart peikt på som sterkaste konkurrent til Noreg, tyske turoperatørar peikte og på Finland som sterk konkurrent på langrennsproduktet.

4.2 Beitostølen

Kaizen AS gjennomførte i 1998 ei gjeste- og marknadsundersøking på eit Beitostølen (KAIZEN 1998: Vi jobber med å bedre vår kvalitet. Kvalitetsutvikling i norske vinterdestinasjoner. En analyse av Beitostølen. Kaizen AS, 19.08.98.) Den typiske gjesten på Beitostølen– slik Kaizen målte det i denne undersøkinga – kan karakteriserast slik:

- Nordmann (74% mot 40% som gjennomsnitt for reisemåla)
- Er mellom 36 og 50 år (47%, medan 31% er mellom 21 og 35 år)
- Har besøkt Beitostølen fleire enn 4 gonger
- Kjem med bil (85%)
- Arrangerer reisa sjølv
- Tidlegare erfaring med reisemålet er viktigaste informasjonskjelde, i tillegg har mange fått staden tilrådd av familie eller venner
- Kjem saman med familie og venner (52%) eller med barnefamilie (35%)
- Kombinerer alpin og turskiløping (74%)
- Er ein erfaren skiløpar

5 Kvaliteten på vinterproduktet

Kaizen AS gjorde i 1998 på oppdrag av Norske Fjell AS ein gjeste- og marknadsundersøking på eit utval av norske vinterreisemål. Dei ga ut ein eigen rapport om kvalitetsutvikling på Beitostølen (KAIZEN 1998). Presentasjonen av kvaliteten på vinterproduktet på Beitostølen bygger på denne undersøkinga.

Om undersøkinga

I undersøkinga er gjestar på overnattingsbedriftene spurt om korleis dei opplevde ulike sider av Beitostølen i forhold til sine forventningar. Det vart og spurt om kva for funksjonar som var viktigast for dei.

Undersøkinga bygger på 119 utfylte spørjeskjema. Den typiske respondenten er skildra i avsnittet Beitostølen på s. 26.

Dei vart spurt om 41 ulike sider ved produktet, fordelt på hovudgruppene overnattingstilbodet, alpinanlegget, turløypestilbodet, andre aktivitetstilbod, lokale transporttilbod, turistinformasjonen og prisnivået.

Det vart gjort samsvarande undersøkingar på 8 reisemål for vintersport. Desse var Hemsedal, Geilo, Beitostølen, Skei/Gausdal, Trysil, Rauland, Gaustadblick og Øyer/Hafjell. Dette gjer at ein kan samanlikne resultatene våre med dei andre stadene.

Total kvalitet

Gjestane på Beitostølen opplever den samla kvaliteten som god. Berre 6% opplever kvaliteten som dårlegare enn forventa. Over 50% meinte kvaliteten var bra og om lag 40% at den var særskild bra.

Samanlikna med gjennomsnittet for alle stadene i undersøkinga, er gjestane på Beitostølen godt fornøgd med reisemålet.

Kritisk sterke sider

Ved å kombinere resultatene for kvaliteten på dei ulike funksjonane med kor viktige dei er, får ein eit bilete av kva det er strategisk viktig å forbetre kvaliteten på.

For alle dei 10 viktigaste funksjonane er kvaliteten på Beitostølen god⁴. Desse kritisk styrkene er:

- Heile turløypeproduktet:
 - Natur og landskap i turløypene
 - Snøforhold og preparering i turløypene
 - Merking og skilting i turløypene
 - Variasjon og utfordring i turskiløypene
- Overnattingstilbodet:
 - Service frå betjeningen
 - Rydding og renhald

⁴ Kravet til kvalitet er sett til eit gjennomsnitt på over 3,5 på ein skala frå 1 til 5 der 3 er skilje mellom å vere fornøgd (>3,0) og ikkje fornøgd.

- Mat og drikke
- Alpinanlegget:
 - Sikkerheit i heisen
 - Sikkerheit i løypene
 - Snøforhold og preparering

Strategisk viktige forbedringspunkt

Førsteprioritet i arbeidet med å forbetre produktet bør vere viktige produktelement der kvaliteten er dårlegare enn forventa. Rapporten definerer funksjonar der meir enn 10% har svart at opplevinga var dårlegare enn forventa som svake. Av desse er det 5 som gjestane vurderer som viktige. Desse er:

- Overnattingstilbodet:
 - Informasjon om ulike tilbod
- Alpinanlegget:
 - Snøforhold og preparering
 - Utfordringar og variasjon
- Prisnivå:
 - Prisnivå på heiskort
 - Prisnivå på servering

Kaizen meiner forbetring på desse svake punkta bør ha førsteprioritet.

Kvaliteten på Beitostølen i forhold til andre reisemål

Beitostølen er den av reisemåla der gjestane er mest fornøgd på heile 13 av 41 punkter. Disse er:

- Overnattingstilbodet:
 - Aktivitetar på bedrifta
 - Bedrifta sin plassering i forhold til aktivitetar
 - Mat og drikke
- Heile turløypeproduktet:
 - Natur og landskap i turløypene
 - Snøforhold og preparering i turløypene
 - Merking og skilting i turløypene
 - Variasjon og utfordring i turskiløypene
- Andre aktivitetstilbod:
 - Serveringstilbod
 - Afterskitilbodet
 - Barnetilbodet
 - Skiskole
- Turistinformasjonen
 - Skriftleg informasjonsmateriell
 - Opningstider

Det er verd å merkje seg at gjestane er spurd om opplevinga i forhold til deira forventning. Beitostølen har difor ikkje nødvendigvis det beste tilbodet på alle desse punkta, men er flinkast til å oppfylle dei krav deira gjestar har.

Beitostølen ligg under gjennomsnittet på følgjande punkt (14 av dei 41):

- Heile alpinproduktet (utanom opningstid)
 - Andre aktivitetstilbod:
 - Shopping
 - Andre aktivitetstilbod
- Lokale transporttilbod
- Taxi
- Prisnivå:
- Overnatting
- Servering

Beitostølen er beste destinasjon på turskiltilbod, turistinformasjon og andre aktivitetstilbod, men under gjennomsnittet på alpinanlegget.

Konklusjon

Beitostølen er det beste reisemålet i Noreg for langrenn, denne posisjonen må vi behalde!

Viktigaste produktelement å forbetre er alpinproduktet.

Beitostølen må forbetre informasjonen på overnattingsbedriftene og verte betre til å kommunisere prisnivået i marknaden.

6 Marknaden om sommaren

I dette kapittelet vert marknaden for sommarturistar skildra. Først ser ein på kva som karakteriserer turistane frå ulike land, deretter kva skilnadene er på baseturistar i høve til dei som reiser på rundturar.

6.1 Karakteristikka for sommarturistane frå ulike land

Ein vil i dette av avsnittet kortfatta og skjematisk skildre sommarturistane frå ulike land.

Omtala er bygd på ei gjeste- og marknadsundersøking blant sommargjestane i områda Geilo, Hemsedal, Valdres og Andøya, utført av Kaizen AS (KAIZEN 1999:2: Gjeste- og markedsundersøkelsen. Sommeren 1999. Kaizen AS, 29.12.99).

Nordmennene som besøkte fjellregionen kan karakteriserast slik:

- mange er barnefamiliar (41%), mange reiser også med familie og venner
- 60% av dei er base-/destinasjonsturister
- dei fleste er på ein kortare reise
- dei bor få netter på reisemålet, likevel nyttar dei ein stor del av tida på ein stad
- dei er lojale mot reisemålet (52% hadde vore der 3 eller fleire gongar tidlegare)
- dei bor på hotell eller fjellstue
- naturen er viktigaste reisemotiv, deretter det å oppleve og utforske nye stader, høve til utflukter og fred og ro
- den viktigaste informasjonskjelda er tidlegare erfaring med staden

Tyskarane kan karakteriserast slik:

- halvparten reiser saman med slekt og venner, (berre) 1/3 er barnefamiliar
- dei er rundreiseturistar
- dei er på lange reiser
- dei bor kort tid på reisemålet
- dei fleste er på reisemålet for første gong, om lag halvparten hadde vore i Noreg før
- dei nyttar i stor grad sjølvhushald (86%)
- alle har naturen som viktigaste reisemotiv, deretter det å oppleve og utforske nye stader, høve til utflukter og fred og ro
- brosjyrar og katalogar er viktigaste informasjonskjelde, deretter reisehandbøker

Nederlendarane kan karakteriserast slik:

- over halvparten er barnefamiliar, mange reiser saman med slekt og venner
- dei er rundreiseturistar
- dei er på lange reiser
- dei bor lang tid på reisemålet
- dei er i Noreg for første gong
- dei nyttar sjølvhushald
- naturen er viktigaste reisemotiv, deretter det å oppleve og utforske nye stader, høve til utflukter, lite masseturisme og fred og ro
- brosjyrar og katalogar er viktigaste informasjonskjelde, deretter reisehandbøker

Danskane kan karakteriserast slik:

- over halvparten er barnefamiliar og nesten 40% reiser med slekt og venner
- dei fleste har destinasjonen som hovudreisemål
- dei er på relativt lang reise (rundt ei veke)
- dei bur lenge på reisemålet
- dei aller fleste har vore i Noreg før, men over halvparten er på reisemålet for første gong
- dei nyttar i stor grad sjølvhushald (80%)
- naturen er viktigaste reisemotiv, deretter det å oppleve og utforske nye stader og høve til utflukter
- brosjyrar og katalogar er viktigaste informasjonskjelde, men også tidlegare erfaring og tilråding frå familie eller venar vert nytta

Nordmenn, tyskarar og nederlendarar er dei største gruppene sommartid på Beitostølen. Det kan difor vere naturleg å bygge vidare på dette.

Nordmenn, danskar og nederlendarar er dei som reiser i Noreg med barnefamiliar. Dersom vi satsar i denne marknaden, og utviklar produktet, er det naturleg å satse i overfor desse nasjonane.

Naturopplevingane er viktigaste reisemotiv hjå alle nasjonalitetane. marknadsføringa må difor legge dette til grunn. Vidare er det å oppleve og utforske nye stader, høve til utflukter og fred og ro, viktig.

6.2 Baseferie kontra rundreise

For Beitostølen – Raudalen er det eit mål at dei reisande vert lenge på staden, slik at verdi-skapinga knytt til vitjinga vert størst mogleg. Marknaden om sommar er prega av stor grad av gjestar som er på gjennomreise. Det er difor interessant å vite kva som karakteriserer dei som vert buande på reisemålet i lenger tid og korleis ein kan utvikle eit produkt som er interessant for desse.

Turistane har ulike reisemønster. Ein kan skilje mellom fem hovudtypar (KAIZEN 1999:2):

- gjennomreise
- rundreise
- baseferie
- resort- eller destinasjonsferie
- dagstur

Rundreiser er den viktigaste reisemåten i Noreg om sommaren. Det er både rundturar med tur-operatørar og frie rundturar. Ein viktig del av turen er opplevinga av vegen og reisa, og ein nyttar lite tid på kvar stad. Ein vitjar gjerne stader med kjente attraksjonar.

Baseferien karakteriserast av at turisten bor fast på ein stad som vert nytta som utgangspunkt for dagsturar til andre stader. Turisten bur lenger tid på staden, men nyttar attraksjonar og aktivitetar utanfor dette reisemålet.

På ein resort- eller destinasjonsferie reiser turisten til ein stad der han er heile ferien. Slike feriar set store krav til mangfaldet i tilbodet av attraksjonar og aktivitetar på staden.

I sommarundersøkinga til Kaizen (KAIZEN 1999:2) analyserer dei skilnadene mellom rundreiseturistane på eine sida og baseturistane på den andre. (Dei skil ikkje mellom base- og destinasjonsferie i denne undersøkinga.)

Rundreiseturistane og baseturistane er like når det gjeld:

- reisefølge (barnefamiliar og slekt og venner)
- reisemåte (bil)
- organisering av reisa (gjennom turoperatør)

Tabellen nedanfor gjev eit skjematisk oversyn over nokre forskjellar mellom dei to gruppene, slik det går fram av undersøkinga.

| | Baseturistane | Rundreiseturistane |
|--|---|---|
| Nasjonalitet | Noreg Danmark | Nederland Tyskland (noko mindre utprega) |
| Alder | Storparten av dei over 65 år er baseturistar Konsentrasjon i aldersgruppa 36 – 50 år | Jamn aldersfordeling |
| Tidlegare besøk i Noreg | Har vore i Noreg før (72%) | Færre har vore i Noreg før (47%) |
| Tidlegare besøk på reisemålet | Har vore på reisemålet før (49%) | Få har vore på reisemålet før (27%) |
| Lojalitet til reisemålet | Liten forskjell, fleire har vore på reisemålet dei siste åra | Liten forskjell, har i større grad vore borte frå reisemålet i meir enn 4 år |
| Lengda på ferien | Kort (inntil 7 netter) | Lang (1 – 3 veker) |
| Lengda på opphaldet på reisemålet | Lenge (meir enn 5 netter) | Kort (1 – 3 netter) Av rundreiseturistane er det tyskarar og nederlendarar som bur lengst på reisemålet |
| Informasjonskjelder | Brosjyrar og katalogar er viktigast for både grupper Deretter kjem: <ul style="list-style-type: none"> • tidlegare erfaring med staden • tilråding frå familie og venner | Brosjyrar og katalogar er viktigast for både grupper Deretter kjem: <ul style="list-style-type: none"> • reisehandbøker |

6.3 Karakteristikka for sommarturistane på Beitostølen

I prosjektet Masterplan Beitostølen – Raudalen vart det gjennomført ei spørjeundersøking blant gjestane på Beitostølen sommaren 2000. Målet med undersøkinga var å gje betre kunnskap om marknaden for sommarturisme med hovudvekt på kva som er viktig for våre gjestar og korleis dei opplever kvaliteten på sommarproduktet.

Rapporten er basert på svar frå 85 personar som har vore gjestar på hotell, i utleigeleiligheiter og -hytter, vesentleg i juli og august.

Skildringa av sommarturistane på Beitostølen bygger på denne undersøkinga (ØVERBY 2001: Kvaliteten på sommarproduktet på Beitostølen. Ei kvantitativ spørjeundersøking. Jo Audun Øverby, februar 2001).

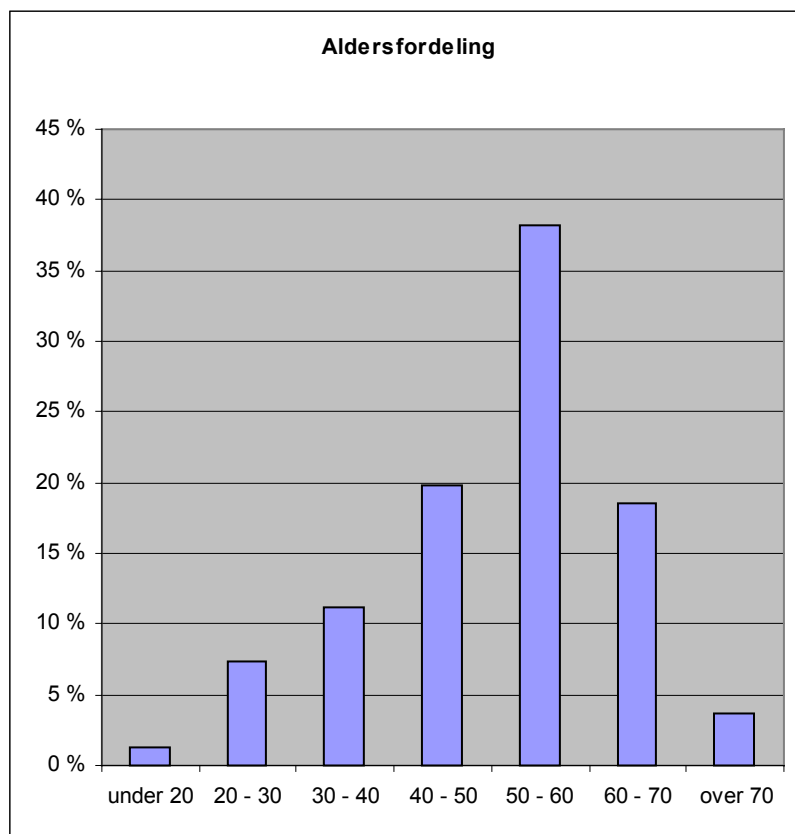
Det er i hovudsak **nordmenn** som er gjestar her om sommaren, dei utgjør 68% (SSB). I vår undersøking var danskane nest største gruppe med 13% og deretter kom nederlendarane med 10%. Vi nytta spørjeskjema på norsk og engelsk, vi har difor venteleg ein underrepresentasjon av tyskarar. På nasjonsfordeling er statistikken frå SSB ei betre kjelde, den syner følgjande fordeling på dei viktigaste nasjonsgruppene:

| Nasjon | Del av samla gjestedøgn |
|-----------|-------------------------|
| Noreg | 68 % |
| Tyskland | 11 % |
| Nederland | 8 % |
| Danmark | 4 % |
| Frankrike | 3 % |
| Italia | 2 % |
| Sverige | 2 % |

Tabell 6-1 Fordeling av gjestedøgn sommaren 2000 på nasjon. SSB

Tabellen under syner aldersfordelinga på dei som svara i vår undersøking.

Figur 6-1 Aldersfordeling på respondentane i sommarundersøkinga på Beitostølen



Beitostølen har om sommaren gjestar med relativt høg alder. Dei som er over 50 år utgjer heile 60%. Tilsvarande tal for alle stadene som var med i undersøkinga åt Kaizen AS sommaren 1999, var 30%.

Om vinteren er om lag 38% av gjestane våre over 50 år, gjennomsnittet for vinterdestinasjonene var 20% (KAIZEN 1998).

Dei som kjem til Beitostølen, reiser overvegande saman med familie med barn eller med slekt og venner.

| Reisefølge | Tal svar | Andel |
|------------------|----------|-------|
| Alene | 9 | 11 % |
| Familie med barn | 36 | 43 % |
| Slekt/venner | 35 | 42 % |
| Firma/skole | 3 | 4 % |
| Sum | 83 | 100 % |

Tabell 6-2 Reisefølgje for sommarturistane på Beitostølen

Kurs, konferansar og yrkesreiser utgjer ein liten del av overnattingane på Beitostølen i alle vår- og sommarmånadene.

Heile 73% av dei som har svart i vår undersøking, har vore på Beitostølen tidlegare. Dette stadfester inntrykket av at vi har stort gjenkjøp. Av dei 26 utlendingane som har svart på spørsmålet, har 5 vore her tidlegare. Beitostølen har langt høgare gjenkjøp enn fjellregionen totalt (KAIZEN 1999:2).

Viktigaste informasjonskjelde for dei som vitjar Beitostølen er tidlegare erfaringar med staden. Heile 56% seier at dei kjenner staden frå tidlegare og 30% har fått Beitostølen anbefalt frå venner, familie eller liknande. Dette samsvarer godt med at heile 73% av respondentane har vore på Beitostølen tidlegare.

| Informasjonskjelde | Andel |
|---|-------|
| Kjenner stedet fra tidligere | 56 % |
| Anbefalt av venner, familie o.l. | 30 % |
| Brosjyrer, katalog fra turoperatør o.l. | 23 % |
| Presentasjon på internett | 10 % |
| Tilfeldig | 8 % |
| Presseomtale i TV, aviser, radio | 6 % |
| Reisehåndbøker | 6 % |
| Annen informasjon | 6 % |
| Annet brosjyre materiell fra Beitostølen | 5 % |
| Annonser | 5 % |
| Brosjyren Valdres, Jotunheimen, Sognefjorde | 5 % |
| Andre norske turistinformasjoner | 4 % |
| Aktiv Ferie katalogen | 0 % |
| Sum | 162 % |

Tabell 6-3 Viktigaste informasjonskjeldene for sommarturistene på Beitostølen.

For dei som er på Beitostølen for første gong, er brosjyrar og kataloger desidert viktigaste informasjonskjelde. 70% av desse oppgjev dette som ei viktig kjelde til informasjon.

For utlendingane er brosjyrar og kataloger frå turoperatør den desidert viktigaste informasjonskjelda, 65% av dei utlendingane som har svara på dette spørsmålet oppgjev dette som ein av dei viktige kjeldene.

Også blant utlendingane er tidlegare kjennskap til Beitostølen ei viktig informasjonskjelde (sjølv om det her ikkje er meir enn 5 respondentar som har kryssa av for dette alternativet).

| Viktige informasjonskjelder utlendingar | Andel |
|---|-------|
| Brosjyrer, katalog fra turoperatør o.l. | 65 % |
| Kjenner stedet fra tidligere | 19 % |
| Reisehåndbøker | 15 % |
| Anbefalt av venner, familie o.l. | 12 % |
| Tilfeldig | 12 % |

Tabell 6-4 Viktigste informasjonskjeldene for utenlandske sommarturistar på Beitostølen.

Grunnen til at ein i tabellane får ein sum større enn 100%, er at ein her kunne krysse av for fleire viktige informasjonskjelder. Prosentane uttrykkjer kor stor del av dei som har svara på dette spørsmålet, som meiner dette var ein viktig informasjonskjelde.

Turistane legg i hovudsak vekt på følgjande forhold når dei vel kvar dei vil reise om sommaren:

- naturen
- høve til å reise på utflukter
- fred og ro

Dette er faktorar ein bør legge vekt på i marknadsføringa av staden.

Dei 10 attraksjonane og aktivitetane som er mest nytta, er:

- Fotturar i fjell og mark
- Slettefjellsvegen
- Tur over Besseggen
- Båttur i Jotunheimen
- Støls- og gardsbesøk
- Hegge stavkyrkje
- Valdres Folkemuseum
- Høre el Øye stavkyrkje
- Fiske
- Fjellklatring

6.4 Oppsummering – sommarmarknaden på Beitostølen

Den **typiske gjesten** på Beitostølen er:

- godt voksen – dei over 50 år utgjør 50% av gjestane
- norsk – 69% av gjestane er nordmenn (SSB)
- reiser saman med familie (med eller utan barn), slekt eller venner (85%)
- har vore på Beitostølen tidlegare – 73% har vore her før
- er på ferie- og fritidsreise

Gjestane har **informasjon om Beitostølen** frå:

- tidlegare besøk her
- anbefaling i frå venner, familie og andre kjende
- brosjyrar og katalogar frå turoperatørar

For utlendingane er brosjyrar og kataloger frå turoperatørar desidert viktigaste informasjonskjelde.

Ved **val av reisemål** legg våre gjestar vekt på:

- naturen
- høve til å reise på utflukter
- fred og ro

Desse elementa bør vi legge vekt på i marknadsføringa.

Dei mest nytta aktivitetane og attraksjonane er:

- fotturer i fjell og mark
- Slettefjellsvegen
- tur over Besseggen
- båttur i Jotunheimen
- støls- og gardsbesøk
- Hegge stavkirke
- Valdres Folkemuseum
- Høre el Øye stavkirke
- fiske
- fjellklatring

7 Kvaliteten på sommarproduktet

For å kartlegge kvaliteten på sommarproduktet, gjennomførte masterplanprosjektet sommaren 2000 ei undersøking. Resultata ligg føre i rapporten ”Kvaliteten på sommarproduktet på Beito-stølen. Ei kvantitativ spørjeundersøking”, Jo Audun Øverby februar 2001.

Undersøkinga freistar å måle korleis gjestane opplever kvaliteten. Kunnskap om dette er ein føresetnad for i masterplanen å peike på korleis kvaliteten skal betrast. Vidare er det naudsynt å vite kva for element gjestane meiner er viktige. Dette bør ligge til grunn for kva ein prioriterer i arbeidet med å betre kvaliteten.

I undersøkinga har vi kartlagt kvaliteten og viktigheiten av:

- overnattingstilbodet
- aktivitetstilbodet
- andre lokale tilbod
- turistinformasjonen

Kvar av desse delene av produktet er delt opp i mange element, slik at kvaliteten og viktigheit for totalt 31 ulike element er kartlagt.

7.1 Omgrepet kvalitet

Kvalitet kan vere eit objektivt mål, slik det er når kvaliteten på drikkevatt er definert ved mellom anna tillate innhald av bakteriar og temperatur.

Kvalitet kan og vere ei subjektiv vurdering. Til dømes kan ulike personar ha ulike oppfatningar om kor godt det same måltidet på ein restaurant er.

I denne undersøkinga har vi freista måle **den subjektive kvaliteten kvar gjest opplever i høve til kva dei har forventa.**

Dersom vi målar ein låg kvalitet, kan det ha to årsaker. Det kan vere at vi gjennom vår kommunikasjon med kunden har skapt forventning om ein annan og høgare kvalitet enn den vi meiner å levere. Det kan også vere at kvaliteten på produktet er lågare enn det vi skal levere.

7.2 Kvaliteten på einskildelementa

I spørjeskjemaet har vi bede gjestane markere for kvart av elementa kor god kvaliteten er i høve til deira forventning. Skalaen gjekk frå 1 til 5, der 1 var ”Dårligere enn forventet” og 5 var ”Bedre enn forventet”.

Dei aller fleste produktelementa får bra gjennomsnittleg score på kvalitet. 21 av dei har gjennomsnitt høgare enn 3,5 og berre eit – sykling – får under 3,0. Om ein held seg til gjennomsnittet, har altså alle elementa bortsett frå eit, ein kvalitet som er betre enn forventa.

Det er vidare liten spreiding i resultata målt som gjennomsnitt. Beste element får 4,16 og dårlegaste 2,86.

Gjennomsnittleg score for kvalitet gjev difor avgrensa informasjon om kvaliteten på elementa. Gjennomsnittstala skjuler imidlertid store variasjonar i korleis kvaliteten vert vurdert. Vi har difor også sett på kor stor del som oppgjev at dei har opplevd kvaliteten på elementa som lågare enn forventa.

Resultata kjem fram i tabellen nedanfor.

| Produktelement | Kvalitet | | | | Viktigheit | |
|---|-----------|------|------------------|-------------|------------------|-------------|
| | Dårlegare | | Gjennom snitt | Tal svar | Gjennom snitt | Tal svar |
| | tal | % | | | | |
| Overnattingstilbudet | | | | | | |
| Service fra betjeningen | 2 | 3 % | 4,15 | 74 | 4,47 | 70 |
| Standard | 3 | 4 % | 3,85 | 74 | 4,29 | 68 |
| Rydding og renhold | 4 | 6 % | 3,76 | 72 | 4,60 | 68 |
| Aktiviteter o.l. på overnattingsbedriften | 5 | 9 % | 3,46 | 57 | 3,10 | 62 |
| Informasjon på overnattingsbedriften | 4 | 6 % | 3,75 | 65 | 3,84 | 64 |
| Beliggenhet av overnattingsbedriften | 2 | 3 % | 3,82 | 66 | 3,66 | 64 |
| Mat og drikke på overnattingsbedriften | 2 | 3 % | 4,11 | 62 | 4,28 | 65 |
| Aktivitetstilbudet | | | | | | |
| Fiske | 1 | 8 % | 3,75 | 12 | 2,51 | 47 |
| Tur over Besseggen | 1 | 5 % | 4,09 | 22 | 2,92 | 48 |
| Elgsafari | 1 | 20 % | 3,60 | 5 | 2,07 | 42 |
| Båttur i Jotunheimen | 2 | 8 % | 3,67 | 24 | 3,07 | 46 |
| Rafting | 1 | 20 % | 3,40 | 5 | 2,07 | 42 |
| Sykling | 2 | 29 % | 2,86 | 7 | 2,40 | 43 |
| Støls- og gardsbesøk | 2 | 11 % | 4,11 | 19 | 2,78 | 45 |
| Andre aktivitetstilbud | 1 | 3 % | 4,16 | 31 | 3,37 | 46 |
| Andre lokale tilbud | | | | | | |
| Stavkirker | 3 | 13 % | 3,65 | 23 | 2,79 | 52 |
| Andre attraksjoner | 3 | 11 % | 3,54 | 28 | 3,06 | 48 |
| Barnetilbud | 2 | 29 % | 3,29 | 7 | 1,98 | 41 |
| Kulturtilbud | 2 | 11 % | 3,53 | 19 | 3,15 | 46 |
| Shopping | 3 | 6 % | 3,46 | 50 | 3,00 | 55 |
| Serveringstilbud o.l. | 0 | 0 % | 3,73 | 40 | 3,34 | 50 |
| Lokale transporttilbud | 1 | 6 % | 3,81 | 16 | 2,29 | 45 |
| Parkeringsforhold | 5 | 9 % | 3,57 | 54 | 4,00 | 61 |
| Åpningstider attraksjon | 0 | 0 % | 3,69 | 32 | 3,16 | 50 |
| Åpningstid butikk, bank, post | 4 | 7 % | 3,67 | 57 | 3,71 | 59 |
| Skilting og merking generelt | 12 | 20 % | 3,26 | 61 | 4,31 | 61 |
| Byggeskikk og estetikk | 6 | 11 % | 3,44 | 54 | 3,77 | 56 |
| Generelt prisnivå | 10 | 16 % | 3,16 | 62 | 4,02 | 63 |
| Turistinformasjonen | | | | | | |
| Åpningstider T.info. | 5 | 14 % | 3,38 | 37 | 3,33 | 52 |
| Service fra betjeningen T.info. | 2 | 5 % | 4,00 | 43 | 3,81 | 52 |
| Skriftlig informasjonsmateriell | 8 | 19 % | 3,23 | 43 | 3,60 | 53 |

7.3 Sterke sider

På bakgrunn av resultatet er det sett følgende krav for at eit element skal definerast som ein sterk side:

- Gjennomsnittleg skal kvaliteten vere over 3,5 – definitivt betre enn forventa
- Over 50 % av gjestane skal ha opplevd kvaliteten som betre enn forventa
- Mindre enn 5 % av gjestane skal ha opplevd kvaliteten som dårlegare enn forventa

Ut frå desse kriteria får vi følgende sterke sider:

Overnattingstilbodet

- Service frå betjeninga
- Standard
- Kor overnattingsbedrifta ligg
- Mat og drikke på overnattingsbedrifta

Aktivitetstilbodet

- Tur over Besseggen
- Andre aktivitetstilbodet

Andre lokale tilbod

- Serveringstilbodet o.l.
- Opningstider attraksjon

Turistinformasjonen

- Service frå betjeninga på turistinformasjonen.

7.4 Svake sider

Svake sider er definert som element der:

- Over 10% av gjestane har opplevd kvaliteten som dårlegare enn forventa

Ut frå dette kriteriet er følgende svake sider:

Aktivitetstilbodet

- Støls- og gardsbesøk
- Stavkyrkjer
- Andre attraksjonar
- Kulturtilbodet
- Skilting og merking generelt
- Byggeskikk og estetikk
- Generelt prisnivå

Turistinformasjonen

- Opningstider på turistinformasjonen.
- Skriftleg informasjonsmateriell

Turistinformasjonen hadde sommaren 2000 uvanleg korte opningstider. Dette er nok bakgrunnen for at dette kjem ut som ei svak side.

Også elgsafari, rafting, sykling og barnetilbodet er svake sider etter definisjonen. Det er under 10 personar som har svara på kvaliteten på kvar av desse produkta. Dette gjev eit for dårleg grunnlag for å vurdere kvaliteten på desse produkta.

7.5 Kor viktige er dei ulike elementa?

Vi har også freista å måle kor viktig gjestane meiner dei ulike produktelementa er. Vi ba dei om å oppgje kor viktig kvart element var, på ein skala frå 1 til 5, der 1 var "Ikke viktig" og 5 var "Meget viktig".

For kvalitet ligg gjennomsnittsverdiane for dei ulike elementa alle relativt nær 3, med 4,16 som beste observasjon og 2,86 som dårlegaste. Resultatet for kor viktig kvart element er, har mykje større spreining i gjennomsnittleg verdi, frå 4,60 til 1,98. Dette gjev eit klarare svar på kva respondentane meiner er viktig og lite viktig.

I tillegg til å sjå på gjennomsnittsverdiane, har vi også sett på kor stor del av respondentane som meiner elementet er viktig – har kryssa av for 4 eller 5.

Tabellen nedanfor syner resultatata. Tabellen syner kor stor del av dei som er spurde som synes det enkelte element er viktig (har svart 4 eller 5), og gjennomsnittsverdien for viktigheit for kvart element. Elementa er sett opp i sortert rekkjefølgje slik at dei viktigaste kjem øvst.

"Meget viktig" er element som meir enn 75% av dei spurde meiner er viktig. Dette er element som også alle har gjennomsnittsverdi over 4,0. "Viktig" er element som minst halvparten av respondentane meiner er viktige.

| Element | | Andel svara at | |
|--------------|---|----------------|--------------|
| | | er viktig | Gjennomsnitt |
| Meget viktig | Rydding og renhold | 93 % | 4,60 |
| | Service fra betjeningen | 86 % | 4,47 |
| | Standard | 81 % | 4,29 |
| | Skilting og merking generelt | 80 % | 4,31 |
| | Mat og drikke på overnattingsbedriften | 80 % | 4,28 |
| | Parkeringsforhold | 75 % | 4,00 |
| Viktig | Generelt prisnivå | 70 % | 4,02 |
| | Service fra betjeningen T.info. | 65 % | 3,81 |
| | Informasjon på overnattingsbedriften | 63 % | 3,84 |
| | Beliggenhet av overnattingsbedriften | 61 % | 3,66 |
| | Byggeskikk og estetikk | 59 % | 3,77 |
| | Skriftlig informasjonsmaterieil | 55 % | 3,60 |
| | Åpningstid butikk, bank, post | 54 % | 3,71 |
| | Serveringstilbud o.l. | 50 % | 3,34 |
| | Andre aktivitetstilbud | 48 % | 3,37 |
| | Kulturtilbud | 41 % | 3,15 |
| | Tur over Besseggen | 40 % | 2,92 |
| | Aktiviteter o.l. på overnattingsbedriften | 39 % | 3,10 |
| | Åpningstider T.info. | 38 % | 3,33 |
| | Åpningstider attraksjon | 38 % | 3,16 |
| | Båttur i Jotunheimen | 33 % | 3,07 |
| | Støls- og gardsbesøk | 31 % | 2,78 |
| | Fiske | 30 % | 2,51 |
| | Andre attraksjoner | 29 % | 3,06 |
| | Stavkirker | 29 % | 2,79 |
| | Shopping | 25 % | 3,00 |
| | Lokale transporttilbud | 24 % | 2,29 |

Elgsafari, rafting, sykling og barnetilbodet er ikkje inkludert i klassifiseringa av kvalitet fordi så få hadde svart på kvaliteten på desse elementa. Desse er difor ikkje teke med, heller ikkje i oppstillinga ovanfor. Det er få som svarar at desse fire elementa er viktige, mellom 14% og 19%.

Det er lite samsvar mellom kva respondentane svarar at er viktig, og kva dei sjølve har nytta av aktivitetar og attraksjonar. Følgjande fem element:

- Tur over Besseggen
- Båttur i Jotunheimen
- Støls- og gardsbesøk
- Stavkyrkjer (Hegge, Høre og Øye)
- Fiske

er mellom dei 10 mest brukte, men ingen av dei vert klassifisert som viktige. Vi bør ha fokus også på desse elementa i og med at dei er mykje brukt.

I den vidare drøftinga er det ikkje skild mellom meget viktige og viktige element (jamfør tabellen). Alle desse er handsama som viktige.

7.6 Kvaliteten på sommarproduktet – drøfting

Når vi skal vidareutvikle sommarproduktet, er det viktig å sjå på kva som er våre sterke og svake sider saman med kva gjestane våre vurderer som viktig.

Produktelement som er sterke sider og som gjestane meiner er viktige, er **kritiske styrker**. Dette er element som det er viktig at vi sørgjer for held ein høg kvalitet også i framtida. Produktelement som er svake sider og som gjestane meiner er viktige, er **kritiske svakheiter**. Desse elementa vil vere det som skal ha høgaste prioritet i arbeidet med å forbetre kvaliteten på sommarproduktet.

Nedanfor er det peikt på slike kritiske styrker og svakheiter og samstundes er resultatene drøfta. Drøftinga er gjort for kvart hovudelement i produktet.

Overnattingstilbudet

Alle produktelementa knytt til overnattingstilbudet vert klassifisert som viktig med unntak av aktivitetar på overnattingsbedrifta. Dei same elementa er samstundes sterke sider med god kvalitet.

På denne bakgrunn kan ein konkludere med at **overnattingstilbudet er ein kritisk styrke**. Hovudprioritet bør vere å vidareføre ein høg kvalitet.

Det er også interessant at det er aktivitetane på staden, ikkje på overnattingsbedrifta gjestane meiner er viktig. Det syner at overnattingsbedriftene bør legge ressursar i å vidareutvikle det felles aktivitetstilbudet om sommaren.

Aktivitetstilbudet

I kategorien aktivitetstilbud er faktisk ingen av elementa klassifisert som viktige! Alle har ein gjennomsnittsverdi for viktighet på under 3,5 og mindre enn 50% av gjestane svart at kvart element er viktig (4 eller 5).

| | Mindre viktig | Viktig |
|--------------|--|--------|
| Sterke sider | Tur over Besseggen Andre aktivitetstilbud | |
| | Båttur i Jotunheimen Fiske i elv og vatn | |
| Svake sider | Støls- og gardsbesøk | |

Elementet andre aktivitetstilbod er det 48% som meiner er viktig. Problemet med dette elementet er – naturleg nok – at det ikkje gjev svar på kva for aktivitet gjestane ønskjer. Ein kan vel likevel tolke dette som eit uttrykk for at aktivitetar generelt er viktig.

Innanfor aktivitetstilbodet er det elles tur over Besseggen og båttur i Jotunheimen som er viktigast. Sjølv om desse ikkje vert klassifisert som viktige, er dei av dei mest nytta aktivitetane. Vi bør difor fokusere også på desse elementa i marknadsføring og kvalitetsutvikling.

Støls- og gardsbesøk vert klassifisert som ei svak side. Det er imidlertid berre 2 respondentar som meiner kvaliteten er dårlegare enn forventa (desse gjev karakteren 2). Fordi det ikkje er fleire enn 19 som har svart på kvaliteten, vert dette litt over 10%, som er kriteriet for svak side. Imidlertid er det så mange som 79% som meiner kvaliteten er betre enn forventa og heile 42% gjev karakteren 5 på kvalitet! Sjølv om det ikkje er klassifisert som viktig, er det mellom dei 10 mest nytta aktivitetane. Støls- og gardsbesøk er difor eit godt produkt som det er særleg viktig å arbeide med kvaliteten på.

Ein skal ikkje legge stor vekt på kvalitetsvurderinga av fiske i denne undersøkinga. Berre 12 personar har svart på kvaliteten og av desse er det ein som opplever kvaliteten som dårlegare enn forventa. 7 av dei 12 – 58% – svarar at kvaliteten er betre enn forventa. Av 47 som har svart på kor viktig fiske er, har 30% svara at det er viktig. Det er også mellom dei mest nytta aktivitetane.

Elgsafari, rafting og sykling er ikkje klassifisert med omsyn til svake og sterke sider fordi så få har svart på kvaliteten på desse tilboda. På viktigheit er tal svar langt høgare og her scorar desse elementa lågt. Ein bør imidlertid vere forsiktig med å vektlegge dette. På grunnlag av dei få svara på kvalitet er respondentane truleg ikkje representative for dei målgruppene desse aktivitetane rettar seg mot.

Andre lokale tilbod

I kategorien ”Andre lokale tilbod” er det større spreing på både kvalitet og viktigheit enn i dei andre kategoriane.

| | Mindre viktig | Viktig |
|--------------|---|--|
| Sterke sider | Opningstider attraksjonar | Serveringstilbod |
| | Shopping Lokale transporttilbod | Parkering Opningstider butikk, bank, post |
| Svake sider | Stavkyrkjer Kultur Andre attraksjonar | Skilt og merking Byggeskikk og estetikk Generelle prisnivå |

Kritisk styrke er serveringstilbodet (utanom overnattingsbedriftene).

Kritisk svakheit er:

- Skilting og merking
- Byggeskikk og estetikk
- Prisnivået generelt

Skilt og merking er det **dårlegaste** elementet, 20% opplever dette som dårlegare enn forventa. Samstundes svarer heile 80% at dette er viktig! Dette må difor ha høg prioritet i arbeidet med å betre kvaliteten.

Byggeskikk og estetikk kjem ut som ei svak side fordi 11% meiner kvaliteten på dette er lågare enn forventa. Likevel er det så mykje som 46% som opplever kvaliteten på dette betre enn forventa. Med målretta arbeid for å betre estetikken på noverande anlegg – som uteområda – og god styring på framtidig byggeskikk, bør dette kunne bli ei sterk side for Beitostølen og Raudalen. Det går klart fram av resultatata at dette er eit viktig element, berre 9% har svart at dette er lite viktig medan 59% meiner det er viktig.

Parkering er viktig for gjestane våre. Det er naturleg når dei aller fleste – 88% – kjem med bil. Gjestane er godt fornøgde med parkeringstilhøva. 49% opplevde dei som betre enn forventa og berre 9% som dårlegare. Dette er likevel eit område det er viktig å ivareta i den vidare utviklinga. Utbygging og fleire gjestar krev fleire plassar. Dessutan er dette ei større utfordring om vinteren.

Det lokale transporttilbodet er tilsvarande lite viktig for dei gjestane vi har spurd.

Stavkyrkjene vert klassifisert som lite viktige som attraksjon, heile 38% meiner desse er lite viktige, berre 29% at dei er viktige. Likevel er dei mellom dei mest nytta attraksjonane.

Det generelle prisnivået kjem ut som ei svak side og er viktig. Det viktigaste tiltaket her, er gjennom kommunikasjon med marknaden, å skape rette forventningar til kva prisnivået er. Beitostølen og Raudalen skal ikkje vere noko lågprisprodukt! Det er også viktig med større prisdisiplin, at ein unngår dumpingpriser og lokkepriser som t.d. gjeld eit lite tal rom.

Turistinformasjonen

| | Mindre viktig | Viktig |
|--------------|--------------------------------|---------------------------------|
| Sterke sider | | Service frå betjeninga |
| Svake sider | Opningstid turistinformasjonen | Skriftleg informasjonsmateriell |

Service frå betjeninga er ein **kritisk styrke**.

Skriftleg informasjonsmateriell er ein **kritisk svakheit**.

Sjølv om opningstida ikkje vert klassifisert som viktig, er det 38% av respondentane som meiner dette er viktig. Dessutan er det truleg viktige målgrupper for informasjonen som ikkje er representerte i undersøkinga, slik som dei som er på gjennomfart, dei som bor stader med sjølvhushald og hytteeigarar. Dette er grupper som det er viktig å informere om aktivitetstilbod og få til å bruke meir tid på Beitostølen. Opningstida bør utvidast i høve til kva ho var sommaren 2000, noko som er gjort allereie frå sommaren 2001.

7.7 Konklusjon

Styringsgruppa meiner at **førsteprioritet i arbeidet med å forbetre sommarproduktet** bør vere:

- Skilting og merking – koordinert med turistvegprosjektet
- Byggeskikk og estetikk
- Betre prisdisciplin og betre kommunikasjon av kva prisnivået er
- Aktivitetsområder for barn
- Skriftleg informasjonsmateriell

Følgjande **kritiske styrker** bør ein passe på å ivareta ved vidareutvikling av Beitostølen:

- Overnattingstilbodet
- Serveringstilbod
- Service frå betjeninga på turistinformasjonen

Profil

8 Merkevaren Beitostølen

8.1 Merkevarer

Norges Turistråd har sett i gang arbeidet med å bygge merkenamnet Noreg. Satsinga er mellom anna presentert i brosjyren "Norge. Fra nesten ukjent til naturlig for noen" frå Norges Turistråd.

Norges Turistråd definerer ein merkevare slik:

"En merkevare er en vare eller tjeneste du kjenner, har tillit til og oppfatter entydig, positivt og forskjellig fra konkurrentene."

Ein vare har ei rekkje produktegenskaper. Ein merkevare har i tillegg emosjonelle verdier, erfaringar og forventningar knytt til seg. Bygging av ein merkevare skjer over lang tid gjennom konsekvent og tydeleg kommunikasjon av kva for personlegdom og eigenskaper varen har.

Gjennom å bygge ein merkevare aukar ein den prisen kunden er viljug til å betale for varen, og ein skapar lojalitet til varen.

For å kunne bygge ein merkevare må ein gjere tydelege val av kva produktet skal vere og kven målgruppa er. Å dekkje dei fleste behov for dei fleste er ikkje å bygge merkevare.

8.2 Merkevaren Noreg

Norges Turistråd er i gang med å bygge merkevaren Noreg i feriemarknaden. Dei har avgjort at Noreg skal framstå med ein personlegdom med fire eigenskapar:

***Ekte** (i betydningen oppriktig, ærlig og naturlig, ikke tilgjort og jålete)*

og

***Velskapt** (i betydningen vakker, overveldende, sunn og sterk)*

og

***Vennlig** (i betydningen livsglad, frisk, gjestfri, usnobbete, hjelpsom)*

og

***Velorganisert** (trygg, ryddig, moderne)*

Norges Turistråd meiner Noreg må ha ein tydeleg posisjon i marknaden, med avstand til konkurrentane og med ein posisjon som treffer dei rasjonelle og emosjonelle behova åt målgruppene. Noregs posisjon uttrykker rådet slik:

***Ny energi, Harmoni og Berikelse** oppleves sammen og i balanse.*

For reisemålet Beitostølen – Raudalen er det ein fordel om ein utviklar eit produkt og bygger ein merkevare som samsvarer med merkevaren Noreg. På den måten kan ein hauste fordelar av merkevarebygginga nasjonalt og den marknadsføringa som vert gjort på dette nivået.

I tillegg er det viktig for den nasjonale merkevarebygginga at alle reisemåla i Noreg er med å oppfylle dei lovnadene som ligg i den nasjonale merkevaren.

8.3 Merkevaren Beitostølen

Vårt utgangspunkt

Beitostølen er kanskje den staden i Noreg der landsbyen kan verte liggjande oppe i bakken. Vi ligg allereie i dalsida (ikkje i dalbotn), sørvend med utsikt ut over bygda Beito og til Slettefjell og Mugnetind på andre sida av dalen.

Beitostølen er kompakt, det er gangavstand mellom mykje av funksjonane i sentrum. Vi er i ferd med å bygge ein liten landsby. Det er mykje ledig areal i sentrum slik at utvikling av sentrumsfunksjonane kan skje utan å strekkje sentrum.

Beitostølen Helsesportsenter har gjeve Beitostølen eit godt namn innan opptrening og rehabilitering av handikappa og innan handikapidrett. Dette gjev oss eit særleg godt utgangspunkt for ei satsing på helse og velvære – også for ”friske” folk. Samstundes gjev det eit unikt utgangspunkt for å profilere seg som reisemål for funksjonshemma.

Beitostølen har eit godt namn som familiestad. Om vinteren har vi eit godt produkt for barnefamiljar, frå ungane er heilt små til langt opp i tenåra. Også om sommaren har vi eit godt familieprodukt. Samstundes har vi mange gjestar som er godt vaksne – frå 50 år og oppover – og dei opplever kvaliteten på produktet som godt. Difor skal vekta venteleg ligge meir på **fleire generasjonar** enn på **barnefamiljar**.

Raudalen kan løfte reisemålet opp i ein annan divisjon innan alpin skikjøring. Området kan supplere sommarproduktet med turar og aktivitetar i og ved elv og vatn. Raudalen kan, med ei rett utbygging, tilby opphald og opplevingar i eit grøntare og meir urørt miljø og i eit meir harmonisk, heilskapleg bygningsmiljø. I sommarundersøkinga vår kom det klart fram at ein del gjestar føretrakk Grønolen Fjellgard fordi dei her opplevde meir ro og fred, eit lågare tempo og eit meir opprinneleg miljø. Ei utbygging i Raudalen kunne utvide denne delen av produktet.

Naturen er ein viktig basis for reiselivet på Beitostølen og mykje av opplevingane og aktivitetane er naturbaserte. Samstundes set dei reisande stadig større krav til at det vert teke omsyn til miljøet. Beitostølen – Raudalen bør difor utviklast som eit grønt reisemål.

Vinter og sommar er høgsesong på Beitostølen. Det er over noko tid arbeidd for å ha fleire tilbod vår og haust og for å profilere Beitostølen som reisemål heile året. Dette bør integrerast i profilen.

Modell for å analysere alpinstadene

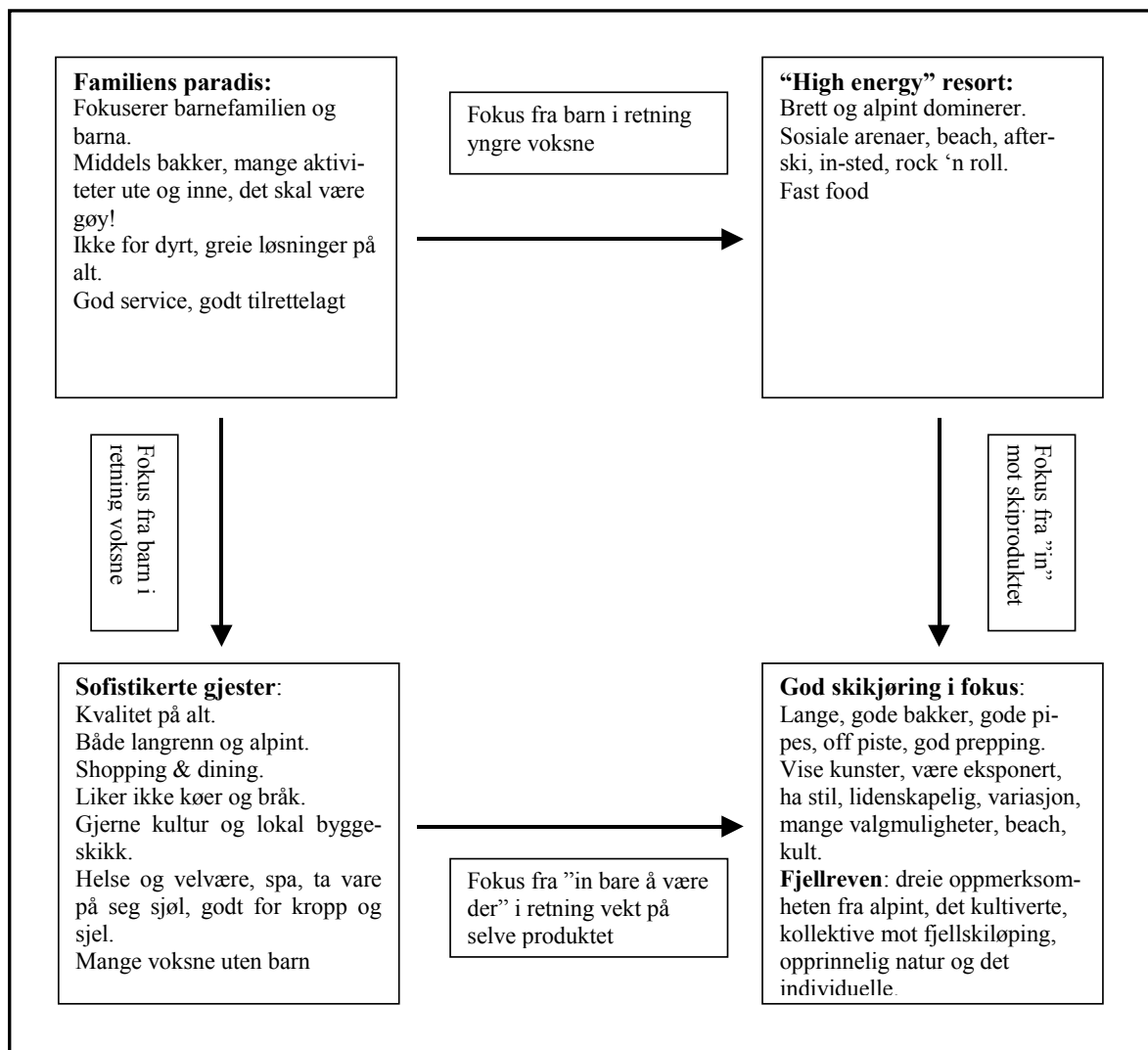
I drøftinga styringsgruppa har hatt med SE Group ved Bruce Erickson, har vi nytta ein modell som plasserer alpinstader i forhold til fire ytterpunkt (fire hjørne i figuren nedanfor). Modellen er utvikla av konsulentfirmaet Mimir og her gjengitt fritt etter slik den er presenter av SE Group og av SND Buskerud.

Beitostølen er definitivt ikkje staden for ”high energy”, ungdomsstaden for utfordrande kjøring og festing. Vi har eit godt namn som familiestad og ein kunne tenkje seg at vi hørde til nær ”familiens paradís”. Vi har imidlertid mykje godt vaksne gjestar og også eit prisnivå og ein eksklusivitet som gjer at vi ikkje er – eller skal bli – einssidig ein stad for barnefamiljar.

Tilbodet vi har innan turski, og høve terrenget gjev for fjellskiløping, gjer at vi kan vere ein interessant stad for ”fjellreven” – individualisten som beherskar fjellet, kjører telemark og off piste når

det ikkje er for mykje folk i bakken, men også tar fjellturar utanom oppkjørte løyper. Ei utbygging av alpinanlegg i Raudalen vil gjere at vi også på alpin vil flytte oss i retning ”God skikjøring i fokus”.

I drøftinga med SE Group har det kome fram at modellen vert for eindimensjonal i høve til generasjonar. Beitostølen er ein ”intergenerational” stad, ein stad der fleire generasjonar både kan vere samstundes og vere samene. Omgrepet ”fleire generasjonar” er kanskje det som kan uttrykkje kva reisemålet skal vere med omsyn til aldersgrupper.



Namnet på reisemålet

Utgangspunktet for masterplanen er at vi skal planleggje området som eitt reisemål. Det er viktig kva ein nyttar som namn på dette reisemålet i marknadsføringa.

Reisemålet inkluderer fleire stader, Beitostølen, bygda Beito og Raudalen. Det er viktig at ein held på dei opprinnelege stadnamna og nyttar desse. Til dømes må alpinanlegget i Raudalen heite Raudalen, ikkje Beito som vart nytta ein periode. Likeins ligg hotella på Beitostølen på Beito- stølen, ikkje ”på Beito”.

I marknadsføringa av staden må ein ha eitt namn som er merkevaren. Dette namnet kan sjølvsagt vere samansett av fleire namn som til dømes Beitostølen – Raudalen. Beitostølen er eit innarbeidd namn med ikkje uvesentleg verdi som merkenamn. Internasjonalt er det komplisert nok, om ein ikkje skal supplere det med eit (eller fleire) stadnamn i tillegg.

Styringsgruppa er einige om at i nasjonal og internasjonal marknadsføring skal namnet på reise-målet vere Beitostølen. Samstundes skal ein bruke riktige stadnamn når anlegg og bedrifter vert namna eller lokaliseringa av dei skildra.

Konklusjon

Beitostølen er fjellandsbyen midt i bakken der barn, vaksne og eldre kan oppleve helse og velvære gjennom aktivitet.

Beitostølen skal vere:

- helse og velvære, aktivitet og sport i rein fjellnatur
- fire fengjande årstider
- en kompakt fjellandsby oppe i dalsida med utsikt over dalen og fjellet
- inngangsporten til Jotunheimen
- ferieopplevinga i ei bygd med aktiv stølsdrift, levande landbruk og middelalderhistorie
- eit godt reisemål også for funksjonshemma

Våre gjestar er:

- familiar med fleire generasjonar på ferie
- individ som ønskjer helse og velvære
- deltakarar på kurs og konferansar
- deltakarar på idrettsarrangement og folk som vil trene

Beitostølen har i dag eit vennleg, uformelt vertskap med lokal forankring. Dette er viktig å vidareutvikle, på Beitostølen skal ein møte service i alle ledd.

Beitostølen skal vere ein grøn destinasjon, der miljøomsyn står sentralt i utvikling og drift.

Denne profilen er **i hovudsak** i samsvar med den som er foreslått i strategiplan for Destinasjon Beitostølen AS dagsett 09.05.01.

9 Visuell profil

Styringsgruppa ønskjer å gje reisemålet ein tydeleg visuell identitet som skal vere ein del av den identiteten folk får del i når dei besøker staden. Dei estetiske kvalitetane på Beitostølen bør betrast for å gjere reisemålet meir attraktivt. Resultatet må bygge opp under den profilen merkevaren Beitostølen skal ha.

Arbeidet med å betre dei visuelle kvalitetane på reisemålet famnar breitt, frå arkitektur, via skilting til utforming av marknadsføringsmateriell.

Styringsgruppa har vald å la Øystre Slidre kommune ta hovudansvaret for å arbeide med utvikling av arkitekturen på reisemålet, i samband med kommunedelplanen. Dette var del på grunn av dei økonomiske rammene for prosjektet, men også på bakgrunn av råd frå fylkeskommunen.

I utarbeidinga av masterplanen har ein arbeidd med ein visuell profil for reisemålet. Arbeidet er utført av Enzo Finger Design AS, eit av dei fremste firma på dette området i Noreg. Arbeidet omfattar utarbeiding av ein logo for Destinasjon Beitostølen AS, forslag til visuell profilering gjennom brev, trykksaker, internett, festivale element og skilting, og utarbeiding av ein skiltplan. Innanfor masterplanen er arbeidet ikkje ført lenger enn til gjennomføring av eit forprosjekt. Det er vidare inngått ein avtale om ein opsjon for reinteikning av logo, ein opsjon Destinasjon Beitostølen AS kan nytte seg av. Vidare utforming, detaljering og implementering av den visuelle profilen, er ei oppgåve for reiselivsnæringa. Dette er eit satsingsområde for SND, og det er difor sannsynleg at ein kan få støtte til eit slikt arbeid.

Destinasjon Beitostølen AS ønskjer å offentleggjere ein ny logo når han er reinteikna og ein står nærare ein implementering. Ein bør også gjere naudsynte tiltak for å verne den visuelle profilen, før han vert offentlig. Resultatet av arbeidet med den visuelle profilen vert difor ikkje vist i plandokumentet, men det vert her gjeve ein kort omtale av arbeidet.

9.1 Logo

Logoen vil ta utgangspunkt i kva Beitostølen er, ”sjela” til staden. Ein har difor arbeidd med dei landskapsmessige kvalitetane til staden, med historia og med kva som særpregar staden og reisemålet i dag.

Ein føresetnad i arbeidet har vore å finne fram til ein logo som famnar heile reisemålet og kan nyttast saman med dei logoane kvar einskild bedrift nyttar. Logoen skal vere logo for destinasjonsselskapet, men også kunne nyttast i alle marknadsføring og kommunikasjon som gjenkjennande element for Beitostølen.

Det er lagt vekt på å finne ein logo som spelar på historia åt staden – mellom anna opphavet som stølsgrend – men samstundes er moderne og kan nyttast til å presentere morgondagens reisemål.

Logo og visuell profil skal vere eigna til å marknadsføre alle dei fire årstidene på Beitostølen og nyttast ved ulike arrangement.

I vurderinga av fargebruk, har ein teke utgangspunkt i dei fargane ein finn i naturen her på ulike årstider.

Gjennom forprosjektet er det laga ei skisse til ein logo som fyller desse krava.

9.2 Visuell profil

Logoen er kjernen i den visuelle profilen, men denne er langt meir omfattande enn logoen. Den visuelle profilen skal definere fargebruk, materialbruk, omfatte festivale element, informasjonsskilt og portalar.

Ein visuell profil omfattar også utforming av skriftleg materiale, som utforming av brevar, konvoluttar og marknadsføringsmateriell – og definerer fargar, skrifttypar og rammer for layout. Vidare definerer den rammene (mal) for informasjon på internett.

I forprosjektet er det skissert eksempel på slike element, dette må det arbeidast vidare med i eit hovudprosjekt.

9.3 Skilting

Beitostølen er i dag prega av visuell støy. Skilt utgjer mykje av denne støyen.

Kvar aktør kan redusere denne støyen gjennom å tenke meir på heilskapen når ein sjølv skilter og vise litt måtehald i virkemiddelbruken. Gjennom ein skiltplan kan ein legge grunnlag for at det kvar einskild gjer, i større grad samsvarar med heilskapen. Ein skiltplan kan også vere utgangspunkt for å luke vekk uheldige utslag.

Enzo Finger Design AS har utarbeidd nokre skisser til retningsliner for skilting.

Materialbruken bør baserast på naturmaterialer:

- skifer
- tre – med ulik behandling (røff, naturleg til oljet og polert)
- stål – rustfritt og jern, også rustent jern

Glas bør ein ikkje nytte, det vert for urbant i skilting.

Arkitekturen på Beitostølen er prega av at taka utgjer ein stor del av flatene. Det er difor sparsamt med veggflater. Ein må difor vere restriktiv med å nytte desse flatene til skilting. Namn på foretaka bør kunne stå på veggflatene, men tilbod, varer, merker og aktivitetar bør ikkje marknadsførast på utvendige veggflater.

I utforminga av skilt på bygg, bør ein bruke dei linene ein finn i arkitekturen. T.d. bør ein unngå at skilta ragar inn i opningar (t.d. ned i opninga i eit inngangsparti) og kanten på skilta bør følgje linene i bygget.

Enzo Finger Design AS viste eksempel på bruk av bokstavar/logo utført i stål og montert direkte på fasaden. Dette ga eit ryddig inntrykk og skiltet øvde ikkje vald på bygningen.

Dersom ein vil tillate bruk av uthengerskilt, bør det utarbeidast felles standard beslag.

Reklamebukkar bør vekk.

Enzo Finger Design AS átvarar også nokre tendensar til gigantomani. Ein bør vere forsiktig med verkemiddelbruken fordi ein skal ta omsyn til ein var natur.

Nedanfor er det vist nokre eksempel på korleis ein med enkle middel kunne gjere skiltinga betre. Døma er ikkje meint å skulle henge ut nokon for å ha spesielt dårleg skilting, men er eksempel på korleis ting kan gjerast annleis. Alle eksempla er laga av Enzo Finger Design AS.

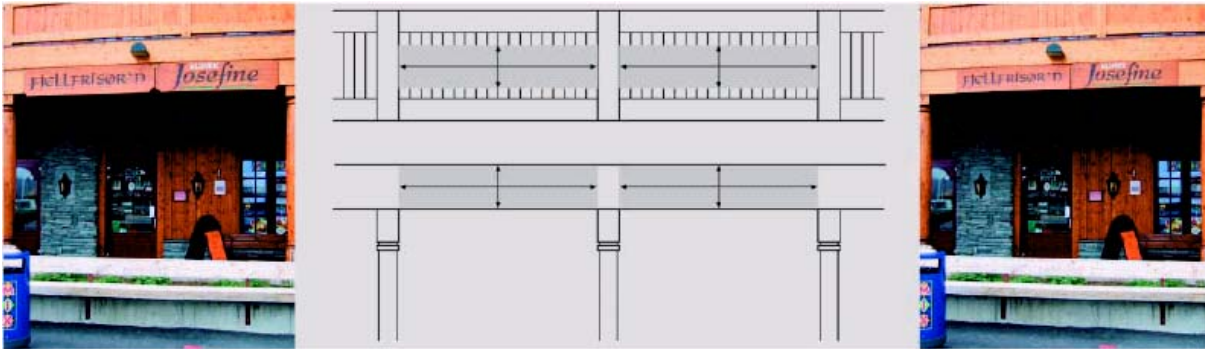
Biletet nedanfor illustrera bruk av skilt i stål rett fasaden.



Også i eksempelet nedanfor er det nytta skilt i stål rett på fasaden (Intersport-skiltet øvst), ein nyttar eksisterande treskiltet over inngangen, men nyttar trefargen som bakgrunn, og reklame på fasade og stolpe er fjerna.



På biletet under syner ein effekten av å la skilta følgje linene i arkitekturen, og ikkje la dei rage ned i svalgangen.



9.4 Konklusjon

Med utgangspunkt i det skisseprosjektet som er gjennomført, bør Destinasjon Beitostølen AS arbeide vidare med utforming av den visuelle profilen til reisemålet og få reinteikna ny logo. Av dei første tiltaka i implementeringa av den visuelle profilen er truleg å bruke han i katalogar og på internettsida, sette opp portalar ved inngangsportane til Beitostølen og ta i bruk festivale element ved eitt eller nokre av dei store arrangementa her.

Det har vore kontakt med verdiskapingsprogrammet om eit samarbeid innanfor området arkitektur, miljø og innovativ bruk av tre. Ein bør i det vidare arbeidet sjå om ein kan få til samarbeid på desse områda.

Arbeidet med å betre skiltinga, vert drøfta i kapittelet Fjellandsbyen og det indre sentrum, i avsnittet om skilting frå side 119.

10 Samspel med Beitostølen Helseportsenter

Beitostølen Helseportsenter er den institusjonen som i størst grad har gjort Beitostølen kjent i inn- og utland. Det er den største arbeidsplassen på staden med over 100 tilsette, mange med høg utdanning. Institusjonen og dei tilsette har vore og er ein viktig ressurs i utviklinga av staden, m.a. innan utvikling og gjennomføring av idrettsarrangement. Beitostølen Helseportsenter skaper omsetning i reiselivsnæringa og forretningane elles, mange tusen personar vitjar helseportsenteret årleg. Institusjonen har også tilbod til lokalbefolkninga, som offentleg bading, babysymjing og kapellet, tilbod som ikkje hadde vore der utan helseportsenteret.

Reisemålet Beitostølen har difor eit unikt utgangspunkt for å bygge ein profil med helse og velvære som bærande element og ein bør sjå på korleis helseportsenteret og reiselivsnæringa gjensidig kan ha nytte av kvarandre.

Utviklinga av reisemålet må balansere mellom to grupper av omsyn i høve til helseportsenteret. På den eine sida er Beitostølen Helseportsenter ein helseinstitusjon og ikkje ein turistattraksjon, utvikling av reiselivsnæringa og staden må ikkje gjere vilkåra for å drive og utvikle helseportsenteret dårlegare. På den andre sida bør reiselivsnæringa i større grad bruke det at helseportsenteret ligg her i si marknadsføring – Beitostølen Helseportsenter har gjort Beitostølen kjent som staden for helseport og rehabilitering, noko som gjev eit unikt utgangspunkt for å bygge profilen helse og velvære – og institusjonen og dei tilsette er ein viktig ressurs for reisemålet.

Reiselivsnæringa ønskjer eit tettare samarbeid med helseportsenteret. Destinasjon Beitostølen AS og Beitostølen Helseportsenter bør sjå på korleis ein kan få til dette, til dømes gjennom meir formalisert samarbeid. Sjå elles kapittel Gjennomføring frå side 151.

Om Beitostølen Helseportsenter

Helseportsenteret vart opna i 1970, og har en riksdekkjande institusjon innan spesialisert rehabilitering for fysisk funksjonshemma. Det er også godkjent utdanningsinstitusjon innan fysikalsk medisin og rehabilitering

Målgruppa er først og fremst pasienter med fysiske funksjonshemmingar.

Gjennom dagleg trening skal pasientane få betra generell fysisk yteevne og rehabilitering. Opphaldet her skal også gje psykisk og sosial stimulans og gjere dei betre i stand til å meistre sin kvardag. Dei skal også lære korleis dei kan nytte trening for å betre sin funksjon i dagleglivet. Vaksne klientar er normalt på helseportsenteret i 4 veker medan barn og skuleelevar er der 2 ½ veke.

Helseportsenteret har over 100 tilsette. Dei har stor del høgt utdanna personell, som legar, sjukepleiarar, fysioterapeutar, spesialpedagogar i kroppsøving, sosialkonsulent og psykolog.

Erling Stordahl tok i 1960-åra initiativet til å få etablert Ridderrennet og Beitostølen Helseportsenter. Helseportsenteret vart opna i 1970 og Stordal leia institusjonen i 24 år.

Areal og aktivitetsområde

Beitostølen Helsesportsenter er avhengige av gode areal for aktivitetar og friluftsliv, av ei viss tilrettelegging i naturen og av å vere noko skjerna frå dei store turiststraumane. Det er difor viktig at omsyna til helsesportsenteret har høg prioritet i vurderinga av arealbruk i deira nærområde. Dette må reiselivet ta omsyn til og bør sikrast gjennom kommunal arealplanlegging (kommunedelplan).

Helsesportsenteret bør vere premissgjevar når det gjeld utbygging, tilrettelegging og aktivitetar i naboombåda til Bamselitjednet. Det same gjeld området mellom senteret, Okshøvdvegen og Heimre Hedalsstølen.

Tilrettelegging for funksjonshemma

Styringsgruppa har drøfta i kva grad ein skal prioritere funksjonshemma som målgruppe, og har konkludert med at ein ønskjer å vere eit godt reisemål også for desse.

For at Beitostølen Helsesportsenter skal kunne vere arrangør for konferansar og liknande, er det ein føresetnad at tilbod om overnatting, servering og handel er tilgjengeleg for funksjonshemma. Det ligg truleg eit potensial i slike arrangement, som er større enn det staden i dag utnyttar. For at profilen helse og velvære skal vere truverdig, må staden vere tilgjengeleg for alle. Dessutan er funksjonshemma ein kundegruppe som Beitostølen burde ha gode føresetnader for å nå.

Tiltak for å gjere reisemål meir attraktivt for funksjonshemma:

- betre tilpassinga til funksjonshemma, spesielt bevegelseshemma, på overnattingsstadene
- betre tilgang til serveringsstader, butikker og tenesteyting
- eigen p-plassar for funksjonshemma ved alle bedrifter
- tilgang for funksjonshemma til alle idrettsarrangement
- tilrettelegging for funksjonshemma også i delar av stigar og løypenett

Helsesportsenteret har høg kompetanse på tilrettelegging og er viljuge til å hjelpe til med konkrete råd om korleis dette skal gjerast.

Turisttilbod på Beitostølen Helsesportsenter

Beitostølen Helsesportsenter har vore, og er, viktig for å gjere Beitostølen kjent. Det gjer at ein del av dei som vitjar Beitostølen ønskjer å sjå helsesportsenteret. Frå reiselivsnæringa er det difor ønskjeleg at dei som er interesserte, kan besøke helsesportsenteret. På den andre sida må ein ta omsyn til at verksemda der, og dei tilsette og klientane, ikkje er nokon turistattraksjon. Næringa bør difor ikkje bruke helsesportsenteret i turistsamanhang, utan i nært samarbeid med helsesportsenteret.

Lyskapellet vart innvigd i oktober 2000 og står open for alle som vil sjå bygget og setje seg ned og ha ei stille stund. Kapellet er eit stort aktivum også for Beitostølen som reisemål.

Beitostølen Helsesportsenter arbeidar med planar om eit minnesenter for Anna og Erling Stordal. Her vil dei syne fram noko av det desse to gjorde for å etablerer og bygge opp helsesportsenteret og presentere verksemda i dag. Eit slikt senter er tenkt å skulle gje eit tilbod om opplevingar og læring knytt til emne som helse, idrett og andre kulturaktivitetar for personar med

funksjonshemmingar og deira nettverk. Eit slikt tilbod kan rette seg mot fagfolk, brukarar på senteret og mot vanlege turistar.

Dette fell godt inn i profilen helse og velvære og det å gje gjestane kunnskap og innsikt er ein viktig del av det framtidige turist søker. Reiselivsnæringa og kommunen bør vere støttespelarar i å få etablert eit slikt minnesenter.

Kurs og konferansar

Beitostølen Helse- og idrettscenter er ein naturleg stad å lokalisere kurs og konferansar innan deira fagfelt. Eit tettare samarbeid mellom helse- og idrettscenteret og næringa, ville kunne føre til at fleire slike arrangement vert lagt til Beitostølen, til fordel for både partar.

Konklusjon

Styringsgruppa meiner det er viktig at reiselivsnæringa nyttar det aktivum Beitostølen Helse- og idrettscenter er for å utvikle reisemålet og for å profilere reisemålet på helse og velvære. Næringa ønskjer difor eit tettare samarbeid med senteret.

Beitostølen – Raudalen skal vere eit godt reisemål også for folk med funksjonshemming. Tilrettelegging for funksjonshemma bør difor verte prioritert på bedrifter, på uteareal og under arrangement.

Tiltak:

- ta sterkt omsyn til helse- og idrettscenteret i planlegging og bruk av areala i deira nærrområde
- legge betre til rette for funksjonshemma i reiselivsbedriftene
- stø helse- og idrettscenteret sitt arbeid med eit opplevingssenter
- samarbeide med helse- og idrettscenteret for å trekkje kurs og konferansar til reisemålet

11 Tilsette – den viktigaste ressursen på reisemålet

Dei tilsette er den viktigaste ressursen i reiselivsbedriftene. Medan naturgjevne føresetnader var viktige for konkurransekrafta til eit reisemål tidlegare, vert det i stadig større grad dei menneskelege ressursane som vert avgjerande framover.

God service er ei sjølvfølge på eit kvart godt reisemål, særpreget til dette reisemålet skal vere ei vennleg, uformell og ekte vertskapsrolle, basert på lokal kultur. Alle tilsette må delta, om ein skal lukkast i å yte ein slik service. Alle som møter gjestane er også med å formidle profilen til staden og skal vere med å gje gjesten del i identiteten til Beitostølen. Satsing på dei tilsette er difor avgjerande for å lukkast.

Rekruttering av dyktige folk er ein av dei største utfordringane for reiselivet. Særleg er det utfordrande å få folk som vil arbeide her over lengre tid. Ein ekspansjon i næringa, gjer utfordringa tilsvarande større.

Her vil ein peike på nokre element i rekrutteringsarbeidet.

Rekruttering – nettverk til læreinstusjonane

Einskildforetaka må venteleg vere offensive i rekrutteringsarbeidet i ein trong arbeidsmarknad. Det er viktig å ha eit kontaktnett i læreinstusjonane for å fange opp nyutdanna ungdom. Det ville vere naturleg at dette var noko Destinasjon Beitostølen AS kunne koordinere.

Det er vidare viktig at ein nyttar eit slikt nettverk for å få skulenen til å legge utferder til Beitostølen, til å nytte Beitostølen som ”case” i utdanninga og for å få studentane til å skrive oppgåver med Beitostølen som tema. Dette vil gje interesse for og tilknytning til reisemålet. Som ein bieffekt vil ein kunne få mykje interessante analysar av reisemålet og forslag til korleis ein kan utvikle det.

Rekruttering av lokal arbeidskraft

Det er viktig å stimulere lokal ungdom til å ta utdanning innan reiseliv og satse på ei yrkeskarriere i denne næringa. Sjansane for at lokal ungdom vil velje å busette seg og arbeide her, bør vere større enn med ungdom utan slik tilknytning til regionen.

Det er viktig at næringa viser seg fram til elevane i skuleverket og at dei får høve til å prøve seg i arbeidslivet tidleg gjennom sommar- og helgejobbar.

For nøkkelkompetanse kan ein vurdere å subsidiere utdanning mot ein binding til å arbeide ei viss periode i bedrifta etterpå.

Opplæring, vidareutdanning og karriereplanlegging

Det er viktig at dei tilsette får høve til å utvikle seg i stillinga. Tilbod om opplæring og vidareutdanning er difor viktig.

Alle tilsette bør jamleg få tilbod om opplæring. Destinasjon Beitostølen AS bør ta initiativ til kvart halvår å tilby kurs der nyttilsette får ei grundig innføring i lokale tilbod og attaksjonar, medan fast tilsette får ei oppdatering. Slike kurs bør også fokusere på service og vertskapsrolla,

som skal vere eit av reisemålet sine konkurransefortrinn. Vidare vil dette vere eit godt høve til å bygge lagånd og på den måten betre samarbeidet internt i næringa.

Tilsette bør også få tilbod om tyngre (kompetansegevande) vidareutdanning. Aktuelle fagområde kan vere språk, sal og marknadsføring, kursing i mat og vin og aktivitetsleiarkurs.

Arbeidsgjevar og –takar bør saman kunne lage karriereplanar som gjer det meir attraktivt å bli i jobbane. Det bør også vere interessant for bedriftene å gå saman om å lage karriereveger. Eit slikt samarbeid vil på sikt gjere at alle får og beheld kvalifisert arbeidskraft.

Sesongarbeidarar og permitteringar

Tradisjonelt har større bedrifter permittert deler av arbeidsstokken i lågsesong. Dette er uheldig i forhold til rekruttering og det å behalde tilsette. Ein bør sjå på om ein kan finne ein modell der ulike bedrifter og det offentlege kunne gå saman for å tilby heilårs arbeidsplassar (t.d. gjennom jobbotasjon, vidareutdanning og planlagd ferieavvikling). Dette burde vere eit interessant samarbeidsprosjekt for Destinasjon Beitostølen AS og arbeidsmarknadsetaten.

Større del heilårstilsette vil gje mindre gjennomtrekk, betre arbeidsmiljø og meir effektiv ressursbruk til opplæring.

Butilbod og bukvalitet

Eit godt butilbod er ein føresetnad for å lukkast i rekrutteringa. For nytilsette, unge folk bør det vere tilbod om relativt små bustader til låg pris. Det kan gjerne vere sjølveigarleilegheiter, frå 40 til 80 m² store og med ein pris rundt 10.000 kr/m².

Kommunen har ei viktig oppgåve i å regulere område til ulike typar bustader.

Eit godt fritidstilbod er viktig for at folk skal trivast med å bu i Øystre Slidre. Det tilbodet Beitostølen Helseportsenter har, mellom anna med offentleg bading, er eit viktig bidrag i denne samanheng.

Etablering av ein ringbuss er eit viktig tiltak både for å betre trafikk- og parkeringssituasjonen i sentrum og for å redusere energibruk og forureining. Det ville vore eit godt tiltak om ein også kunne tilby tilsette transport til og frå arbeid med ein slik ringbuss.

12 Miljø

I dette kapittelet vil ein først peike på kvifor arbeidet med miljøspørsmål er viktig for reiselivsnæringa. Deretter vil ein kort peike på nokre sentrale miljøutfordringar.

GRIP reisemål har arbeidd med miljøutfordringane i reiselivet. Omtala her bygger på rettleiaren Grip reisemål.

12.1 Grøn profil for Beitostølen

Skal reiselivsnæringa på Beitostølen arbeide for å få ein grønarare profil og i større grad enn i dag ta miljøomsyn? Dels vil dette vere eit snevert foretaksøkonomisk spørsmål, i kva grad vil ein betre miljøprofil gje betre lønnsemd i bedriftene. Det vil også vere eit verdival, kor viktig er miljøet og kva for ansvar har reiselivsnæringa for å ta vare på dette.

Styringsgruppa meiner det er viktig at Beitostølen har ein grøn profil fordi:

- vårt produkt er basert på natur og da må vi ta vare på kvaliteten på naturen
- helse og velvære står sentralt i vår profil, dette heng nær saman med miljøkvalitetar
- berekraftig utvikling er ein premiss for planarbeidet, den økologiske dimensjonen i omgrepet berekraft må difor også vere med
- kundane vert meir og meir medvetne om miljø og set krav til reisemålet – ein god miljøprofil er difor naudsynt for å ta vare på konkurransekrafta vår
- omsyn til miljøet er i mange tilfelle også god økonomi, som til dømes å redusere forbruk som ikkje er naudsynt, og fordi forureining etterkvart vert dyrare
- finansieringskjeldene set krav til miljø

12.2 Miljøutfordringane til reiselivet

Drivhuseffekt og klimaendringar

Utslipp av klimagassar, saman med avskoging, aukar konsentrasjonen av klimagassar i atmosfæren og skapar drivhuseffekt. Dette er truleg ei av dei største globale miljøutfordringane menneskja står overfor.

Lokalt kan reiselivet redusere utsleppa gjennom å redusere energiforbruket, gå over frå fossilt brennstoff til fornybare energikjelder og redusere bilbruken.

Etablering av eit fjernvarmeanlegg der ein brenn avfall og biobrensel – slik det no er planar om – vil vere eit godt tiltak.

Reduksjon av ozonlaget

Ozonlaget vernar jorda mot farleg ultrafiolett stråling ved å stoppe ein stor del av strålinga frå sola. Utslipp av klor- og bromhaldige stoffar bryt ned ozonlaget, noko som gjev auka stråling på bakken. Dette er helseskadeleg og kan og redusere matproduksjonen i havet og på jorda.

Stoff som bryt ned ozon har vore nytta i brannsløkkingsanlegg og kjøleanlegg. Anlegg som inneheld slike stoff bør skiftast ut og skal handsamast som spesialavfall.

Biologisk mangfald

Det er eit sentralt miljømål å oppretthalde mangfaldet av plante- og dyreartar. Dette mangfaldet har ein eigenverdi i tillegg til ei rekkje nytteverdiar for menneskja. Reiselivsnæringa har mellom anna ei eigeninteresse i at artsmangfaldet gjer den naturen gjestane våre kan oppleve, meir spanande.

I Noreg har 103 artar forsvunne dei siste 150 åra og 3062 er i dag i faresonen. Globalt er hogging av regnskog viktigaste årsak til reduksjon i mangfaldet, i Noreg er det vegbygging, flatehogst og moderne jordbruk.

Kommunane bør prioritere arbeidet med kartlegging av trua og sårbare artar, slik at ein ikkje tillet inngrep i naturen (bygging, organisert aktivitet) som truar desse artane.

Reiselivsnæringa må tilpasse sine aktivitetar slik at ein ikkje truar slike artar, og også rettleie gjestane.

Alle aktørane bør unngå å bruke treverk frå regnskogane.

Helse- og miljøfarlege kjemikaliar

Menneskja og naturen er utsett for ei stor belastning frå bruken av ei rekkje skadelege kjemiske stoffer.

Reiselivsnæringa bør nytte miljømerka produkt, velje mindre miljøskadelege alternativ, nytte riktig dosering av reingjeringsmiddel og ha oversikt over kva som er spesialavfall og handtere dette riktig.

Overgjødsling

Eit av dei største miljøproblema i ferskvatn er tilføringa av næringsalter, først og fremst fosfor og nitrogen. Dei viktigaste kjeldene er utslepp av kloakk og avrenning og utvasking frå jordbruket. På begge desse områda er det sett i verk tiltak som har gjeve god effekt.

Reiselivsnæringa kan bruke fosfatfrie vaskemiddel og sørgje for ikkje å bruke meir vaskemiddel enn naudsynt.

Kommunane har ansvaret for at reinseanlegget er gode og har tilstrekkeleg kapasitet, utvidinga av reinseanlegget i Beito vil betre kvaliteten på utsleppet og gjer at ein no har kapasitet for vidare utbygging på Beitostølen.

Støy

Fråvær av støy er ein viktig verdi for mange menneske, og ein av kvalitetane våre er å kunne tilby folk å komme vekk frå støyen i byane.

Musikk utanfor serveringsstadene og i alpinanlegget på Beitostølen vert – i alle fall av nokre – oppfatta som uheldig støy. Dette kan også lett verte ”alles kamp mot alle” der kvar freistar

overdøye naboen. Kanskje skal ein tillate utandørs musikk i samband med særskilde arrangement, men hovudregelen bør vere at næringa ikkje ønskjer slik musikk.

Ved særskilde høve har det vore kjørt korte turar med helikopter for gjestane på Beitostølen med Bergojordet som landingsplass. Dette har gjeve svært mykje støy i sentrum og også støy ute i løypenettet. Verksemda strir også mot profilen til Beitostølen – med helse, velvære og natur i sentrum. Reiselivsnæringa bør difor samla ta standpunkt til om ein ønskjer slik flyging, viss ein ikkje gjer det, bør det respekterast av alle aktørane. Eit forhold er også at Bergojordet som landingsplass for helikopter, ikkje kan kombinerast med bruken som barneskioområde.

Også skuterkjøring gjev støy som vert opplevd som uheldig. Beitostølen er relativt urbanisert i sentrum og her må ein akseptere stor aktivitet og at staden i stor grad er prega av det som er menneskeskapt (i motsetning til natur). Vi har kort avstand ut i natur som er tilnærma urørt, noko som er ein viktig kvalitet. Noko av det uheldige med skuterkjøring, er at den reduserer opplevinga av fjellet som (urørt) natur. Reiselivsnæringa bør difor vere restriktiv med eigen skuterkjøring og sjølvstekt ikkje kjøre utanom det som er lovleg.

Transport

Transport er årsak til sentrale miljøproblem som utslipp av klimagass, bakkenær ozon og vegbygging.

Trongen for transport i reiselivet kan delast inn i:

- transport til/frå/mellom reisemål
- transport innanfor reisemålet
- transport knytt til drifta av reisemålet (tilsette, varer)

Det bør vere eit mål å redusere dette transportomfanget.

Reiselivsnæringa kan freiste auke opphaldslengda og stimulere til baseferie i staden for rundreiser, nytte nærområder for aktivitetar og opplevingar for gjestane, samkjøre transport, bruke lokale råvarer, oppmuntre tilsette til å nytte sykkel på jobben og redusere kjøringa internt i det innerste sentrum (der det er like raskt å gå!). Etablering av ein ringbuss vil vere eit sterkt verkemiddel for å redusere intern transport, likeins det å bygge tilbringerheisar. Næringa bør og arbeide vidare for eit bilfritt sentrum.

Kommunane bør gjennom arealplanlegginga redusere trongen for transport, m.a. gjennom vidare fortetting av sentrum, vegsystem som er eigna for ringbuss og å sette av areal til tilbringerheisar.

Naturbruk og slitasje i naturen

Det er eit mål å bruke naturressursane innanfor grensene for evna naturen har til reproduksjon. Naturen skal ikkje forbrukast på ein slik måte at inngrepa vert irreversible. Ulike område har ulike tolegrensar. Tolegrensa kan målast ut frå ulike forhold, slik som slitasje langs stigar, erosjon, støy, forstyrring av område som vert nytta i reproduksjon og kvaliteten på opplevinga folk har når dei ferdast i naturen.

Lokalsamfunnet bør følgje med på om ein står i fare for å overskride slike tolegrensar i visse område, reiselivsnæringa og kommunene har her eit ansvar.

Kanalisering av trafikken kan vere eit verkemiddel der det er mykje slitasje. Ein kan ikkje sjå at ein på Beitostølen eller i nærområda har slitasje som utgjør eit miljøproblem.

Det kan vere konflikter mellom ulike bruk av naturen. Moglege konflikter mellom landbruk og reiseliv er drøfta annan stad i planen. Ein kan og tenkje seg konflikter mellom reiseliv og jaktinteresser, utan at det har framstått som nokor konflikt så langt.

Reiselivsnæringa og kommunen kan overvake om bruken av naturen gjev slitasje, reduserer naturopplevinga eller fører til konflikter. Reiselivsnæringa kan informere gjestane om at dei skal ferdast på naturen sine premisser, på informasjonstavler, i brosjyremateriell og i sin munnlege rettleiing til gjestane.

Kulturminne og kulturattraksjonar

Kulturminne er ein viktig del av kulturarven åt Noreg. Dei gjer oss kunnskap om korleis menneska levde tidlegare og er ein stor ressurs for reiselivet. På Beitostølen har vi automatisk freda kulturminna frå jernutvinninga, gravhaugar og anlegg og kulturlandskap frå stølsdrifta. I Raudalen er det og ei klebersteinsgruve. Vidare har regionen viktige kulturminne som stavkyrkjene, Gardbergfeltet, Leinekvednane og kulturlandskapet i Løken – Idstad.

Kulturminna kan nyttast meir aktivt som attraksjonar. Reiselivsnæringa og kommunane bør samstundes vere oppmerksame på at bruken av desse attraksjonane ikkje reduserer kvaliteten på dei.

Lokalkulturen

Lokal kultur og tradisjon er ein verdi for reiselivsnæringa – gjennom denne kan vi fylle staden med ”sjel” og identitet. Samstundes som formidlinga av lokal kultur vil gjere opplevinga til turistene rikare, kan det vere med å auke interessa for eigen kultur hjå oss som bur og arbeidar her.

Beitostølen – Raudalen har mykje lokal kultur ein kan nytte, den framleis levande kulturen knytt til dei underjordiske er berre eit døme (men eit godt og særprega eit). Innspela til masterplanen syner at gjestane våre set pris på av vi nyttar lokal dialekt (og enda til nynorsk som skriftnorm).

Reiselivsnæringa kan freiste å nytte lokalt tilsette som nyttar dialekt, har lokalkunnskap og kan formidle kultur og tradisjon. Næringa kan informere om kva som er særige her og nytte lokalkulturen aktivt. Serveringsstadene kan tilby lokal mat og informere om lokal mattradisjon. Alle i lokalsamfunnet kan vise at vi er stolte over den lokale kulturen.

Estetikk og visuell forureining

Noreg er eit visuelt reisemål – natur og kulturlandskap er kjernen i reiselivsproduktet. Dette står sentralt i turistrådet sitt arbeid med å bygge opp merkevaren Noreg, sjølv om ein her vil dreie fokuset frå ”berre” natur til menneska sine opplevingar i naturen.

Vi er likevel ikkje flinke nok til å ta vare på dei visuelle kvalitetane til landskapet. Dette er noko vi veit er for dårleg på Beitostølen og som styringsgruppa har fokusert på som viktig å betre. Viktige element er å gjere uteareala penare, betre arkitekturen og endre skiltinga. Dette er drøfta andre stader i planen, det er likevel viktig å sjå arbeidet med desse kvalitetane også som ein del av miljøprofilen til reisemålet.

Destinasjon Beitostølen AS kan få med seg reiselivsbedriftene på ein gjennomgang av heile Beitostølen der ein konkret ser på kvar det er visuell forsøpling og vert einige om kva ein skal rydde opp i.

Forsøpling

Forsøpling øydelegg kvaliteten på reisemålet og svekker miljøprofilen. På Beitostølen er det eit problem med at søppel folk kastar frå seg på uteareala i sentrum ikkje vert plukka opp (i alle fall tek det lang tid før det vert rydda).

Kommunen set opp søppelkasser langs gang- og sykkelvegen og sørgjer for at desse vert tømt.

Bedriftene kan ta ansvar for å rydde jamleg på sine uteareal.

Avfall

Den stadig aukande mengda avfall vårt samfunn produserer, er eit stort miljøproblem. Både deponering og forbrenning er behandlingsmåtar som har negative miljøeffektar. Det er difor eit mål å redusere avfallsmengda.

Reiselivsbedriftene kan produsere og kjøpe inn minst mogleg avfall, sortere så godt som mogleg for resirkulering, kjøpe minst mogleg som vert spesialavfall og handtere dette riktig.

Det er eit problem at det vert levert mykje emballasje saman med varer. Dette utgjer ein stor del av det avfallet reiselivsbedriftene produserer. Det ville vore ein tanke om bedriftene gjekk saman overfor leverandørane for å presse dei til å redusere mengda emballasje.

VKR har kome med idear om fellesprosjekt mellom VKR, reiselivsnæringa og kommunen for å betre avfallshandteringa på Beitostølen. Her vil det vere mogleg å hente eksterne offentlege middel. Dette bør partane vurdere nærare.

12.3 Vidare arbeid med eit grønar reisemål

Ovanfor har styringsgruppa peikt på kvifor det er viktig å arbeide med miljøprofilen til reisemålet og peikt på ein del miljøutfordringar og moglege tiltak.

Dersom reiselivet vil begynne å arbeide med dette, har GRIP reisemål laga ein metode som ei kan nytte. Viktige steg i eit miljøprosjekt vil vere:

- organisering og etablering av prosjektet
- kartlegging av nå-situasjon og kva som er mogleg
- utforme eit miljøprogram for reisemålet
- gjennomføring av tiltak
- oppfølging av resultata

GRIP Reisemål har også utarbeidd mykje materiell som ein kan nytte for å gjere konkrete miljøtiltak i reiselivsnæringa.

12.4 Konklusjon

Styringsgruppa meiner Beitostølen – Raudalen i framtida må vere ein grøn destinasjon. Næringa må difor arbeide med å forbetre miljøprofilen. Styringsgruppa meiner følgjande område bør vere prioritert:

- avfall – reduksjon i avfallsmengde og betre handtering av avfallet
- energibruk – m.a. biobrenselanlegg
- transport – etablering av ringbuss
- betring av estetikken og reduksjon i visuell støy

Aktivitet

13 Beitostølen – fire fengjande årstider

Beitostølen er eit heilårs reisemål, likevel er det store sesongsvingingar med midtsommar og etterjulsvinter som høysesong. Beitostølen her eit stort potensiale for å vidareutvikle heilårsturisme. Dette vil vere viktig for å betre kapasitetsutnytting og økonomi og for å gje større del heilårs arbeidsplassar.

”Beitostølen – fire fengjande årstider!” er allereie etablert som slagord.

Nedanfor vil ein peike på nokre sentrale punkt i utviklinga av dei fire årstidene. Her legg ein hovudvekt på vår og haust, medan utviklinga av langrenn og alpint om vinteren og av aktivitetar om sommaren, kjem som eigne kapittel nedanfor.

Ein vel her å definere dei fire årstidene slik:

| | |
|--------|---------------|
| Vinter | 15.11 – 30.04 |
| Vår | 01.05 – 15.06 |
| Sommar | 16.06 – 31.08 |
| Hautst | 01.09 – 14.11 |

13.1 Vinter

Beitostølen står tradisjonelt sterkt om vinteren med ski som hovudaktivitet. Vår ekstremkvalitet om vinteren skal vere langrenn, sjå kapittelet Langrenn og turskiløping frå s. 84. Også alpin tilbodet må utviklast, sjå kapittelet Alpin frå s. 74.

Ein del av gjestane våre ønskjer å gå turar utan å bruke ski, vi ser atskillig trafikk av fotgjengarar langs vegar og gangvegar. Også desse bør få eit tilbod om å komme ut i naturen. Det bør difor opparbeidast preparerte vegar for dei som går på føtene (tilsvarande Winter-Wander-Wegen i Austerrike). Desse kan også nyttast til kanefart, der det er trong for brøyta vegar ut frå sentrum, men utanom dei trafikkerte vegane. Vandringsvegane kan anten vere brøyta eller, aller helst, vere preparerte med maskin (då kjem ein høgare opp i landskapet når ein går).

Ridderrennet er eit profilert arrangement. Det har om lag 500 deltakarar og tilsvarende tal ledsagere. Det genererer om lag 6.000 gjestedøgn på overnattingsbedriftene. Barnas Ridderrenn har 50 deltakarar, tilsvarende tal ledsagere og genererer om lag 700 gjestedøgn.

Beitosprinten og opninga av World Cup i langrenn er kraftfulle markeringar av Beitostølen som staden for å starte skisesongen. Skimaraton markerer lengda på vintersesongen på Beitostølen. Arrangementa bygger opp under profilen til reisemålet. Beitosprinten og World Cup har om lag 200 deltakarar kvar. Beitosprinten genererer om lag 1.200 gjestedøgn medan World Cup gjev om lag 3.000. Skimaraton har 200 deltakarar gjev kanskje opp mot 1.200 gjestedøgn.

13.2 Vår

Beitostølen har ein kort overgang frå vinter til sommar, men våren byr på særigne opplevingar.

Vårskiløping opp i 2000 m.o.h. er vår ekstremkvalitet om våren. Når vegen vert opna over Valdresflya, er dette eit flott utgangspunkt for turar inn i kjernen av Jotunheimen. Dei næraste

toppane over 2000 m.o.h. er tilgjengelege for alle som er alminneleg gode til å gå på ski. Snøføretilhøve er jamt gode, dagane er lange og innbyr til langtur, og i godt vær er det ei flott oppleving å gå i bakande sol og med strålande utsyn innover fjellheimen.

Utfordringa ligg dels i å nytte vårskiløpinga i marknadsføringa, slik at fleire gjestar gjev større omsetning i overnatting, servering og detaljhandel. Men det er venteleg også eit potensiale i å tilby organiserte aktivitetar knytt til vårskiløping.

Beitostølen har to store sportsarrangement om våren, Villmannen og Det norske Fjellmaraton. Desse har om lag 600 og 2.500 deltakarar og genererer kanskje 12.000 gjestedøgn. Dei bygger opp under profilen til Beitostølen. Dei marknadsfører vårskiløpinga og staden som ein attraktiv plass å oppleve møtet mellom vinter og vår.

13.3 Sommar

Ekstremkvaliteten til Beitostølen om sommaren er at vi er inngangsporten til Jotunheimen.

Sentrale kvalitetar om sommaren er vandring og fotturar, at Beitostølen er inngangsporten til Jotunheimen, stølsturisme og historiske stader i regionen. Reisemålet bør utvikle eit tilbod innan tursykling og mountain bike, dei naturgjevne føresetnadene for dette er gode, og dette er truleg eit veksande marknad. Vi har, internasjonalt sett, særlege føresetnader for å tilby fiske i store område med statsallmenning, der fiske er tilgjengeleg for alle.

Kvaliteten på sommarproduktet er analysert tidlegare og utvikling av produktet omtala i kapittelet Sommarproduktet frå s. 89.

13.4 Haust

Ekstremkvaliteten til Beitostølen om hausten bør vere helse og velvære.

For å styrke den delen av profilen som er knytt til helse og velvære, er det viktig at det vert utvikla tilbod innan behandling, trening og kost. Eit par av aktørane er i startgropa med satsing innan helse og velvære (spa).

Ridderrittet er eit viktig haustarrangement. Det har dei siste åra hatt om lag 90 deltakarar. Saman med eit tilsvarande tal ledsagere noko som gjev i underkant av 400 gjestedøgn.

Stølsrittet er eit viktig arrangement for å sette Beitostølen på kartet som feriemål for syklistar og for å bygge oppunder sportsdelen av helse- velværeprøfilen. Det første rittet hadde om lag 200 deltakarar og ein forventar at dette vil vekse.

Stølsturismen bør utviklast som aktivitet sommar og tidleg haust, sjå avsnittet Gards- og stølsturisme frå s. 93. bufarhelga er eitt element i ei slik utvikling.

Sommar og haust ligg det eit potensiale i å tilby terreng for trening av jakthund. Det er trong for slikt terreng og brukarane er (delvis) svært betalingsdyktige. Her kunne nokre interesserte grunneigarar venteleg utvikle ei tilleggsnæring.

13.5 Konklusjon

Reisemålet bør marknadsførast med ”Beitostølen – fire fengjande årstider” som (eit av fleire) slagord. Beitostølen – Raudalen bør vidareutvikle tilboda i dei fire årstidene etter følgjande modell:

| | Ekstremkvalitet | Hovudaktivitetar | Arrangement |
|---------------|--------------------------------|--|--|
| Vinter | Langrenn | Turskiløping Langrenn Alpin | Beitosprinten World Cup Skimaraton Ridderrennet Sesongavslutning |
| Vår | Vårskiløping i Jotunheimen | Vårskiløping Sportsarrangement Nasjonal turistveg | Villmannen Det norske Fjellmaraton |
| Sommar | Inngangsporten til Jotunheimen | Vandring og fotturar lokalt og i Jotunheimen Stølsturisme Historiske stader i regionen Tursykling og mountain bike Familieaktivitetar Nasjonal turistveg Fisking | Temauker Barnas dag |
| Haut | Helse og velvære | Fotturar i Jotunheimen Tursykling og mountain bike Jakt og fiske Nasjonal turistveg | Ridderrittet Stølsrittet bufarhelg |

Tiltak:

- bygge ut tilbod innan helse og velvære (spa)
- opprette vintervandringsveggar

Sjå elles tiltaka i kapitla Alpin frå s. 74, Langrenn og turskiløping frå s. 84 og Sommarproduktet frå s. 89.

14 Alpin

SE Group har laga ein plan for utvikling av alpinanlegga for styringsgruppa (Master Plan Beitostølen – Raudalen: Technical Report). Alpinplanen er eit vedlegg til denne planen (vedlegg 3). Her vil ein difor berre omtale hovudkonklusjonane.

14.1 Analyse av eksisterande anlegg

Det er gjennomført ei omfattande og grundig analyse av eksisterande anlegg og av kva potensiale terrenget har. Denne analysen ligg til grunn for planen. Analysen går fram av avsnitt II i den tekniske rapporten (vedlegg 3).

14.2 Alpinproduktet sin plass i profilen

Gode alpinanlegg saman med det beste langrennsproduktet i Noreg, er Beitostølen sin profil om vinteren.

Storparten av dei gjestane vi har om vinteren (om lag 74%) nyttar ein kombinasjon av alpint og langrenn. Samstundes er alpinanlegga eit område der ein del av gjestane vår opplever kvaliteten som dårlegare enn dei forventar. Det er difor viktig for vinterproduktet at alpinanlegga vert vidareutvikla.

14.3 Forslag til utvikling av alpinproduktet i Raudalen

Kartet på side 75 – Figure III-6 – syner korleis alpinanlegget i Raudalen kan utviklast.

Kartet viser kva terrenget gjer det mogleg å utvikle, kva ein faktisk vil bygge må avgjerast på bakgrunn av utviklinga i marknaden og av ein lokal drøfting av utbyggingsomfang. Styringsgruppa meiner likevel det er viktig å reservere heile arealet for alpinføremål, slik at ikkje annan bygging blokkerer for ein langsiktig utvikling av alpinanlegget.

Masterplanen er ein langsiktig strategisk plan for utviklinga av reisemålet. Alpinplanen syner kva for område som bør settast av til alpint, kva for heisar ein bør bygge og kva for bakkar ein kan få. Denne planen er ikkje ein detaljplan som syner eksakt plassering av heisar og andre bygg, det er noko som må avgjerast i detaljplanlegginga i ein reguleringsplan.

I Raudalen får ein bakkar som er middels vanskelege til vanskelege – blå, raud og svart – men også lette bakkar knytt til eit lite barneområde.

SE Group foreslår at ein i ein fase 1 – med ein planhorisont kanskje på 10 år – bør prioritere å bygge ny stolheis aust for Sauebekken (K), ny stolheis til erstatning for noverande skitrekk (I) og barneheis (J). Styringsgruppa meiner det er viktig å bygge heis til snøbrettområde tidleg.

Kart: Forslag til utvikling av alpinanlegg i Raudalen

Figure III-6

[Mpl Bst-Rad Kart III-6 Raudalen.pdf](#)

Parallelt med masterplanarbeidet har det vore arbeidd med ein reguleringsplan for ein ny stolheis aust for Sauebekken.

I tabellen nedanfor syner ein mogleg rekkjefølgje for utbygginga. Det som er kalla byggetrinn 1 svarar til det som låg inne i framlegg til reguleringsplan våren 2001, medan fase 1 svarar til det SE Group rår til i ein første fase.

| Trinn | Heisar bygd | Kapasitet |
|------------------|---|-----------|
| Noverande anlegg | Eksisterande trekk | 390 |
| Byggetrinn 1 | Eksisterande trekk Ny stolheis aust for Sauebekken (K) Heis til snøbrettområde (L) | 1.590 |
| Fase 1 | Ny stolheis til erstatning for eksisterande trekk (I) Ny stolheis aust for Sauebekken (K) Heis til snøbrettområde (L) Barneskiheis (J) | 2.250 |
| Fullt utbygd | Alle heisar som vist på kartet | 4.780 |

Kapasiteten er her målt som ”Comfortable Carrying Capacity” (CCC) som er det tal menneske som kan vere i anlegget på ein gong utan at det vert for fullt.

Høvdastølen kan verte ein sentralt stad i alpinområde som rasteplass og samlingspunkt, gjerne med servering. Det ligg lunt og sørvend og meir soleksponert enn resten av alpinområdet. Allereie med den første stolheisen aust for Sauebekken, kan ein knytte dette området inn i alpinanlegget. Ein bør også lage ein avstikkar frå skiløypene hit, slik at dette kan vere ein møteplass og at også turgåarane kan nytte evt. servering.

14.4 Forslag til utvikling av alpinproduktet på Beitostølen

Kartet på side 79 – Figure III-1 – syner korleis alpinanlegget på Beitostølen bør utviklast. (Kartet syner ikkje korrekt plassering av ny tilbringerheis G, sjå nedanfor).

Kartet viser kva terrenget og eksisterande anlegg gjer det mogleg å utvikle, kva ein faktisk vil bygge må avgjerast på bakgrunn av utviklinga i marknaden og av ein lokal drøfting av utbyggingsomfang. Styringsgruppa meiner likevel det er viktig å reservere heile arealet for alpinføremål, slik at det ikkje vert bygd på dette arealet, noko som vil kunne stenge for ein langsiktig utvikling.

Noverande anlegg har svært god kapasitet i bakkane samanlikna med kapasiteten i heisene. Det gjer det mogleg å auke kapasiteten mykje utan å ta i bruk mykje nytt areal.

Det er viktig å skifte ut noverande trekk med stolheisar, desse gjev ein kvalitet som kundane etterspør, samstundes som ein frigjer verdifullt areal under heisene til skikjøring og aukar kapasiteten.

Beitostølen manglar dei aller enklaste bakkane for dei som aldri har hatt ski på beina tidlegare. Som ein familiestad er dette viktig å ha. Utvikling av Bergojordet som barneskibakke, snøleikområde og nybyrgjarområde er difor særskild viktig. Planen syner ein liten stolheis og eit ”rullande fortau” (magic carpet) på Bergojordet. Ein bør også sjå på ei utviding nedanfor sjølve jordet, mot Finntøppvegen. Styringsgruppa meiner det er høgt prioritert å utvikle dette området.

Planen syner fleire tilbringarheisar. Desse er viktige for å avlaste det innerste sentrum for biltrafikk og parkering. Dessutan er det eit mål at flest mogleg av sengene på Beitostølen har gangavstand til alpinanlegget.

Planen syner ein ny tilbringarheis (G) frå ovanfor riksvegen vis a vis Beitostølen Høyfjellshotell inn i alpinområdet. Denne vil auke attraktiviteten ved å bu på campingplassen, Bitigrenda, Knuts hyttegrend og hotellet. Denne heisen vil gje gangavstand inn i alpinanlegget frå om lag 640 kommersielle senger. Dette tilsvarer om lag 160 – 200 parkeringsplassar. I tillegg vert det gangavstand frå ein del hytter, kanskje 50 – 60 stykker.

Tabellen under viser det tal kommersielle senger som får gangavstand inn i alpinanlegget dersom tilbringarheisen vert bygd.

| | Hotellrom | | Leiligheter | | Hytter | | Sum senger |
|-----------------------------|-----------|-------------|---------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| | Ant. rom | Ant. senger | Ant. leiligh. | Ant. senger | Ant. hytter | Ant. senger | |
| Beitostølen Høyfjellshotell | 80 | 158 | | | 16 | 146 | 304 |
| Beitostølen Camping | | | 4 | 8 | 17 | 77 | 85 |
| Bitigrenda Hytter | | | | | 16 | 94 | 94 |
| Knuts Hyttegrend | | | 5 | 52 | 17 | 102 | 154 |
| Sum | 80 | 158 | 9 | 60 | 66 | 419 | 637 |

Kartet syner ulike alternativ for plassering av heis G. Styringsgruppa går inn for alternativ G1 B og G1 D, det vil seie ein heis som går aust for vegen opp gjennom området og ender aust for startpunktet på noverande stolheis opp på Sørre Knaushøgda.

Hytter aust for vegen opp gjennom området, som i dag har tilkomst frå denne vegen, kan få ny tilkomst frå Grønåsvegen gjennom ny reguleringsplan som er under handsaming. Heis G er tenkt som eit skitrekk, T-krok. Dette gjev lågare kostnad og mindre arealbehov og er venteleg også noko mindre konfliktylt i forhold til hytteeigarar i området.

Bygging av heis G kan opplagt vere konfliktylt, det er difor viktig at hytteeigarane i området vert involvert i prosessen med ein kommunedelplan for området. Styringsgruppa meiner imidlertid at dette er ein viktig heis å bygge, men at bygginga venteleg ligg noko fram i tid.

Det har vore drøfta i Styringsgruppa om den planlagde øvre omkøyringsvegen (Øvrevegen) vil kome i konflikt med heis G. Dette er drøfta i avsnittet Lokal omkjøring – nord på s. 145. Konklusjonen er at ein må bygge bru over omkøyringsvegen når tilbringarheisen vert bygd.

Styringsgruppa foreslår at Øystre Slidre kommune i arbeidet med kommunedelplanen reserverer ein korridor nedanfor riksvegen, i forlenginga av korridoren mellom Bjødnabakkadn og Stakkstølie. Ein slik korridor kan i framtida gje tilgang til alpinanlegget frå evt. utbygging i dette området.

Kart: Forslag til utvikling av alpinanlegg på Beitostølen

Figure III-1

[Mpl Bst-Rad Kart III-1 Beitostølen.pdf](#)

Tabellen under syner utviklinga i kapasitet i alpinanlegget på Beitostølen med ulike byggetrinn:

| Trinn | Heisar bygd | Kapasitet |
|------------------|--|-----------|
| Noverande anlegg | | 1.920 |
| Byggetrinn 1 | Noverande anlegg – i tillegg: Ny Olaheis, stolheis (detach.) To nye heisar Bergojordet | 2.740 |
| Byggetrinn 2 | Som byggetrinn 1 – i tillegg: Tilbringarheis frå Beitostølen hotell (G) | 3.100 |
| Fullt utbygd | | 3.860 |

Kapasiteten er her målt som ”Comfortable Carrying Capacity” (CCC).

14.5 Slettefjell

Styringsgruppa har også fått utført ein analyse av føresetnadene for eit alpinanlegg på sørsida av Slettefjell. Kartet på side 83 – Figure III-10 – syner områder der det ville vore mogleg å plassere heisar og bakkar.

SE Group tilrår ikkje samanbinding mellom alpinanlegget i Raudalen og eit slikt alpinanlegg. Ei samanbinding vil krevje store investeringar utan at terrenget opp på fjellet gjev attraktiv ski-kjøring (for flatt) og det vert store naturinngrep i sårbar natur som det i dag er lite inngrep i. Slike samanbindingsheisar vil vere eksponert om sommaren.

SE Group tilrår heller ikkje utbygging av eit alpinanlegg på sørsida av Slettefjell. Utan ein saman-kopling vil dette ikkje verte ein del av skiproduktet på reisemålet Beitostølen – Raudalen og vil bli eit av mange små anlegg. Området manglar eit fokusert baseområde og det er vanskeleg å finne eigna nybyrjar- og barnebakkar.

Ei utbygging her er truleg også konfliktylt i høve til andre interesser i området, som landbruk.

Styringsgruppa vil likevel rå Vang kommune til å vurdere å reservere området, slik at ein ikkje blokkerer ein mogleg framtidig utnytting til alpint ved annan utbygging.

Slettefjell har eit stort potensiale for fjellskiløping og off-pist kjøring. Ein bør vurdere guidede turar der alpinistar vert dradd med preppemaskin over toppen av Slettefjell og kjører ned på sørsida av fjellet for der å verte henta med buss. Dette avheng av kva lov om motorferdsel i framtida vil tillate, og før ein evt. gjev løyve til slik kjøring, må det gjerast ein grundig vurdering opp mot miljø- og friluftssyn.

Kart: Analyse av forholda for alpinanlegg på sørsida av Slettefjell

Kart – Figure III-10

[Mpl Bst-Rad Kart III-10 Slettefjell.pdf](#)

15 Langrenn og turskiløping

Beitostølen er i dag det beste reisemålet for langrenn i Noreg (KAIZEN 1998). Nesten alle vintergjestane våre går langrenn, dei fleste i kombinasjon med alpin. Beitostølen – Raudalen skal i framtida vere Noregs beste destinasjon på langrenn og mellom dei beste internasjonalt. I dette kapittelet drøfter vi korleis vi skal få til dette.

Med langrenn vil ein her meine all skiløping på langrenns- og turski. Det dekkjer då alt frå konkurransane i verdseliten, via turskirenn og trening til turgåing på ski. Med turskiløping forstår vi den meir tur- og trimprega delen av langrennsaktivitetane, samt fjell- og ekspedisjonsskiløping.

15.1 Det eksisterande produktet

Beitostølen har det beste langrennsproduktet for turister, jamfør vurderinga av kvaliteten på vinterproduktet i kapittel 5 frå s. 27. Kvaliteten på det produktet idrettslag og reisemål tilbyr som arrangør av FIS renn i langrenn er også svært godt. Beitostølen fekk prisen som beste arrangør av World Cup-renn i sesongen 1997-98 og også i sesongen 2000-01 var evalueringa svært positiv.

Det eksisterande langrennsproduktet er også skildra og vurdert i ein konsulentutgreiing masterplanprosjektet har fått utarbeidd (sjå vedlegg 4).

15.2 Studiar og utgreiingar

”Fornyelse av turskiløping på norske vintersportsteder. Hva skal til for å gjøre turskiløping mer attraktivt som produkt? – En case-studie av Beitostølen” er ein diplomoppgåve ved Handelshøgskolen BI (Syver Øystein Jøingsli, Trond Myrvang og Phat Huu Truong, 2000). Oppgåva bygger på djubdeintervjuer med personer med særleg kunnskap om turskiløping generelt og om Beitostølen, og på fokusgrupper – intervju med 4 grupper med skiløparar på staden. Analysen av produktet på Beitostølen er grundig og rapporten inneheld interessante forslag til utvikling av turskiløpinga.

For å drøfte utviklinga av langrennsproduktet vart det sett ned ei ad hoc gruppe med lokale ressurspersonar. Medlemmane i gruppa var Knut Aasveen, Erik Østli, Olav Talle og Jo Audun Øverby. Konklusjonane åt gruppa er nytta som utgangspunkt for planen.

Alfred Andersen vart engasjert som ekstern konsulent. Han fekk følgjande mandat:

Ein må ta utgangspunkt i målet for Beitostølen:

Beitostølen skal vere det beste reisemålet i Noreg for langrenn og turskiløping, og mellom dei 5 beste internasjonalt.

Oppgåva er å gje oss råd om:

- 1. Kva kvart av marknadssegmenta krev av langrennsproduktet og turskiproduktet i dag og i framtida .*
- 2. Kva vi bør gjere for å forbetre langrennsproduktet og turskiproduktet.*

Resultatet av det arbeidet han gjorde er lagt ved planen (vedlegg 4).

15.3 Utvikling av langrenn

Utvikling av langrennsproduktet overfor eliteløparar og overfor turskiløparar er drøfta i ein eigen arbeidsgruppa og av Alfred Andersen, som planprosjektet har nytta som konsulent på dette området (vedlegg 4).

Marknadssegment

Vi ønskjer å satse mot følgjande marknadssegment innan langrenn – turskiløping:

| Marknadssegment | Skildring / avgrensing |
|--|---|
| 1. Eriteløparar 1.1. langrenn 1.2. sprintlangrenn 1.3. skiskyting | Arrangere internasjonale renn. Vere attraktiv stad for treningssamlingar for landslag og andre utøvarar på internasjonalt nivå. Konkurransefortrinn: tidleg snø og lang sesong. Konsentrere innsatsen mot denne gruppa til perioden 1. nov – 15. des, evt. også 1. apr – 1. mai. |
| 2. Treningsopphald for idrettsutøvarar på nasjonalt nivå 2.1. Deltakarar i turrenn 2.2. Yngre løparar 2.3. Utøvarar i sommaridrettar som ønskjer å bruke langrenn som grunntrening. | Geografisk avgrensing: <ul style="list-style-type: none"> • Oslo/Akershus • Oppland • Hedmark • Sogn og Fjordane • Buskerud |
| 3. Turskiløparar | Sesong: 1. des – 1. mai Vårskiløping på Valdresflya: 12. mai – 1. jun |

Bergojordet

Bergojordet er eit svært attraktivt område med ski- og snøaktivitet for ungar, men også som nybyrjarområde for vaksne. Destinasjon Beitostølen AS leiger no dette området for vinteraktivitetar. Det er viktig at dette området vert utvikla og er tilgjengeleg for alle.

Tidlegløyper

Styringsgruppa foreslår å ruste opp nokre eksisterande løyper slik at dei er eigna å preparere tidleg på vinteren når det er lite snø. Ei tidlegløype langs Grøn 1 og 2 kan opparbeidast gjennom punktvis tiltak som klopper og drenering av korte partier. Det er viktig at ei slik utbetring av løypa ikkje gjer at den vert nokon veg og opnar utmarka for kjøring. Det er vidare viktig at arbeidet vert utført med lett reiskap og at ein sår til umiddelbart slik at sår i naturen vert minimale.

15.4 Konklusjon

Langrennsproduktet skal utviklast for følgjande tre målgrupper:

- eliteløparar
- utøvarar på nasjonalt nivå og turrennskiløparar
- turgåarar

Eliteløparar

Å vidareføre Beitosprinten som FIS sitt opningsrenn og behalde opninga i World Cup, er viktig for å halde på Beitostølen sin marknadsposisjon overfor landslag og eliteløparar. Renna er også viktige overfor utøvarar på nasjonalt nivå og turrennskiløparar og truleg også overfor turistsegmentet. Dei bygger også opp under merkenamnet Beitostølen og er ei verdfull generell marknadsføring av reisemålet.

Tiltak for å betre produktet for eliteløparar:

- snøgaranti
- tidlegløyper
 - utbetre World Cup-løypa som tidlegløype (drenering, duk mot myr, toppdekke)
 - utbetre Grøn 1 og 2 som tidlegløyper (klopper, drenering)
- godt preparerte løyper for både stilartar – utviding av tilbodet i skøyting
- rikeleg med areal på skistadion og langs løypene slik at løypene er fleksible og kan tilpassast nye konkurranseformer og distansar
- starte planlegging av stadion og løyper med tanke på sprint
- sikre lett tilkomst til attraktive kameraposisjonar i løypa under renn
- sikre lett og god tilkomst for publikum ut i løypene
- utvikle stadion slik at den fungerer godt for presse og publikum
- etablere rulleskiløyper

I tillegg bør vi, for å legge til rette for skiskyting:

- utarbeide ein samla plan for stadion for skiskyting

Utøvarar på nasjonalt nivå og turrennskiløparar

Med eit godt produkt for eliteløparane, møter vi også dei fleste krava til utøvarane på nasjonalt nivå og turrennskiløparane. Skimaraton, Villmannen og Det Norske Fjellmaraton er viktige arrangement overfor dette segmentet. For desse vil styrketreningsrom og symjebasseng vere ein føremunn.

Overfor unge løparar bør vi utvikle tilbod om treningssamlingar. Dette krev tilrettelegging og organisering og dessutan rimeleg butilbod.

For å utvikle skimaraton er det ønskjeleg å ha ein skistadion i sentrum for start og innkomst. Dette krev relativt stor plass og god kapasitet på tilkomstløyper, men ikkje permanente bygg.

Turgåarar

Tiltak for å betre produktet for turskiløparar:

- vidareutvikle løypenettet
 - etablere spesialløyper for nybyrjarar, barn, skiskule og kurs; løypene skal vere særskilde, flate og korte, ein skal ligge sentralt på Beitostølen og ein i Raudalen
 - gjenopne løypa frå Tjernhaugen via Fleinsendin til toppen av heisen i Raudalen; som ein merka og sporadisk oppkjørt løype (scooterkjørt romjul, vinterferieveckene og påske)
 - på lenger sikt – og saman med ei utvikling av Raudalen – etablere eit større løypenett på Slettefjell og rundt baseområdet i Raudalen
 - justere løypene eller etablere skjerm der løypa går nær veg (unngå grus og liknande inn i løypa frå brøyting av vegen)
- betre tilkomsten til løypenettet frå sentrum
 - etablere løype frå rv. 51 ved campingplassen sørover til tilkomstløypa til skistadion
 - etablere løype langs gamle Syverveg, frå rv. 51 ved campingplassen til Rød 1 ovanfor Stølsli
 - etablere løype frå sentrum ved Knutsstøl austover til Rød 1 gjennom området ved Menkestølen
 - betre tilkomsten til Grøn 1 frå sentrum
- preparere for skøyting (i tillegg til klassisk)
 - World Cup-løypa og Blå 1 heile sesongen
 - Grøn 1 og 2 heile sesongen
- merking og skilting vert gjort enno betre
 - større bruk av stadnamn både på staden du er og for å vise kor løypa går
 - større bruk av distansar på skilta (primært avstand til sentrale punkt (som sentrum Beitostølen, botnstasjon Raudalen), men kanskje også kor langt du er komen i løypa)
 - skilting mot skiløypene frå sentrum ("til skiløypene")
 - løypekarta i kryssene bør ha større målestokk og konsekvent vere merket med kor ein står
 - inndelinga av løypene i fargekodar og nummer, på kart og skilting, kan oppfattast som komplisert; dette vert vurdert og evt. forenkla
 - vurdere å gje løypene namn (Beitetjedn, Hødnstølane, Knaushøgane)
 - tavler med oversikt over løypenettet bør plasserast sentralt i sentrum (t.d. på parkeringa bak Knutsstøl og langs Beitestølsvegen, på fasaden til Knutsstøl eller Spar og utvendig på Turistinformasjonen)
 - vurdere raudmåling av bambusstengene
- etablere varrestuer
 - langs Grøn 1 eller 2 (t.d. i krysset mellom desse to); ei stue her vil ligge på ein av dei mest trafikkerte plassane i løypenettet slik at mange har nytte av ho, ho vil også vere eit realistisk turmål for nybyrjarar og småbarn
 - ved Vinstri nær krysset mellom Rød 1 og 2
 - det bør vere servering i høysesong

- aktivitetar og arrangement i og knytt til løypene
- dagleg informasjon om vær og løypepreparering bør betrast; rapporten må vere lettare å lese, informasjonen må vere presis og korrekt, informasjonen må vere lettare tilgjengeleg (også på internett, hotell-TV, kabel-TV)
- tryggleik vert det lagt stor vekt på av utanlandske turister og dette er langt betre utvikla på internasjonale reisemål
 - skilting og merking som er lettare å forstå
 - den etablerte fjellredningstenesta vert nytta i marknadsføringa
 - telefonnummeret til fjellredningstenesta er tilgjengeleg overalt (kart, på karttavler i løypa, på brosjyrene turistene får)
 - vurdere å etablere løypepatrulje

Langrenn og utbygging

For å ta vare på den høge kvaliteten på langrennsproduktet, er må dette vere ein premiss for utbygging. Hovudregelen må vere at utbygginga tilpassast langrennsproduktet ikkje omvendt og at kvaliteten på langrennsproduktet ikkje skal reduserast. Vi skal ta vare på ikkje berre løypene, men på den naturen og det landskapsrommet dei går gjennom og på dei naturopplevingane gjestane våre har når dei går i løypene.

Utbygging i eller nær løypene kan berre tillatast når:

- løypene vert flytta og kvaliteten og tilgjenge til dei vert halde minst på same nivå som tidlegare, eller
- viss byggeprosjektet er av vital tyding for verdien og attraktiviteten av reisemålet og byggeprosjektet ikkje kan realiserast nokon annan stad

16 Sommarproduktet

I dette kapittelet vil ein drøfte korleis sommarproduktet bør utviklast, og sette fram forslag til konkrete tiltak.

16.1 Studiar og utgreiingar

Kaizen AS gjennomførte sommaren 1999 ei gjeste- og marknadsundersøking i dei fire områda Geilo, Hemsedal, Valdres og Andøya. I undersøkinga vart det fokusert på base-/destinasjonsturistar kontra rundreiseturistar og kvaliteten på sommarproduktet vart målt. I en rapport frå Kaizen er kvaliteten på sommarproduktet i Valdres freista vurdert (KAIZEN 1999:1: Vi jobber med vår kvalitet. Kvalitetsutvikling i sommerdestinasjonen Valdres. Kaizen AS, 24.11.99). Datagrnnlaget for undersøkinga var lite, noko som gjer at ein må vere forsiktig med å nytte konklusjonane. Rapporten "Gjeste- og markedsundersøkelsen. Sommeren 1999" (KAIZEN 1999:2) gjev eit meir detaljert bilete av sommarturisten i dei fire områda.

Sommaren 2000 gjennomførte masterplanprosjektet ei spørjeundersøking blant gjestane på Beitostølen. Målet med undersøkinga var å skaffe fram betre kunnskap om marknaden for sommar- turisme, med hovudvekt på kva som er viktig for våre gjestar og korleis dei opplever kvaliteten på sommarproduktet. Rapporten er basert på svar frå 85 personar som har vore gjestar på hotell, i utleigeleiligheiter og -hytter, vesentleg i juli og august. Rapporten "Kvaliteten på sommar- produktet på Beitostølen" er vedlagt planen (vedlegg 2). Hovudkonklusjonane i rapporten er inkludert i planen.

Fire studentar frå Reiselivsstudiet Høgskolen i Lillehammer skrev ein feltarbeidsrapport etter å ha vore her i mai 2000. Problemstillinga var korleis Beitostølen kan tiltrekkje seg fleire gjestar om sommaren (Hvordan kan Beitostølen med sin reiselivsproduksjon tiltrekke flere gjester på sommerstid? Feltarbeids rapport våren 2000. Gunnar Haugen, Magne Jackobsen, Elisabeth Lilleby og Lars T. B. Rognaldsen; Reiselivsstudiet Høgskolen i Lillehammer). Rapporten inneheld ei interessant skildring av korleis dei ulike overnattingsbedriftene oppfattar sommarsesongen. Han inneheld også ei rekkje idear om vidareutvikling av sommarproduktet.

Styringsgruppa gjennomførte i september 2000 ein studietur til Austerrike. Målet med turen var å utvikle ein felles "virkelighetsoppfatning" i styringsgruppa, lære om utviklinga av turiststader i Austerrike og å få idear til korleis Beitostølen – Raudalen kan utviklast. Inntrykka og konklusjonane frå turen vart oppsummert i to notat (21.09.00 og 11.10.00) som ligg til grunn for planen.

16.2 Utvikling av sommarproduktet

Basis i profilen

Beitostølen – Raudalen må utvikle eit sommarprodukt som er i samsvar med den profilen staden har (jamfør kapittel Merkevaren Beitostølen s. 49).

Reisemålet har stor grad av gjenkjøp om sommaren. Det set store krav til at vi held vedlike og utviklar kvaliteten på staden og produktet. Gjenkjøpet er venteleg også eit teikn på at vi lukkast rimeleg bra i å gje gjestane vår ein del i identiteten til staden. Å selje kjensla av å få del i identiteten til staden, vert venteleg berre viktigare.

Identitetskjenning kan formidlast mellom anna gjennom å fortelje gjestane om natur, historie og lokale tilhøve, - aller helst ved at personar som er oppvaksne her og snakkar dialekten, gjer det.

Det er kanskje vanskelegare å differensiere sommarproduktet vårt i høve til andre reisemål i Noreg, enn det er med vinterproduktet. Beitostølen – Raudalen bør profilere seg som staden for fleire generasjonar med eit godt barnetilbod. Den framste naturgjevne kvaliteten er at vi ligg ved ein av inngangsportane til Jotunheimen og at vi har vennlege fjell som gjev høve til turar og opplevingar for ulike grupper folk. Landbruket gjev Valdres eit unikt utgangspunkt for å satse på stølsturisme.

På denne bakgrunnen bør utviklinga av sommarproduktet på Beitostølen og i Raudalen bygge på følgjande **sentrale kvalitetar**:

- vandring og fotturar
- at vi er ein av inngangsportane til Jotunheimen
- stølsturisme
- historiske stader i regionen

Særpreg

Beitostølen bør utvikle eit produkt som ikkje lar seg kopiere. Det kan dempe den konkurransen produktet møter frå alle andre reisemål og gjere at prispresset vert mindre. I eit land med høge kostnader er det særleg viktig å få til ein vridning frå standardprodukt til spesialprodukt.

Dette er det også peikt på i framlegg til strategiplan for Destinasjon Beitostølen AS (09.05.01) der det heiter at ein skal bygge opp Beitostølen som ”annerledesstedet”.

Baseferie

Beitostølen – Raudalen er eit godt utgangspunkt for baseferiar. Det er kort avstand til viktige attraksjonar som nasjonalparken Jotunheimen med Besseggen og Noregs høgste fjell, gode forhold for turar og vandring, kort avstand til fjordane og eit regionalt fyrtårn som folkemuseet. Golfbanar i regionen – i Vestringsbygda og/eller på Beitostølen – vil styrke staden som base.

Baseturistane bur lenger på reisemålet enn rundreiseturistane og gjev større verdiskaping her. Det er særleg i den norske marknaden det er viktig å utvikle staden som eit attraktivt mål for base-turistar. Av nederlendarar og tyskarar er dei fleste rundreiseturistar, men dei bur til gjengjeld lenger på reisemålet enn andre rundreiseturistar.

Aktivitetar

Det er viktig å utvikle tilbodet av organiserte aktivitetar. Dette gjeld heile året, men trongen er størst vår, sommar og haust. Det er viktig at aktivitetane rettar seg mot alle aldersgrupper slik at vi vert reisemålet for barn, vaksne og eldre, i samsvar med profilen. Aktivitetar for barn har likevel høgste prioritet.

Hovudutfordringa er å tilby aktivitetar for individuelt reisande, aktivitetar som vert gjennomført uansett tal deltakarar og som ein samstundes får lønnsamme. I dag vert aktivitetar for individuelt reisande sponsa av aktivitetane for bedriftsmarknaden.

Aktivitetstilbudet må vere kommersielt basert, det kan likevel vere aktuelt med noko finansiering frå fellesskapet, særleg i ei etableringsfase. Næringa bør også sjå på om noko av aktivitetstilbudet skal ha delfinansiering av drifta frå fellesskapet (gjennom Destinasjon Beitostølen AS).

Det er viktig at aktivitetane kan tingast saman med overnattinga. Dette krev at tilbudet er planlagt i god tid.

Menneskelege ressursar

Utviklinga går i retning av at det er dei menneskelege ressursane på reisemålet som i aukande grad avgjer konkurransekrafta, ikkje dei naturgjevne føresetnadene.

Vi har i dag eit konkurransefortrinn i innovativ evne og ei folkeleg vertskapsrolle. (Ei vertskapsrolle som er ekte og basert på ei "gjestfrihet" slik ein finn han på bygda meir enn i tillært servicehaldning.)

Næringa har ei stor utfordring i å utvikle dei menneskelege ressursane som eit konkurransefortrinn.

Sommarproduktet i Valdres

Valdres er ein meir homogen region om sommaren enn om vinteren og Beitostølen skil seg mindre ut frå resten av regionen i denne delen av året. Valdres er truleg også eit relativt sett sterkare merkenamn om sommaren enn om vinteren.

Ein del av dei konkurransefortrinna Beitostølen – Raudalen har om sommaren, delar vi og med andre reisemål i regionen. Om sommaren er Beitostølen prega av rundreiseturistar og baseturistar medan vi har stor del destinasjonsturistar om vinteren.

På denne bakgrunn er det viktig at sommarproduktet vert utvikla og marknadsført i samarbeid med resten av regionen.

16.3 Fotturar og vandring

Fotturar generelt og turen over Besseggen er mellom dei mest nytta aktivitetane på Beitostølen om sommaren. Dette produktet må utviklast vidare som eit av dei viktigaste produktelementa.

Til dømes har vi Rasletind som Noregs kanskje mest tilgjengelege 2000-meter.

I Vang er det utarbeidd ein turguide og gjort eit godt arbeid med å merke trustiger. Nokre av desse går inn i vårt reisemål, som stigene på Slettefjell. Eit tilsvarande arbeid kan med fordel gjerast også på Øystre Slidre-sida.

Vi har særlege menneskelege føresetnader for å utvikle turorientering som ein aktivitet. Det kunne vere ein kombinasjon av nokre postar på eit orienteringskart i sentrum, og nokre postar på turkart (M 1:50.000) som ein kunne ta 1 – 2 av på ein fjelltur.

Styringsgruppa foreslår:

- informasjon i sentrum om kor ein kjem ut i stignettet
- betre skilting og merking ut av sentrum
- betre merking og skilting i stignettet, m.a. med stadnamn og distansar
- etablering av stignett i Raudalen, særskilt ut til og langs elva og Øyangen
- nytte stignettet på Slettefjell meir aktivt i marknadsføringa av reisemålet

16.4 Tilrettelegging for barn og unge

Beitostølen har i dag eit godt namn som familiestad. Vi har likevel eit stort potensiale for å utvikle tilboda for barn og ungdom.

Det bør etablerast eit leikeområde i sentrum, primært retta mot små barn. Naturleg lokalisering er Bergojordet, men baseområdet til alpinanlegget og Bjelbølstølen kan vere alternative stader. Her bør det mellom anna leggast eit klatretårn, bane for sandvolleyball (som kan nyttast til snøvolleyball om vinteren) og mini basketballbane. Dette området kan vere det samme som barnas støl, sjå avsnittet nedanfor.

På skistadion bør det etablerast eit nærmiljøanlegget retta inn mot større barn og ungdom. Her bør det vere ei ballløkke, Vidare kan ei hinderløype vere eit element, gjerne utstyrt med eit sjølvbetent tidtakarsystem (EKT).

Stølsbesøk bør vere eit godt familieprodukt, dette er omtala i avsnitt 16.6 nedanfor.

På sikt må det vere eit mål å få etablert eit barnehagetilbod som tek i mot ungar alt i frå eit par timar til fleire dagar. Opningstidene må sjølvstøtt vere særskilt fleksible. Kommunen bør vere ein viktig aktør i etablering av eit barnehagetilbod som dekkjer trongen for lokalbefolkningen generelt, dei som er tilsett i reiselivsnæringa (fleksible opningstider) og tilreisande (kjøp av frå ein halv dag til ein eller to veker).

I Seefeld besøkte styringsgruppa Play Castle Tirol. Dette er eit leketilbod for barn og ungdom. Utanfrå framstår det som ein middelalderborg, innvendig er det ei lang rekkje leketilbod; - m.a. dökkehus, kunstig sandstrand, klatrevegg, halfpipe for rullebrett, bane for rollerskates og sykklar, modelljernbane, speleautomatar og hall for å bygge med lego. Anlegget hadde ein investeringskostnad på om lag 100 mill kr. Vi bør vurdere å bygge eit aktivitetshus for barn. Tilbod bør vere mindre kommersielt en det vi så i Seefeld og bygd meir på leik og oppleving knytt til vår natur og historie.

Aktivitetsområde og aktivitetshus kan gjerne kombinerast med barnas støl, sjå neste avsnitt.

16.5 Barnas støl

Styringsgruppa foreslår at næringa arbeidar for å få etablert barnas støl. Målet med denne er å styrke aktivitetstilbodet for individuelt reisande og særskilt for barn og barnefamiljar. På denne måten styrker ein barne- og familieprofilen.

Barnas støl bør:

- har eit bygningsmiljø som liknar ein støl
- ha husdyr
- tilby aktivitetar for barn

- tilby barneparkering
- spele på lokal historie og tradisjon og bygge på natur, kultur og landbruk (ikkje ”Disneyland”)
- formidle tilbod innan gards- og stølsturisme (oppleve levande, aktivt landbruk)
- ha utsal av landbruksprodukt – gjerne av lokal produksjon
- plasserast sentralt på Beitostølen, synleg frå riksvegen
- vere baseområde for selskapa som tilbyr aktivitetar

Aktivitetstilbodet bør rette seg mot dei ulike familiemedlemmane (kjønn, alder, interesse).

Det er viktig at barnas støl er bygd på lokal natur, historie og kultur og ikkje vert kunstig. Likevel vil dette, naturleg vis, ikkje vere ein ekte støl. Det er difor viktig at dette tilbodet vert utvikla parallelt med gards- og stølsturisme. Reismålet sin ekstremkvalitet på dette området, er at ein kan oppleve eit levande, aktivt stølsbruk i kort avstand frå fjellandsbyen.

Barnas støl kn gjerne kombinerast med foredling og utsal av lokal mat, evt. også med verkstad og utsal for handverk.

16.6 Gards- og stølsturisme

Noko av det mest særprega i Valdres om sommaren, er det aktive stølslivet. Mellom 80% og 90% av dei som driv mjølkeproduksjon, nyttar stølane i aktiv drift. Dette er noko regionen og Beitostølen – Raudalen kan nytte for å skilje sitt sommarprodukt frå det ein finn andre stader i landet.

På Beitostølen har det nokre sommarar våre eit tilbod om stølsbesøk på Skjelstølen. Her får gjestane høyre om stølsdrifta, dei får smake på stølsprodukt og dei får vere med på kveldsstellet. I undersøkinga av kvaliteten på sommarproduktet kjem det fram at støls- og gardsbesøk er ei av dei 10 mest nytta aktivitetane. Det er stor spreing i vurderinga av kvaliteten, men så mange som 79% seier kvaliteten var høgare enn forventta og heile 42% gjev høgaste karakter på kvaliteten.

Sommaren 2001 er det også kome eit tilbod om å bu på ein støl som er i aktiv drift. På Heimre Hedalsstølen kan ein overnatte frå sundag til fredag. Tilbodet er spesielt retta inn mot barn mellom 8 og 12 år. Det kan vere 4 barn/ungdom pr veke og dei deltak i fjøsstellet og får vere med på turar og aktivitetar.

Det er tilbod om stølsbesøk i Sanddalen og på garden Kvam tek dei imot for omvising og servering. På Sørre Hemsing tilbyr dei servering og overnatting på eit tun med gamle, restaurerte bygningar. Det vert også arranger lag der, som bryllaup, med servering og dans på låven. Det er også tilbod innan gards- og stølsturisme andre stader i Valdres.

I Raudalen er det eit stort potensiale for å utvikle stølsturisme. Det er aktiv drift på Fuglestølane og på Kjøsastølen og på Kjørlistølen er det eit særmerkt kulturlandskap. Raudalen har eit stort potensiale sommartid, og stølsturisme kunne gjere opplevingane i området enno større. Samstundes er det viktig at ei turistutvikling i Raudalen skjer i samspel med landbruket, slik at ein ikkje gjer det vanskelegare å oppretthalde den tradisjonelle stølsdrifta.

I 2001 vert det arrangert ein bufarhelg i september. Ein kan vere med å flytte frå stølen, buføringa skjer frå stølar ved Beitostølen og på Vaset. Det vert kulturprogram, budeieball, stølsmesse, historiske vandringer og kåring av Noregs beste gardsost.

I Austerrike er opplevingar og tilbod knytt til landbruk var ein viktig del av turismen. Dette kjem m.a. fram gjennom måten dei marknadsfører stadene på, og gjennom tilboda. Arrangementet Bauern Herbst på nasjonalt nivå var uttrykk for det samme. Overnatting og servering på gardar og setrer er vanleg. Turismen er også viktig for landbruket.

Det er viktig for reisemålet at nokre gardbrukarar etablerer tilbod innan landbruksturisme. Det bør vere nokre få bønder med særleg interesse for turisme og vertskapsrolla som satsar, dette er ikkje noko for alle bønder.

Tilbod av lokal mat, opplevingar og aktivitetar bør vere prioritert – det er her reisemålet har størst manglar. Noreg er fattig på levande og tilgjengeleg matkultur. Særleg møter gjestar som vel sjølvhushald eit stereotyp mattilbodet (industrielle bulkvarer av typen Norvegia). Tilbod av lokal mat bør difor ha høg prioritet. Her vil det vere lett å skaffe seg eit konkurransefortrinn i høve til norske konkurrentar.

Tilbod av overnatting bør vere lågt prioritert, her har vi høg kapasitet. Unntaket er overnatting som kvalitativt er noko klart anna enn hotell, leilegheiter og utleigehytter, - t.d. overnatting i tunet på gardar eller setrer i aktiv drift (med dyr).

Ein kan sjå for seg to type tilbod. I sentrum kunne ein tilby å oppleve stølsdriften som eit museums- eller utstillingsprodukt, medan ein utanfor Beitostølen kan oppleve ei aktivt stølsdrift. Generelt meiner styringsgruppa at ein skal legge vinn på å tilby gjestane ”ekte vare”.

Utvikling av stølsturisme vil underbygge profilen på ein kraftfull måte. Dette kan også verte eit særprega produkt som andre område i Noreg ikkje har samme føresetnader for å tilby.

Støls- og gardsturisme er så viktig for reisemålet, at det bør utviklast i eit økonomisk forpliktande samarbeid mellom ein eller fleire gardbrukarar og ein reiselivsbedrift. Dette bør vere ei oppgåve for hotella og Beitostølen Arrangement AS eller Valdres Naturaktiviteter. Eit godt døme på eit slikt samarbeid er Union Hotell i Geiranger.

For å utvikle tilbod innan gards- og stølsturisme, foreslår styringsgruppa følgjande tiltak:

- Hovi-gruppen og Radisson SAS etablerer – kvar for seg eller i samarbeid – forpliktande samarbeid
 - med ein gardbrukar som kan ta imot grupper frå hotellet (bedriftskundar) på garden eller stølen for kombinasjon oppleving og servering
 - med gardbrukarar som kan levere lokalt foredla mat til bruk i serveringa på hotellet
- Beitostølen Arrangement eller Valdres Naturaktiviteter etablerer forpliktande samarbeid med gardbrukarar om landbruksbaserte aktivitetstilbod (dyr, produksjonsmåtar, kulturlandskap, støl)

Bygdemobiliseringsprosjektet i Øystre Slidre kan hjelpe til å utvikle slike tilbod.

16.7 Mountain bike

I Austerrike er mountain bike eit viktig sommarprodukt i sterk vekst. På mange av dei stadene styringsgruppa vitja på sin studietur, vart det satsa offensivt på dette segmentet. Det gjaldt både konkurransar og treningsanlegg for aktive og meir tursykling.

Også i USA var mountain bike eit segment i vekst, som det vart satsa på.

Beitostølen –Raudalen kan verte mellom dei første i Noreg til å tilby eit godt reiselivsprodukt, dersom ein satsar på å utvikle dette no. Øystre Slidre Idrettslag og Erik Østli arbeidar med dette.

Tiltak for å etablere eit tilbod om mountain bike:

- etablering av eit mountain bike løp (”stølsrisset” 50 og 25 km konkurranse + trim)
- etablering av sykkelutleige i same lokal som skiutleige
- merking av sykkelsti som gjev tilgang til Olevegen frå sentrum utan å nytte riksvegen (ein eller annan trase rundt Heimre Hedalsstølen). Krev dialog med grunneigarane!
- merking av eksisterande kjerreveg mellom Øystre Hedalsstølen og Vinstervegen
- nytte Slettefjellsvegen i marknadsføringa av sykkeltilbodet
- etablering og merking av sykkelrute rundt Øyangen
- etablere sykkelstiger på Slettefjellet med start på toppen av det nye, planlagde alpinanlegget
- etablering av andre sykkelruter med utgangspunkt i Raudalen
- trykking av sykkelkart

16.8 Vassaktivitet

Vassaktivitetar er viktige om sommaren, særleg for barn og ungdom. Det er difor viktig med vår profil å ha slike tilbod.

Raudalen ligg godt til rette for å vere tyngdepunktet for vassaktivitet på reisemålet. Den tekniske rapporten utarbeidd av SE Group (vedlegg 3), syner stigar som går ut til Raudøla og til Øyangen og mogleg lokalisering av aktivitetsområde knytt til elva og vatnet. Dei nemner også nokre aktivitetar det er naturleg å legge til rette for.

Første steg i utviklinga av vassaktivitet er opparbeiding av stigar ned til og langs Raudøla og Øyangen. På 1 – 3 stader langs elva kan det opparbeidast rasteplass, gjerne med noko informasjon om naturen. Ved vatnet bør eit område opparbeidast noko meir som base for vassaktivitet. Basen er utgangspunkt for kanoturar, roturar og evt. brettsegling. Det vil etterkvart kunne utviklast utleige av båtar.

Fiskekort bør vere lett tilgjengeleg, og ein burde vurdere å tilby også fiske frå båt (med oter, evt. også garn) til tilreisande. Omfanget kan avgrensast slik at dette ikkje vert nokon trussel mot fiskestammen og mot interessene til dei som har fiskerett i vatnet.

Ideelt sett burde ein også kunne tilby noko vassaktivitet nær sentrum på Beitostølen. Ei restaurering av Lomtjednet ville gjort dette mogleg, og samstundes gjort området vesentleg vakrare. Frå grunneigarar i området er dette halde fram som ei fordel ved ei utbygging (golf og hytter) i området. Reiselivsnæringa stiller seg positiv til å gjenskape Lomtjednet og tilby vassaktivitetar her.

Tilbodet om innandørs bading på hotella kan vidareutviklast.

16.9 Kunst og handverk

Det bør etablerast eit område der kunstnarar og handverkarar kan drive sin verksemd og samstundes selje produkta. Dette kan gjerne lokaliserast saman med barnas støl, sjå avsnitt 16.5 på s. 92

16.10 Fiske

Beitostølen – Raudalen har gode naturgjevne føresetnader for fiske. Valdres har også eit namn på dette området. Det må difor framleis vere eit tilbod på dette området. Styringsgruppa er imidlertid i tvil om utvikling av fiske skal ha høg prioritet eller at denne aktiviteten skal vere noko bærande element i sommarprofilen. Fiske er noko "alle" reisemål i Noreg har.

Store areal med statsallmenning gjer at fiske er tilgjengeleg for alle.

Tilrettelegging for at også tilreisande kunne fiske med oter og garn, evt. på guida turer, ville vore interessant.

Inntil midt på 1900-tallet vart det fiska med sløe i Raudøla. Restaurering av ei slik, ville gje ein attraksjon. I Ryfoss er det sett i stand ein sløe.

Noko som er særmerkt for Valdres, er den levande kulturen knytt til produksjon og konsum av rakfisk. Ein del av rakfiskfestivalen er lagt til Beitostølen. På dette området er det potensial for ytterlegare utnytting i turistsamanhang.

16.11 Areal

Det bør setjast av areal til aktivitetar for barn om sommaren (og vinteren).

Bergojordet og utmarka i forlenginga av jordet ned mot Finntøppvegen egner seg godt, særleg for dei minste barna som skal vere i nærleiken av foreldra.

Området ved skistadion bør reserverast som aktivitetsområde for større barn og ungdom. Her bør det etablerast eit nærmiljøanlegg.

Det bør settast av areal til eit aktivitetshus for barn og unge.

Det er essensielt å verne grøntkorridorane i og ut av sentrum, som miljøinnslag og tilkomst til stigar og løyper.

16.12 Kvaliteten på sommarproduktet

Kvaliteten på sommarproduktet er drøfta i kapittel 7 s. 37. Konklusjonane frå denne drøftinga må ligge til grunn for utvikling av sommarproduktet.

16.13 Konklusjon

Kvaliteten på sommarproduktet

Sentrale kvalitetar for sommarproduktet på Beitostølen og i Raudalen bør vere:

- vandring og fotturar
- at vi er ein av inngangsportane til Jotunheimen
- historiske stader i regionen
- stølsturisme

Følgjande **kritiske svake sider** bør ha førsteprioritet i arbeidet med å betre sommarproduktet:

- Skilting og merking
- Byggeskikk og estetikk
- Prisenivået generelt
- Skriftleg informasjonsmateriell

I vidareutviklinga av Beitostølen og Raudalen bør ein ivareta og vidareutvikle følgjande **sterke sider**:

- Overnattingstilbodet
- Serveringstilbod
- Service frå betjeninga på turistinformasjonen
- Stølsturisme

Fordi gjestane våre i stor grad kjem med bil, er gode parkeringsmoglegheiter viktig. Opningstida på turistinformasjonen bør utvidast i høve til kva ho var sommaren 2000.

Fotturar og vandring

For å betre produktet fotturar og vandring foreslår Styringsgruppa:

- informasjon i sentrum om kor ein kjem ut i stignettet
- betre skilting og merking ut av sentrum
- betre merking og skilting i stignettet, m.a. med stadnamn og distansarr
- etablering av stignett i Raudalen, særskilt ut til og langs elva og Øyangen

Barn og ungdom

For å betre familieproduktet, med vekt på barn og ungdom, foreslår styringsgruppa:

- etablering av eit leikeareal for små barn (Bergojordet)
- etablering av eit nærmiljøanlegg på skistadion
- å tilby meir organisert aktivitet
- etablere aktivitetsområde og aktivitetshus, gjerne i form av barnas støl
- ha eit barnehagetilbod

Barnas støl

Styringsgruppa foreslår at næringa arbeidar for å få etablert barnas støl. Målet med denne er å styrke aktivitetstilbodet for individuelt reisande og særskilt for barn og barnefamiliar. Barnas støl bør etablerast nær sentrum, tilby aktivitetar og opplevingar for heile familien med hovudfokus på barn og vere baseområde for aktivitetstilbydarane.

Støls- og gardsturisme

For å utvikle tilbod innan gards- og stølsturisme, foreslår styringsgruppa følgjande tiltak:

- Hovi-gruppen og Radisson SAS etablerer – kvar for seg eller i samarbeid – forpliktande samarbeid
 - med ein gardbrukar som kan ta imot grupper frå hotellet (bedriftskundar) på garden eller stølen for kombinasjon oppleving og servering
 - med gardbrukarar som kan levere lokalt foredla mat til bruk i serveringa på hotellet
- Beitostølen Arrangement eller Valdres Naturaktiviteter etablerer forpliktande samarbeid med gardbrukarar om landbruksbaserte aktivitetstilbod (dyr, produksjonsmåtar, kulturlandskap, støl)

Mountain bike

Beitostølen –Raudalen har som mål å verte mellom dei første i Noreg til å tilby eit godt reiselivsprodukt innan mountain bike. Styringsgruppa foreslår:

- etablering av eit mountain bike løp ("stølsrittet" 50 og 25 km konkurranse + trim)
- etablering av sykkelutleige i same lokal som skiutleige
- merking av sykkelsti som gjev tilgang til Olevegen frå sentrum utan å nytte riksvegen (ein eller annan trase rundt Heimre Hedalsstølen). Krev dialog med grunneigarane!
- merking av eksisterande kjerreveg mellom Øystre Hedalsstølen og Vinstervegen
- nytte Slettefjellsvegen i marknadsføringa av sykkeltilbodet
- etablering og merking av sykkelrute rundt Øyangen
- etablere sykkelstiger på Slettefjellet med start på toppen av det nye, planlagde alpinanlegget
- etablering av andre sykkelruter med utgangspunkt i Raudalen
- trykking av sykkelkart

17 Golf

Styringsgruppa sette tidleg i sitt arbeid fokus på etablering av ein golfbane. Norges Golfforbund, ved Paal Midtvåge, ga styringsgruppa ei grundig orientering om temaet i oktober 2000. På bakgrunn av utviklinga i interessa for golf, meiner Styringsgruppa det er ønskjeleg å få etablert ein bane innanfor reisemålet. Beitostølen – Raudalen skal ikkje verte ein golfdestinasjon, men golf vil vere eit viktig aktivitetstilbod saman med andre sommaraktivitetar. I kurskonferansemarknaden er tilbod om golf viktig.

På denne bakgrunn har Styringsgruppa drøfta lokalisering av golf. Målet har vore at reiselivsnæringa skulle gje ei tilråding til kommunane sitt arbeid med kommunedelplanar.

17.1 Økonomi

Om økonomi i eit golfprosjekt på ein turiststad, seier Horwath Consulting i ein rapport til SND (Utvikling av Golfturisme i Norge, Dag Aulie, Horwath Consulting AS, 22.12.97, avsnitt 10.3):

De mer turistrettede banene som bygges/er tenkt utviklet i destinasjoner med en lav bofast befolkning, har en mer usikker finansiell situasjon. Driften vil sannsynligvis i de første 3-5 år vise underskudd og driftsinntektene vil med få unntak aldri nå et nivå hvor det gis muligheter for å betjene noen fremmedkapital. Finansiering av golfbaner i typiske turistdestinasjoner må derfor i sin helhet være basert på egenkapital uten krav til forrenting.

På denne bakgrunn er styringsgruppa sin konklusjon at etablering av ein golfbane i vesentleg grad må finansierast gjennom eigeomsutvikling, truleg gjennom utbygging av eit eller fleire hyttefelt.

17.2 Planlagde baner

Styringsgruppa gjennomførte 22. juni 2001 eit golfseminar der interessentane bak tre ulike golfprosjekt var invitert til å presentere sin planar. Her gjev ein eit kort oversyn over dei ulike alternativa, slik dei er presentert for planprosjektet.

Grønolen – Raudalen

Beito Golf i Grønolen er et prosjektet det har vore arbeidd relativt lenge med. Det ligg føre detaljerte planar for ei 9-hol bane med start frå Grønolen Fjellgard. Ho strekkjer seg ned mot elva og kan utvidast med nye 9 hol i Raudalen. Det har også vert sett på eit alternativ med utviding mot Øyang.

Bana ligg sørvend og lunt om lag 700 moh. Ho grensar mot kulturlandskap og vatn.

Grønolen Fjellgard kan tene som klubbhus.

Det vart laga eit detaljert kostnadsoverslag i 1997 og investeringa vart da rekna til 8 mill kr. Interessentane ser for seg at finansieringa skjer ved sal av 600 aksjar til 17.500 kr. Det er tenkt seld 100 aksjar til bedriftene, 100 til eksisterande hytteeigarar og 400 knytt til 200 tomter i hyttefelt på Lie i Øystre Slidre og evt. i Raudalen (Vang). Då det vart arbeidd med denne planen, var det 70 personar som hadde teikna seg for aksjar i banen.

Det ligg føre underteikna intensjonsavtale med grunneigarane på 9-hols bana.

I masterplanen er det arbeidd mykje med utviking av Raudalen. Her har det kome fram at området er særseleigna for sommaraktivitetar, også golf. Det kan difor vere aktuelt å legge delar av golfbana, evt. også drivingrange og startstad, her. Med ei slik lokalisering, kan ein nytte fasilitetar som vert bygd opp knytt til eit alpinanlegg, som hus og parkeringsplass, også om sommaren.

Tjednbakkadn

I Tjednbakkadn har 7 grunneigarar gått saman og planlagd golfbane. Utgangspunktet vil vere ski-stadion, her vil drivingrangen ligge. Bana, med 9 hol, går mot sør aust langs Øbbørtjedn.

Også denne banen går i eit fint kultur- og naturlandskap der det har vore stølsdrift. Noko av tanken er å få til sambruk av arealar og hus med idrettslaget. Nærmiljøanlegget idrettslaget planlegg på stadion, meiner grunneigarane dei kan skaffe plass til på andre sida (vestsida) av vegen. Det vert lagt til rette for at turstiger kan krysse banen og for annan bruk av Øbbørtjedn. Bana vil ligge sentralt i høve til Beitostølen.

Grunneigarane vil planleggje banen også for bevegelseshemmede, både eldre golfspelarar som ikkje kan gå heile runden og funksjonshemma. Dei ønskjer eit samarbeid med helsesportsenteret.

Ei evt. utviding til 18 hol er tenkt anten sør for Bamselitjedn eller ned i bygda, på nedsida av fylkesvegen.

Det er ikkje laga noko kostnadsoverslag, men bana vil truleg koste 12 – 14 mill kr. Ho er tenkt finansiert med bygging av 200 – 240 nye hytter rundt Tjednbakkhaugen med eit bidrag på 70 – 80.000 kr pr hyttetomt. Driftskostnaden er rekna til mellom 2 og 4 mill kr årleg dei 2 første åra. Dei reknar at drifta av banen vil krevje 2 – 2,5 heiltidstilsette, 1 på administrasjon og 1 – 1,5 på drift.

Golf i alpinanlegget

Beitostølen Skiheiser har sett på etablering av ein golfbane i alpinanlegget på Beitostølen. Det er mogleg å etablere ei kortholsbane med 9 hol, 1,5 km lang. Her kan ein nytte eksisterande infrastruktur i sentrum som servering, verkstad og garasje for prepareringsmaskinene, utleige av utstyr i sportsforretning.

Etableringskostnaden vert låg, eit kostnadsoverslag syner 3 – 4 mill kr for oppdyrking.

Ein slik bane vil gjere at alpinanlegget vert penare sommartid, meir som ein park. Ho vil og gje aktivitet i sentrum. Bana er venteleg meir å sjå på som eit supplement til ei større bane.

17.3 Lokalisering – konklusjon

Styringsgruppa meiner ein bør satse på å få etablert ein golfbane og at det bør vere ein fullverdig 9-hols bane. Det er uvisst om det vert aktuelt å utvide banen til 18 hol, men det er ein fordel om det er mogleg med ein slik utviding der banen vert lokalisert. Det er vidare viktig at banen vert etablert raskt.

Medlemmane i styringsgruppa er ueinige om kvar ein bane bør ligge. Eit fleirtal, medlemmane Rolf Holmen, Olav Talle, Ståle Menken, Steinar Hovi, Trond Wahlstrøm og Knut Torstein Beito, avgjorde at styringsgruppa ikkje skulle ta stilling til dei to alternativa Grønolen – Raudalen eller Tjednbakkhaugen. Eit mindretal, medlemmane Ove Skaret, Ola Rogn Tveit, Terje Hålien, Leif Sønderol og Tor Erik Grønolen meinte styringsgruppa skulle gå inn for at banen vert lokalisert i Grønolen – Raudalen.

Styringsgruppa gjev difor inga tilråding om kor banen bør lokaliserast.

Styringsgruppa ser ein kortholsbane i alpinanlegget på Beitostølen som eit supplement til ein framtidig fullverdig bane. Det er positivt om eit slikt aktivitetstilbod kan etablerast raskt, og dette kan gje ei visuell heving av området, ved at det vert opparbeidd parkmessig. Det er viktig at banen ikkje vert til hinder for at folk kan gå ut av sentrum og opp i fjellet gjennom dette området.

Fysisk plan

18 Raudalen

Det var interesse, både i Vang og i Øystre Slidre, for å planleggje Raudalen og Beitostølen som ein heilskap då arbeidet med masterplanen kom i gong. Turistane vitjar området utan å vite, eller bry seg om, kva for kommune dei er i.

Sett frå Beitostølen er Raudalen viktig for å vidareutvikle alpintilbodet, men gjer det også mogleg å utvikle reisemålet på andre område. Sett frå Vang sin side er det ein stor fordel å kunne dra nytte av at Beitostølen er eit kjent og attraktivt reisemål, ei alpinutbygging er truleg det som kan sette i gang ei utbygging her.

Raudalen og Slettefjell har store kvalitetar og stort potensiale som reisemål.

I dette kapittelet vil ein drøfte kva strategi reiselivet har for Raudalen som del av heile reisemålet og skildre den utbygginga som er planlagd i baseområdet. Planane for alpinutbygging er omtala i kapittellet Alpin frå s. 74, planane for langrenn i kapittellet Langrenn og turskiløping frå s. 84 og for sommaraktivitetar i kapittellet Sommarproduktet frå s. 89.

I masterplanen har ein nytta store ressursar på å finne gode løysingar for ei reiselivssatsing i Raudalen. Styringsgruppa har nytta firmaet SE Group i planlegginga, hovudsakleg av alpinproduktet, men også av sommaraktivitetar og utbygging av baseområdet i Raudalen.

I planen har ein teke utgangspunkt i å skape eit best mogleg reisemål, uavhengig av tidlegare planar og grunneigartilhøve. Dette er, etter styringsgruppa sitt syn, ein føresetnad for å få til gode langsiktige planar. Etterkvart som planane har vorte konkretisert er det likevel gjort tilpassingar til eksisterande reguleringsplan, der ein har sett at dette ikkje har negative konsekvenser for heilskapen.

Planen syner overordna, langsiktig arealbruk og må detaljerast gjennom kommunale arealplanar.

18.1 Strategi for Raudalen som del av reisemålet

Styringsgruppa har drøfta kva for strategi ein skal velje for utviklinga av Raudalen som ein del av reisemålet. Kva for produktelement og kvalitetar er det Raudalen skal bidra med og kven av våre gjestar er det vi særskilt skal tilpasse dette området for?

Eit ytterleggående alternativ kunne vore at eit nytt og større alpinanlegg vart plassert i Raudalen, men at all annan aktivitet vart lokalisert til Beitostølen. Styringsgruppa meiner dette ikkje er eit aktuelt alternativ, ein har større ambisjonar for Raudalen. Området har større potensial enn dette, eit potensiale ein bør nytte. Ein ønskjer aktivitet heile året for å gje meir bruk av den infrastrukturen som vert bygd opp. Endeleg er det viktig at utbygginga i Raudalen skapar verdiar i Vang, i form av næringsetableringar, arbeidsplassar og auka verdi på grunnen.

Eit motsett ytterleggående alternativ kunne vore å bygd eit komplett, sjølvstendig reisemål i Raudalen der ein etablerer ny tenesteyting og nye funksjonar parallelt med det som i dag er på Beitostølen. Styringsgruppa meiner heller ikkje dette er eit aktuelt alternativ, Raudalen skal vere ein del av eit heileheitleg reisemål. Raudalen skal bidra med det reisemålet manglar, ikkje primært det reisemålet alt har. Då kan Raudalen dra nytte av den motoren Beitostølen er, samstundes som Beitostølen vert eit betre reisemål. I staden for to små konkurrerande reisemål vil vi skape eit som er stort nok til å markere seg nasjonalt og internasjonalt.

Mellom desse to ytterkantane må reiselivsnæringa saman med kommunane og grunneigarane finne Raudalen sin plass i reisemålet.

Funksjonen åt Raudalen i reisemålet bør verte å:

- gje eit nytt, større og meir utfordrande alpinanlegg
- supplere langrennsproduktet med nye løyper
- tilby eit nytt område for sommaraktivitetar med vekt på elv og vatn, aktivt stølsmiljø og turtilbod til fots, på sykkel og med hest
- ha overnatting med vekt på sjølvhushald (varme senger) og hytter (kalde senger)
- tilby tilrettelagde aktivitetar
- ha tenestetilbod knytt til sommar- og vinteraktivitetane, som servering og utleige av utstyr
- vere ein grøn delen av reisemålet, – eit område som er meir prega av kvalitetane naturen og kulturlandskapet har enn det sentrum på Beitostølen er; det vil seie eit einestående kulturlandskap og natur som i forsiktig grad er påverka av moderne menneskeleg aktivitet

Kartet på neste side – Figure III-7 – syner planen for baseområdet i Raudalen.

18.2 Aktivitetsområde

Styringsgruppa går inn for å etablere eit aktivitetsområde sentralt i Raudalen. Dette skal nyttast både om vinteren og sommaren. Aktivitetane skal delvis foregå på området, delvis skal aktivitetane starte her.

Aktivitetsområdet er foreslått plassert sentralt i baseområdet, nedanfor noverande heis.

Her skal aktivitetsselskap ha sin base og utleige av utstyr vert lokalisert her. Organiserte aktivitetar, som guida turar, starter her. Området skal også vere lagt til rette for uorganisert aktivitet, mellom anna med balløkke.

Tabellen nedanfor syner planlagd aktivitet i området:

Vinter

- Servicetilbod til skiløparar
- Isbane (utandørs)
- Område for snølek
- Snø-volleyball
- Område for organisering av langrenn, vinter fotturar (på fleirbruksløyper) og hundespennkjøring.

Sommar

- Utleie av sykklar (eller anna utstyr; på samme stad som skiutleie).
- Volleyball
- Fotball
- Hesteskøasting
- Park for skateboard
- Område for organisering av fjellsykling, fotturar, rullestol, rulleskøyting (på fleirbruksløyper) og riding.
- Turar med skiheis (med skiheis I)

Kart: Forslag til utvikling av baseområde i Raudalen

Figure III-7

[Mpl Bst-Rad Kart III-7 Raudalen base.pdf](#)

18.3 Baseområde

Det sentrale utbyggingsområde der den kommersielle aktiviteten skal ligge – baseområde – er lokalisert i nedkant av dei planlagde heisene, sjå kartet på side 107 framom.

Området er tenkt bygd ut med grupper av bygg (klustere), gjerne plassert i tunform. Med en slik utbyggingsform ligg det godt til rette for ei gradvis utbygging, der kvar gruppe av bygg fungerer utan at (alle) andre er utbygd. Ein ønskjer å nytte tunforma for å gje bygningsmiljøet ein lokal forankring.

Styringsgruppa meiner vidare at det er viktig å ha ein heilheitleg visuell utforming av det bygde miljøet i Raudalen (arkitektur). I dette området har ein eit unikt høve til å skape ein slik heilheit. Sundance er eit eksempel på korleis ein på ein relativt stor alpinstad kan skape ein heilheitleg arkitektur med små bygg basert på lokal byggeskikk. Vang kommune har allereie laga rapport om gamal byggeskikk og rettleiar i byggeskikk som kan tene som fundament for ei slik utbygging.

Baseområdet strekkjer seg frå det planlagde aktivitetsområdet, og frå området nedanfor noverande heis, mot søraust i ein strekning på 1000 m (fullt utbygd).

I baseområdet skal det vere kommersiell overnatting (varme senger). Hovudvekta bør vere på sjølvhushald, dette er den overnattingsforma som er i vekst og som det er for lite av på reisemålet samla. Det bør likevel vere serveringstilbod som gjer at gjestane har valet mellom å lage seg mat sjølve eller kjøpe den.

Planen syner ein kombinasjon av utleigeleilegheiter og –hytter. Utleigeleilegheitene bør byggast som fjellstuer med 2 – 3 etasjar og 20 – 40 senger i kvart bygg. Ein bør ta i bruk ”3 dør konseptet”, - bygge 3 sjølvstendige leilegheitar av litt ulik storleik og som grensar inn mot ein felles gang. Desse kan då leigast ut som 3 separate einingar eller som ei eining med 8 – 16 senger, eigna for større grupper av familiar og venner som reiser saman. Ein ide kan vere å bygge gjestehus etter modellen ”Gasthaus” frå alpene.

Byggeområde for næringsbygga nedanfor eksisterande skitrek – kluster 1 –bør etter styringsgruppa si vurdering, kunne utvidast mot nord slik ein nyttar deler av det som på kartet er sett av til parkering som byggeområde.

Funksjonar som skal lokalisrast i baseområdet, er:

- servering – om lag 500 seter i fase 1 (SE Group)
- kjøkken
- varmestue
- skiskule og skipatrulje
- ski- og utstyrsutleige
- kortsal, sal av aktivitetar
- detaljhandel
- administrasjon, verkstad, lager, fasilitetar for tilsette

Det er viktig at det vert planlagd og opparbeida stignett som går gjennom baseområdet, slik at ein uansett kor ein bur, kan starte turen på trappa.

Planen syner eit baseområde som er om lag 170 mål stort. Det er illustrert at ein her kan plassere 13 bygg med utleigeleilegheiter og 69 utleigehytter. Dette gjev høve til om lag 1.100 senger (som er om lag 45% av tal kommersielle senger på Beitostølen i 2001).

Planen syner potensialet i området. Styringsgruppa har ikkje teke stilling til kor mykje som skal byggast ut. Det er viktig at ein i kommunedelplanen for Raudalen set av areal til ein slik utbygging, slik at ein er sikker på å ha dekkja trongen for næringsareal på lang sikt. Kor mykje som etterkvart vert bygd, vil avhenge både av marknaden og av kva utbyggingsomfang kommunen ønskjer.

Planen syner kva som bør byggast ut i ein fase 1. Dette er den utbygginga ein planlegg på kort sikt. Utbygginga omfattar gruppene 1 og 2, lokalisert nedanfor noverande heis, i same område som Raudalshytta (gruppe 1) og nedanfor den planlagde stolheisen aust for Sauebekken. Arealet her gjev rom for om lag 7 bygg med utleigeleilegheiter (280 senger) og 16 utleigehytter (128 senger).

Det er viktig at ein ikkje nyttar areal i baseområdet til bygging av privateigde hytter, som vil nytte areal ein i framtida kan få bruk for til næringsverksemd. Det er sett av romsleg med areal til privat hyttebygging utanom baseområdet.

Styringsgruppa vil peike på at på lengre sikt vil det kunne verte trong for bustader i Raudalen. Vang kommune bør difor vurdere å sette av areal til dette føremålet i ein kommunedelplan.

I høyringsrunden til planen, kom det nokre innspel om å ta inn byggeområde frå reguleringsplanen og det kom forslag om nye byggeområde. Masterplanen er langsiktig og overordna og ei rekkje detaljar må avklarast i kommunal arealplanlegging. Styringsgruppa vurderte det difor slik at desse innspela best kan vurderast i vidare kommuneplanlegging.

18.4 Stignett

Kvaliteten til Raudalen ligg i stor grad i det potensiale området har for naturbaserte aktivitetar. Det er difor avgjerande viktig å legge til rette for slike.

Planen syner eit stignett i Raudalen og det er peikt på område med særskilt attraktivitet (merka med stjerne og "Activity Area" på kartet framom).

Det er viktig at stignettet er integrert i baseområdet og også er knytt til alle hytteområda. Det er lagt stor vekt på å nytte attraksjonsverdien elva og Øyangen har, ved å legge stiggar fram til og langs desse.

Stigene bør leggast til rette for ulik bruk, som vandring til fots, sykling, riding og rullestøyer, samt langrenn og vintervandring om vinteren. Nokre av dei bør ha ein standard som gjer at også rullestolbrukarar kan nytte dei. I ein detaljplanlegging av området må ein imidlertid vurdere å separere ulik type trafikk. Til dømes vil riding på grunn som er blaut og med liten bereevne fort gjere stigene så opptrakka at dei er lite attraktive for gåande.

Aktivitetsplassane (Activity Area på kartet) kan ha ein forsiktig tilrettelegging, men dei er ikkje tenkt for plassering av permanente bygg.

Utvikling av stølsturisme er drøfta i kapittelet om sommarproduktet (kapittel 16.6 på s. 93). Raudalen har eit stort potensiale på dette området, med aktiv støling på Fuglestølane og Kjøsastølen og eit flott kulturlandskap på Kjørlistølen. Gardbrukarane her bør vurdere å utnytte dette potensiale og dersom dei er interesserte, bør reiselivsforetaka inngå eit forpliktande samarbeid om å tilby opplevingar knytt til stølinga.

Utvikling av sykling – mountain bike – er også drøfta i kapittelet om sommarproduktet. Raudalen har natur som gjer at ein kan utvikle eit svært interessant produkt med sykling rundt Øyangen, over Slettefjell og frå toppen av alpinanlegget inn i fjellet og ned i Raudalen. Eit slikt sykkelnett kan også halde fram austover i resten av Vang.

SE Group foreslår følgjande om stignettet:

Fleirbruksløyper:

- Toppdekke på løypene som gjer at dei kan nyttast til fleire ting.
- Vert nytta til å gå turar, sykle, gå på rulleskøyter; skal vere lagt til rette for funksjonshemma om sommaren.
- Langrenn og fotturar om vinteren.
- Lagt i en serie sløyfer i varierende lengder – for alle nivåer i dugleik.
- Aktivitetssentra plassert fleire steder langs stigene; – ved vatnet, ved elva, ved ein dam og på utsiktspunkt. Desse ”knutepunkta” kan heilt enkelt vere rasteplassar eller eit lite område med et eldstad for grilling, eller dei kan nyttast til ein spesiell aktivitet (aktivitetssenterane ved innsjøen kunne for eksempel vere områder for ulike vassidrettar, ein av bygningane ved stølane kunne nyttast som kunsthandverkssenter for barn)
- løyper til bruk for golfbanen.

Langrennsproduktet i Raudalen bør utviklast, sjå kapittelet om langrenn (kapittelet Langrenn og turskiløping frå s. 84). Særleg viktig er det å få etablert løypa frå Beitostølen via Fleinsendin til toppen av alpinanlegget. Slettefjellet er særst godt eigna for fjellskiløping.

18.5 Stølsområde

Styringsgruppa har lagt stor vekt på at utviklinga av reiselivet i Raudalen skal skje i samspel med landbruket generelt og stølsdrifta spesielt.

Dei fremste fortrinna til Raudalen som reisemål er naturen, kulturlandskapet og stølsdrifta. Ein vil kunne utvikle eit betre reiselivsprodukt ved ei gjennomtenkt utvikling der ein tek omsyn til desse kvalitetane, samstundes som ein da ivaretek mange av interessene knytt til landbruket.

Det vil vere interessekonfliktar mellom dei to næringane, men desse er neppe større enn at dei kan løysast. På den andre sida ligg det store gevinster for baa næringar i eit samspel. For landbruket ligg det eit vesentleg potensiale for nye inntekter, for reiselivet vil levande støsliv gjere området langt meir attraktivt.

Når det gjeld utvikling av stølsturisme, syner ein til avsnittet Gards- og stølsturisme på s. 93.

Utbyggingsområda er trekt vekk frå stølsområda for å verne kulturlandskapet her og fremme framtidig drift, slik det også er gjort i gjeldande kommunedelplan. Dette gjeld Fuglestølane, Kjøsastølane og Kjørlistølane. Kjøsastølen vil ha alpinanlegget nær stølen, men det er inga endring i høve til noverande situasjon. Unntaket frå denne lina er stølane sentralt i baseområdet (ved noverande alpinanlegg). Her vil ein stå overfor eit val mellom å utvikle eit alpinanlegg eller ta vare på stølsmiljøet slik det framstår i dag.

Utbygging vil bruke areal som alternativt kunne vore beiteområde. Samla nedbygd areal etter denne planen er likevel lite samanlikna med dei samla arealressursane og attverande areal vil vere

store i høve til trongen for beite i dag og i høve til kva ein kan forvente i at trongen vil vere i framtida.

18.6 Hytteområde

Planen syner også hytteområde i Raudalen.

Hytteområda er i utgangspunktet tenkt for privateigde hytter, ikkje utleigehytter. Ein må rekne med at trongen for kommersielle senger vert vesentleg større om vinteren enn om sommaren, og at økonomien i utleigeeiningane difor kan verte marginal. For å bøte på dette ville det vore gunstig om ein del private hytter var i utleige om vinteren medan dei vart nytta av eigarane sommartid. Ein bør difor vurdere å opne for, og kanskje stimulere til, slik utleige i hytteområda.

I planen har ein teke utgangspunkt i å skape eit best mogleg reisemål, uavhengig av tidlegare planar. Ein har likevel vidareført hytteområde frå gjeldande reguleringsplan (reguleringsplan for Raudalen handsama i kommunestyret 24.06.92) der dette ikkje har kome i konflikt med ein heilskapleg plan.

Hytteområda H1, H4 og H7 i eksisterande reguleringsplan er uendra. Hytteområda H5 og H6 i reguleringsplanen ligg utanfor det området ein i masterplan har detaljplanlagd, desse område kjem ikkje i konflikt med masterplanen og kan vidareførast.

Hytteområda H2 og H3 i reguleringsplanen blokkerer alpinutbygginga og må difor verte endra. H2 er erstatta med eit felt lenger nord, H2 (relocated), jamfør kartet framom. Noko av H3 ligg att på sin opprinnelege plass, medan storparten er flytt lenger nord til H3 (relocated).

Flyttinga av områda H2 og H3 er gjort slik at det i hovudsak er dei same grunneigarane som får utbyggingsretter. I H2 er det delvis andre eigarar i teigen lenger nord der hyttebygginga no er plassert. Her får imidlertid grunneigarane ny utbyggingsretter i baseområdet (areal for næringsverksemd).

I hytteområda H 1 – 7 er det planlagd 61 hytter, som i gjeldande reguleringsplan.

Hytteområde H8 ligg sentralt i alpinområdet og må gå ut for ikkje øydelegge for ei alpinutbygging. Grunneigarane i dette området har teigar sentralt i baseområde og får følgeleg vesentleg verdistigning på areala sine, noko dei bør kunne utnytte.

I tillegg er det i planen peikt på tre nye moglege hytteområde, kalla HA, HB og HC på kartet (s. 107).

Tabellen nedanfor gjev eit oversyn over hytteområda.

| Stad | Område | Tal hytter | Tal senger (gj.snitt 4 senger per hytte) |
|-------------------|--------|------------|--|
| H1 (eksisterande) | | 10 | 40 |
| H2 (eksisterande) | | 9 | 36 |
| H3 (eksisterande) | | 14 | 56 |
| H4 (eksisterande) | | 12 | 48 |
| H5 (eksisterande) | | 6 | 24 |
| H6 (eksisterande) | | 2 | 8 |
| H7 (eksisterande) | | 8 | 32 |
| HA (foreslått) | 81 | 39 | 156 |
| HB (foreslått) | 40 | 19 | 77 |
| HC (foreslått) | 112 | 54 | 215 |
| Til saman | | 173 | 691 |

Kjede: SE GROUP

I hytteområda – som i baseområdet – er det viktig å finne fram til ein heilskapleg arkitektur som har røter i lokal byggeskikk og som understøtter den grøne profilen til området.

18.7 Veg

Planen syner nye vegar.

Stølsvegen frå Fuglestølane må leggest om der han krysser alpinområdet. Plankartet syner ein ny veg gjennom baseområdet. I ein detaljplanlegging av området kan ein vurdere å legge hovudvegen i nedkant av (nord for) baseområdet, langs kraftlina.

Kjøsastølane og Kjørlistølane får ny tilkomst via veg som går til hytteområda H1 og H7. Tilkomsten til H7 går aust og sør for Kjørlistølen, i samsvar med reguleringsplanen frå 1992, slik at ein ikkje får gjennomgangstrafikk i stølsområda.

18.8 Golf

SE Group meiner det er viktig at reisemålet får ein golfbane og rår til at denne vert lokalisert i området Raudalen – Grønolen. Dei tilrår at det vert sett av areal for ei 18 hols bane som strekkjer seg frå Grønolen inn i Raudalen. Startpunkt bør vere i Grønolen og dei første 9 hola bør ligge på både sider av elva, men slik at ein spelar seg tilbake til utgangspunktet.

Grunngjevinga for dette valet er i følgje SE Group:

”SE-gruppen mener at en 18-hulls bane (med 9 retur-hull mot Grønolen) som har 9 hull i Raudalen og 9 i Grønolen er den beste løsningen, av flere grunner:

- Den gir det mest varierte terrenget – området rundt Grønolen er lett bakkete med lang sikt over innsjøen, mens Raudalen-området har elven og innsjøen.*
- Banens utgangspunkt ligger nærmere Beitostølen.*
- Et større landområde i Raudalen kan bevares i sin naturlige tilstand – dette vil appellere til en del gjester, mer enn en ski- eller golf-front.*
- Banen kan utvikles i to trinn. Ni hull, med begynnelse og slutt i Grønolen, kan utvikles i et trinn 1 (som vist i figur III-9); disse hullene kan omnummereres i trinn 2, og dermed gi rom for ytterligere 9 hull (som vist i figur III-7).”*

Styringsgruppa har og vurdert eit alternativ med 18 hols bane lokalisert berre på sørsida av elva (i Vang). Styringsgruppa meinte dette alternativet innebar bruk av for mykje areal og kunne vere konfliktskytt i høve til landbruket.

Ein eventuell golfbane i Raudalen – Grønolen må gjerast inne for å halde beitedyr utanfor banen.

Golf er drøfta i kapittel 17 s. 99. Styringsgruppa har ikkje konkludert med om ein bane bør ligge i området Grønolen – Raudalen eller i Tjednbakkadn (jamfør s. 100).

18.9 Utvikling av områda sørover mot Ulvildsete

For området frå Fuglestølane til Fjellsendin er det ikkje gjort nokon detaljert planlegging.

Viss ei utbygging av alpinanlegget vert realisert, vert også desse områda meir attraktive i turist-samanhang. Det bør då vere grunnlag for hyttebygging også i dette området. Omfang og lokalisering bør vurderast nærare i kommunedelplanprosessen. Privateigde hytter som vert leigd ut i høgsesong om vinteren, ville vere eit attraktivt supplement til kommersiell overnatting i baseområdet.

Det planlagde baseområde i Raudalen er relativt stort, og bør difor dekke trongen for kommersiell verksemd i lang tid framover. Det er viktig at slik verksemd vert konsentrert i her, ein bør difor vere restriktiv med å tillate det utanfor baseområdet.

Det er sett av eit stort område til alpint, ein ser det difor ikkje som aktuelt å reservere ytterlegare areal for dette føremålet.

Det er fleire stolar frå Fuglestølane til Fjellsendin. Det er viktig at ei utbygging held naudsynt avstand til stølsgrendene slik at kulturlandskap og bygningsmiljø vert teke vare på og at det ikkje ei utbygging gjer det vanskelegare å halde fram med stølsdrift. Dette er viktig både av omsyn av landbruket og for at området skal vere attraktivt som reisemål.

Stølsturisme er omtala i kapittelet om sommarproduktet. Dersom det er gardbrukarar i dette området som er interesserte i å utvikle sal av varer eller tenester knytt til stolar og stølsdrift, er dette svært attraktivt sett frå eit reiselivsstandpunkt.

I dag går det godt merka turstiger og skiløype gjennom området. Det er viktig at dette vert teke vare på og vidareutvikla, mellom anna er det aktuelt å etablere sykkelstiger i området. Areal er så store at det ikkje skulle vere vanskeleg å kombinere det med evt. utbygging.

Området ville vorte vesentleg meir attraktiv med ein heilårsveg frå sølvsmia til Raudalen. Dette ville også vere ein stor fordel for dei frå Vang som får arbeidsplassen sin i Raudalen. Kva som må til av utbetring av vegen for å kunne brøyte han om vinteren, er ikkje vurdert her. Ein vil likevel tru at det ikkje er realistisk at dette er ein kostnad som reiselivsnæringa kan ta, men som må finansierast av det offentlege og/eller brukarane og eigarane av vegen, evt. med bidrag frå hyttebygginga på strekninga.

19 Fjellandsbyen og det indre sentrum

I dette kapittelet vil ein drøfte korleis ein skal utvikle Beitostølen, som tyngdepunktet i reisemålet, til ein fjellandsby det er attraktiv å vere i.

Først tek ein for seg ein del generelle kvalitetar i fjellandsbyen, deretter vert utforminga av det indre sentrum omtala.

I denne samanhangen vert sentrum på Beitostølen definert til å strekke seg frå og med Beitostølen Helsesportsenter i søraust til og med Radisson SAS i nordvest medan det indre sentrum er området frå Beitostølen Høyfjellshotell til Radisson SAS.

19.1 Visuell identitet

Beitostølen ligg i fjellbjørkeskogen opp mot høgfjellet. Det er ein liten kompakt ”landsby” omkransa av stølslandskap, bjørkeskog og fjell. Fjella utgjer ein viktig ramme om staden.

Beitostølen ligg oppe i dalsida med utsikt ned i dalen og over til Slettefjell og Mugnetind. Bitihorn er eit landemerke og ein viktig del av den visuelle identiteten til staden.

Beitostølen ligg sørvend og med sol inn i sentrum heile dagen.

19.2 utfordringar i utviklinga av fjellandsbyen

Nokre av dei utfordringane ein står overfor er følgjande:

- å forbetre estetikken på staden
- å finne eit arkitektonisk uttrykk som er særigna for denne fjellandsbyen, sørgje for at nye bygg er i samsvar med dette uttrykket og etterkvart modifisere eksisterande bygg slik at desse framstår som gode i heilskapen
- sørgje for at byggeaktivitet ikkje undergraver staden som reisemål (Beitostølen kan ikkje vere ein kontinuerleg byggeplass)
- organisering av trafikk og parkering
- skape den framtidige fjellandsbyen i balansen mellom å bevare noko av det som er røtene til staden og å skape framtidens (ikkje gårdsdagens) reisemål

Trafikk og parkering vert drøfta andre stader i planen. Dei andre utfordringane vil ein freista finne nokre svar på nedanfor.

19.3 Utsyn

Ein viktig del av den visuelle identiteten åt Beitostølen er at ein ser at ein er oppe i dalsida og har utsikt ut over dalen og over mot Slettefjell og Mugnetind. I dag har ein visuell kontakt med fjellet i sør gjennom heile sentrum når ein går på gangvegen ovanfor riksvegen, medan denne kontakten vert broten innimellom på nedsida av vegen. Det er godt utsyn frå plassen framom Knutsstøl, som i dag er det mest utprega ”torgarealet”.

For å ta vare på denne kvaliteten, må ein ikkje bygge seg inne slik at ein mistar denne utsikta frå dei offentlege ”romma” i sentrum. Dette set grenser for bygginga nedanfor riksvegen. Viktige

offentlege rom er gang- og sykkelvegane, riksvegen, areala framom bedriftene og baseområdet til alpinanlegget.

Bygg langs riksvegen på nedsida må difor tilpassast med omsyn til:

- høgde
- avstand mellom bygga
- avstand frå vegen til bygga

Ved å trekkje store bygg lenger frå vegen, vil ein kunne bygge høgare og likevel ikkje miste all utsikt til fjellet, horisontlina over bygget. Dette gjev på den andre sida store areal mellom bygg på kvar sin side av vegen, areal som gjerne vert nytta til parkering, og sentrum får eit meir goldt preg ("vegg til vegg asfalt"). Feste (FESTE 2000) åtarvarar mot ein slik utvikling og foreslår å trekkje bygga nærare riksvegen (ned mot 15 m) for å skape eit meir intimt sentrum.

Ein kan bygge låge bygg slik at ein har utsikt til fjellet over bygga. I praksis er dette likevel knapt mogleg, frå gangvegen ovanfor riksvegen ser ein ikkje fjellet over bensinstasjonen sjølv om dette bygget er lågt og plassert lågare enn riksvegen.

Hovudstrategien for å halde på utsikta frå sentrum må difor vere å ha tilstrekkeleg avstand mellom bygga og å unngå lange samanhangande bygg som vil danne ein vegg som sperrar utsikta.

I det indre sentrum bør ein ta vare på utsyn:

- mellom Beitostølen Høyfjellshotell og nye bygg på C9
- minst ein siktline innanfor området C9
- mellom nye bygg på C9 og bensinstasjonen
- mellom bensinstasjonen og turistinformasjonsbygget
- mellom turistinformasjonsbygget og Bergo
- mellom Bergo og Gjestegaarden
- mellom Gjestegaarden og nye bygg på tomte til Radisson SAS

I tillegg bør en unngå lange samanhangande bygg med mønehøgde som gjer at det vert skygge på gangvegen ovanfor riksvegen i desember – januar. Dette set ei grense for kor høge bygga kan vere på utsida av riksvegen.

Reiselivsnæringa ber kommunen sikre dette ved revidering av kommunedelplanen og i seinare reguleringsplanar.

Konklusjon

Viktige siktliner frå sentrum ut til naturen, til Slettefjell og Mugnetind må takast vare på ved å behalde relativt store rom mellom bygga på utsida av vegen. Ein bør unngå lange samanhangande bygg som er så høge at dei kastar skygge på gangvegen ovanfor riksvegen vinterstid.

Styringsgruppa ber kommunen ivareta desse omsyna i arealplanlegginga.

19.4 Det opphavlege Beitostølen

Jarnutvinning har ein sentral plass i historia åt Beitostølen. Denne delen av historia bør ein kunne syne fram, slik det er i ferd med å verte lagt til rette for i Orrelie.

Før Beitostølen utvikla seg til turiststad var det ei stølsgrend. Dette er ei viktig del av identiteten til staden og det er difor i interessa å reiselivsnæringa at ein syner denne delen av historia. Dette kan ein gjere ved å ta vare på bygningar og kulturlandskap på eitt eller nokre få område i sentrum. Dette vil likevel vere å syne historia, ikkje det levande landbruket.

Den einaste aktive stølsdrifta som er att, er på fellesbeitet ved Beitestølsvegen, der det vert dreve moderne, rasjonell seterdrift. I nærområda til Beitostølen er det mykje støling, her kan ein difor oppleve aktivitet, dyr og kulturlandskap knytt til ein tradisjonell, men levande seterdrift.

Aktuelle område for å syne historia som støl:

- Bjelbøstølen; sentralt plassert, sjåast frå sentrum, krev at vesentlege delar av området vert freda, noko som kan kome i konflikt med utbygging i forslag til reguleringsplan, også i konflikt med bruk av arealet til tilbringarheis.
- Dalestølen; flott området som er sikra i reguleringsplan.
- Brennestølen; attraktivt område der det no er avklara at storparten av arealet kan byggast ut (vert att eit mindre areal rundt Andrissælet).
- Liesælet; kan verte eit attraktivt utstillingsområde, men er ikkje eit ekte stølsareal, ligg også noko inneklemt.
- Menkestølen; arealet er i gjeldande kommunedelplan sett av til landbruk, noko meir utbygging har vore drøfta, likeins å legge øvre omkjøringsveg over jordet, arealet vil då ha mindre verdi for å syne stølshistoria til staden.
- Fellesbeitet; sentrumsnært område der det er aktiv drift, viktig for å syne levande og moderne seterdrift.
- Hagasælet; bygg og område som har stort potensiale, men som i dag ligg bortgøymt, alternativa er flytting eller å nytte bygget og arealet rundt som eit aktivum i sentrum

Konklusjon

Gjennom kommunedelplanen bør ein sikre 1 – 3 opphavlege stølsområde.

19.5 Grøne område

Dei grønne områda i sentrum på Beitostølen har fleire funksjonar:

- vere korridorar frå sentrum ut i fjellet
- vise røtene til staden (gjeld særleg jorder og beiter som ikkje er nedbygde)
- bryte opp store asfalterte flater
- gjere sentrum penare og meir triveleg

Tydinga av å ta vare på dei korridorane som gjev tilgang til fjellet og naturen frå sentrum, er omtala andre stader i planen (kapittel 15 og avsnitt 16.11).

Beitostølen er ikkje lenger ei stølsgrend og bør ikkje gje seg ut for å vere det. (Der vi skal syne fram gards- og stølsaktivitet til turistane, bør det vere ”ekte vare” ikkje juks.) Det er likevel

verdfullt å syne historia til staden, denne historia er også ein del av identiteten. Difor bør ein ta vare på nokre mindre område med kulturlandskapet frå stølinga, sjå foregåande avsnitt.

Etterkvart som Beitostølen utviklar seg som landsby, er det naturleg med meir parkmessige areal i sentrum. Det er mellom anna viktig at kvar bedrift tar ansvar for sine uteområde og opparbeidar dei slik at areala representerer bedrifta og staden på ei god måte.

Det er store grøne areal mellom gang- og sykkelvegen og riksvegen og i nokre andre ”rabattar”. Desse må såast til og vedlikehaldast og, ikkje minst, det må ryddast søppel på desse jamleg. Ansvaret for dette må ligge på den som er grunneigar på dei ulike delane.

19.6 Skilting og reklame

Beitostølen er plaga med mykje visuell støy, mellom anna i form av skilting og reklame.

Korleis skilting og reklame bør utformast er omtala i kapittelet Visuell profil på side 54.

Hovudansvaret for ikkje å overdrive bruk av reklame og å finne skilt og reklame som bidrar til å gjere stadene penare, ikkje styggare, ligg på eigarane av kvart bygg og på dei som driv forretningsverksemd i bygga. Dei har sjølv ein eigeninteresse i at staden totalt sett ser pen ut, og må difor moderer sin eigen verkemiddelbruk.

Destinasjon Beitostølen AS skal ivareta interessene åt heile reisemålet på vegne av reiselivsnæringa. Destinasjonen bør difor kunne handheve sjølvjustisen internt i næringa.

Kommunen får likevel ein rolle som ”vaktbikkje”. Større skilt skal godkjennast, og det er viktig at kommunen sine retningsliner for slik godkjenning er gode. Vidare bør kommunen påtale uheldige utslag overfor einskildaktørar, gjerne etter konkret oppmoding frå destinasjonen.

Konklusjon

Den visuelle forureininga i form av skilt og reklame må reduserast vesentleg. Styringsgruppa meiner:

- Hovudansvaret ligg hjå eigarane av kvart bygg og dei som driv foretaka. Desse må
 - fjerne unødig reklame
 - sørge for at skilt og reklame er i samsvar med skiltplanen i denne planen og evt. seinare kommunal skiltplan
- Destinasjon Beitostølen AS bør handheve sjølvjustis innan næringa ved å ta opp med einskildaktørar reklame og skilt som er negativt for totaluttrykket på staden.
- Kommunen bør utarbeide og handheve ein skiltplan med utgangspunkt i dei retningslinene for ein skiltplan som er utarbeidd i denne planen (sjå avsnittet Skilting på s. 54).

19.7 Bygging

Det har vore stor byggeaktivitet på Beitostølen i ei rekkje år. Med gode konjunkturer er det grunn til å forvente byggeaktivitet også i åra som kjem. Det er ei stor utfordring å unngå at slik byggeaktivitet reduserer destinasjonsverdien.

I kva grad eit byggeprosjekt vert eit problem, avheng mellom anna av:

- korleis byggeprosessen vert gjennomført
- kor lang tid byggeprosessen strekkjer seg over
- om byggeprosjektet vert avslutta på ein skikkeleg måte m.a. med avslutning av uteareal

Det er ein del døme på at reiselivsforetaka sjølve er lite flinke til å ta omsyn til det visuelle i byggeperioden og på at byggeprosjekta ikkje vert avslutta med ferdigstilling av uteareal. Kvart foretak må sjølve ta ansvar for sine byggeprosessar og sine uteareal.

Kommunen har ansvar for eigne byggeprosjekt som ikkje er gjennomført og slutført på ein skikkeleg måte. Kommunen som byggherre må, ved gjennomføring av prosjekt i sentrum, ta eit særleg ansvar for ikkje å forringe kvaliteten på reisemålet.

Store byggeprosjekt vert gjennomført av utbyggarar som i mindre grad har eigeninteresse i at reisemålet skal vere attraktivt. Overfor desse må kommunen ta eit særleg ansvar for å legge rammer for gjennomføringa av bygginga.

Generelt bør kommunen sjå på korleis dei kan legge rammer for byggeprosjekt for å sikre at dei visuelle kvalitetane på Beitostølen ikkje vert skadelidande. Slike rammer bør knytte seg til:

- korleis bygginga vert gjennomført
- kor lang tid ein nyttar på kritiske delar av byggeprosjektet
- krav til ferdigstilling av bygg og til ferdigstilling av uteareal

19.8 Arkitektur

Styringsgruppa meiner arkitekturen på staden er svært viktig for korleis reisemålet vert opplevd, kor triveleg gjestane synast det er å kome hit og vere her. Ikkje minst gjennom studieturen til Austerrike, vart ein medveten om dette.

Styringsgruppa drøfta å få utgreia framtidig arkitektur på Beitostølen som ein del av masterplanen. På grunn av rammene med omsyn tid og kostnad, lot det seg ikkje gjere. Dette er også eit arbeid som høyrer til som ein del av kommunen sitt arbeid med revidering av kommunedelplanen. Styringsgruppa konkluderte difor med å la kommunane ta ansvaret for dette arbeidet, Øystre Slidre kommune har starta eit slikt arbeid.

Styringsgruppa meiner arbeidet med arkitektur og byggeskikk er viktig og stør kommunane i arbeidet med dette.

19.9 Utforming av det indre sentrum

Her vil ein gå nærare inn på løysingar for det inste sentrum på Beitostølen.

Utfordringar

Reiselivsnæringa og kommunen står overfor ei rekkje utfordringar i utforminga av sentrum på Beitostølen. Her skal ein peike på nokre av dei viktige.

Det innerste sentrum bør utviklast til ein triveleg stad for turistane å opphalde seg. Der skal dei kunne møtast, rusle rundt å sjå på folkelivet, handle, eta og drikke. Det bør vere større areal for uteservering i høgsesong og sentrum bør vere betre lagt til rette for aktivitetar og arrangement. Vinterstid ville det vore naturleg med ein isflate der unger kan leike. Det er difor ønskjeleg å etablere eit torgareal sentralt i sentrum.

Familiar og barn er ei viktig målgruppe i profilen åt reisemålet. Det bør difor vere så trafikk-sikkert i sentrum som mogleg. Unger bør kunne ferdast i sentrum, til fots, på ski og på sykkel, utan at forelda treng vere redd og dei.

Vi ønskjer å forsterke landsbypreget i sentrum.

SE Group peiker på at utforminga av sentrum spelar ein sentral rolle i ein strategi overfor familie-marknaden. Sikker kryssing mellom bil og mjuke trafikantar, det å skape ei kjensle av samanheng mellom fjellet, alpinanlegget og overnattingsstadene og å tilby shopping og matopplevingar i ein landsby, er kritisk i høve til opplevinga på ein familiestad.

Reiselivsnæringa ønskjer å utvikle Beitostølen som ein landsbyen som ligg opp i bakken.

På denne bakgrunnen er det ønskjeleg å etablere eit bilfritt område i sentrum, subsidiært å få trafikken her til å gå på premissane åt dei mjuke trafikantane. Riksvegen som ein gjennomfartsåre gjennom sentrum står i konflikt med det å løyse desse utfordringane.

Gjennomgangstrafikken er eit problem om sommaren. Om vinteren har ein ikkje gjennomfarts-trafikk. Det er svært viktig for reiselivsnæringa at riksveg over Valdresflye ikkje vert brøyta om vinteren. Vinteropen veg ville gje store negative konsekvenser for miljø og trafikktryggleik.

Lokaltrafikken er den store utfordringa, både sommar og vinter. Det er kjøring mellom bustad / overnattingsstad og tenestetilboda i sentrum, og intern trafikk mellom tenestetilboda, som utgjør mykje av trafikken og parkeringa, og som gjer at trafikktilhøva tidvis er noko kaotiske.

Tre konsept

Styringsgruppa har gjeve SE Group i oppdrag å utgreie tre konsept for løysingar. Desse er ikkje detaljerte planar, men prinsipielle løysingar med vurderingar av fordelar og ulemper.

SE Group har vurdert følgjande løysingar:

- riksvegen i tunnel under bakken i noverande trase, bilfritt i det innerste sentrum
- etablering av eit torgareal over noverande riksveg i forlenging av baseområdet til alpinanlegget, over riksvegen og inn mellom Gjestegaarden og Ridderstogo
- miljøprioritert gjennomkjøring

Løysingane er nærare skildra og vurdert i rapporten Masterplan for Beitostølen – Raudalen: Teknisk rapport (vedlegg 3).

Gågate og riksvegen i tunnel – alternativ A

I dette alternativet er riksvegen lagt i tunnel under bakken i noverande trase. Dette gjer det mogleg å skape eit bilfritt sentrum. Botnstasjonen til ein ny Olaheis kan flyttast nedover, mot der riksvegen ligg no. Dette gjev meir rom i baseområdet til skiheisen og integrerer skikjøringa i lands-

byen. Ein får ein ”ski beach”. På lang sikt kan ein ta ein stolheis frå Finntøppvegen opp mellom Gjestegaarden og Radisson SAS og ytterlegare forsterke strategien med landsbyen midt i bakken.

Løysinga er vist på kartet på side 123 (Beitostølen: Sentrum Proposed Option A. Figure III-2).

På dette kartet er det også vist ein omkjøringsveg i sør og nokre forslag til plassering av parkeringsplassar.

Ein fare med løysinga med tunnel i sentrum kan vere at ein større del av sommartrafikken reiser forbi Beitostølen utan å stoppe. Det er difor viktig at riksvegen går i dagen så langt inn i sentrum at dei som kjem kjørande ser tilboda og attraktiviteten på staden og at det då er lett avkjøring og god parkering.

Fordelar med dette alternativet er:

- heilt bilfritt indre sentrum – eliminerer konflikt med riksvegen
- etablere møteplass vinter og sommar
- skiløping gjennom sentrum
- stort areal for torg og arrangement
- torg og aktivitetsområde i samme plan som bedriftene – sterk kontakt
- sterk markering av Beitostølen i marknaden
- frigjer mykje areal med høg verdi
- ein evt. framtidig tilbringarheis frå Finntøppvegen reduserer trong for parkering i sentrum

Ulemper med dette alternativet er:

- høge kostnader
- teknisk utfordring i stigningsforhold på vegen
- krev meir detaljplanlegging for å skaffe tilkomst til bedriftene
- lang gjennomføringstid
- andre viktige grep i sentrum må vente på tunnelen
- arealkrevjande

Kart: Forslag til utvikling av Beitostølen sentrum, alternativ A

Figure III-2

[Mpl Bst-Rad Kart III-2 Beitostølen sentrum alt A.pdf](#)

Torg over riksvegen – alternativ B

I dette alternativet ligg riksvegen i hovudsak som i dag. Det vert lagt eit lokk eller ei bru over riksvegen frå baseområdet og over til eit torgareal mellom Gjestegaarden og Ridderstogo. Under baseområdet og torget vert det lokal for næringsverksemd, leilegheiter (mot Beitestølsvegen) og parkering. Løysinga er vist på kartet på side 127 – Figure III-3.

Dette utvidar baseområdet og gjer det mogleg med ein framtidig stolheis frå Finntøppvegen.

Samanbindinga mellom torget sør for riksvegen og alpinområdet kan gjerast anten med eit breitt lokk (om lag 50 m) eller med ei smalare bru (20 m).

Riksvegen vert modifisert med fartsdempande og miljøskapande element – som ein miljøprioritert gjennomkjøring. Under lokket/brua bør riksvegen senkast noko, dette vil redusere høgda på konstruksjonen, gjere at han i mindre grad kastar skygger inn på torget framom Knutsstøl og at kontakten mellom gateplan og torget oppe på lokket vert betre.

Fordelar med dette alternativet er:

- etablering av møteplass og bilfritt areal i sentrum (oppe på bygget)
- torget vert soleksponert og med god utsikt
- reduserer farten gjennom sentrum
- nye forretningsareal
- nye parkeringsareal
- betre miljø enn i inne i tunnel
- enklare konstruksjon
- gjer det mogleg med tilbringerheis frå Finntøppvegen
- torgbygget kan verte eit monumentalt bygg som gjev Beitostølen tyngde

Ulemper med dette alternativet er:

- relativt høg kostnad
- krev meir detaljert planlegging i av tilkomst til Knutsstøl og Radisson SAS
- noko uviss effekt på det visuelle inntrykket i sentrum
- dårlegare kontakt mellom torget og aktiviteten på gateplan

Styringsgruppa presiserer at det ikkje skal vere bygg oppe på torget.

Som argument mot eit slik løysing, har nokre halde fram at bygget vil redusere utsikten frå sentrum. Løysinga vil redusere utsikten i høve til noverande situasjon (2001). Det er godkjend ein reguleringsplan for eigedommen der Radisson SAS ligg. Denne planen tillet eit bygg med ein etasje frå gateplan på riksvegen og med rausta tak. Torgbygget, som er foreslått her, vil ikkje vere høgare enn det bygget som vedteke reguleringsplan tillet og vil difor ikkje gje nokon dramatisk reduksjon i utsyn eller soleksponering i sentrum. Det er ikkje planlagd bygg oppe på torget, i motsetning til løysinga i Park City, som er vist nedanfor.

Løysinga er inspirert frå Park City. Der har dei botnstasjonen for ein sentral stolheis nede i byen, mellom to veger. Baseområdet ligg ein etasjehøgde over vegen. Stolheisen krysser over Park Avenue. I haust vert det bygd ein bru over Park Avenue slik at bakkane ender heilt ned på baseområdet inne i landsbyen.

I Park City er brua der folk skal krysse vegen på ski, planlagd 10 m brei. Brua har då ein kapasitet på 1000 skiløparar i timen.

Skiheisselskapet – Park City Mountain Resort – har som profil at dei er alpinanlegget som er integrert i byen.

På neste side følger kartet med forslaget til løysing for Beitostølen. Deretter følger to sider med bilder frå Park City som illustrere denne løysinga.

Kart: Forslag til utvikling av Beitostølen sentrum, alternativ B

Figure III-3

[Mpl Bst-Rad Kart III-3 Beitostølen sentrum alt B.pdf](#)

Park City. Her krysser stolheisen frå baseområdet over vegen Park Avenue (tilsvarende vår riksveg). Hausten 2001 vert det bygd ei bru slik at ein også kan kjøre på ski heilt ned på baseområdet.



Baseområdet sett frå motsett kant. Nedfarten i åsen bak, forretningar på sida av baseområdet – mellom anna servering – og under.



Trapp opp på baseområdet frå motsett side av Park Avenue. God utforming av trapp, rekkverk, murer. Lys og fontene. Bygningar i "gruvestil" som spelar på historia åt byen.



På motsett side av Park Avenue kan ein skli på ski heilt ned på fortauet.



Miljøprioritert gjennomkjøring – alternativ C

I dette alternativet ligg riksvegen i noverande trase, men ein nyttar ulike verkemiddel for å dempe fart, betre miljøet og gjere at ein ferdast meir på premissane åt dei mjuke trafikantane.

Vegbanen vert snevra inn, det vert nytta anna dekkemateriale i sentrum (brustein) og det vert planta meir tre og buskar.

SE Group har vidare foreslått ein rundkjøring i krysset med Beitestølsvegen, men dette er ikkje avgjerande for løysinga.

Baseområdet bør også i dette alternativet hevast og avgrensast betre mot vegen. Truleg er det interessant å plassere noko forretningsbygg under delar av baseområde.

Fordelar med dette alternativet er:

- enklare å gjennomføre, små kostnader
- kan gjennomførast gradvis

Ulemper med dette alternativet er:

- støtter ikkje i ønskt grad strategien med landsbyen oppe i bakken
- skapar ikkje ønskt møteplass
- løyser ikkje konflikt mellom biltrafikk og mjuke trafikantar

Løysinga er vist på kartet på side 133 (Beitostølen: Sentrum Proposed Option C; Figure III-4)

Kart: Forslag til løysing i Beitostølen sentrum, alternativ C

Figure III-4

[Mpl Bst-Rad Kart III-4 Beitostølen sentrum alt C.pdf](#)

19.10 Vald løysing for det indre sentrum

Styringsgruppa har konkludert med at ein ønskjer alternativ B med torg over riksvegen.

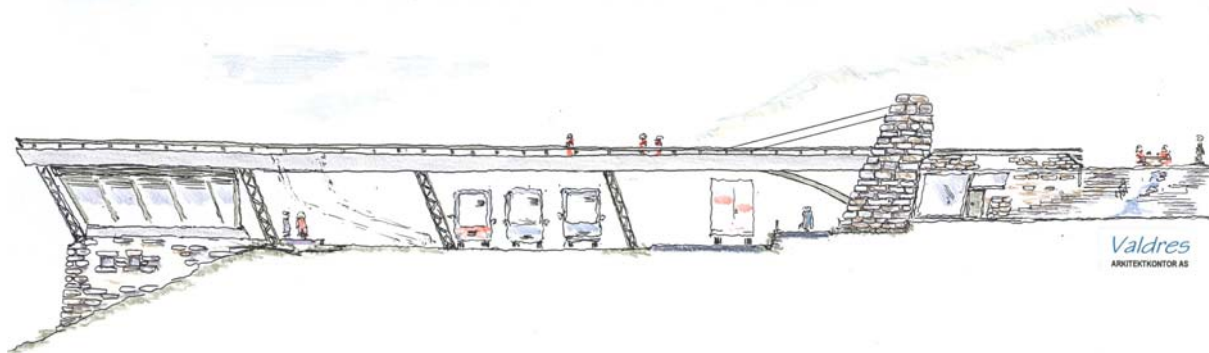
Det er gjennomført ein forstudie for å illustrere korleis eit slikt torg kan sjå ut og for å gje eit estimat over kostnadene. Forstudien er utført av Valdres Arkitektkontor AS ved Hans Kristian Syversen.

Arkitekten har teke utgangspunkt i at brua og torget skal gje:

- eit større vrime-, service- og opphaldsareal for publikum, etablere ein møteplass og eit torg og utvide baseområdet i alpinanlegget
- ei planfri kryssing av riksvegen

Det arkitektoniske uttrykket tek utgangspunkt i at brua får eit kraftig ankerfeste på den sida der skiheisen ligg. Desse bruhovuda er tenkt mura i naturstein.

Sjølve brua er gjort så slank og transparent som mogleg. Det er viktig å ta vare på utsikt slik at ein ser bygg og landskap på andre sida av brua. Det er viktig at brua ikkje vert ein vegg som deler Beitostølen i to. Dette er oppnådd med ein slank hovudbæring som samstundes er rekkverk på kvar side. Arkitekten foreslår søyler som gitterdragere i stål, noko som også gjev eit transparent inntrykk.



For ytterlegare å redusere negative effekter på sol og utsikt, bør riksvegen leggest noko lågare enn i dag, arkitekten har foreslått en senking på 1,5 m. (Denne høgdeforskjellen vert utlikna på ein strekning på 250 m.) Brua og torget vert då lågare og kontakten mellom dette nivået og gateplan enno betre.

Breidda på brua må vurderast nærare, venteleg er 15 m minimum av omsyn til dei som skal ferdest på ski. Her er det skissert ei bru med 20 m breidde for å gje tilstrekkeleg opphaldsareal.

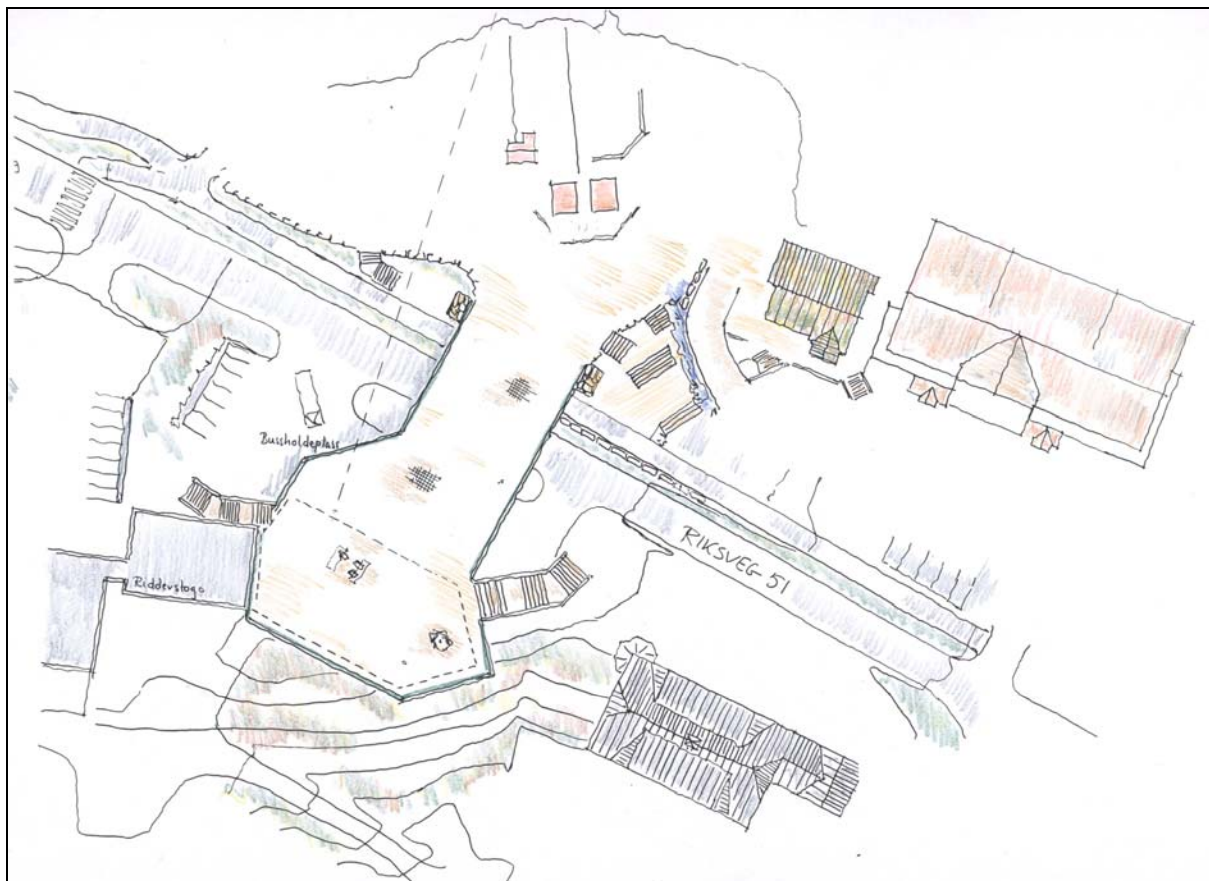
Det er viktig at torgarealet heng godt saman med noverande torg/parkeringsareal framom Knutsstøl. Dette er gjort med trapper, avsatsar og ramper som innbyr folk til å opphalde seg her. (Dette kjem fram på teikninga, men ikkje fotomontasjen.) Ein vassskulptur eller ein bekk kan leggest gjennom arealet for å skaffe ytterlegare ein attraksjon om sommaren. Vinterstid vil torget vere prega av skiaktivitet og vil vere utgangspunkt for alpin, men kanskje også langrenn. Ei isflate kan leggest på torget. Sommartid bør torget vere eit aktivitetsområde, med bane for sandvolleyball, leikeapparater og arrangement. Dette vil vere eit utgangspunkt for fotturar ut i fjellet og kan vere startpunkt for ein golf kortholsbane. Aktivitetsselskapa kan også ha sitt base her (sjå likevel ideen om barnas støl s. 92).

Under torget, på sørsida av riksvegen, er det skissert eit bygg med grunnflate 600 m². Bygget kan vere i to etasjar med parkering under. Bygget vil få ein fantastisk utsikt mot vest og vil vere godt eigna som serveringsstad, kombinert med uteservering oppe på torget.

Under torget og baseområdet ligg det til rette for å bygge lokal for tenester knytt til alpinanlegget, som skiutleige, sal av heiskort og oppbevaring av utstyr. Det same arealet kan nyttast av dei som tilbyr sommaraktivitetar, t.d. golf. Arkitekten skisserer eit forretningsareal på 150 m².

Under delar av torget er det skissert busshaldeplass og korttidsparkering for buss, slik det er i dag.

Teikninga under er ei skisse av planløysinga:



Samla kostnad er estimert til 44 mill kr, med ein slik fordeling:

| | |
|--|---------------------|
| Bru inkl. belegg, trapper og rekkverk | 10,0 mill kr |
| Senking av riksveg 51 | 0,7 mill kr |
| Forretningsbygg v. Ridderstogo (2 plan a 600 m ²) | 16,0 mill kr |
| Parkeringsplan (600 m ²) | 3,0 mill kr |
| Uteanlegg sør for riksvegen | 1,0 mill kr |
| Forretningsareal under terreng (skiutleige, sal av skikort, 150 m ²) | 2,3 mill kr |
| Uteanlegg torg | 2,5 mill kr |
| Sum eksklusive mva | 35,5 mill kr |
| Sum total | 44,0 mill kr |

I denne kostnaden er det vesentleg deler som ein kan sjå som kommersielt basert bygging av næringseigedom, medan delar av det må fellesskapet vere med å finansiere.

Det er vidare mogleg å tenke seg ein etappevis utbygging av eit slikt anlegg.

Interessentane i området (m.a. næringsdrivande og eigarane av bygg og grunn), Destinasjon Beitostølen AS, kommunen og vegvesenet bør saman gjennomføre eit forprosjekt for løysinga.

Bildet nedanfor er ein fotomontasje som gjev ein illustrasjon på korleis toget og brua vil sjå ut. Fotomontasjen manglar mellom anna trapper og avsatsar mellom parkeringsplassen framom Knutsstøl og torgarealet. Det må difor arbeidast vidare med både utforming og illustrasjonar før ein kan ta endeleg stilling til korleis prosjektet skal gjennomførast.



19.11 Konklusjon utforming av fjellandsbyen og sentrum

Beitostølen skal halde på og styrke sin visuelle identitet som fjellandsbyen som ligg sørvend med utsikt over dalen og til fjella på andre sida. Beitostølen er den fjellandsbyen som ligg oppe i bakken.

For å ta vare på den visuelle identiteten skal ein:

- ta vare på sikten frå dei offentlege romma i sentrum, ut mellom bygga nedanfor vegen
- ta vare på sola inn i sentrum også midtvinters
- ta vare på 1 – 3 gamle stølsområde som kan syne noko av historia åt Beitostølen
- ta vare på grønne område i sentrum
- betre skiltinga og redusere den visuelle støyen
- gjennomføre byggeprosjekt slik at dei i mindre grad vert ein ulempe for reisemålet
- arbeide med arkitekturen i sentrum

For familieprofilen er det kritisk viktig å skape torg og møteplassar i sentrum og gjere det trygt for barn å ferdast på eigenhand, til fots, på ski og på sykkel.

Planen konkluderer med ei løysing der det vert bygd ei bru over riksvegen frå baseområdet og over til eit torgareal mellom Gjestegaarden og Ridderstogo. Torget ligg om lag 5 m høgare enn riksvegen. Oppe på dette plataet vert det skikjøring, ”ski beach”, uteservering, torg og aktivitetar.

Under vert det lokal for næringsverksemd, leilegheiter og parkering. Det er ikkje planlagd bygg oppe på torgområdet.

Denne løysinga vil gje ein møteplass og bilfritt areal i sentrum, oppe på bygget. Torget vert soleksponert og med god utsikt. Farten på bilane vert redusert gjennom sentrum. Riksvegen vert rusta opp til ein miljøprioritert gjennomkjøring.

20 Varme og kalde senger

20.1 Situasjon

Tabellen nedanfor syner ei samanstilling av tal einingar (tal rom og tal hytter) i kommersiell overnatting på Beitostølen og i resten av Øystre Slidre.

| | Beitostølområdet | Øystre Slidre elles | Sum |
|--------------|------------------|---------------------|-----|
| Hotellrom | 369 | 95 | 464 |
| Leilegheiter | 132 | 18 | 150 |
| Utleiehytter | 125 | 28 | 153 |
| Sum | 626 | 141 | 767 |

Tabellen nedanfor syner ei samanstilling av tal sengeplassar i kommersiell overnatting på Beitostølen og i resten av Øystre Slidre.

| | Beitostølområdet | Øystre Slidre elles | Samla |
|-----------------------------|------------------|---------------------|-------|
| Hotellsengeplassar | 824 | 225 | 1049 |
| Sengeplassar i leilegheiter | 715 | 112 | 827 |
| Sengeplassar i hytter | 837 | 114 | 951 |
| | 2376 | 451 | 2827 |

På Beitostølen er det 715 hytter (januar 2001). I dette talet ligg ikkje utleiehytter bygd for dette føremålet, men nokre av desse privateigde hyttene vert leigd ut kortare eller lengre periodar i året. Om ein inkluderer nærområda til Beitostølen, er det 907 hytter, sjå tabellen nedanfor.

| | Tal hytter |
|-------------------------------------|------------|
| Beitostølen | 715 |
| Beito | 79 |
| Lykkja – Tåbakke | 55 |
| Markastølen – Smørkoll – Hødnstølen | 4 |
| Heimre Hedalsstølen - Fetstølen | 36 |
| Melbystølane | 8 |
| Langs Olevatnet | 10 |
| Totalt | 907 |

Det er inga oversikt over tal sengeplassar i desse hyttene. Ein gjennomgang av byggemeldingane til eit tilfeldig utval av hyttene i dei ulike felta syner at det er om lag 4.500 sengeplassar i dei 715 hyttene på Beitostølen.

I kommunedelplanen for Beito – Beitostølen – Garli (vedteke 1996) er store delar av areala i det innerste sentrum på Beitostølen reservert for næringsføremål. Det vil seie at i den grad ein bygger overnatting her, skal det vere varme senger. Samstundes har det i dei seinare åra skjedd ein utstrekkt seksjonering og sal av leilegheiter i næringsbygg. Dette vil i realiteten seie at dei går frå å vere varme (kommersielle) senger til kalde (privateigde).

På Beitostølen er andelen sengeplassar med sjølvhushald om lag 65% (basert på tabellen ovanfor).

20.2 Drøfting

I planlegginga av utbygging av overnattingsbedrifter og hytter, er følgjande forhold viktige for reiselivsnæringa:

- balansering av kapasiteten på (kommersiell) overnatting i høve til reiselivet sin infrastruktur, m.a. alpinanlegget
- fordelinga mellom ulike typar kommersiell overnatting, m.a. andelen sjølvhushald
- lokalisering av overnattingskapasiteten, m.a. prioritering av kommersiell overnatting framfor hytter på attraktive og areal nær sentrum
- balansering av hyttebygginga slik at dei kalde sengene bidreg positivt i utviklinga av reisemålet

Balansering av kapasiteten på kommersiell overnatting

I den tekniske rapporten til masterplanen (vedlegg 3) er balanseringa av overnattinga drøfta inngåande. Ein vil ikkje gjengi dette her, men peike på nokre hovudpunkt.

Beitostølen har stor del langrennsløparar og det finst ikkje gode tal for kor mange dei er, eller kor stor del av gjestane dei utgjer. Ein har også stor del konferansegjestar delar av vinteren. Dette gjer at det er vanskelegare å balansere mellom kapasitet i overnatting og alpinanlegg enn det er på mange vintersportstader.

Utanom dei store ferieperiodene er fordelinga av gjestane truleg om lag slik:

- 25% alpinister
- 25% turskigåarar
- 50% konferansegjestar

I ferieperiodene er fordelinga truleg slik:

- 60% alpinister
- 35% turskigåarar
- 5% som ikkje går på ski

Fordelinga vil også variere mellom dagar, vi veit at ein stor del av gjestane våre nyttar både alpin og turski.

Med 2.400 kommersielle senger skulle desse fordelingane gje om lag 1.400 alpinskiøparar i ferieperioden. Når ein legg til dei som bor på private hytter, og som kjører alpin, samsvarer dette bra med besøkstala i alpinanlegget.

SE Group har kalkulert naudsynt sengekapasitet som følgje av utbygging av alpinanlegget. Ei utbygging av alpinanlegga frå noverande kapasitet på 2.300 personar (CCC) til 4.400 personar – noko SE Group antyder kan ha eit 10-års perspektiv – krev etter deira utrekning 1.600 nye senger (sjå vedlegg 3, kap. III D).

Råda frå SE Group når det gjeld kapasitetsauke på overnatting, er:

- ei utbygging av alpinanlegga bør skje før større utvidingar av overnattingskapasiteten
- tidspunkt for bygging av overnatting bør avgjerast av etterspurnaden
- bygging av private hytter som vert leigd ut om vinteren, vil gje ei naudsynt auke i overnattingskapasitet om vinteren (ved utbygging av alpin, særleg i Raudalen) utan å gje overkapasitet om sommaren og samstundes auke besøket av hytteigarar om sommaren .

Fordelinga mellom typar kommersiell overnatting

Det er viktig at overnattingstilbodet samsvarar med kva gjestane etterspør. Det gjeld fordelinga mellom hotellrom, leilegheiter og hytter og om det er sjølvhushald eller ikkje.

Ein ser ikkje at det er trong for utviding av kapasiteten på tradisjonelle hotellrom, hotella på Beitostølen synast å ha bra samla kapasitet.

På Beitostølen er om lag 65% av sengekapasiteten innan kommersiell overnatting sjølvhushald. Tabellen nedanfor syner korleis denne andelen er på andre norske vintersportstader (kjelde SE Group, teknisk rapport, vedlegg 3).

| | Sjølvhushald | Fullservice |
|--------------------|--------------|-------------|
| Trysil | 75% | 25% |
| Hemsedal | 82% | 18% |
| Hafjell | 69% | 31% |
| Hovden | 73% | 27% |
| Geilo | 60% | 40% |
| Beitostølen | 65% | 35% |

Beitostølen har ein liten del sjølvhushald om ein samanliknar med suksessfulle vintersportstader som Trysil, Hemsedal og Hafjell. Auke i andelen sjølvhushald er difor viktig for reisemålet.

I Park City så medlemmar av styringsgruppa fleire eksempel på bruk av ”3-dørs konseptet” i bygging av overnattingsstader. Dette var store leilegheiter sett saman av 3 små. Dei hadde felles inngang inn i ein entre, derifrå var det låsbare dørar inn i kvar av dei 3 delane. Kvar del var utrusta for å kunne leigast ut som ein separat eining (m. bad og minimum eit tekjøken). Samstundes utgjorde dei 3 små leilegheitene ei naturleg eining med eit stort kjøken, ei stor stove, fleire soverom og fleire bad. Dette ga ein fleksibilitet i utleiga, ein kunne dekke konferansemarknaden sin etterspurnad etter (relativt) små enkelt- og dobbeltrom og fritidsmarknaden sin etterspurnad etter store luksuriøse leilegheiter der fleire familiar kunne ferier saman.

På Beitostølen er det variasjonar gjennom sesongen mellom stor del konferansegjestar og stor del feriereisande. Dette ”3-dørs konseptet” burde difor høve godt her.

Lokalisering av ny overnattingskapasitet

Det er viktig at sentrumsnære areal vert reservert for næringsformål, mellom anna til kommersiell overnatting. Disponeringa av areal må vere langsiktig slik at ein om 20 år ikkje er komme i den situasjon at areal ein treng til næringsverksemd er bygd ut med t.d. hytter. I sentrumskjernen er det naudsynt å ha areal også til annen næringsverksemd enn overnatting, ei utvikling der

storparten av sentrumsareala vert nytta til næringsbygg med overvegande overnattingsverksemd, er difor også uheldig.

For reiselivsnæringa er det difor viktig at kommunane gjennom si arealforvaltning sikrar sentrumsnære areal til næringsformål.

I Raudalen syner masterplanen eit stort baseområde med næringsverksemd. All overnatting i dette området skal vere kommersiell.

Styringsgruppa har ikkje gått inn på arealbruken i sentrum på Beitostølen, dette er noko som må avklarast i kommunedelplanen. Ein vil likevel peike på at næringsformål må ha prioritet framom hyttebygging. Også evt. bygging av utleigehytter (kommersiell overnatting med låg arealutnytting) bør skje utanfor sentrum.

På areal som ligg i gangavstand frå alpinanlegget bør ein prioritere varme framfor kalde senger. Ein bør vurdere om ikkje dette også skal gjelde areal i gangavstand frå framtidige tilbringerheisar. Areal som har potensiale for ”ski in – ski out” er det særleg viktig at vert nytta til varme senger.

Seksjonering

Styringsgruppa meiner ein utstrekt seksjonering av kommersielle senger svekker reiselivsproduktet på Beitostølen og undergraver ein riktig arealbruk. Det er konkrete døme på at turoperatørar finn Beitostølen mindre interessant fordi tidlegare utleigeeiningar no er privateigd. For å vere attraktiv for turoperatørar, og for å ha overnattingskapasitet til store arrangement, er det viktig å ha eit større tal einingar for utleige, gjerne som ein aktør leigar ut.

Styringsgruppa meiner difor det må vere eit mål å unngå seksjonering både av eksisterande og framtidige bygg for kommersiell overnatting.

Det er likevel ei utfordring å finansiere nye bygg med leilegheiter for utleige, utan å ha høve til å seksjonere. Dersom ein aksepterer seksjonering, er det viktig at det vert sikra at einingane vert leigd ut. Både reiselivsnæringa og kommunane bør vurdere mekanismar som sikrar utleige. Internasjonalt er det også utvikla ei rekkje andre eigarformer.

Styringsgruppa meiner på denne bakgrunn at

- eksisterande bygg med kommersielle senger ikkje bør tillatast seksjonert
- ved nybygg av kommersielle senger bør desse ikkje tillatast seksjonert med mindre prosjektet skal finansiere infrastruktur i reiselivet, denne infrastrukturen er av stor tyding for heile reisemålet, og ein finn mekanismar som sikrar at inntekt frå seksjonering vert nytta til slik infrastruktur

Styringsgruppa ber kommunen følgje opp dette, samstundes som det vert gjort konkrete vurderingar i kvart einskild tilfelle.

Bygging av private hytter – kalde senger

Reiselivsnæringa er tent med ein stor del varme senger fordi dette gjev jamnare belegg av gjestar og større verdiskaping (større omsetting gjennom året).

Dei private hyttene og brukarane på desse er likevel viktig for reisemålet,

- dei utgjer ein vesentleg etterspurnad i detaljhandel, servering og annan tenesteyting
- dei får tilknytning til staden og er ofte gode ambassadørar for reisemålet

- dei vil tendere til å nytte hytta mye i periodar med lågkonjunktur, ein vesentleg del private hytter vil difor dempe verknadene av konjunktursvingingar på staden
- hyttebygging kan vere med å finansiere infrastruktur

Utfordringa ligg difor i å finne eit tempo og ein form på hyttebygginga som tener reisemålet.

Ei rekkje av dei etablerte hytteeigarane reagerer negativt på tempo og omfang av utbygginga på Beitostølen. Seinast har dette kome fram i høyringsrunden til masterplanen. Det er viktig å ta rimeleg omsyn til desse reaksjonane. Det er fornøgde hytteeigarar som skal vere ambassadørar for Beitostølen og ein situasjon der det er lite attraktivt å ha hytte her, og mange ønskjer å selje hyttene sine, ville vere negativt for staden.

Styringsgruppa meiner ein må ta følgjande omsyn i styringa av hyttebygginga:

- lokalisering utanom dei areala i sentrum som bør reserverast til næring
- lokalisering slik at ein ikkje svekker reiselivsproduktet, det vil mellom anna seie utanom viktige utfartsløyper og –stiger, utanom grøntkorridorar i sentrum og slik at ikkje turopplevingane vinter og sommar vert svekkja
- tempo i utbygginga og gjennomføringa av byggeprosessen må utformast slik at ikkje reiselivsproduktet vert skadelidande og slik at det ikkje i for stor grad går ut over interessene til etablerte hytteeigarar

20.3 Konklusjon

I utvikling av overnattingstilbodet og balanseringa av varme og kalde senger, bør følgjande ligge til grunn:

- ny kommersiell overnatting bør vere i form av sjølvhushald
- utviding av overnattingskapasiteten må harmonisere med utvikling av aktivitetstilbodet, mellom anna alpinanlegget
- etterspurnaden bør avgjere tidspunktet for bygging av ny overnatting
- det bør byggast noko privateigde hytter som får pliktig utleige om vinteren
- det bør sikrast areal i sentrum for annan næring enn overnatting
- på areal i gangavstand frå sentrum bør ein prioritere varme senger
- på areal med potensiale for ”ski in – ski out” er det særleg viktig å prioritere varme senger
- bygg med kommersielle senger bør som hovudregel ikkje seksjonarast
- lokalisering av privat hyttebygging må skje slik at ein ikkje svekker reiselivsproduktet

21 Veg og parkering

Ein godt fungerande infrastruktur for samferdsle er viktig for eit reisemål. På Beitostølen kjem ein stor del av gjestane med eigen bil. Det er difor viktig at dei opplever at det er greitt å finne fram, kjøre og parkere.

Temaet veg omfattar forutan sjølve vegen, også parkering.

Beitostølen er bygd opp langs riksvegen. Dette gjev særskilde utfordringar i grensesnittet mellom å planleggje rasjonell samferdsle og å utviklinga ein triveleg landsby. Dette temaet er handsama i kapittellet Fjellandsbyen og det indre sentrum, s. 116 og utover.

21.1 Riksvegen

Riksvegen bør fungere godt som trafikkåre for gjennomkjøring. Samstundes ligg den på det arealet som er det innerste sentrum, der folk skal opphalde seg, der mjuke trafikantar – gåande, folk på ski og syklane – ferdast mellom overnattingsstad, butikker, spisestader og aktivitetar, og der lokaltrafikken er som tettast. Utforminga av riksvegen kan difor ikkje skje berre – eller først og fremst – på fjerntrafikken sine premisser.

Framtidig lokalisering av hovudvegen gjennom sentrum, og utforminga av han, er drøfta i kapittelet Fjellandsbyen og det indre sentrum frå s. 116. Her er det drøfta tre alternativ, hovudvegen i tunnel i dagens trase gjennom det inneste sentrum, ei miljøgate kombinert med eit torg og baseområde løfta over vegen, og ei rein miljøgate. Styringsgruppa har konkludert med det andre alternativet, å etablere eit torg på eit nivå over riksvegen med ei bru over vegen.

Styringsgruppa har drøfta om reisemålet vil vere tent med at riksvegen vert opna om vinteren. Konklusjonen er heilt klar, reiselivsnæringa ønskjer ikkje vinteropen veg. Gjennomgangstrafikk gjennom sentrum om vinteren vil gje ei dramatisk forverring av trafikktryggleik og miljø i sentrum.

Styringsgruppa meiner det er riktig å planleggje under den føresetnad at riksvegen ikkje vert opna om vinteren, på bakgrunn av at næringa ikkje ønskjer vinteropen veg, og på bakgrunn av at Statens vegvesen, ved vegvesenet i Oppland og vegsjefen, uttrykker svært klart at det ikkje er aktuelt å planleggje brøyting av vegen om vinteren. Dersom storsamfunnet ein gong i framtida skulle tvinge på lokalsamfunnet ein vinteropen veg, må også storsamfunnet ha ansvaret for å løyse dei problema det gjev for lokalsamfunnet og næringslivet, m.a. knytt til trafikktryggleik og miljø.

Som ledd i arbeidet med å greie ut ulike vegløyser har styringsgruppa også drøfta det å sette av areal til ein framtidig omkjøringsveg. Styringsgruppa er eintydige i at dei ikkje ønskjer at det vert reservert areal for dette føremålet.

For å redusere konflikten mellom gjennomgangstrafikk sommartid og mjuke trafikantar, og for å utvikle miljøet i sentrum, er det viktig at riksvegen vert utvikla som ein miljøprioritert gjennomkjøring. Arbeidet med å realisere dette, kan skje parallelt med, og i forkant av, bygginga av torget.

Av omsyn til trafikktryggleik og miljø, bør strekningen med redusert fart utvidast i søraust til før innkjøringa til Beitostølen Helsesportsenter.

For reiselivsnæringa er det viktig at rv. 51 vert opna til ein fast tid kvart år. Dette vil gjere det mogleg å informere om denne datoen i marknadsføringa, til dømes av vårskiløping.

Konklusjon

Reiselivsnæringa ønskjer ikkje at vegen over Valdresflye vert opna om vinteren. Styringsgruppa meiner planlegginga bør føresette at vegen ikkje vert vinteropen.

Riksvegen gjennom sentrum må utviklast som miljøprioritert gjennomkjøring, dette kan skje før bygging av torget og brua.

21.2 Lokal omkjøring – sør

Styringsgruppa foreslår at det vert planlagd og bygd ein lokal omkjøringsveg gjennom den sørlege delen av sentrum slik SE Group har foreslått. Vegen følgjer Finntøppvegen som vert knytt saman med vegen til Orrelie fram til Beitestølsvegen.

På sikt bør denne forlengjast slik at den kjem innpå riksvegen nordvest for sentrum, jamfør forslaget frå SE Group. Med ei slik forlenging, er det mogleg å ta all trafikk utanom sentrum ved spesielle høve, som arrangement.

21.3 Lokal omkjøring – nord

I gjeldande kommunedelplan ligg det inne ein lokal omkjøringsveg nord for sentrum. Denne er påbegynt som Øverevegen gjennom eit hytteområdet og fram til Grønåsvegen.

Det har vore drøfta om denne vegen skal først vidare slik den er teikna inn i kommunedelplanen (frå 1996). Den vil krysse traseen for ein tilbringerheis frå Bjelbølstølen og for nedfartar (heis G, sjå avsnitt 14.4 frå s. 77). Beitostølen Skiheiser AS gjennom Steinar Hovi (skriftleg høyringsuttale) har uttrykt at dei ikkje ser ei slik kryssing som noko hinder for realisering av tilbringerheisen.

Den planlagde omkjøringsvegen vil kunne lette trafikksituasjonen i sentrum ved at trafikk til og frå parkeringa bak Knutsstøl nyttar denne vegen i staden for riksvegen.

På denne bakgrunn meiner Styringsgruppa vegen bør byggast som gjennomgåande omkjøringsveg.

21.4 Vegløyasing i sentrum

Krysset mellom riksvegen, Beitestølsvegen og avkjøringa til Spar/Jotunstogo, Knutsstøl og Menkestølen har lenge vore eit problem.

Ei løysing er eit x-kryss. Dette krev at Beitestølsvegen vert flytt nærare Gjestegården og avkjøringa til Menkestølen må leggast enno nærare Jotunstogo.

Dersom ein skal etablere to t-kryss, må avkjøringa til Menkestølen først nordover over parkeringsplassen framfor Knutsstøl, og komme inn på riksvegen 30 – 70 meter nord for Beite-

stølsvegen. Dette alternativet gjer at enno meir av arealet i sentrum vert trafikkareal, det stel parkeringsareal og legg beslag på areal som på sikt bør verte torg.

Eit tredje alternativ er å legge ein ny veg bak Bitihorn som tilkomst til Menkestølen, alpinanlegget og parkeringa. Ein må da stenge for kjøring mellom Jotunstogo og Knutsstøl slik at ein frå riksvegen bare får avkjøring til parkeringa framom bygga (evt. til parkering i bakken bak Knutsstøl i plan med lågaste planet i bygget). Denne løysinga ville gjere trafikkbildet i det innerste senteret meir oversiktleg. Det har kome fram som motargument mot denne løysinga, at det vert ein meir tungvint landbrukstransport mellom Menkestølen og bruk i bygda.

Statens Vegvesen vil ikkje godkjenne ein veg mellom Jotunstogo og Knutsstøl, dette har kome fram i møter mellom vegvesenet og kommunen om reguleringsplanen i sentrum.

Krysset der Beitestølsvegen går inn på riksvegen bør strammast opp. Veggen vil da ta opp vesentleg mindre areal, trafikkbildet verte meir oversiktleg og ein unngår parkering på vegarealet i krysset.

Konklusjon

Styringsgruppa ber Øystre Slidre kommune prioritere planlegging av kryssløysing høgt. Planlegginga bør skje i samarbeid med næringsdrivnde, grunneigarar og Statens Vegvesen. Omsynet til at ein skal kunne realisere torget og brua, må vere ein premiss for planarbeidet.

Styringsgruppa går inn for at krysset der Beitestølsvegen går inn på riksvegen vert stramma opp.

21.5 Gangveg og fortau i sentrum

Styringsgruppa meiner ein må ha eit gjennomgåande gangareal gjennom sentrum også på sørsida av riksvegen. Dette kan med fordel byggast som fortau, skilt frå trafikkarealet med kantstein, ei løysing som er mindre arealkrevjande.

Øystre Slidre kommune bør innarbeide dette i kommunedelplanen og/eller reguleringsplan for sentrum.

21.6 Veggen gjennom Grønolen og til Raudalen

Vegen frå fylkesveg 288 gjennom Grønolen og inn i Raudalen har ein standard (særleg om vinteren) og ein kurvatur og stigningstilhøve som gjer den dårleg skikka som tilkomst til Raudalen, dersom det vert ein større utbygging her. Med auka trafikk er det også lite gunstig at den ligg gjennom tunet på Grønolen Fjellgard.

Det er ikkje sett på alternative trasear i dette planprosjektet. Dette må vurderast i kommunedelplanen.

Det er også eit spørsmål korleis ei utbygging skal finansierast og kven som har hovudansvar for å bygge og halde veg her.

21.7 Veggen i Raudalen

Vegløysinga i Raudalen er vist på plankarta SE Group har laga (sjå s. 107). Utbygging av alpinanlegget krev at vegen vert lagt om.

I eit første byggetrinn kan det vere ei løysing at vegen ligg i noverande trase og framleis berre er ein sommarveg, men kommunedelplanen må syne ei vegløysing som gjer det mogleg med vinterveg både frå søraust, frå Ulvildsete og Fuglestølane, fram til og gjennom baseområde og frå baseområde til Kjøsastølen og Kjørlistølen.

21.8 Beitestølsvegen

Denne vegen bør rustast opp. Bereevne er dårleg og vegen har store telehiv. Med utbygging i Raudalen og/eller golfbane vert trafikken større.

21.9 Fylkesvegen gjennom Beito

Med utbygging i Raudalen og/eller golfbane i Grønolen/Raudalen vert trafikken større og standarden på denne vegen bør vurderast.

21.10 Parkering

Beitostølen

I høgsesong er parkering eit problem på Beitostølen. Det gjeld vesentlege delar av vinteren.

SE Group har kartlagt behovet for parkering i noverande situasjon og i framtida (jamfør teknisk rapport, vedlegg 3). Dei meiner ein treng om lag 250 parkeringsplassar i noverande situasjon. Med ferdigstilling av parkeringsplassane bak Knutsstøl – 240 plassar (skal vere ferdige hausten 2001) – vil ein ha bra med plassar i sentrum til alpinparkering til noverande anlegg. Ferdigstilling av parkeringsplassen ved Beitestølsvegen nedanfor Menkelie, vil auke den samla kapasiteten å gjere at ein større del av turskiløparane kan parkere utanom det innerste sentrum.

Etter ein utbygging av fase ein i alpinanlegget – frå ein kapasitet på 1.900 til 2.700 personar i alpinanlegget – kalkulerer SE Group behovet for parkering til å vere 900 plassar for alpinanlegget og eit samla parkeringsbehov til 1.300 plassar. Dette siste talet skal reduserast med det tal gjestar som går frå overnattingsstaden til anlegget (jamfør vedlegg 3, kap. III E).

SE Group har foreslått følgjande nye plassar (sjå kart på s. 123).

| | Lokalisering | Tal plassar |
|---|--|-------------|
| A | Sørsida av Beitestølsvegen v. Hegge leilegheiter | 65 |
| B | Nordvestsida av Beitestølsvegen v. Menkelie | 200 |
| C | Sørsida av vegen inn til Orrelie, mot fellesbeite | 250 |
| D | Bak Turistinformasjonen | 55 |
| E | Parkeringshus mellom Radisson SAS og Beitestølsvegen | opp til 500 |

Ikkje alle desse plassane kan realiserast utan vidare. Plass A er gjennom reguleringsplan avgrensa til 35 plassar. Plass B krev omregulering, men her er det mogleg med ein vesentleg utviding ut over dei 50 – 60 plassane som vert opparbeida hausten 2001. Plass C er eit interessant alternativ, men krev avklaring i forhold til ideen om skiløype og eigen barne- og nybyrjarløype. Bak Turistinformatjonen syner gjeldande reguleringsplan bussparkering og bussterminal. Parkeringshus på tomte til Radisson SAS, er i konflikt med gjeldande reguleringsplan.

For alle desse plassane må ein avklare om det er mogleg å verte einige med grunneigarane om bruk av arealet.

Desse forslaga, og andre alternativ, må vurderast i kommunedelplanen.

I tillegg til tilstrekkeleg tal plassar, er det viktig med god skilting til parkeringa. Skiltinga bør separere ulike delar av trafikken, slik at t.d. turskiløparar, som kan starte turen litt utanfor det innerste sentrum, ikkje tek opp dei areala det er størst press på. Det kan vere aktuelt å sette opp skilt og informasjonstavler ved inngangen til Beitostølen, som informerer om kor det er ledige plassar. Dei dagane med stort trafikk bør ein også ha manuell dirigering.

Destinasjon Beitostølen AS planlegg å gjere ein løpande registrering av situasjonen når det gjeld parkering vinteren 2001 – 02. Dette vil gje eit godt utgangspunkt for vidare planlegging av parkering.

Raudalen

I Raudalen er det tilfredsstillande parkering i dag, men ei utviding av anlegget vil gjere det naudsynt med vesentleg meir parkering.

SE Group meiner parkeringsbehovet vil vere 570 plassar for å dekkje alpinanlegget etter ei utbygging frå ein kapasitet i dag på 400 personar til 1.700. Om ein inkluderer annan aktivitet, er trongen 830 plassar (jamfør vedlegg 3, kap. III E).

Planen for baseområdet i Raudalen (sjå kart, s. 107) synar plassar med ein samla kapasitet på 450 plassar.

Gjennomføring

22 Gjennomføring

Prosessen med å utarbeide ein masterplan for reisemålet Beitostølen – Raudalen har vore omfattande. Forprosjektet vart vedteke gjennomført på eit møte mellom aktørene 29.04.99 og slutført 30.06.99. Hovudprosjektet har gått over nesten 1 ½ år, frå mai 2000 til oktober 2001.

Styringsgruppa har hatt 12 møter og arbeidsutvalet 4. I tillegg er det arrangert informasjons- og drøftingsmøter.

Styringsgruppa meiner resultatet av arbeidet er godt og vil peike på følgjande hovudområde:

1. Det er utarbeidd ein omfattande plan for å utvikle Beitostølen – Raudalen til eit betre og meir konkurransedyktig reisemål.
2. Det er etablert ei felles ”virkelighetsoppfatning” – ein felles forståing av kva utfordringane er og korleis dei skal løysast. Styringsgruppa forventar at dei ulike bedriftene i større grad skal opptre i samsvar med denne forståinga slik at destinasjonsverdien aukar og at alle bidreg til å utvikle reisemålet i den retning planen syner.
3. Det er etablert eit godt samarbeid
 - mellom reiselivsnæringa og dei to kommunane
 - mellom dei to kommunane (mellom grunneigarar og kommuneorganisasjon i Vang på eine sida og reiselivsnæring, kommune, grunneigarar og idrettslag i Øystre Slidre på andre sida)
 - mellom ulike interessegrupper som reiselivsnæringa, grunneigarar og idrettslag
4. Det er etablert ein arena der dei ulike aktørane kan møtast, diskutere og verte einige om handling.

Det er gjennomføringa av planen som skal gje avkastning på den kapital og den tid som er investert i planen. Styringsgruppa meiner difor det er avgjerande viktig at det vert kraft i gjennomføringa av planen.

Styringsgruppa meiner vidare at det er viktig å føre vidare det gode samarbeidet som er etablert og fortsett ha den arenaen styringsgruppa har vore.

Det vil vere ei rekkje interessemotsetningar og eit utal av spørsmål som ein overordna og langsiktig plan ikkje har avklara. Det er difor viktig å ha eit forum der usemje om korleis planen skal gjennomførast og utviklinga gjerast, kan takast opp.

Styringsgruppa foreslår difor at ho vert vidareført og får i oppgåve å sette kraft bak gjennomføringa av planen, overvake gjennomføringa og vere arena for drøfting og samordning mellom aktørene.

Samansetning

Styringsgruppa vert sett saman som følgjer:

| Representantar for | Oppnemnt av |
|--|--|
| 4 reiselivsnæringa | Destinasjon Beitostølen AS |
| 2 Øystre Slidre kommune | Øystre Slidre kommune |
| 2 Vang kommune | Vang kommune |
| 1 grunneigarar i Øystre Slidre | Sørre Beito sameige i samråd med dei andre grunneigarane i Beito – Beitostølen |
| 1 grunneigarar i Vang | Midtre Slettefjell Sameige og Sørre Slettefjell Sameige i samråd med andre aktuelle grunneigarar |
| 1 lokalbefolkninga i Beito og på Beitostølen | |
| 1 Øystre Slidre idrettslag | Øystre Slidre idrettslag |
| 1 Beitostølen Helseportsenter | Beitostølen Helseportsenter |
| 1 SND (observatør) | SND |

Styringsgruppa består av dei samme personane som har sete i ho under planarbeidet. Ved utskifting skjer oppnemning av nye slik det går fram ovanfor.

Beitostølen Helseportsenter har ikkje vore representert i styringsgruppa. Helseportsenteret er ein viktig aktør på Beitostølen og planen syner at det er interessant med eit tettare samarbeid for å utvikle reisemålet, Styringsgruppa går difor inn for at gruppa vert utvida med ein representant herfrå.

Gruppa vel sjølv sin leiar.

Mandat

Gruppa har som **oppgåve å sette kraft bak gjennomføringa av masterplanen** og skal:

- følgje med gjennomføringa av planen
- rullere handlingsplanen
- medlemmane skal internt i kvar sin organisasjon/bedrift arbeide for at gjennomføringa vert prioritert
- ta opp med einskildaktørar dersom dei ikkje gjennomfører tiltak etter planen, hinderer slik gjennomføring eller setter i gang tiltak som undergraver den utvikling av reisemålet som planen syner
- ta opp interessemotsetnader mellom aktørane og freiste å arbeide seg fram til felles haldningar
- ta opp spørsmål om korleis gjennomføring av dei ulike tiltak skal skje
- vere ein arena for vidare samarbeid mellom dei ulike aktørane.

Gruppa skal ikkje vere eit organ for den daglege operative gjennomføringa. Dette har kvar av aktørane ansvar for i samsvar med handlingsplanen, med Destinasjon Beitostølen AS som ein koordinator.

Gruppa bør møtast kvart halvår, men står sjølv fritt til å fastsette møte.

Sekretariat

Destinasjon Beitostølen AS er sekretariat for gruppa.

Årsmelding

Destinasjon Beitostølen AS utarbeidar kvart år innan 15. februar ei kortfatta årsmelding for gjennomføringa av planen. Årsmeldinga gjev ei evaluering av utviklinga av reisemålet i høve til planen og kort status for kvart av tiltaka i handlingsplanen.

23 Handlingsplan

Styringsgruppa har utarbeidd ein handlingsplan for gjennomføring av masterplanen.

Tiltaka er omtala kortfatta. Grunngevinga for dei, finn ein i planen framom, der vil det delvis også vere meir detaljerte skildringar kva tiltaka inneber.

Tiltaka er nummerert med nummer tilsvarande det kapittel som omhandlar emne.

Tiltaka er prioritert i følgjande grupper:

- A: høgste prioritet
- B: høg prioritet
- C: middels prioritet
- D: lågare prioritet

Handlingsplanen inneheld ansvar for gjennomføring.

Tiltaka er også plassert i tid.

Medan masterplanen har ein lang planhorisont, har ein i handlingsplanen fokusert på tiltak som kan eller bør gjennomførast i løpet av dei næraste 5 – 10 åra. Periodisk rullering av handlingsplanen vil vise kva for tiltak som bør gjennomførast lengre fram i tid.

Handlingsplanen inneheld 135 tiltak. Dette er svært mange. Tiltaka er ikkje kostnadsrekna. Det vil vere naudsynt å gjere ei sterkare prioritering av kva for tiltak som vert gjennomført, både av omsyn til personellressursane dei ulike aktørane kan nytte til gjennomføringa, og av omsyn til dei finansielle ressursane. Styringsgruppa har likevel ønska å ha med alle tiltaka i planen for å synleggjere kva det ønskjeleg å gjere.

I gjennomføringa av planen får styringsgruppa, med sitt nye mandat, ein viktig oppgåve både i å gjere ein strengare prioritering og i å revidere handlingsplanen.

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|--|--|--|--------------|
| 12,01 | B | Redusere utslepp av klimagassar | Redusere energiforbruk, gå over frå fossilt brennstoff til fornybar energi, redusere bilbruken for å redusere utsleppet av klimagassar. | Kvar bedrift | Kontinuerleg |
| 12,02 | B | Biologisk mangfald - kartlegging | Utarbeide kart over trua og sårbare artar for å unngå inngrep som truar slike artar. | ØS kom | |
| 12,03 | C | Biologisk mangfald - tilpassing av aktivitet | Reiselivsbedriftene tilpasser sine aktivitetar slik at dei ikkje svekker levekåra for trua og sårbare artar. Bedriftene rettleiar sine gjester. | Kvar bedrift | |
| 12,04 | C | Biologisk mangfald - tropisk tømmer | Reiselivsbedriftene unngår innkjøp av møbler laga av treverk frå regnskogene. | Kvar bedrift | |
| 12,05 | C | Helse- og miljøfarlege kjemikalier | Reiselivsnæringa bør nytte miljømerka produkt, velje mindre miljøskadelege alternativ, nytte riktig dosering av rengjeringsmiddel og ha oversikt over kva som er spesialavfall og handtere dette riktig. | Kvar bedrift | |
| 12,06 | A | Støy - musikk utandørs i alpinanlegg og serveringsstader | Alpinanlegget og serveringsstadene sluttar å bruke musikk utandørs. Dersom dette er ønskeleg ved særskilte arrangementer vert det avklara m Destinasjonen, som sikrar at dette er positivt for heile reisemålet, ikkje berre for ein einskild aktør. | Beitostølen Skiheiser Svingen Pub Arnolds Pub Cafeen øvrige serveringsstader | 2002 |
| 12,07 | A | Støy - helikopter | La være å arrangere helikopterturer for gjestene. Destinasjonen handhever den interne sjølvjustisen i reiselivet på dette området. | Kvar bedrift | 2002 |
| 12,08 | A | Støy - skuterkjøring | Kvar bedrift er restriktive med eigen skuterkjøring og kjører ikkje utanom løyver. | Kvar bedrift | 2002 |
| 12,09 | C | Transport | Næringa freistar auke opphaldslengda, stimulerer til baseferie, nyttar nærområder for aktivitetar, samkjøre transport, bruker lokale råvarer, oppmuntrar tilsette til å nytte sykkel på jobben, reduserer kjøringa internt i det innerste sentrum. | Kvar bedrift | |
| 12,10 | A | Transport - ringbuss | Næringa etablerar ein ringbuss. | Destinasjonen (søkje fin. støtte vinteren 2001-02 Oppl. FK) | |
| 12,11 | A | Transport - arealplanlegging | Kommunane bør gjennom arealplanlegginga redusere trongen for transport, m.a. gjennom vidare fortetting av sentrum, vegsystem som er eigna for ringbuss og å sette av areal til tilbringarheiser. | ØS kom | 2002-03 |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|-------------------------------------|---|---------------|--------------|
| 12,12 | C | Lokalkultur - tilsette | Reiselivsnæringa kan freiste å nytte lokalt tilsette som nyttar dialekt, har lokalkunnskap og kan formidle kultur og tradisjon. | Kvar bedrift | |
| 12,13 | C | Lokalkultur - informasjon | Næringa kan informere om kva som er særigeget her og nytte lokalkulturen aktivt. | Kvar bedrift | |
| 12,14 | C | Lokalkultur - mattradisjon | Serveringsstadene kan tilby lokal mat og informere om lokal mattradisjon. | Kvar bedrift | |
| 12,15 | B | Forsøpling - søppelkasser | Kommunen setter opp søppelkasser langs gangvegen. | ØS kom | 2001 |
| 12,16 | A | Forsøpling - rydding av uteareal | Bedriftene og grunneigarane rydder utearealene jamnleg. | Kvar bedrift | Kontinuerleg |
| 12,17 | B | Avfall - minimering | Reiselivsbedriftene kan produsere og kjøpe inn minst mogleg avfall, sortere så godt som mogleg for resirkulering, kjøpe minst mogleg som vert spesialavfall og handtere dette riktig. | Kvar bedrift | Kontinuerleg |
| 12,18 | A | Miljøprosjeket - eit grønt reisemål | Vurder om reisemålet skal gjennomføre eit prosjekt for å utvikle seg til eit grønt reisemål, t.d. etter modell av GRIP. Destinasjonen foretar ei vurdering og fattar avgjerd saman med medlemsbedriftene. | Destinasjonen | 2002 |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|--|--|-----------------------|-------------------|
| 14,01 | A | Heis Bergojordet (D) - "rullande fortau" | Bygge skiheis D på Bergojordet i form av "rullande fortau" | Beitostølen Skiheiser | vinteren 2001-02 |
| 14,02 | B | Heis Bergojordet (D1) - stolheis | Bygge stolheis D1 på Bergojordet (barn og nybyrjarar) | Beitostølen Skiheiser | |
| 14,03 | A | Olaheisen (E) - ny stolheis | Bygge stolheis E (4-seters detachable) til erstatning for Olaheisene | Beitostølen Skiheiser | vinteren 2003-04 |
| 14,04 | A | Tilbringarheis (G) frå Beitostølen Høyfjellshotell | Bygge skitrekk G (T-trekk) frå Bjelbølstølen inn i alpinområde | Beitostølen Skiheiser | 2005 / 2006 |
| 14,05 | A | Stolheis aust for Sauebekken (K) | Bygge stolheis K (4-seters) aust for Sauebekken | Beitostølen Skiheiser | vinteren 2003-04 |
| 14,06 | A | Stolheis til snøbrettområde (L) | Bygge stolheis L (4-seters) til snøbrettområde (skitrøkk) | Beitostølen Skiheiser | vinteren 20004-05 |
| 14,07 | B | Stolheis til barneskiområde (J) | Bygge stolheis J (4-seters) til barneskiområde | Beitostølen Skiheiser | |
| 14,08 | C | Stolheis som erstatter eksisterande trekk (I) | Bygge stolheis I (4-seters) som erstattar eksisterande trekk | Beitostølen Skiheiser | |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|---|---|--|--------------------------|
| 15,01 | A | Snøgaranti | Garantere preparerte skiløyper på snø frå ein fast dato | Destinasjonen | Årleg |
| 15,02 | A | Tidlegløype - WC-løypa | Utbetre WC-løypa som tidlegløype (drenering, duk mot myr, toppdekke) | Idrettslaget saman med Destinasjonen | hausten 2001 |
| 15,03 | B | Tidlegløype - grøn 1 og 2 | Utbetre Grøn 1 og 2 som tidlegløyper (drenering og kløpper) | Destinasjonen | sommaren 2002 |
| 15,04 | A | Løyper for skøyting | Preparere WC-løypa og Blå 1 for skøyting (i tillegg til klassisk) | Destinasjonen | vinteren 2001-02 |
| 15,05 | B | Løyper for skøyting | Preparere Grøn 1 og 2 for skøyting (i tillegg til klassisk) | Destinasjonen | vinteren 2002-03 |
| 15,06 | A | Sikre areal til nye konkurranseformer | Sikre rikeleg med areal på skistadion og langs WC-løypene slik at løypene er fleksible og kan tilpassast nye konkurranseformar og distansar | ØS kom. i samarbeid med Idrettslaget og Destinasjonen | 2002-03 |
| 15,07 | C | Arrangere sprint | Starte planlegging av stadion og løyper med tanke på sprint | Idrettslaget | |
| 15,08 | C | Utvikling av WC-anlegget for presse | Sikre lett tilkomst til attraktive kameraposisjonar i løypa under renn | Idrettslaget saman med Destinasjonen | |
| 15,09 | C | Utvikling av WC-anlegget for publikum og presse | Utvikle stadion slik at den fungerer godt for presse og publikum | Idrettslaget og Destinasjonen | |
| 15,10 | B | Utvikle fasilitetar for sommartrening | Etablere rulleskiløyper | Idrettslaget saman med Destinasjonen og kommunen (spelemiddel) | Lang sikt |
| 15,11 | A | Samla plan for skistadion | Utarbeide samla plan for skistadion og WC-løypene som syner naudsynt areal og utvikling for sprint, nye konkurranseformar langrenn og skiskyting | Idrettslaget | haust 2001 |
| 15,12 | A | Skiskytterstadion | Bygge stadion for skiskyting | Idrettslaget saman med Destinasjonen og ØS kom | 2004 |
| 15,13 | A | Løype for barn og nybyrjarar | Etablere spesialløyper for nybyrjarar, barn, skiskule og kurs; løypene skal vere særse enkle, flate og korte. Forslag til plassering: mellom fellesbeite og vegen til Orrelie | Destinasjonen saman med ØS kom | vinter 2001 |
| 15,14 | C | Løype for barn og nybyrjarar - Raudalen | Etablere spesialløype for nybyrjarar, barn og skiskule sentralt plassert i/ved baseområde i Raudalen | Destinasjonen saman med Vang kom | |
| 15,15 | B | Løype Fleinsendin - Raudalen | Gjenopne løypa frå Tjernhaugen via Fleinsendin til toppen av heisen i Raudalen; som ein merka og sporadisk oppkjørt løype (scooterkjørt romjul, vinterferievekene og påske) | Destinasjonen | til vinteren 2002-03+H32 |
| 15,16 | C | Løypenett Slettefjell | På lenger sikt – og saman med ei utvikling av Raudalen – etablere eit større løype-nett på Slettefjell og rundt baseområdet i Raudalen | Destinasjonen saman med Vang kom | |
| 15,17 | B | Løypenett - skjerming mot veg | Justere løypene eller etablere skjerm der løypa går nær veg (unngå grus og liknande inn i løypa frå brøyting av vegen) | Destinasjonen | |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|---|---|---------------|------------------|
| 15,18 | B | Utfartsløype | Etablere løype frå rv. 51 ved campingplassen sørover til tilkomstløypa til ski-stadion | Destinasjonen | haust 2001 |
| 15,19 | A | Utfartsløype | Etablere løype langs gamle Syverveg, frå rv. 51 ved campingplassen til Rød 1 ovanfor Stølsleie | Destinasjonen | haust 2001 |
| 15,20 | A | Utfartsløype | Etablere løype frå sentrum ved Knutsstøl austover til Rød 1 gjennom området ved Menkestølen | Destinasjonen | sommar 2003 |
| 15,21 | B | Utfartsløype | Betre tilkomsten til Grøn 1 frå sentrum, etablere løype ned langs Orrelie og nord for fellesbeite som høvudutfartsåre, legge om Grøn 1 forbi kom. p-plass v. Beitestølsvegen i Menkelie | Destinasjonen | sommar 2002 |
| 15,22 | B | Skilting - bruk av stadnamn | Bruke stadnamn på skilt for å syne kor ein er og kor løypene går (utforming i samsvar med visuell profil) | Destinasjonen | vinteren 2002-03 |
| 15,23 | A | Skilting - distanser | Oppgje distanse til sentrum og til sentrale punkt i løypa på skilta (utforming i samsvar med visuell profil) | Destinasjonen | vinteren 2002-03 |
| 15,24 | A | Skilting - ut frå sentrum | Skilting mot skiløypene i sentrum (utforming i samsvar med visuell profil) | Destinasjonen | vinteren 2001-02 |
| 15,25 | B | Skilting - informasjonstavler i sentrum | Tavler med oversikt over løypenettet vert plassert sentralt i sentrum (utforming i samsvar med visuell profil) | Destinasjonen | vinteren 2003-04 |
| 15,26 | C | Skilting - løypekart | Løypekarta i kryssa bør ha større målestokk og konsekvent vere merka med kor ein er | Destinasjonen | vinteren 2002-03 |
| 15,27 | C | Skilting - fargekoder og nummer på skilta | Vurdere systemet med fargekoder og nummer på løypene | Destinasjonen | vinteren 2002 |
| 15,28 | B | Skilting - geografiske namn på løypene | Gje løypene geografiske namn (t.d. Beitetjedn, Hødnstølane, Knaushøgdane) | Destinasjonen | vinteren 2002-03 |
| 15,29 | D | Skilting - raudmåling av bambusstengene | Vurdere raudmåling av bambusstengene | Destinasjonen | vinteren 2003-04 |
| 15,30 | A | Varmestue Vinstern | Etablere varmestue ved Vinstern ned for Gravolen | Destinasjonen | vinteren 2002-03 |
| 15,31 | B | Varmestue Grøn 1 -2 | Etablere varmestue i grøn 1 eller 2, nær sentrum slik at den er lett å nå for alle kategorier løparar, med høgare standard og i løyper som er eigna i dårleg vær. | Destinasjonen | 2005 |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|---------------------------------------|---|--|------------------|
| 15,32 | C | Aktivitetar og arrangement | Utvikle aktivitetar og arrangement i og knytt til løypene | Destinasjonen / Valdres Naturaktiviteter / Beitostølen Arrangement | |
| 15,33 | A | Løypemelding | Dagleg informasjon om vær og løypepreparering vert betra; rapporten må vere lettare å lese, informasjonen må vere presis og korrekt, informasjonen må vere lettare til-gjengeleg (også på internett, hotell-TV, kabel-TV) | Destinasjonen | vinteren 2001-02 |
| 15,34 | A | Tryggleik - fjellredningstenesta | Fjellredningstenesta vert nytta i marknadsføringa for å gje gjestene trygghet | Destinasjonen | vinteren 2001-02 |
| 15,35 | A | Tryggleik - fjellredningstenesta | Telefonnr. til fjellredningstenesten vert tilgjengeleg overalt (kart, karttavler i løype, brosjyrer) | Destinasjonen | vinteren 2002-03 |
| 15,36 | B | Tryggleik - løypepatrulje | Vurdere å etablere løypepatrulje i høgsesong | Destinasjonen | vinteren 2002-03 |
| 15,37 | c | Tryggleik - lege | Destinasjonen greier ut trongen for og høve til legekontor og fast helikopterlandingsplass | Destinasjonen | |
| 15,38 | A | Løypenett og utbygging | All utbygging tilpassast langrennsproduktet slik at kvaliteten på dette ikkje vert redusert. Handhevast gjennom arealplanlegging, gjerne etter innspel frå Destinasjonen. | ØS kom | kontinuerleg |
| 15,39 | B | Vintervandringsveger - sette av areal | I kommunedelplanane vert det sett av areal til løyper som vert preparert for vandring om vinteren. | ØS kom og Vang kom | 2002-03 |
| 15,40 | C | Vintervandringsveger - opparbeide | Inngå avtaler med grunneigarar, opparbeide (hogge) og drifte løyper for vandring om vinteren. | Destinasjonen | |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|--|---|---|-------------------------------------|
| 16,01 | A | Fremme sentrale kvaliteter ved sommarproduktet | Utvikle dei sentrale kvalitetane vandring og fotturar, at vi er ein av inngangsportane til Jotunheimen, historiske stader i regionen og stølsturisme. | Alle aktørane på reisemålet, Destinasjonen koordinator | Kontinuerleg |
| 16,02 | A | Skilting og merking | Betre skilting og merking, utarbeide og iverksette skiltplan, gjennomføre visuell profilering | Destinasjonen Kommunane | Kontinuerleg |
| 16,03 | A | Byggeskikk og estetikk | Utarbeide estetisk plan for Beitostølen, inklusive plan for arkitekturen i sentrum | ØS kom | 2002 |
| 16,04 | C | Prisnivå generelt | Kommunisere prisnivået i marknadsføringa slik at det ikkje vert ei overrasking for dei som vitjer oss. | Alle aktørane på reisemålet, Destinasjonen koordinator | Kontinuerleg |
| 16,05 | C | Skriftleg informasjonsmaterieill | Betre skriftlege informasjonsmateriellet på turistinformasjonen (i samsvar med visuell profil) | Destinasjonen | 2003 |
| 16,06 | B | Fotturar - informasjon | Informasjon i sentrum om kor ein kjem ut i stignettet og om turalternativ i området | Alle aktørane på reisemålet, Destinasjonen koordinator | 2003 |
| 16,07 | A | Fotturar - skilting i sentrum | Skilting og merking i sentrum som syner kor ein kjem ut i stignettet (i samsvar med visuell profil) | Destinasjonen | 2002 |
| 16,08 | A | Fotturar - skilting og merking | Betre skilting og merking av stignettet, også med stadnamn og distansar (i samsvar med visuell profil) | Destinasjonen | 2003 |
| 16,09 | B | Fotturar - stignett i Raudalen | Etablere stignett i Raudalen, særskilt ut til og langs elva og Øyangen | Destinasjonen/Vang kom/utbyggjar | Koordinert med utvikling av området |
| 16,10 | A | Leikeområde for små barn | Etablere leikeområde for små barn i sentrum, t.d på Bergojordet | Destinasjonen (avt. gr.e., drifting av tilbodet) ØS kom (arealplanlegging) | 2003 |
| 16,11 | A | Nærmiljøanlegg på skistadion | Etablere eit nærmiljøanlegg for større barn og ungdom på skistadion. Balløkke, hinderløype m.m. | Idrettslaget, Destinasjonen og ØS kom (spelemiddel) | 2004 |
| 16,12 | B | Organisert aktivitet | Videreutvikle aktivitetstilbodet | | Kontinuerleg |
| 16,13 | A | Barnas støl | Etablere eit aktivitetssområde for kommersiell barneaktivitet i sentrum. Baseområde for aktivitetstilbyder, område kor familien kan oppleve dyr og delta i aktivitetar, tilbod om organisert aktivitet for barna. Evt. korttids barnehagetilbod, aktivitetshus. | Destinasjonen (etablering) Aktivitetstilbyder (drift) ØS kom (arealplanlegging) | 2002-03 |
| 16,14 | | Aktivitetshus | Primært gjennom etablering av barnas støl | | |
| 16,15 | | Barnehagetilbod | Primært gjennom etablering av barnas støl | | |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|--|--|--|------------------------------|
| 16,16 | A | Støls- og gardsturisme - besøk for hotellgjester | Hovi-gruppen og Radisson SAS etablerer – kvar for seg eller i samarbeid – forpliktande samarbeid med ein gardbrukar som kan ta imot grupper frå hotellet (bedriftskundar) på garden eller stølen for kombinasjon oppleving og servering. | Hovi Holding Radisson SAS | 2002 |
| 16,17 | A | Støls- og gardsturisme - lokalt foredla mat. | Hovi-gruppen og Radisson SAS etablerer – kvar for seg eller i samarbeid – forpliktande samarbeid med gardbrukarar som kan levere lokalt foredla mat til bruk i serveringa på hotellet. | Hovi Holding Radisson SAS | 2005 |
| 16,18 | B | Støls- og gardsturisme - aktivitetstilbod | Beitostølen Arrangement eller Valdres Naturaktiviteter etablerer forpliktande samarbeid med gardbrukarar om landbruksbaserte aktivitetstilbod (dyr, produksjonsmåtar, kulturlandskap, støl) | Beitostølen Arrangement Valdres Naturaktiviteter | 2003 |
| 16,19 | A | Mountain bike - stølsrittet | Etablere stølsrittet | Idrettslaget | 2001 |
| 16,20 | A | Mountain bike - sykkelutleige | Etablere sykkelutleige | Beitostølen Arr., Skiutleien | |
| 16,21 | A | Mountain bike - sykkelstig mot Ole | Etablering og merking av sykkelsti som gjev tilgang til Olevegen frå sentrum utan å nytte riksvegen (ein eller annan trase rundt Heimre Hedalsstølen). | ØS kom (arealplanlegging) Destinasjonen og ØS kom (gr.e.avtale) Destinasjonen (etablering) | 2005 |
| 16,22 | B | Mountain bike - sykkestig Øystre Hedalsstølen | Merking av eksisterande kjerreveg mellom Øystre Hedalsstølen og Vinstervegen | Destinasjonen | 2002 |
| 16,23 | C | Mountain bike - Slettefjellsvegen | Nytte Slettefjellsvegen i marknadsføringa av sykkeltilbodet. | Destinasjonen | 2002 |
| 16,24 | C | Mountain bike - sykkelstig Øyangen | Etablere og merke sykkelstig rundt Øyangen | Vang og ØS kom (arealpl.i.) Destinasjonen (etablering, merking) | 2004 |
| 16,25 | B | Mountain bike - Raudalen, Slettefjell | Etablere sykkelstiger på Slettefjellet med start på toppen av det nye, planlagde alpinanlegget | Utbygger alpin | Etter etablering av stolheis |
| 16,26 | C | Mountain bike - Raudalen | Etablering av andre sykkelruter med utgangspunkt i Raudalen | Utbygger alpin, Vang kom | I takt med utbygging |
| 16,27 | A | Mountain bike - sykkelkart | Trykking av sykkelkart | Erik Østli / Destinasjonen | 2002 |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|------------|------------|--------------------------------------|---|---|----------------|
| 17,01 | B | Sikre areal til golfbane | I kommunedelplan sikre areal til framtidig bygging av ein golfbane | ØS og Vang kommune | 2002-03 |
| 17,02 | B | Sikre finansiering gjennom utbygging | I kommunedelplan (rekkjefølgjebestemmingar) og utbyggingsavtaler sikre at bygging av golfbane vert finansiert av utbygging av hyttefelt | ØS og Vang kommune | |
| 17,03 | B | Planlegge golfbane | Utarbeide reguleringsplan og forretningsplan, skaffe finansiering, rekruttere medlemmer/eigarar | Interessenter på den banen som er godkjent i kommunedelplan | |
| 17,04 | B | Golfbane i alpinanlegget | Etablere golfbane i alpinanlegget | Hovi Holding | 2002 |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|--|---|---|---------|
| 18,01 | A | Sikre heilskapleg utvikling gjennom kommunedelplan | Sikre areal til ei heilskapleg utvikling av baseområdet i samsvar med planen. Dette kan skje gjennom at Vang kommune vedtek kommunedelplan/reguleringsplan der areal til alpinanlegg, ulik type forretning og til infrastruktur vert sikra. | Vang kom | 2001-02 |
| 18,02 | A | Samordne arealplanlegging på reisemålet | Samordne arealplanlegging for heile reisemålet, slik at ein tek ØS kom og Vang kom vare på heilskapen og får ei koordinert utvikling av reisemålet. | Vang kom | 2001-02 |
| 18,03 | B | Rekkjefølgje på ulike element i utviklinga av Raudalen | Rekkjefølgjebestemmingar i kommunedelplanen som sikrer at alle delar av reisemålet vert ivareteke og at rekkjefølgja på dei ulike elementa vert funksjonelle i høve til reiselivet. | Vang kom | 2001-02 |
| 18,04 | C | Finansiering av infrastruktur | Sikre medfinansiering av reiselivet sin infrastruktur gjennom utbygging av hytter for sal. Skjer gjennom utbyggingsavtaler. | Vang kom | 2001-02 |
| 18,06 | B | Sikre areal for aktiv stølsdrift Kjøstølen - Kjølislølen | Sikre avtand mellom stølane og utbyggingsområde slik at aktiv støling kan fortsette; gjeld arealet vest-nordvest for Kjøstølen (93/1) og området rundt Kjøsa- og Kjølislølene. Vert sikra gjennom kommunedel-/reguleringsplan. | Vang kom | 2001-02 |
| 18,07 | B | Sikre areal for aktiv stølsdrift Fuglestølane | Sikre avtand mellom Fuglestølane og utbyggingsområde slik at aktiv støling kan fortsette. Vert sikra gjennom kommunedel-/reguleringsplan. | Vang kom | 2001-02 |
| 18,08 | B | Turstiger - ivareta etablerte vegar | Ta vare på rydda og merka turstigar | Vang kom | 2001-02 |
| 18,09 | C | Utbygging av baseområde | Klynge 1 og 2 skal vere utbygd før ein bygger ut resten av baseområdet. Dette vert sikra i kommunedelplan. Utbygginga av baseområdet forøvrig, bør skje i takt med utbygging av alpinområdet. | Vang kom | |
| 18,10 | C | Bygging av ny veg gjennom (nord for) baseområdet | Vegen skal byggast i samband med at klynge 2 i baseområdet vert utbygd. Dette vert sikra med rekkjefølgjebestemmingar i kommunedelplanen. | Vang kom | |
| 18,11 | B | Etablering av stignett | Etablering av stignett frå baseområde til elva og øyangen skal skje i samband med utbygging av klynge 2 i basen. Dette vert sikra med rekkjefølgjebestemmingar i kommunedelplanen. | Vang kom (planforankring) Utbyggar (gjennomføring) | |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|--------------------------------------|--|--------------------------------------|--------------|
| 19,01 | A | Utsikt frå sentrum | Utsikt til fjellet frå sentrum vert sikra ved tilstrekkeleg avstand mellom bygg sør for riksvegen. Dette sikrast i kommunedelplanen. | ØS kom | 2002-03 |
| 19,02 | A | Sol inn i sentrum | Sol inn på offentlege areal - særleg på gangvegen ova riksvegen - vert sikra ved at det ikkje vert bygd lange samanhengande bygg med mønehøgde som gjev skygge på gangvegen høgstdags i januar. Vert sikra i kommunedelplanen. | ØS kom | 2002-03 |
| 19,03 | B | Sikring av historia åt Beitostølen | 1 -3 av dei opprinnelege stølsmiljø bør takast vare på slik at ein her kan se historia åt Beitostølen. Val av område og sikring av arealbruken gjerast i kommunedelplanen. | ØS kom saman med fylkeskom | 2002-03 |
| 19,04 | B | Grøne område i sentrum | Sikring av grønne område i sentrum i kommunedelplanen, - korridorar ut av sentrum - stølsområde og jordar (se anna tiltak) - parkmessige område | ØS kom | 2002-03 |
| 19,05 | A | Grøne område i sentrum - vedlikehald | Parkmessige grønne område i sentrum må vedlikehaldast og ryddast jamnleg (inkl. rabattar). | Grunneigar | Kontinuerleg |
| 19,06 | A | Skilting - utarbeide skiltplan | Kommunen(ane) utarbeidar skiltplan for reisemålet med utgangspunkt i masterplan og visuell profil. | ØS kom | 2002-03 |
| 19,07 | A | Portaler | Sette opp portaler ved inngangene til Beitostølen og ved turistinformasjonen, i samsvar med den visuelle profilen. | Destinasjonen | 2002-03 |
| 19,08 | A | Festivale element | Bruke festivale element, banner på lyktestolper, ved store arrangement nokre få gongar i året (6 - 8), i samsvar med visuell profil. | Destinasjonen | 2003 |
| 19,09 | A | Skilting - fjerning av visuell støy | Eigarar av bygg og næringsdrivande fjerne unødig reklame og sørgjer for at reklame og skilt er pent og i samsvar med den visuelle profilen til reisemålet og med skiltplan. | Eigarane av bygga Næringsdrivande | 2001 - |
| 19,10 | B | Skilting - sjølvjustis i næringa | Destinasjon Beitostølen AS handhever sjølvjustis innan næringa ved å ta opp med einskildaktørar reklame og skilt som er negativt for totaluttrykket på staden. | Destinasjonen | kontinuerleg |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|--------------------------------------|--|--|---------|
| 19,11 | B | Bygging - estetiske rammer | Kommunen(ane) utarbeider rammer for gjennomføring av byggeprosjekt slik at disse ikkje gjer Beitostølen til ein kontinuerleg byggeplass. Utbyggarar ansvarleggjerast. | ØS kom | |
| 19,12 | A | Arkitektur og byggeskikk | Kommunen(ane) utarbeider plan for arkitektur og byggeskikk, særleg på næringsbygg og i sentrum (baseområde Raudalen). | ØS kom Vang kom+G24 | |
| 19,13 | A | Torg over riksvegen - planforankring | Løysinga med torg og baseområde i bru over riksvegen vert forankra i kommunedelplanen og areal til dette sikra her. | ØS kom | 2002-03 |
| 19,14 | A | Torg over riksvegen - forprosjekt | Eit forprosjekt vert gjennomført som grunnlag for endeleg avgjerd om realisering. Forprosjektet bygger på gjennomført forstudie. Forprosjektet gjennomførast og finansierast i samarbeid mellom alle involverte interessenter (byggeigarar) og det offentlege. | Involverte interessenter ØS kommune | 2003-04 |
| 19,15 | A | Torg over riksvegen - bygging | Ein arbeidar mot å kunne realisere prosjektet i tre trinn: | | |
| | | | a) bygging av baseområdet nord for rv. | Skiheisen, Knutsstøl | |
| | | | b) bygging av baseområde/torg sør for rv. | Sentrum Eiendom Halden G7(gr.e. 3/121), Skiheisen, Gjestegaarden (gr.e. 3/334) | |
| | | | c) bygging av brua over rv. | ØS kommune, Statens Vegvesen saman med øvrige interessenter (byggeigarar) | |
| 19,19 | A | Miljøprioritert gjennomkjøring | Før realiseringa av torget, bør ein utvikle riksvegen til ein miljøprioritert gjennomkjøring. Tiltaka her vil vere ein del av den endelege løysinga (med torg og bru). | ØS kommune i samarbeid med Statens Vegvesen og aktørane langs vegen. | 2003 - |

| Nr. | Pri | Tiltak | Skildring | Ansvar | Tidspkt |
|-------|-----|---|--|-----------------------|---------|
| 21,01 | A | Lokal omkjøring sør (Finntøppvegen) | Bygge gjenstående del av Finntøppvegen fram til vegen til Orrelie slik at dette vert ein lokal omkjøringsveg. Krev planfri kryssing med skiløpe | ØS kom | |
| 21,02 | A | Lokal omkjøring nord - sikring av areal | Sikre areal til lokal omkjøring nord for sentrum i kommunedelplanen. | ØS kom | 2002-03 |
| 21,03 | B | Lokal omkjøring nord - bygging | Bygge lokal omkjøringsveg i nord. Kommunen må finansiere dette gjennom utbygging og evt. med egne middel. | ØS kom | |
| 21,04 | A | Vegløysing i sentrum - planforankring | Kommunen må avgjere vegløysing i sentrum (kryss m Beitestølsvegen og m omkjøring nord samt tilkomst parkering) og sikre areal. Dette skjer gjennom reguleringsplan og/eller kommunedelplan. | ØS kom | 2002-03 |
| 21,05 | A | Vegløysing i sentrum - bygging | Bygging av naudsynte vegar. Realisering koordinerast med byggeprosjekt bak Knutsstøl/Spar. Finansiering: Statens Vegvesen og aktørane, evt. stedsutviklingsmidler. | ØS kom koordinering | |
| 21,06 | B | Gangareal i sentrum - planforankring | Gangareal (gangveg/fortau) gjennomgåande i sentrum på sørsida av riksvegen sikrast i kommunedelplan. | ØS kom | 2002-03 |
| 21,07 | B | Gangareal i sentrum - bygging | Bygging av gjennomgåande gangareal i sentrum vert realisert i takt med utbyggingsprosjekt på sama areal. | ØS kom (koordinering) | |
| 21,08 | A | Vegen gjennom Grønolen til Raudalen | Vegløysing frå fylkesvegen til Raudalen vert vurdert i kommunedelplanen og naudsynte areal sikra der. | ØS kom | 2002-03 |
| 21,09 | A | Vegen i Raudalen | Lokalisering av vegen gjennom (nord for) baseområdet vert vurdert og avgjort i kommunedelplanen og areal sikra. At bygginga vert koordinert med utbygging sikrast v. rekkjefølgjebestemmingar. | Vang kom | 2002-03 |

24 Vedlegg

1. Beitostølen – strategi for en reiselivsdestinasjon. Forstudie/forprosjekt for Masterplan Beitostølen, 30. juni 1999.
2. Kvaliteten på sommarproduktet på Beitostølen. Ei kvantitativ spørjeundersøking. Jo Audun Øverby, desember 2000
3. Masterplan for Beitostølen – Raudalen: Teknisk rapport. SE Group, februar 2001.
4. Vidareutvikling av langrennsproduktet Beitostølen – Raudalen. Brev frå Alfred Andersen dagsett 25.05.01
 - 4.1. Vidareutvikling av langrennsproduktet, relatert til aktive utøvarar. Notat av Alfred Andersen dagsett 08.05.01
 - 4.2. Vidareutvikling av langrennsproduktet, relatert til turgåere. Notat av Alfred Andersen dagsett 14.05.01