

Dronning Mjøsa

‘Dronning for alle,
orakelråd og trøst.

Lytter djupsinding mot både vest og øst.

Kråke mot kråke,
hun gir oss audiens.

Hun megler til to gærne sider kommer overens’.

Lyden av Mjøsa, Geir Lystrup & Maren Aarskog (2017)

Bærekraftige opplevelser i reiselivet

Næringsrettet forskningsprosjekt: 2017-2020



Del av aktiviteten ved Senter for Reiselivsforskning, samarbeid mellom:



Prosjektet er forankret i næringens behov, hvor det er fokusert på to tema:

- Tema 1: Kunnskapsbasert produkt- og opplevelsesutvikling
- Tema 2: Bærekraftige og attraktive helårsdestinasjoner inkludert fritidsboligdestinasjoner

Prosjektet er i hovedsak finansiert av midler fra Kompetanse-, universitets- og forskningsfondet i Oppland.

Minneverdige opplevelser for ulike målgrupper

Besøkende fra utlandet



Par, barnefamilier
(venner, alene)

De som bor i Mjøsområdet



Par, venner, alene
(barnefamilier,
besteforeldre og
barnebarn)



Nordmenn for øvrig



Par, venner,
barnefamilier
(besteforeldre og
barnebarn)

Hva skjer rundt Mjøsa?



- 117 km lang, opp til 5 km bred og 449 m dyp
- Samler 10 kommuner derav 6 er inkludert
- Binder sammen to fylkeskommuner i Innlandet
- 158.796 innbyggere derav ca. 100.000 får drikkevann fra Mjøsa
- 1,5 mill. kommersielle gjestedøgn (Lillehammer: 54%, Gjøvik: 16%, Hamar: 30%)
- 3 destinasjonsselskaper
- En rekke offentlige- og frivillige organisasjoner, samt private næringsaktører

La oss spørre folk hva de spesielt husker å ha gjort, og om de har noen bekymringer for fremtidig reiselivsutvikling?



La oss sammen med andre oppleve noen av de ulike måter man blir introdusert til området på



Mjøsa som samlet folk på tvers av (års)tider

1940ene: Mjøsisen med passasjerfly



1951: Mjøsfergen II og Skibladner



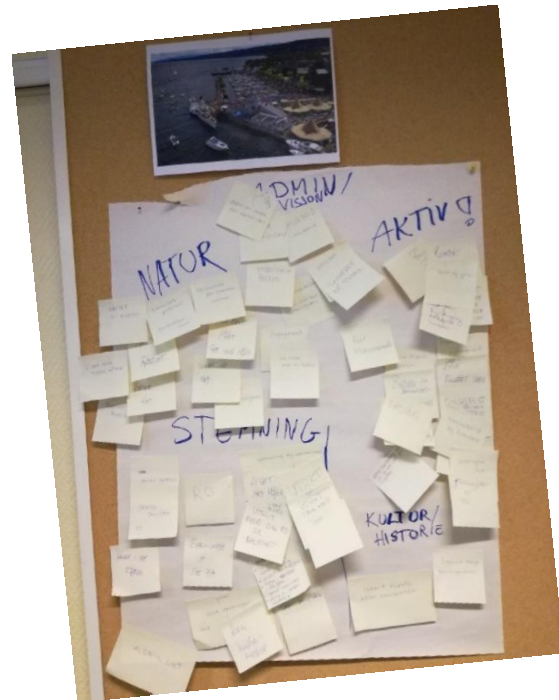
1970-80: Mjøsaksjonene



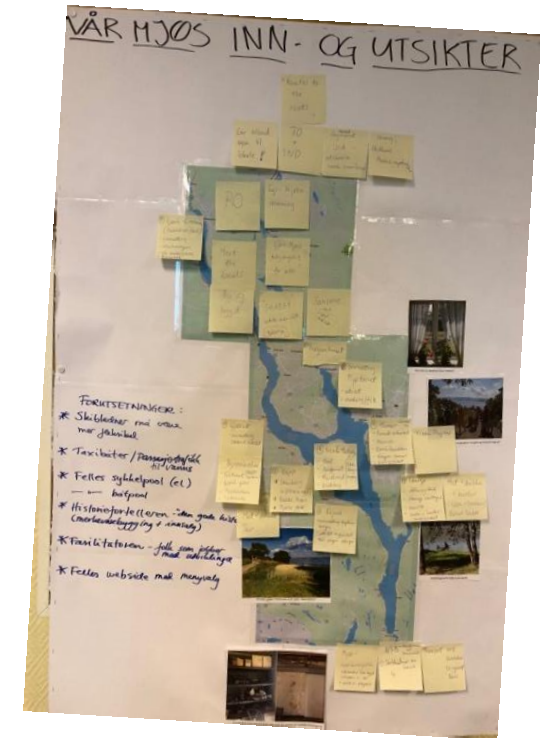
«Der er jo litt konkurranse Mjøsbyene imellom – det er akkurat som Sverige og Norge og Danmark så går der vitser om hverandre».

Hvordan kan vi (og må vi overhodet?) i fellesskap skape et «Vårt Mjøsa»

1. Hvordan kan vi skape et vårt Mjøsa basert på våre og besøkendes ulike Mjøsforståelser?



2. Hvordan kan vi designe ulike opplevelseskonsepter som understøtter vårt Mjøsa? Og hva skal til for å realisere?

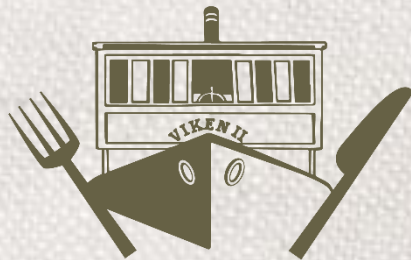


MJØSA

MATS REINSBY

Evjua

STRANDPARK









ALPINT MED FAMILIEN

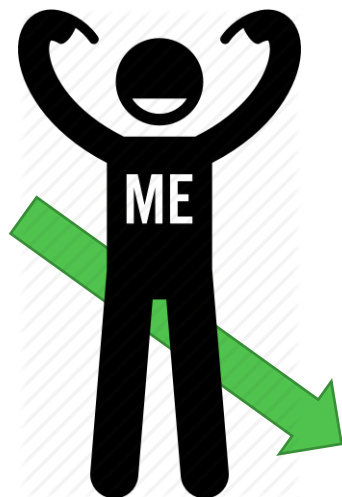
PRØVE STISYKLING

TRYSIL



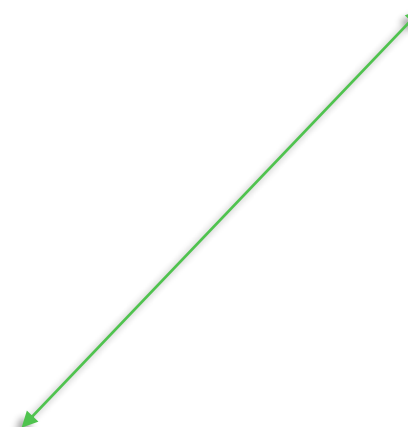
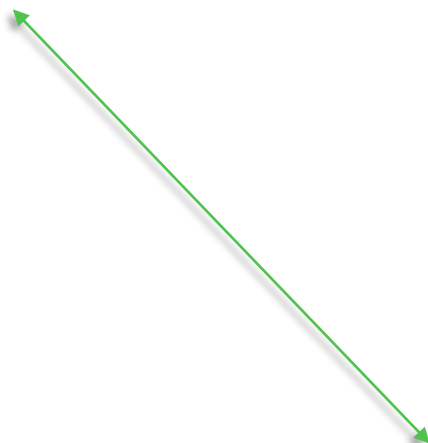
MJØSA

Største
Skafteriet
Helgøya
Skog
Tøten
Båtliv
Bønder
Vazelina
Gjøvik
Bading
Fiske
Hedmark
Søskenbarn
Kner
E6
Innsjø
Potet
Bønder
Grønnsaker
Jordbrukt
Korn
Lillehammer
Skog
Skog
Skog
Skog
Skog
Skog
Jorde
Jordbruk
Vann
Abbor
Oslo
Åker
Kuer

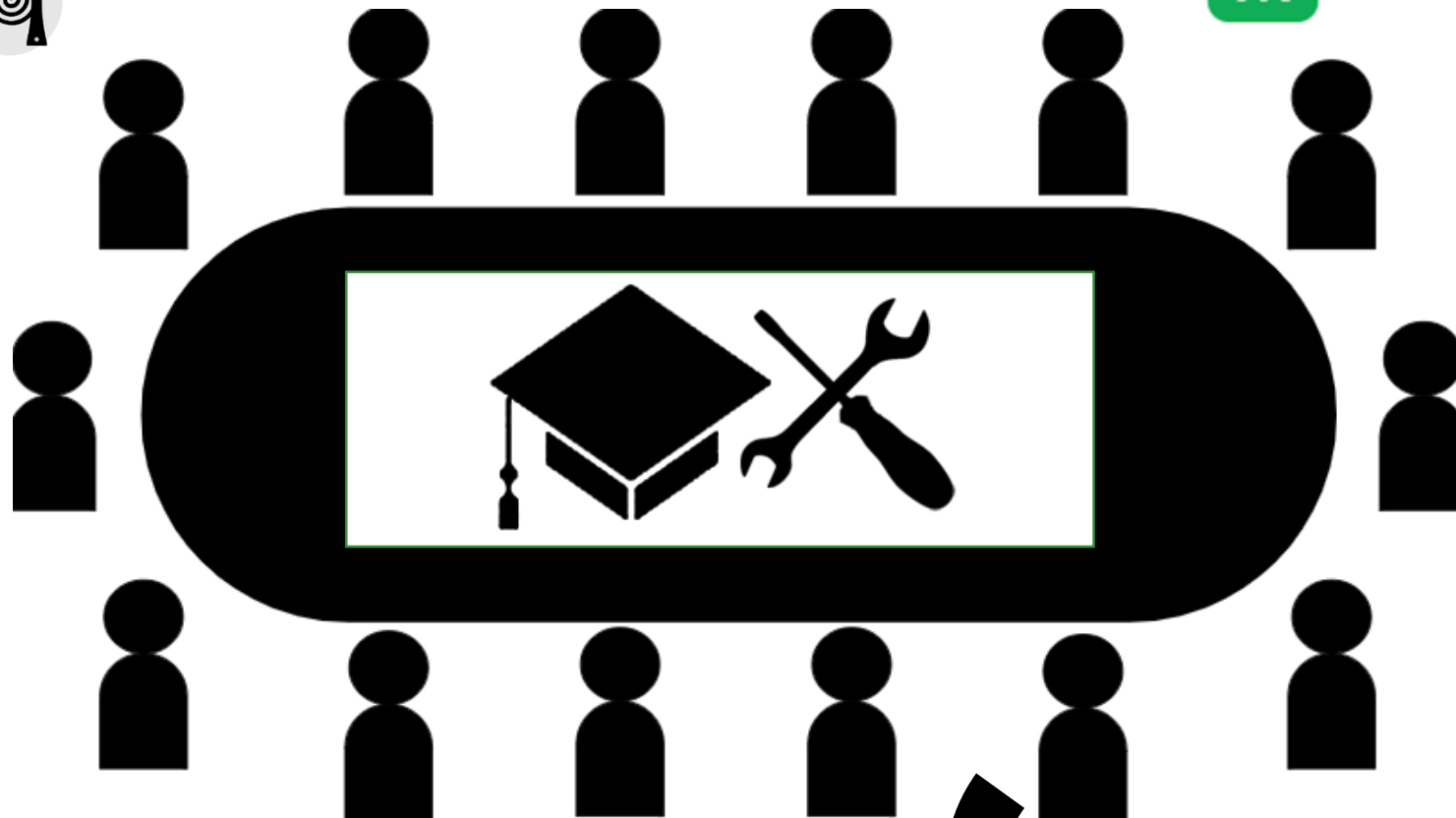


MERKEVAREN «MJØSA»





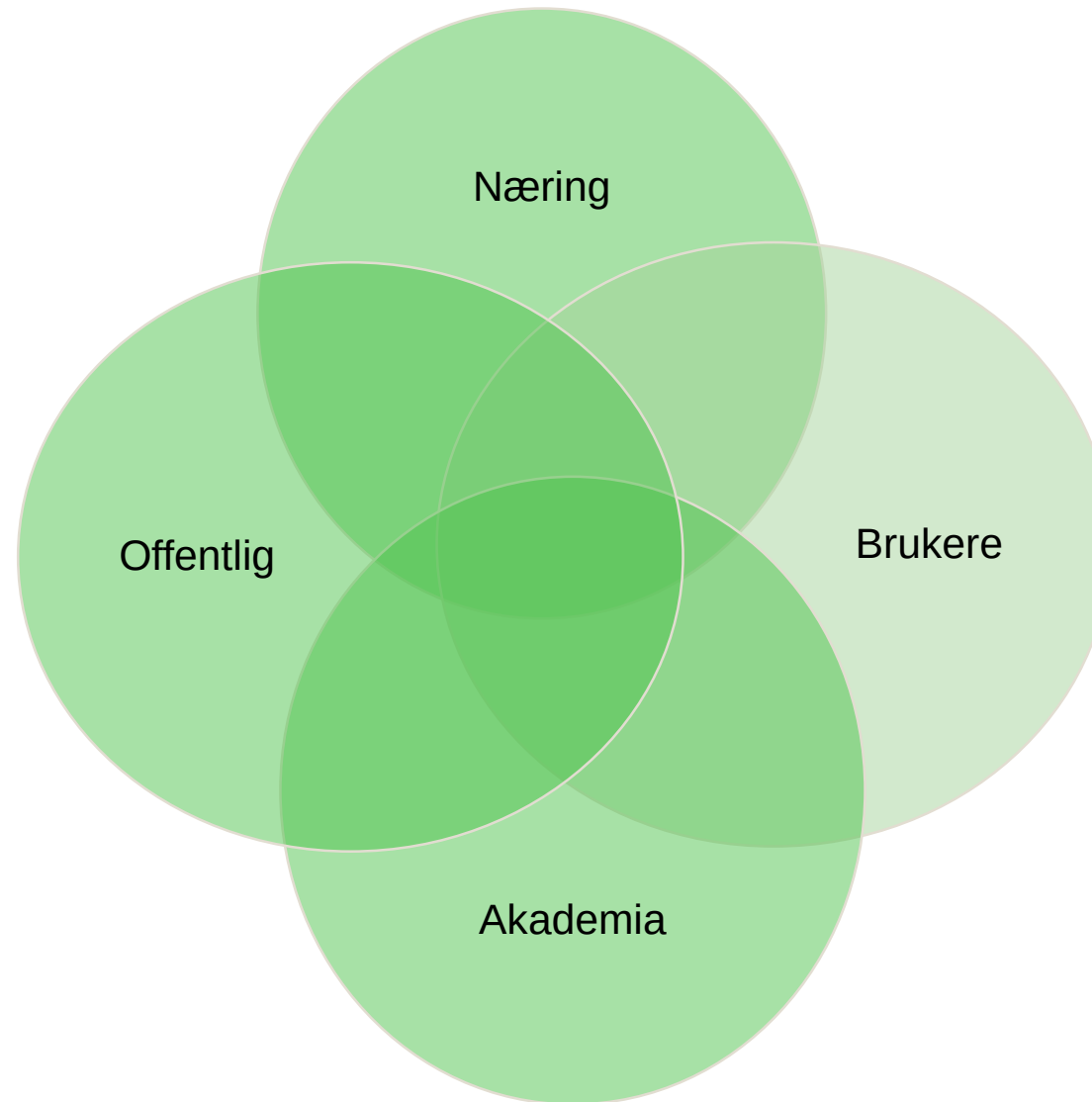
Evjua
STRANDPARK



MERKEVAREN
«MJØSA»

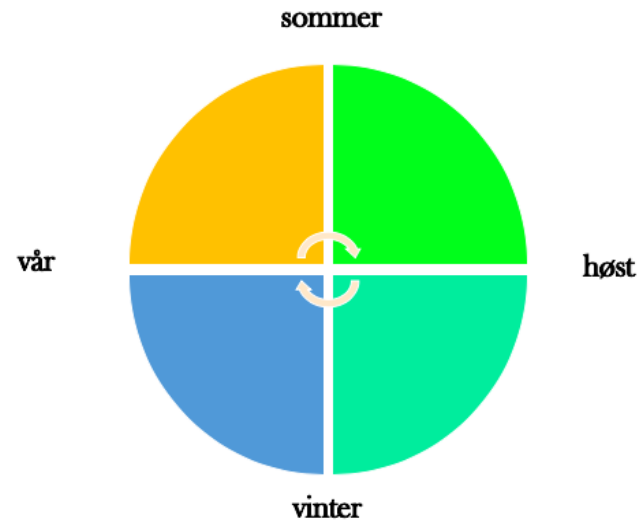
DELTA
SAMARBEID

Quadruple-Helix tilnærming



Quadruple Helix-approach, Leydesdorff (2012)

Mjøsa skaper Tverrfaglighet med BA Reiselivsstudentene



Schulz, M., Kristiansen, H., Rugass, T., Rindalsholt E., Olsen K., Ødelund L., (2018). *Modeller for Utvikling av Helårsturisme gjennom Invitasjon og Felles Engasjement*. Høgskolen Innlandet

Mjøsa som case i emnet «Destinasjonsledelse»



Gruppe: Arrangement

Nytt produkt

- ✦ Finnes allerede mange muligheter for kano/kajakk
- ✦ Samarbeid mellom eksterne aktører
- ✦ En app med QR-kode
- ✦ Sykling, padling, klatring, gåturer, SUP
- ✦ Finansieres av kommunene/fylkeskommune og lokale aktører



Gruppe: Mjøsaaktiviteter sommer

Mjøs-billetten

- Hvorfor pakkeløsning? Fordeler
- DMOs rolle i pakking
- Målgruppe – familier, kulturinteresserte, aktive, K/K
- Idegrunnlag – Bodensjøen. Mjøsas versjon
- Nytt produkt i eksisterende marked – Produktutvikling
- Layout og positive innvirkninger



Ansoff's vekstmatrise – vekststrategier

Gruppe: Kulturbaserte Mjøsopplevelser

Skøyting på Mjøsa

- Inspirasjon fra Nederland
- Utvikle et lignende produkt på Mjøsa
- Skøytebane fra Lillehammer til Hamar
- To segmenter
 - Aktive/sportsentusiaster
 - Barnefamilier



<https://www.pandotrip.com/paterswoldse-meer-the-best-skating-rink-in-the-netherlands-17076/>

Gruppe: Mjøsaaktiviteter vinter

Hva er og kan bli Vårt Mjøsa?

Bygge ned 'oss' og 'dem' og skape 'Vårt Mjøsa';
Vi drømmer om at andre skal få oppleve det vi får;
Et indre bilde av Mjøsa guider oss.

**Våre
Mjøsaktiviteter**

**MJØS-
BILLETTEN**

(Bysykkel-
prinsippet)

**Vår
Mjøsnatur**

**SOFT-
ADVENTURE**

(Den sakte
reisen)

**Våre Mjøs inn-
og utsikter**

**ROUTES TO
THE ROOTS**

(Lake of lights)

**Vår
Mjøskulturarv**

**AUTENTISK
OG
HELHETLIG
OPPLEVELSE**

(Lokal stolthet)

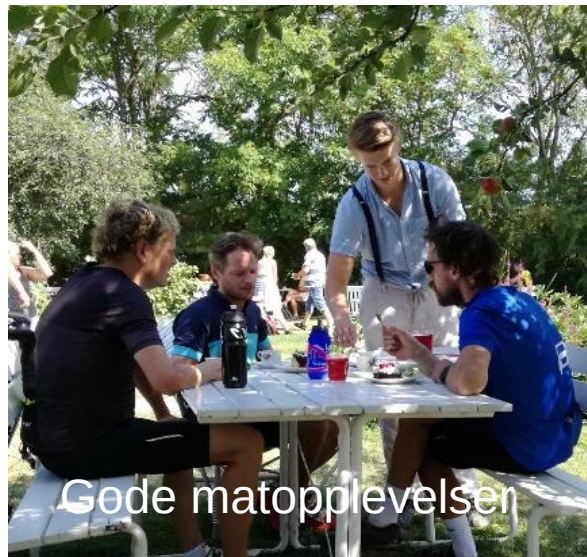
Opplevelser du vil huske fra Mjøsområdet?

(gir økte verdier, øker attraktiviteten)

Se andre landskap



Gode matopplevelsen



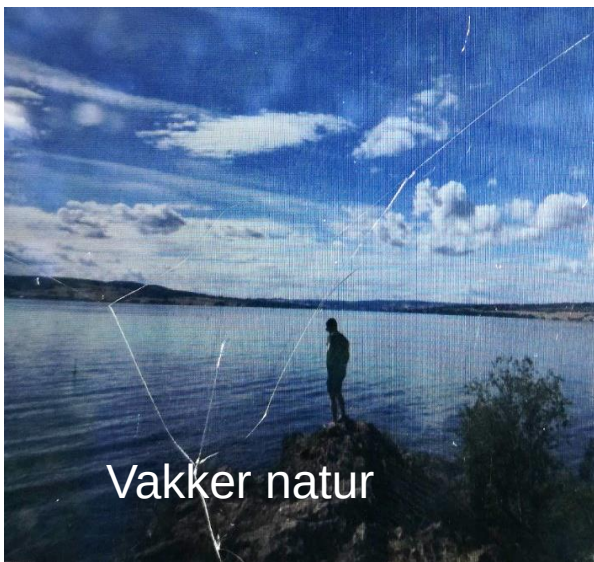
Stillhet og ro



Tur med Skibladner



Vakker natur



Historiefortelling



Utsikt gir innsikt



Være aktiv



Hva er du bekymret for i årene som kommer?

(gir verdiforringelse, reduserer attraktiviteten)

For mye søppel



Ikke
bevare
bysentrum



Gjengroing av
kulturlandskap



Mye biltrafikk,
trafikkstøy



Klima – tørre somre.



Vannforurensning



Behov for fornying



Det unike ved «Reisemål Mjøsa»:

The soft (slow) adventures at the lake of lights (four seasons)?



Kunnskap gir resultater

Prosjekt: Opplevelser i nord

- Tre viktigste suksesskriteriene var langsiktighet, penger og samarbeid
- Varighet på 8 år (2009-2017)
- Budsjett på 93 mill. kr.
- Essensiell faktor for veksten i nord-norsk reiseliv
- Resultatene viser at forskningsbasert kunnskap er en sentral innsatsfaktor for økt innovasjon, verdiskaping og konkurranseevne for reiselivsbedrifter



TURISME: SKAL FORSKJE PÅ HVA SOM TREKKER TURISTER TIL MJØSREGIONEN



VEKSTPOTENSIAL: Reiselivssjefen Marenne Scholtz i Hamarregionen. Reiselivssjefen Marenne Scholtz i Hamarregionen. Reiselivssjefen Marenne Scholtz i Hamarregionen.

Vil trekke framtidens turister til Innlandet

Et treårig prosjekt er satt i gang for å avsløre hva som lok-

- Vi vil se Mjøsregionen gjennom turistenes briller



Forskerne ønsker å se Mjøsregionen gjennom turistenes briller. Foto: Statistisk sentralbyrå

Hva ønsker dere å oppleve når dere besøker Innlandet? Forsker sving med å intervjuer turister på Skibladner, Maihaugen og andre attraksjoner.

NYHETER SPORT KULTUR



LEDER: Leve Mjøsa! I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet.

Leve Mjøsa!

I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet. Dette er spennende lesning for oss som er opptatt av at det store vannspeilet mange av oss ser daglig, skal brukes mer. Det er selvsagt Mjøsa vi snakker om.



LEDER: Leve Mjøsa! I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet.

NYHETER SPORT KULTUR



LEDER: Leve Mjøsa! I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet.

Leve Mjøsa!

I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet. Dette er spennende lesning for oss som er opptatt av at det store vannspeilet mange av oss ser daglig, skal brukes mer. Det er selvsagt Mjøsa vi snakker om.



LEDER: Leve Mjøsa! I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet.

NYHETER SPORT KULTUR



LEDER: Leve Mjøsa! I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet.

Leve Mjøsa!

I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet. Dette er spennende lesning for oss som er opptatt av at det store vannspeilet mange av oss ser daglig, skal brukes mer. Det er selvsagt Mjøsa vi snakker om.



LEDER: Leve Mjøsa! I dagens avis trykker vi en kronikk fra senter for Reiselivsforskning ved Høgskolen i Innlandet.

Spørsmål & veien videre

- Hva nå, hvem ønsker å bidra videre?
- Er det uutnyttede muligheter for helårsturisme ved Mjøsa, i fellesskap mellom turisme og landbruk, kultur og FoU/utdanning? Og kan brukerne/målgruppene trekkes enda mer med i utviklingsprosessene videre?

