

RISS

Utvikling av kulturbaserte
opplevelser for reiselivet

Anita Vik Buckley
Nordveggen



RISS BYGGER PÅ:

- Finne det lokale og det nære, det lokalbefolkningen verdsetter
- Forstå steder og opplevelser
- Utfra innsikt, **utvikle strategiske konsepter**
- Trekke ut konkrete opplevelser, møtesteder, produkter og fortellinger der dette kan **oppleves**, og som **bidrar til vekst og verdiskaping**
- **Ta vare på, formidle og videreutvikle lokalsamfunnenes egenart**
- Utvikling av reiselivet skal bidra til å gjøre stedet/området til et attraktivt sted å besøke, **men samtidig også bidra til å tilføre kvaliteter til de som har lokalsamfunnet som sitt hjem.**

Prosjektorganisering

Prosjekteier: Romsdal Reiseliv SA

Styringsgruppe

To prosessveiledere (reiseliv og tjenstedesign)

Fokusgruppe

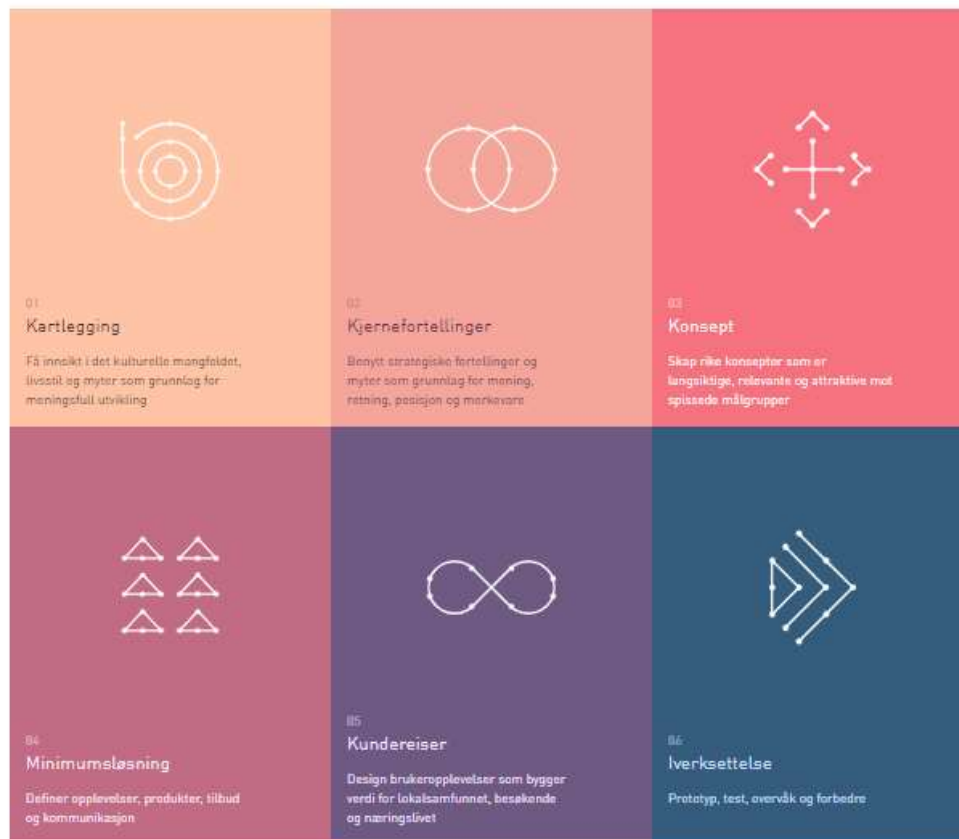


Anita Buckley
Nordveggen



Anna Amundsen
AN:NA Design

RISS prosessen



TIDSLINJE

Oppstart ▶ Innsiktsfase ▶ Konseptutvikling basert på innsikt - historiefortelling ▶ Videreutvikling ▶ Minimumsløsning

Forankring

7.april 2022

Oppstartworkshop
med aktører

11.-13. juli 2022

3. dager observasjon
og intervju i Rauma

30. november 2022

Nettverkstreff AAK

9. mars 2023

Workshop 4
Design opplevelsen

6.oktober 2022

Workshop 2
Lensmangarden

9. februar 2023

Workshop 3
Utforsk mer!

april til juli 2022

Intervju av ulike aktører
ansikt til ansikt

▮▮ bruke lokalmat, spise
ute, lage mat ute

▮▮ Det lille ekstra.
Hvis man får et glass
vin når man går rundt,
det er med på å øke
opplevelsen

Spørre-
undersøkelse

1

UTFORSKNING

Hvilke kulturelle råvarer finnes?

Hva er behovet til målgruppene?

Workshop med aktører 7.april



INTERVJUER

Kommersialisere uten å ødelegge identiteten, det ekte

bruke lokalmat, spise ute, lage mat ute.

Alle burde registrere seg på Tripadvisor

Eckersberg – malerier herfra. Opplevelsestur basert på maleriene.

Rauma er den kommunen i midt norge som har flest vikinggraver

Kombinerer kultur med næring. Lokalmat. Eلسykkel. Minibuss. Arkitektur.

Det lille ekstra. Hvis man får et glass vin når man går rundt, det er med på å øke opplevelsen.

Robåter, dra ut og fiske. Liv i sentrum er kjempeviktig tror jeg.

Martna har sikkert røtter fra tidlig handel. Devold og Devolmartan

Det nye hotellet bør hete Hotell Arne Randers Heen. Ide: Vannsklie fra toppen fra hotellet og ut i sjøen. Hotellet bør bli "museet" til Arne Randers.

"Et godt sted å bo er et godt sted å besøke som de sier."

3 dager i Åndalsnes



Foto: Åndalsens Avis

Observere
og teste

HVILKE
Kultur-
OPPLEVELSER
ER
UNIKE
FOR
ROMSDAL?



2

INNSIKT

Oppsummering av behov

3

KJERNE- FORTELLINGER OM ROMSDAL

Basert på tidligere innsikt, intervjuer, observasjoner og workshops.

Vi fant 4 tydelige
hovedfortellinger
om Romsdalen

**Handel
&
ferdselsåre**

Tindehistorien

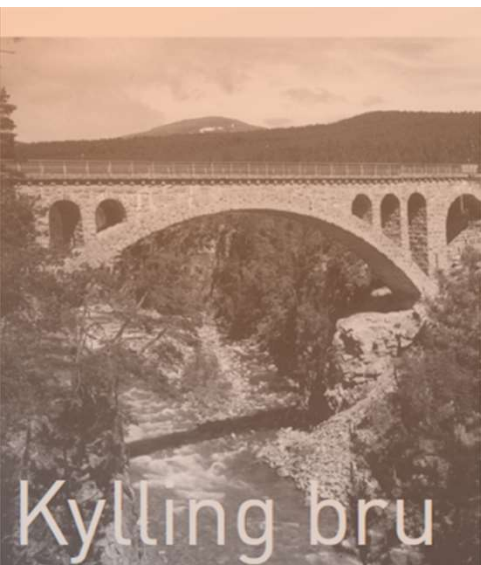
Konfeksjon
og rikholdig næring
og gründerliv

Folkekultur

Bærekraftig, det motsatte
av masseturisme

Handel & ferdselsåre





Kylling bru



Krigen og gulltransporten



Foto Sverre Hjørnevik-visitnorthwest.no

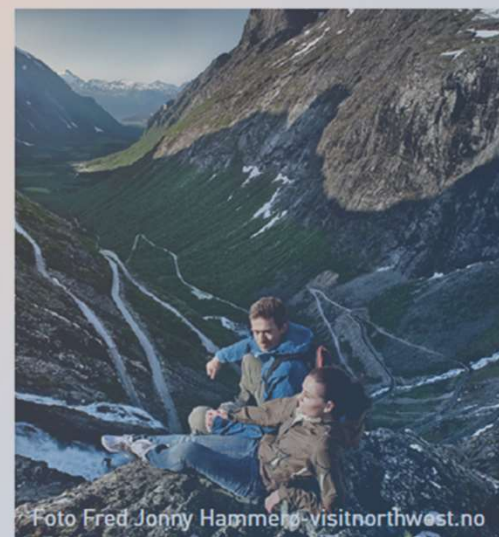
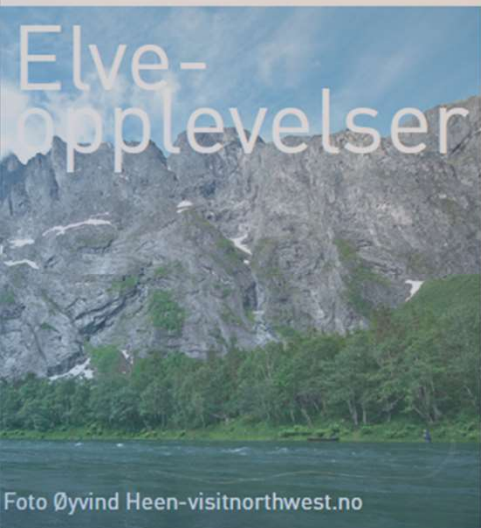


Foto Fred Jonny Hamme - visitnorthwest.no

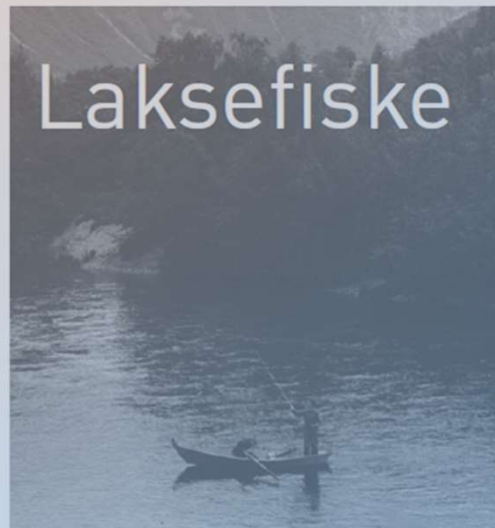


Elveopplevelser

Foto Øyvind Heen-visitnorthwest.no



Skyssstasjoner



Laksefiske



Kurs i lefsebaking.
Historifortelling
Smaksanser og lukt
av nybakte lefser

Mat og kultur langs veien



Folkekultur





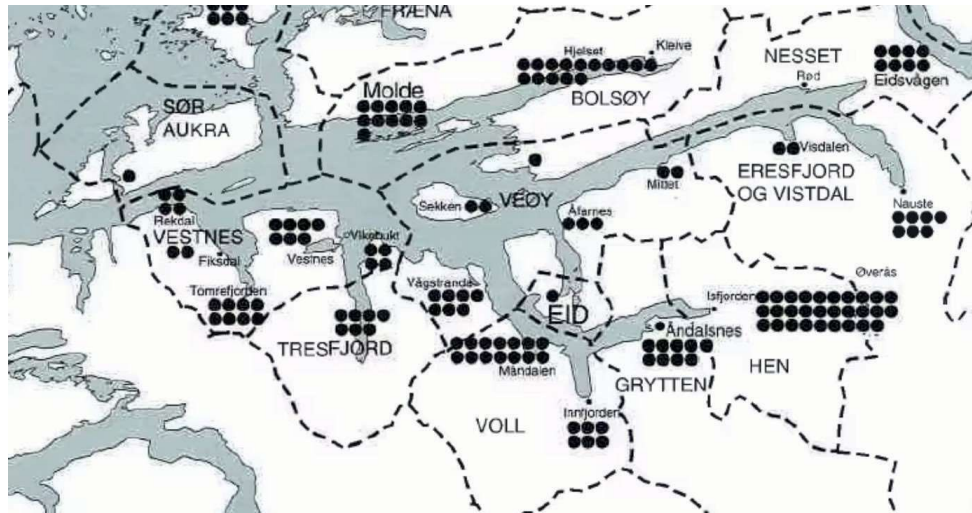
Konfeksjon & rikholdig næring og gründerliv





Et lite stabbur på en gård i Måndalen i 1948:
En kar med stort pågangsmot og kreativt hode. Med tre-emner mellom hendene bygger han opp sin egen lille trevarefabrikk.

Konfeksjon & rikholdig næring og gründerliv



INNSIKTSKORT



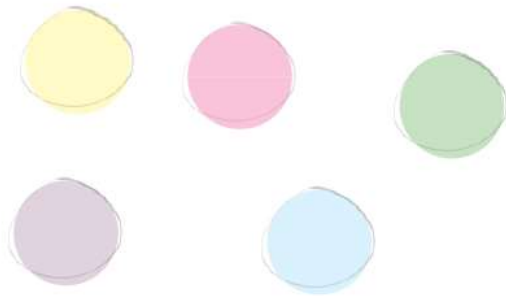
Det er laget 51 kort fra innsiktsfasen som kan brukes i videre arbeid. De består av historier fra de fire kjernefortellingene, og behov, ønsker og andre funn fra innsiktsarbeidet.



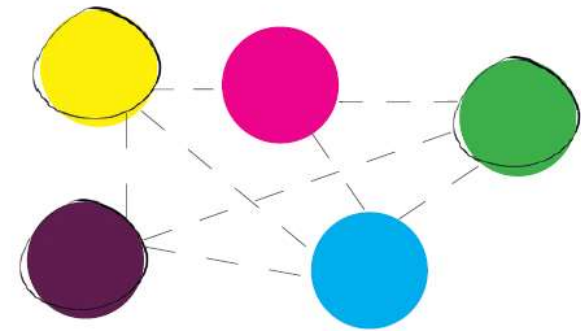
IDEER OG KONSEPTER

Basert på innsikt

Aktører -hver for seg



Aktører, får vi til mer sammen?



I workshop for å utvikle konsepter fokuserte vi på hva vi kan få til sammen.

Noen av forslagene til konsepter var:

1. Like a lord/lady
2. Sykkelturisme
3. fra "Folkekultur": Fra Ull til gull
4. fra "Tindehistorier": Seterdrift under Bispen

Hvordan bygge opp en god, autentisk opplevelse?

Husk innsikt fra tidligere samlinger

FØR opplevelsen starter

Hvem er de besøkende (målgruppe)?
Hvilke behov, drømmer, forventninger,
personlighet har de?

Kanskje dere må designe en
opplevelse for hver målgruppe?

UNDER selve opplevelsen

Høydepunktet for opplevelsen

Velkommen!

Er dette verdt å betale for?

ETTER opplevelsen er over

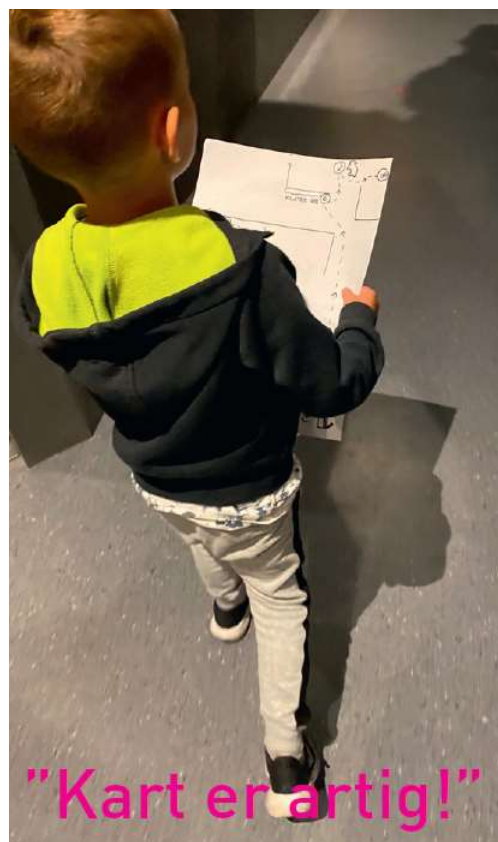
Hva skal de sitte igjen med?
Tenk følelser, sanselighet, alt som
skaper gode, minnerike opplevelser
Hva skal de fortelle om til andre?

Hva legger de ut på sosiale medier?

"Det lille ekstra?"

Er det andre opplevelser
i nærheten som kan bygge
videre på denne gode
opplevelsen?

KONSEPT TINDEHISTORIER



Barneløype på Norsk
Tindesenter

KONSEPT KONFEKSJON OG
RIKHOLDING NÆRING OG
GRÜNEDERLIV

Rauma sustainable tour

- Besøk hos industribedrift i Rauma
- Film om næringslivshistorien
- Lære om hvordan bedriften jobber med bærekraft
- Besøk hos arbeids – og inkluderingsbedriften “Bære”
→ lager produkter fra overskuddsmateriell fra industrien

KONSEPT TINDEHISTORIER

Sauna ved Romsdalsfjorden

Høydepunkt som tillegg til eksisterende og nye tindeopplevelser



KONSEPT FOLKEKULTUR

HORGHEIM VIKING TUR

Guida tur som tar deg tilbake til vikingtiden.

KONSEPT FERDSELSÅRE

ELVEVANDRING VED RAUMA ELV

Opplev kulturhistorie i
kombinasjon med storslått
natur





Trolltur i Åndalsnes sentrum

- Trolljakt i Åndalsnes sentrum ved bruk av AR teknologi
- Kombinert med den spennende historien til Åndalsnes sentrum.

TAKK

anita@nordveggen.no



**Bærekraftig
Reisemål**