

ARBEIDSUTKAST TIL STYRINGSGRUPPEN pr 5.12.2017

RAPPORT

MULIGHETSSTUDIE FOR STALHEIM

PORTALEN TIL VERDENSARV-
OMRÅDET I NÆRØYFJORDEN



INNHOOLD

1) Bakgrunn og rammer	5
1.1 Bakgrunn	5
1.2 Organisering	5
1.3 Metode	5
1.4 Gjennomføring og hovedaktiviteter	5
1.5 Avgrensning og presisering.....	6
1.6 Bærekraft som premiss	7
2) Den store fortellingen om Stalheim – portalen til Nærøyfjorden	8
2.1 En kort versjon av historien.....	9
2.2 En utfyllende versjon av historien	9
3) Nåsituasjon	14
3.1 Ressursgrunnlag.....	15
3.2 Premissgivere og samarbeidspartnere	19
3.3 Dagens gjester	21
3.4 Besøksutvikling i regionen	24
3.5 Andre forhold	24
3.6 Stalheim og ulike reiseformer.....	26
3.7 Analyse av nåsituasjon	30
4) Mulighetsvurdering	32
4.1 Omverden – trender og endringer	33
4.2 Rammer, begrensninger og muligheter	35
4.3 Mulighetsrom	36
4.4 Særskilte fortrinn og utfordringer.....	37
4.5 Kombinerer 3 versjoner Fjordturisme.....	39
5) Anbefalinger	40
5.1 Visjon og ambisjon	41
5.2 Strategiske grep.....	42
6) Formidling av verdensarven på Stalheim	46
6.1 Formålet med formidlingskonseptet	47
6.2 Basisutstillingen om verdensarven	47
6.3 Løsningsforslag fra Expology	49
7) Veien videre	58
7.1 Konkretiser formidlingskonseptet	59
7.2 Utred mulighetene for etablering av en HUB	59
7.3 Start dialogen med Voss og Hardanger museum om mulig samarbeid	60
7.4 Etabler en Portal-pilot for verdensarvformidling på Stalheim	60



KAPITTEL 1

BAKGRUNN OG RAMMER

1.1 Bakgrunn

Voss kommune er en reiselivskommune med et mangfold av tilbud, både sommer og vinter. Visjonen til kommunen er; *Voss - bygd for sterke opplevingar.*

Øst i kommunen, på grensen til Aurland kommune i Sogn og Fjordane, ligger Stalheim som en innfallsport til verdsarvområdet i Nærøyfjorden. Voss kommune ønsker å videreutvikle reiselivet på Stalheim med utgangspunkt i natur- og kulturkvalitetene som finnes i området.

Våren 2017 tok Voss kommune initiativ til en *Mulighetsstudie for Stalheim – portalen til verdensarvområdet i Nærøyfjorden.* Kommunen er oppdragsgiver for prosjektet og har samarbeidet med Hordaland fylkeskommune og Fylkesmannen i Hordaland for å få gjennomført mulighetsstudien.

Formålet med mulighetsstudien er å *kartlegge og vurdere potensialet for en bærekraftig reiselivsutvikling* av natur- og kulturkvalitetene i Stalheimsområdet. Oppdragsgiver ønsker videre en analyse av potensialet for utvikling av Stalheim som en portal til verdensarvområdet i Nærøyfjorden.

Voss kommune har engasjert Mimir as til å gjennomføre mulighetsstudien for Stalheim.

1.2 Organisering

PLP-metodikken har blitt benyttet i gjennomføringen av prosjektet.

Mimirs team i prosjektet har vært Bård Jervan og Ingrid Solberg Sætre. Ann-Jorid Pedersen har skrevet "Den store fortellingen om Stalheim" og Janne Auby har laget lay-out til sluttrapporten. Prosjektleder for Mimir har vært Ingrid Solberg Sætre. Expology as har vært underleverandør til

Mimir i dette prosjektet. Kari Gjetrang og Sandra Hatlo Nedrelid i Expology har utarbeidet et forslag til formidlingskonsept av verdensarven på Stalheim som en del av totalleveransen.

Prosjektansvarlig (PA) har vært Voss kommune ved ordfører Hans Erik Ringkjøp og oppdragsgivers prosjektleder (PL) har vært Plan og miljøvernssjef Gunnar Berge i Voss kommune.

Det er viktig at denne type prosjekter er forankret hos relevante aktører. Voss kommune etablerte derfor en styringsgruppe for prosjektet bestående av følgende organisasjoner og personer:

Styringsgruppens medlemmer (SG): Hans Erik Ringkjøp/Voss kommune (SG-leder), Ingrid Tønneberg/Stalheim Hotell og Trygve Dugstad/Stalheim Hotell, Mona Haugland Hellesnes/Visit Voss og Randi Bårtvedt/Hardanger og Voss museum.

Konsultative medlemmer: Erling Opheim/Nærøyfjorden Verdsarvpark, David J Aasen Sandved/Hordaland Fylkeskommune og Kjell Kvingedal/Fylkesmannen i Hordaland.

1.3 Metode

Mulighetsstudien er gjennomført med utgangspunkt i **følgende metodikk:**

- Mulighetsstudien bygger på innsikten som innhentes om eksisterende ressursgrunnlag, aktørene som utgjør attraksjonen/området i dag og dagens besøkende/brukere, samt kunnskap om trender og utviklingstrekk i reiselivet.
- Mulighetsstudien brukes som et verktøy for å utvikle attraktive tilbud for definerte besøkende/grupper/nisjer, og å levere på kundeforventninger generelt.
- Mulighetsstudien skal være et verktøy som

peker på utviklingspotensialet fremover. Samtidig oppsummerer den de smertepunktene (irritasjonsmomenter) som er avdekket gjennom nåsituasjonsanalysen, og som må løses.

1.4 Gjennomføring og hovedaktiviteter

Arbeidet med mulighetsstudien har blitt utført som **fem hovedaktiviteter:**

HA 1: Analyse av nåsituasjonen

HA 2: Overordnet vurdering

HA 3: Mulighetsrommet og anbefalinger

HA 4: Verdensarvområdet og konsepter for formidling

HA 5: Møter og rapportering

Mulighetsstudien ble gjennomført i perioden **mai – desember 2017** med følgende milepæler:

Oppstart	25. mai
SG-møte nr. 1 inkl. felles befarings på Stalheim	6. juni
Befaring og individuelle møter i regionen v/Team Mimir	august - september
SG-møte nr. 2 på Stalheim inkl. arbeidsøkt med Expology	7. september
SG-møte nr. 3 på Voss for å presentere analyser og anbefaling	14. november
Sluttrapport leveres	20. desember

Som oversikten viser har det i løpet av prosessen vært gjennomført tre formelle SG-møter, samt to befarings med individuelle møter med relevante aktører for å få nærmere kunnskap om deres virksomhet og planer, samt deres tanker om fremtidig utvikling og samarbeid knyttet til Stalheimsområdet.

Prosjektet er **gjennomført som planlagt** med to

mindre justeringer besluttet av styringsgruppen;

- For å løse hovedaktivitet HA4 «Verdensarvområdet og konsepter for formidling» ble den foreslåtte workshopen med utvidet/bred deltakelse erstattet av en intern arbeidsøkt i styringsgruppen.
- For å sikre en god prosess med tilbakemeldingsrunder på utkast til sluttrapport, ble dato for sluttleveranse endret fra 1. til 20. desember.

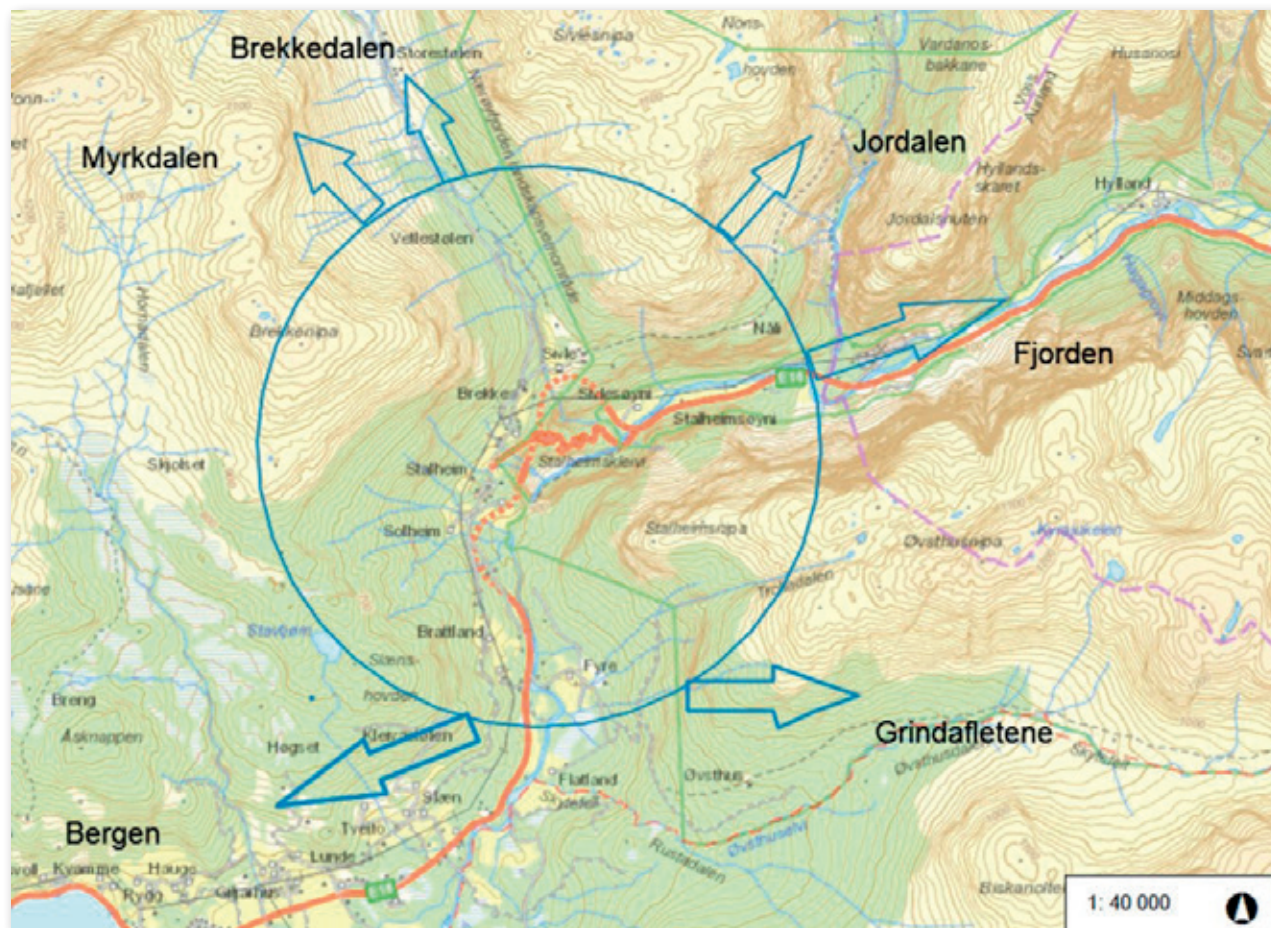
1.5 Avgrensning og presisering

Oppdragsgiver ønsker en analyse av potensialet for tilrettelegging og reiselivsutvikling i «portalområdet», men mulighetsstudien skal også se Stalheimsområdet i forhold til sentrale samarbeidspartnere i et større opplevelsesområde.

Følgende avgrensninger ble konkretisert på det første styringsgruppemøtet og er benyttet i kartleggings- og analysearbeidet.

Avgrensning geografisk område

Stalheimsområdet er et relativt begrenset område bestående av Stalheim med xxx antall eiendommer i tillegg til Stalheim Hotel sine eiendommer. Området har et totalt areal på ca. xxx kvm.



Avgrensning aktører og samarbeid:

- Alle sentrale aktører er invitert inn i Styringsgruppen hvor de enten er SG-medlemmer eller konsultative medlemmer.
- Mulighetsstudien inkluderer ikke mobilisering og/eller bred involvering utover aktører i styringsgruppen.
- Mulighetsstudien skal se Stalheimsområdet i forhold til Bergen, Voss, Myrkdalen Fjellandsby og ikke minst fjorden (Flåm og Aurland) og vurdere hvilke samarbeidsformer som kan utvikles mellom ulike aktører.

Utover organisasjonene som er representanter i styringsgruppen har Mimir hatt samtaler/møter med Myrkdalen Fjellandsby, en tilbyder av padleaktiviteter i Nærøyfjorden og De Historiske Hotell og Spisesteder. Utover felles befaringer for styringsgruppen og prosjektledelsen på Stalheim har Team Mimir vært på egne befaringer i opplevelsesområdet og besøkt bl.a. Jordalen, Nærøydalen, Nærøyfjorden, Aurlandsfjorden, Gudvangen, Aurlandsvangen, Flåm, samt Voss og Myrkdalen.

1.6 Bærekraft som premiss

I Mimirs tilnærming er tre hovedprinsipper lagt til grunn:

1. Markedsorientering

Tenke helhetlig og målrettet i forhold til kundens preferanser (Reason to Go)

2. Opplevelsesøkonomi

Opplevelsesøkonomi er betegnelsen på en virkelighet der opplevelser danner grunnlag for verdiskaping og innovasjon, fordi opplevelser er blitt noe folk flest er villig til å bruke tid og penger på.

3. Bærekraft

Bærekraft handler om å sikre en god balanse mellom økonomi, miljø, kultur og de sosial aspektene på det stedet der mennesker lever og driver kommersiell virksomhet, se eget avsnitt om Bærekraft under

En premiss for alle vurderinger i denne mulighetsstudien er at de skal ivareta målet om et mer bærekraftig reiseliv, slik det er nedfelt i de tre temaene og ti prinsippene til høyre. I praksis vil det ofte være umulig å finne løsninger som gagnar både natur, kultur, miljø, lokalsamfunn og økonomi. Det å jobbe med bærekraft blir imidlertid et verdigrunnlag som en må bruke for å balansere ulike interesser når det kommer til videre reiselivsutvikling av Stalheimsområdet.

Figur 1: Tre tema og ti prinsipper for et mer bærekraftig reiseliv.
Kilde: Innovasjon Norge.

Bevaring av natur, kultur og miljø

- 1. Kulturell rikdom**
Å respektere, videreutvikle og fremme lokalsamfunnets historiske kulturarv, autentiske kultur, tradisjoner og særpreg.
- 2. Landskapets fysiske og visuelle integritet**
Å bevare og videreutvikle landskapskvaliteter, både for by og bygd, slik at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes.
- 3. Biologisk mangfold**
Å støtte bevaringen av naturområder, dyreliv og habitater, og minimere ødeleggelser av disse.
- 4. Rent miljø og ressurseffektivitet**
Å å minimere reiselivsbedrifters og turistenes forurensing av luft, vann og land (inkludert støy), samt og minimere genereringen av deres avfall og forbruk av knappe og ikke-fornybare ressurser.

Styrking av sosiale verdier

- 5. Lokal livskvalitet og sosiale verdier**
Å bevare og styrke livskvaliteten i lokalsamfunnet, inkludert sosiale strukturer, tilgang til ressurser, fasiliteter og fellesgoder for alle, samt unngå enhver form for sosial degradering og utnyttning.
- 6. Lokal kontroll og engasjement**
Å å engasjere og gi kraft til lokalsamfunnet og lokale interessenter mht. planlegging, beslutningstaking og utvikling av lokalt reiseliv.
- 7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte**
Å styrke kvaliteten på reiselivsjobber (direkte og indirekte), inkludert lønnsnivå og arbeidsforhold uten diskriminering ut fra kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.
- 8. Gjestetilfredshet og trygghet; opplevelseskvalitet**
Å sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle turister uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.

Økonomiske levedyktighet

- 9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping**
Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsdestinasjoner i et langsiktig perspektiv, gjennom å maksimere reiselivets verdiskaping i lokalsamfunnet, inkludert hva turistene legger igjen av verdier lokalt.
- 10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter**
Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsbedrifter i et langsiktig perspektiv.



KAPITTEL 2

DEN STORE FORTELLINGEN OM STALHEIM

I opplevelsesdesign er bruk av «kjernefortellinger» en velegnet og mye brukt fremgangsmåte. Vi utarbeidet derfor en slik fortelling som ble forankret og vedtatt i SG som et felles ståsted.

Fortellingen om Stalheim og Nærøyfjorden har mange fasetter og perspektiver, og er like sammensatt og kompleks som stedet og menneskene den handler om. Det er likevel mulig å finne noen hovedlinjer i fortellingen som gjør den enklere å formidle og lettere å forstå for folk utenfra. *Å bli enige om en felles struktur for fortellingene om stedet Stalheim – portalen til verdensarvområdet i Nærøyfjorden, kan dessuten være nyttig når stedets aktører snakker med hverandre om stedets identitet og kvaliteter.* Dette er ikke et kommunikasjonskonsept for ekstern bruk, men et internt verktøy for å bli enige om et felles ståsted.

2.1 En kort versjon av historien

Nærøyfjorden, det spektakulære og unike fjordlandskapet i Vest-Norge, er en gammel fortelling i stadig endring. Landskapet formes ennå av en geologisk kvern som maler langsomt og konstant, mens menneskene som bor her fortsetter å sette sitt preg på kultur og natur. *Dette stedet er først og sist landskapet.* På samme tid er stedet de menneskene som har bosatt seg her; de som kom og de som reiste. Drivkraften deres har vært å leve av og med naturen, håpet om et bedre liv, ønsket om å utforske verden og ikke minst behovet for å kommunisere og handle med folk som rådde over andre ressurser og kunnskaper enn de selv gjorde. Nærøyfjordens historie springer også ut fra en ambisiøs stat som ville gjøre Norge til et rikere og mer moderne samfunn, en utvikling som ble drevet fram av en sterk kongemakt, av stor ingeniørkunst og ikke minst av en voldsom fysisk arbeidsinnsats.

Til alle tider har mennesker ønsket å temme eller sette sitt preg på landskapet rundt seg. Rundt Nærøyfjorden, *og ikke minst ved Stalheim*, har dette foregått gjennom anleggelse av veier, bygg og andre konstruksjoner i nyere tid, men også i form av næringsvirksomhet og kulturtradisjoner som gjennom lang tid har skapt den lokale vegetasjonen og kulturlandskapet vi ser i dag. Det mektige fjordlandskapet, med Stalheim som en bauta midt i naturrikdommene, minner oss dessuten på at mange av våre største kunstnere har funnet styrke og inspirasjon i det norske fjordlandskapet. Det var den ville og nesten skremmende skjønnheten i de forrevne fjellrekkene og de dype dalene, kombinert med det bølgende myke kulturlandskapet som gjorde inntrykk. Snart ble estetikken i fjordlandskapet formidlet i kunstneriske formater som også hjalp samfunnsbyggerne med å løfte den unge nasjonen Norge til nye høyder.

Fortsatt gleder vi oss over skjønnheten i landskapet og i kunsten. Fortsatt leser vi historien om Stalheim og Nærøyfjorden i den frodige og mangfoldige naturen og kulturlandskapet som har trukket besøkende hit fra store deler av verden i flere hundre år. Dette rike landskapet med alle sine små og store fortellinger, har nå blitt sett og anerkjent også av den store verden der ute. Unesco har sagt at verdiene i denne naturarven og landskapet skal passes godt på for all framtid.

2.2 En utfyllende versjon av historien

En mer utfyllende versjon av historien beskrives ved hjelp av seks ulike fortellinger som hver for seg er ressurser og grunnlag for opplevelsesutvikling.

2.2.1 En natur å leve av, et landskap å mestre

Og først var landskapet.

Nærøyfjordens mangfoldige natur stiger fram og

folder seg ut mellom fjordene i vest og de mektige fjellplatåene i øst. Siden steinalderen har det bodd mennesker her, og de har visst å tilpasse seg landskapets spillerom. Da de en gang i tiden ble bofaste bønder, måtte de første store skogene vike for åkre, slåtteteiger, beiteområder, gårdsbruk, støler og husmannsplasser. På de frodige strandflatene rundt fjordene og i dalbunnene vokste det fram små samfunn som senere ble til grender og bygder som fortsatt er livskraftige i dag. Men selv om menneskene her har flokket seg sammen på steder der landskapet gjør det litt lettere å leve, er det ressursene i den rike utmarka som har sikret levebrødet for folk og fe. Vedhogst og sankning av vinterfôr, jakt og jernutvinning har gitt folk mat på bordet og trygghet i trange tider. Samtidig bød mangfoldet i landskapet på gode overlevelsesmuligheter, ja tidvis sågar en smak av overflod. Store isbreer bandt uendelige mengder med vann, mektige fjellrekker beskyttet mot inntrengere, åpne våtmarker ga et rikt fugleliv, og dype furuskoger bød på matauk og tømmer til bygging av hus og skip.

Fortsatt lever folk av og med naturrikdommene i dette området. Og fortsatt bestreber man seg på å finne den gode balansen mellom temming, høsting og bevaring av natur og landskap.

2.2.2 Fjellet som skulle temmes for å gjøre kongen tilfreds. Veien fra trygg isolasjon til god kommunikasjon.

Gjennom de første årtusenene med bosetting levde menneskene i dette området trygt skjermet fra resten av verden. Skulle man reise mellom Østlandet og Vestlandet var det opplagte valget sjøveien rundt kysten til Bergen og videre inn Sognefjorden. Herfra gjaldt det å ta seg videre innover i landet til fots eller med hest, som best man klarte. Enkelte modige sjeler valgte å vandre eller ri over fjellet i

øst, men det var bratt og farefullt, og framkommelig bare noen få måneder av året. Mange foretrakk å holde seg i nærområdene og klare seg selv. Men flere ble også tidlig gode båtbyggere og hadde blikket vendt utover. Etter hvert som moderniseringen av samfunnet gikk sin gang, gjorde den krevende tilgjengeligheten det vanskeligere for områdene rundt Nærøyfjorden å henge med i utviklingen. Behovet for en bedre fremkommelighet vokste seg større og ble etter hvert stadig viktigere. Men det var først da kongen i København kjente på det samme behovet, at det virkelig skjedde noe.

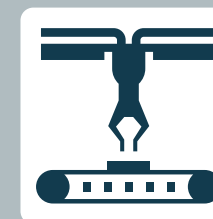
Da reformasjonen kom til Norge i 1537, ble landet vårt helt underlagt dansk styre. Med tiden bygde den dansk-norske statsmakt seg sterkere, og etterhvert ble statsadministrasjonens oppgaver viktigere. Men kong Christian den 4 drev aktiv krigføring over lang tid, og snart var statsinntektene lavere enn ambisjonene. Kongen i København så tidlig mot Norge med ønske om å kontrollere og utvinne landets ressurser. Som et ledd i en større politisk plan, besluttet han å opprette et offentlig postverk med ruter som skulle slynge seg gjennom hele Norges langstrakte land og ville landskap. Bygging av postveier nordover, ofte kalt kongeveier, skulle hjelpe makt-haverne i København med å gjøre Norge til et vel-fungerende lydrike som de kunne tjene penger på. Postveiene skulle ikke bare rydde vei for budbringere, handelsmenn, embetsmenn og bergsprengere. De skulle også erstatte bøndernes skyssplikt med en ny skatt som kunne sluses rett i den danske statskassa. For å lykkes med en slik plan, måtte et effektivt postvesen etableres. Lenge før kongens postvesen begynte å fungere godt, ble den kongelige postveien mellom øst og vest påbegynt med stor optimisme. Landskapet viste seg imidlertid å være svært gjenstridig. På flere strekninger måtte det

hugges trinn i fjellet eller monteres stiger, og turen mellom de to byene ble sjelden tilbakelagt på under 6 døgn. Den første traseen gikk fra Bergen, via Voss og videre ned Stalheimskleiva til Nærøydalen og Gudvangen. Herfra gikk turen med båt ut Nærøyfjorden og videre inn til Lærdalsøyri, opp dalen til Filefjell, over fjellovergangen til Tyinkrysset og ned igjen til Vang og Fagernes i Valdres. Herfra fulgte veien dalførene videre nedover til Christiania. Med etablering av en postvei mellom øst og vest, fikk man trygget den viktige kommandolinjen mellom København i sør og Bergen i nordvest. Ved å temme Stalheimskleiva, kunne kongens strategiske planer iverksettes. Postgangen mellom Bergen og Christiania ble fra 1815 forbedret med to ukentlige forsendelser, og da veien gjennom Hallingdal åpnet i 1843, ble forbindelsen med Christiania redusert til 2,5 døgns reise.

Senere ble postføringen mellom hovedstaden og Bergen håndtert av dampskip, tog og til slutt av fly. Teknologit utviklingen vant, og den Bergenske Kongeveien mistet sin betydning. Men veien ble liggende der som før.

2.2.3 Moderniseringen av Norge gikk gjennom smart ingeniørkunst og hardt kroppsarbeid

Den første virkelige moderniseringen av Norge kom altså på et vis i dette området, med etablering av postvei fra Christiania til Bergen via Stalheim. Dette var den ferdselsåren til lands som for første gang i historien klarte å overvinne det uframkommelige norske fjell- og fjordlandskapet. På denne lange og generelt utfordrende strekningen, var det Stalheimskleiva som var det største og vanskeligste hinderet å forsere. Ingeniørkunsten som ble framvist her på midten av 1800-tallet, vekker begeistring den dag i dag.



Stalheimskleiva ble en av landets første veier bygd etter nye veitekniske krav som kom omkring 1850. Strekingen består av 14 hårnålssvinger opp Stalheimsberget. Den ble bygd i perioden 1842–1849 med omkring 1000 mann i arbeid. For å anlegge veien måtte det sprenges stein og lages hyller i det bratte fjellet, mens veiens ytterkant ble bygd i tørrmur. Stalheimskleiva var med sin maksimale stigning på 1:5, den bratteste riksveien i Norge. I 1937 ble veien tilpasset biltrafikk, og i 1985 ble den asfaltert. På dette tidspunktet var den allerede blitt avløst av en ny riksvei med tunnel.

2.2.4 Kunstnerne, nasjonsbyggenes kilde og de veifarendes arnested

Byggingen av kongeveien åpnet også for etablering av gjestehus for de veifarende. Slik ble postveiene starten på den senere så viktige turismen i Fjord-Norge. En av de aller første gjestgiverstuene i området ble anlagt på tuftene av postgården på toppen av Stalheimsberget for nesten 200 år siden. På slutten av 1800-tallet kom det første hotellet her, og den dag i dag troner det særegne Stalheim Hotel på samme sted.

Både Stalheim og Norge er - og har alltid - vært en del av en større verden der ideer flyter fritt mellom mennesker og kulturer. Menneskets forståelseshorisont har aldri ligget fast, og vil heller aldri gjøre det. Derfor har også smaken og oppfattelsen av skjønnhet endret seg gjennom tidene. På 1700-tallet så vi på de ville og forrevne landskapene som skremmende og heslige, men så forandret vi oss. Den sublim naturen ble løftet fram og satt lys på. Nå ble fjordlandskapet, med Stalheim som selve juvelen i kronen, vist fram som et landskap for de store følelsene. Fjordene hadde en natur som kunne bidra til mentale overskridelser og personlige endringer og samtidig ses som noe uendelig vak-

sert. Kunstnerne, med J.C Dahl i spissen, flokket til Stalheim for å male de skjønne og storslagne motivene, og nasjonsbyggerne grep dem begjærlig. Slik ble Stalheim og fjordlandskapet i vest et viktig bidrag til den intense nasjonsbyggingen på midten av 1800-tallet.

Til Stalheim lokkes fortsatt både alminnelige veifarende og kunstnere fra fjern og nær med løfter om en betagende utsikt over Nærøydalen, dramatisk natur og en helt spesiell stemning. For mange er Stalheimskleiva og Stalheim Hotel selve høydepunktet på den store Vestlandsreisen. Så omtales da dette området også som *Norge i et nøtteskall* og et av Norges aller vakreste fjordlandskap.

2.2.5 Stalheim Hotel, en del av fjord-Norges DNA

I det store bildet er *Stalheim Hotel* med sin rike historie og prektige omgivelser, en viktig bærer av verdensarvkulturen. Stalheim hotell er virkelig en del av fjord-Norges DNA. Det bidrar med et eget perspektiv i Vestlandets stedsfortellinger og en byggestein i vår nasjonale selvforståelse. For 200 år siden var Stalheim ett av våre viktigste nasjonale symboler, og fortsatt har stedet en klang av nasjonalromantisk mystikk og urnorsk identitet for mange.

Det første hotellet på Stalheim ble åpnet i 1885 og hadde 10 år senere plass til vel 150 gjester. Hotellets høye standard kombinert med den fantastiske utsikten til det ville og mektige fjordlandskapet ble snart berømt langt utenfor landets grenser. Da hotellet brant til grunnen og et nytt skulle bygges opp etter krigen, valgte man en funksjonell tilnærming til den arkitektoniske løsningen. Brannsikkerhet sto i høysetet, og det nasjonalromantiske uttrykket som var blitt misbrukt av nazistene, var heller ikke en uproblematisk stil på denne tiden. Et nytt og flott

hotell ble det uansett, bygd i et tidsriktig uttrykk.

Fortsatt strømmer det gjester hit til Stalheim Hotel. De fleste kommer for å oppleve naturen, men mange besøker også Stalheim for å nyte god mat og en eventyrlig atmosfære som løfter dem ut av det vante og hverdagslige. Dagens hotell er det fjerde i rekken av hotell på samme sted. Det har luftige og lyse salonger preget av moderne skandinavisk design og er møblert med utsøkte europeiske antikviteter. Både stemningen og utsikten gjør hotellet til et enestående sted å være. Stalheim Hotel har vært drevet av familien Tønneberg helt siden 1927. Dagens hotelldirektør, Ingrid Tønneberg, legger da også hele sjelen sin i vertskapsrollen og målet om å levere gode natur- og kulturopplevelser.

Det var Ingrids far, Kaare Tønneberg, som etablerte Stalheim museum som fortsatt ligger på hotellets grunn. Dette er en av de fineste private samlingene vi har i Norge. Så tidlig som i 1928 begynte han å samle gjenstander for å kunne bygge opp et tradisjonelt tun slik det så ut før den moderne tida kom til fjord-Norge. Familiens imponerende kulturhistoriske samlinger kan alene gi de besøkende store kulturopplevelser.

I tillegg byr Stalheim Hotel på historier om flere nasjonalromantiske kunstnere som malte berømte bilder herfra. Og like ved kleiva vokste dikteren Per Sivle (1857-1904) opp på Sivleslektas gamle gård. Da han var tre år, hadde han rukket å miste både mor og fem nyfødte brødre. Kanskje er det nettopp derfor Sivle kunne etterlate seg noe av de vakreste

2.2.6 Sett av verden, beskyttet av Unesco

Så, i vår tid, ble Stalheim og Nærøyfjorden virkelig sett også av den store verden der ute. Sommeren 2005 ble Nærøyfjorden innskrevet på Unescos liste



som er skrevet om *det å være mor*. Sivle skrev også flere av de flotteste nasjonale diktene og historiene vi kjenner. Hans mest kjente sitat kan stå som en påminnelse om den natur- og kulturarven våre forfedre har etterlatt seg: «Og det er det stora, og det er det glupa, at Merket kan standa um Mannen maa stupa.» Slik er det også med Stalheim og fjordlandskapet.

Figur 2: En del av fjord-Norges DNA.



over verdens naturarv som en del av verdensarv-området *Vestnorsk fjordlandskap*. Verdiene i fjordlandskapet og den fjordkulturen som har vokst fram som en del av dette landskapet, er blitt definert og nedskrevet. Viljen til å ta vare på dem og løfte dem fram er større enn noensinne og forankret i et verdensomspennende fellesskap.

Det lover godt for framtida.

For størst av alt er landskapet.



A scenic landscape featuring a calm lake in the middle ground. In the background, there are green hills with some buildings. A wooden bridge or walkway crosses the lake. In the foreground, two sheep are standing on a grassy bank near some rocks. The sky is bright and clear.

KAPITTEL 3

NÅSITUASJON

Med bakgrunn i kartleggingsarbeidet vil vi her beskrive og analysere dagens situasjon for Stalheimsområdet med de natur- og kulturkvalitetene som i dag finnes. Vi forholder oss til det geografiske området som definert i prosjektet, samt det utvidede opplevelsesområdet (se avsnitt 1.4).

3.1 Ressursgrunnlag

3.1.1 Bygda Stalheim

Stalheim er en bygd helt øst i Voss kommune i Hordaland, ved grensen til Sogn og Fjordane. Fra Stalheim er det 12 km til Gudvangen innerst i Nærøyfjorden, 25 km til Flåm ved Aurlandsfjorden, 36 km til Voss langs E16, xx km til Myrkdalen Fjellandsby og xx km til Vikøyri ved Sognefjorden. Bygda Stalheim består av de fire gårdene Stalheim, Brekke, Sivle og Sivelsøy. I dag er det 3 (??) aktive gårdsbruk og 11 fastboende på Stalheim. Forbi Stalheim går E 16 i to tunneler ned til Nær-

øyfjorden. Stalheimskleivi som fortsatt er åpen for trafikk (nedover) ble fredet av Riksantikvaren i 2009 gjennom «Nasjonal verneplan for veger, bruer og vegrelaterte kulturminner». Det er aktive grendelag både i Stalheimsområdet og i nabobygda Jordalen. Det har vært gjennomført ulike næringsutviklingsprosjekter bl.a. i regi av Stalheim landskapspark. Eksempel på et slikt prosjekt er «Fra frø til øl og bord» som satt fokus på gamle tradisjoner innen korndyrking, kornforedling, baking og brygging. Stalheim hotel er et helt sentralt element i bygda der det ligger ca. 380 m over havet med en stor slått utsikt utover Nærøydalen.

3.1.2 Nærøydalen og Nærøyfjorden

Nærøydalen går omtrent fra Stalheim i Voss kommune til Nærøyfjorden med strandstedet Gudvangen i Aurland kommune. I dalbunnen renner Nærøydalselvi som har tilførsel fra Stalheims-

fossen, Sivlefossen og Jordalselvi. Stamveien mellom Oslo og Bergen, E16, går gjennom dalen. Nærøydalen ligger i tilknytning til Nærøyfjorden landskapsvernområde og ble oppført på Unescos verdensarvliste som del av Vestnorsk fjordlandskap i 2005. Dalen fra Stalheim til Gudvangen ligger innenfor landskapsvernområdet og verdensarvområdet, se avsnitt xxx for nærmere omtale.

Selve Nærøyfjorden er en fjord i Aurland kommune i Sogn og Fjordane. Nærøyfjorden er omkring 17 kilometer lang og utgjør en arm av Aurlandsfjorden som igjen er en arm av Sognefjorden. Fjorden er en smal fjord, og et sted bare 250 meter bred, mens fjellene i området strekker seg hele 1761 meter over havflaten. Nærøyfjorden har 25 større og mindre fossefall som kaster seg utfor fjellssidene. I 2013 ble fjorden brukt som en *inspirasjon til byen Arendelle i Disney filmen Frost*.

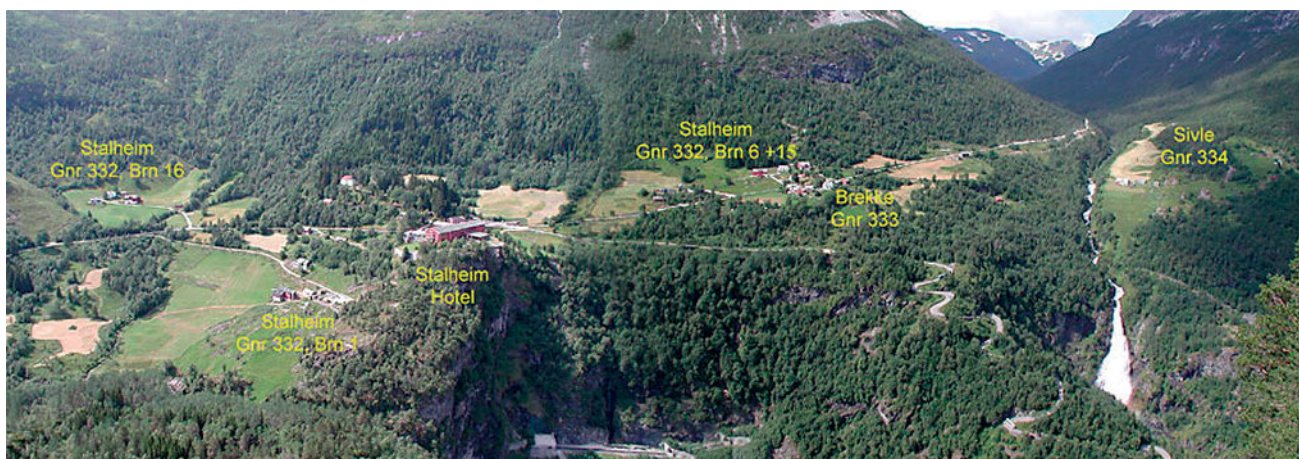


Foto: Oversiktsbilde Stalheim, Brekke og Sivle/Svein Ulvund. Kilde: SSB og Riksarkivets folketellinger ved tre århundreskifter.

I Nærøydalen

*I Nærøydalen er veien trang
og skummel og vild at vandre.
Med trudsel over den dybe vang
staa fjeldene mod hverandre;
i dybet ved elven er natten lang.
Men Jordalsnuten, den glatte Koll,
har her den høieste Vælde;
den ligner et Taarn, den huser en Trolde,
som raader for Fielde,
og hviler i Kollen paa Kobberskjold.
Sitat Welhaven (1845)*

3.1.3 Reiselivsaktører på Stalheim

Selv om Stalheim er en liten bygd både mht antall innbyggere og areal, foregår det en betydelig reiselivsaktivitet der, primært på sommerhalvåret.

Stalheim Hotel med Stalheim Folkemuseum

Stalheim er et kjent turisthotell, første gang bygget i 1885 ved stupet/Storaberget ned mot Nærøydalen. Det nåværende hotellet er det fjerde i rekken, ble bygget i 1960 og utvidet i 1966. Hotellet har i dag 124 rom og plass til 218 gjester og holder åpent i sommersesongen (10.mai – 1.oktober).

Familien Tønneberg overtok hotellet i 1927 og under ledelse av Kaare Tønneberg utviklet hotellet sin internasjonale posisjon seg ytterligere. Tønneberg bygde også opp Stalheim Folkemuseum som en av de største private samlingene i landet. Hotellet tilbyr omvisning i for egne gjester i de private samlingene.

Familien Tønneberg eier hotellet og museet i dag. Eierskapet er fordelt på to selskaper, se under Ingrid Tønneberg som er yngst av 3 søstre driver hotellet og den private samlingen i dag, noe hun har gjort siden 2000. Øvrig familie/eiere er ikke involvert i driften.

Hotellet er medlem i De Historiske Hotel og Spisesteder, VisitSognefjorden, VisitVoss og partner i Nærøyfjorden Verdensarvpark. Det er 5 helårsansatt på hotellet i tillegg til 30-40 sesongansatte. 90% av de sesongansatt er fra utlandet (Polen, Latvia, Kroatia, Ungarn, Australia).

Hotellet har en spisesal med buffet og a la carte meny, en mindre kafe/bistro, en stor souvenirbutikk, store og åpne salonger og hage/parkanlegg med slående utsikt. Det er ikke TV, radio eller wifi på rommene.

Stalheim Hotell as: Eies av Ingrid Tønneberg (52%), Erik Myklebust/nevø (30%), Marianne Thomasen/datter (12,5%), samt øvrige nevøer og nieser. Stalheim gård (dvs. hovedgården/eiendommen) har gårdsnummer 332 – Br.nr 4. Se eiendomskart i figur xx.

Fuglehaugen as: Den private samlingen ble organisert som et eget as etter Kaare Tønnebergs ønske. Selskapet eier hele det private museet, antikvitene/innbo av stor verdi i hotellet. Eies 1/3 hver av søstrene Ingrid Tønneberg (1946), Kari Rygh (1940) og Ragnhild Myklebust (1942)

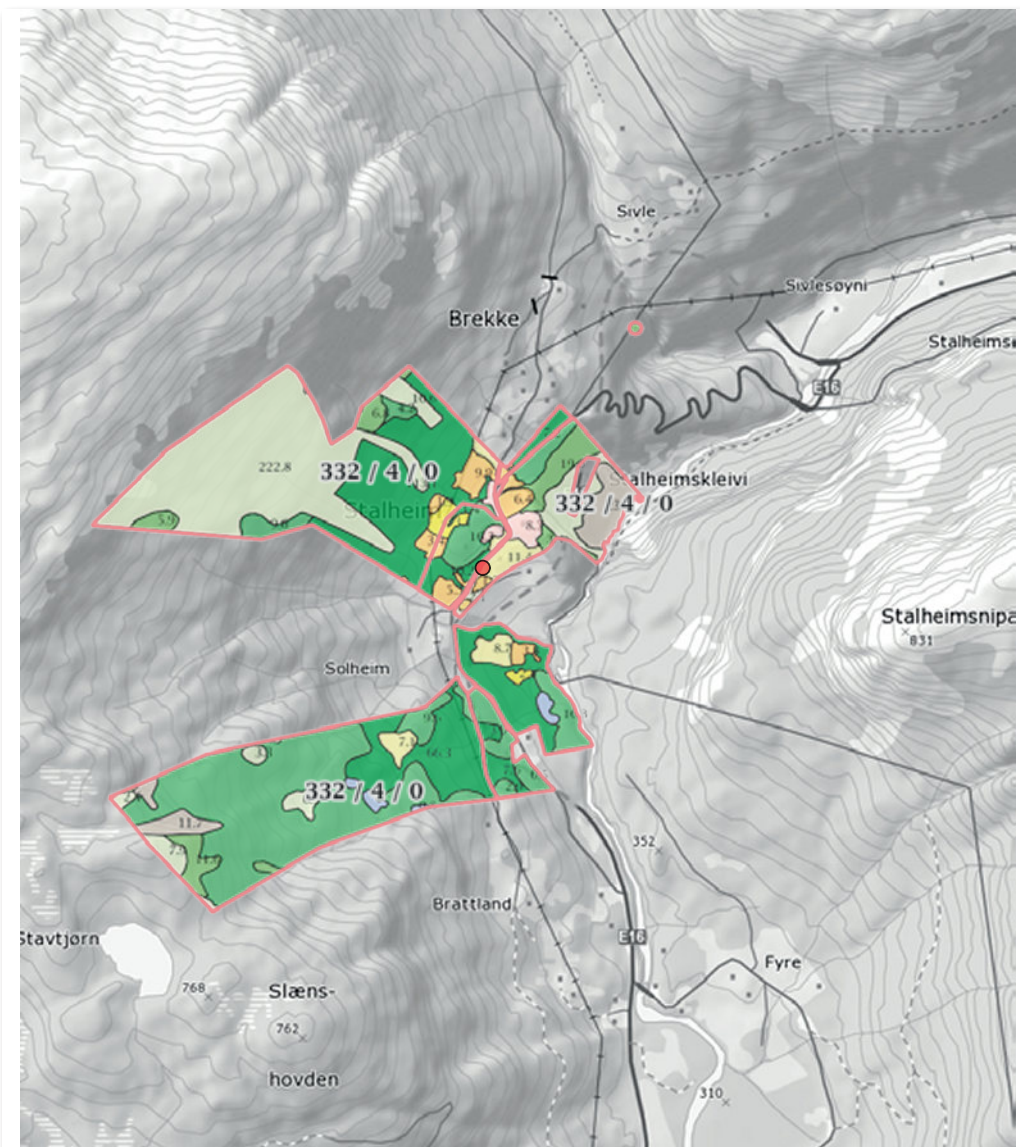
www.stalheim.com



Alain de Botton on the sublime

The sublime is a feeling provoked by certain kinds of landscape that are very large, very impressive and dangerous. Places like the wide-open oceans, the high mountains, the polar caps. The Sinai Desert, the Grand Canyon. These places do all sorts of things to us. It's interesting that around the end of the 18th century, people started to say that the feeling that these places provoke in us is a recognizable one and universal one — and a good one. This feeling was described as the feeling of the sublime.

There are all sorts of theories about what exactly is needed to have the experience of the sublime. But gathering them all together, essentially what lies at the center of the experience is a feeling of smallness. You are very small and something else is very big and dangerous. You are very vulnerable in the face of something else. Of course, the other thing that tends to make you feel very small and vulnerable is God, traditionally, in our culture. There is an intriguing synchronicity between the rise of the idea of the sublime and the decline of organized religion. The way many people speak of landscape as of the late 18th century is often in quasi-religious tones or actively religious tones
alaindebotton.com/travel



Mærkslag (AR5) 13 klasser		AREALTALL (DEKAR)	
TEGNFORKLARING			
	Fulldyrka jord	39.2	
	Overflatedyrka jord	10.0	
	Innmarksbeite	32.6	81.8
	Skog av særst hög bonitet	252.5	
	Skog av hög bonitet	300.9	
	Skog av middels bonitet	50.6	
	Skog av lav bonitet	0.0	
	Uproduktiv skog	279.3	883.3
	Myr	8.1	
	Åpen jorddekt fastmark	0.3	
	Åpen grunnlendt fastmark	38.9	47.3
	Bebyggd, samf, vann, bre	14.6	
	Ikke klassifisert	0.0	14.6
Sum:		1027.0	1027.0

Andre reiselivsaktører på Stalheim:

Sivle gård:

Ligger ved inngangen til Brekkedalen og omfatter i tillegg stølen Berdalen og husmannsplassen Nåli. Drives økologisk av Randi Engelsen Eide fra Voss som tilbyr småskala reiseliv med overnatting, møte/selskapslokale med inntil 120 gjester, kultur og naturopplevelser. Sivle gård er aktive medlem i Hanen, Vossameny, Sakte, Debio, VisitVoss og partner i Nærøyfjorden Verdsarvpark. www.sivlegard.com

Stalheim Fjord- & Fjellhytter:

Naboeiendom til hotellet på høyre side sett fra dalen. Har utleie av 5 hytter til selvhusholdning, både med høy standard til helårsbruk, ordinær standard vår/sommer/høst, samt stølshus i Brekkedalen. www.stalheim.no

Stalheimsøy gård:

Ligger i dalen helt nede ved foten av Stalheimskleivi. Ny generasjon har nylig tatt over og driver i dag utleie av 2 ferieleiligheter hele året, samt tilbyr laksefiske i Nærøydalselvi. www.stalheimsøy.no

Stalheim gård:

Naboeiendom til hotellet på venstre side sett fra dalen. I forbindelse med generasjonsskifte for noen år siden var det planer om storstilt hyttebygging sammen med utenbys investorer/interessenter. Planene er skrinlagt inntil videre.

På Stalheim

For utsyn so vilt og stort som der kann snaudt nok annan bustad i Norig bjoda maken til – Dei hev bygd teit stort, grust hotel der, no
Sitat fra «Ein Triskilling», Per Sivle (1886)

Figur 3: Stalheim Hotel og Folkemuseum, eiendomsgrenser Gnr332 – Br. 4, Kilde: NIBIO

3.1.4 Aktiviteter og attraksjoner

Tilrettelagte turstier til lett tilgjengelige turmål

Fra Stalheim som utgangspunkt er det flere lett tilgjengelige turmål med tilrettelagte stier. Stiene er merket og skiltet etter nasjonal standard med varighet fra en halvtime og til rundt 3 timer, se kartillustrasjon høyre

Nåli: En fin tur fra Stalheim går til husmannsplassen Nåli, som hører til gården Sivle. Plassen ligger på en "fjellhylle" langs den gamle ferdselsveien mellom Stalheim og Jordalen. Turen til Nåli fra Stalheim tar en drøy time, i dramatisk og stor-slått landskap. Turveien er sikret og utbedret og er et populært og spennende besøksmål både for lokalbefolkning og turister.

Stalheimsfossen (126 m): Turen inn til Stalheimsfossen tar ca. ett kvarter fra parkeringsplassen ved E16 og turveien egner seg både for unge og gamle. I tillegg er veien tilrettelagt for rullestolbrukere.

Sivlefossen (142 m): Voss kommune tilrettelegger nå en ny turvei inn til Sivlefossen fra parkeringsplassen ved E16. Det foreligger ytterligere planer om to utsiktspunkt langs turen, en langs veien opp til fossen og en ut i selve fosserommet.

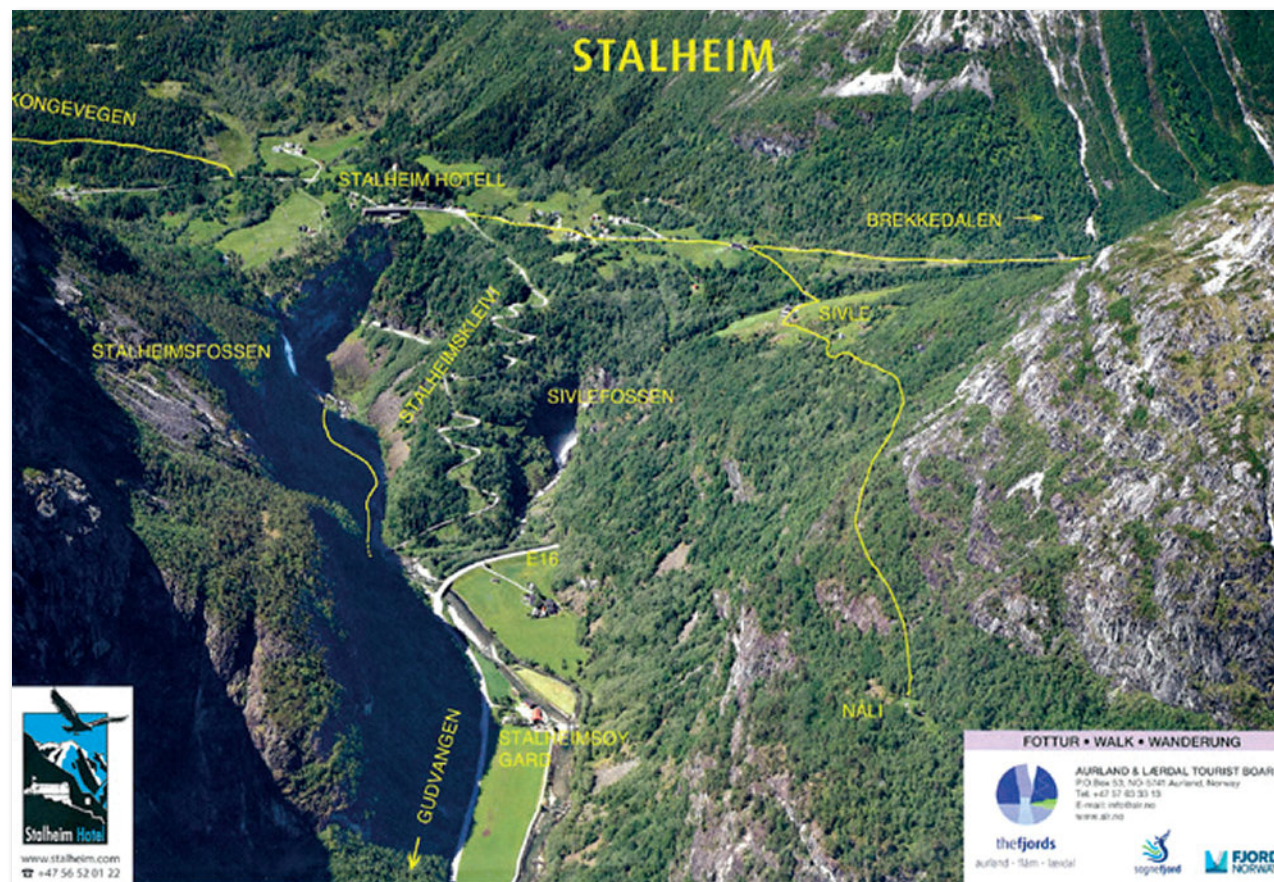
Stalheimskleivi: 14 hårnålsvinger fordelt på knappe 2 km.

Brekkedalen: Frodig landskap og støler i drift.

Kongevegen: Ferdselsvei til Stalheim før kjøreveien Staheimkleivi ble bygget i tiden mellom 1844-1849. Fra Stalheim til Haugsvik er det 5 km en vei.

Utgangspunkt for naturbaserte aktiviteter som vandring, topturer, skigåing, sykling mm

Det er fjelltureturer for alle aldre og vanskelighetsgrader i området rundt Stalheim; Jordalen, Brekke-



dalen, Brandsetdalen, Oppheimsdalen, Myrkdalen, Vikafjellet, Fresvikhalvøya mm.

Av topturer er følgende tre spesielt populære: Bakkanosi (både sommer og vinter), Fyresnipa (både sommer og vinter), Jordalsnuten (bare sommer). Som følge av den nye veien inn til Jordalen, er tilgjengeligheten til disse toppene blitt svært god og antall turgåere både sommer og vinter har økt merkbart.

Grindafletta, DNT-hytte ligger sentralt plassert mellom Stalheim og Flåm, og det er flere T-mer-

kede stier inn til hytta. Hytta er selvbetjent og åpen hele året.

Stalheim Hotel tilbyr DNT-medlemmer 10% rabatt på overnatting og ligger med egen presentasjon på UT.no. www.ut.no/hytte/3.1410/

På nasjonalt nivå er det blitt tillatt med stisykling i verneområdene fra 2017. En egen sti- og løypeplan for turområdet mellom Myrkdalen og Stalheim er nå på trappene og skal utformes på villreinspremisser.



Et stort antall firma med aktivitetstilbud i regionen

Det er et stort antall lokale firma som tilbyr aktivitet, formidling og/eller transport til besøkende i verdensarvområdet. Det er rundt 15 firma med tilholdssted i Aurland og på Voss/Myrkdalen er det rundt: xxx (Kilde: Utkast til besøksstrategi for Verneområdet Nærøyfjorden).

Bredt tilbud av offentlig kommunikasjon

Stalheim er et godt utgangspunkt for utflukter med bil eller offentlig transport og har gode bussforbindelse til Voss og Bergen (ca. 10 daglige avganger). De aller fleste bussene går fra Stalheim hotell sin hovedinngang. Stalheim har også meget god bussforbindelse til Gudvangen og Flåm.

3.2 Premissgivere og samarbeidspartnere

3.2.1 Verdensarven i Nærøyfjorden

UNESCO Vestnorsk fjordlandskap, delområde Nærøyfjorden

Nærøyfjorden Verdensarvområde ble innskrevet i UNESCO i 2005 pga. naturkriterier:

1) Geologi og 2) Naturvenleik

Verdsarverdiane i Nærøyfjordområdet er kort samanfatta fjordlandskap med aktive geologiske prosessar, vakkert naturlandskap frå fjord til fjell med brear, skog, fossar og frittrennande elvar, og kulturlandskap som gir naturlandskapet perspektiv.... Verdsarvområdet Vestnorsk Fjordlandskap, delområde Nærøyfjorden, er sett saman av fleire verneområde av ulik kategori, samt busette område utanfor vern etter naturvernlova... Fylgjande busette området er omfatta av forvaltningsplanen: Undredal – Bakka – Nærøydalen – Stalheim – Dyr-dal – Breisnes.

(Kilde: www.naroyfjorden.no)

Øverste organ er et Verdensarvråd for begge delområdene, dvs. felles for Geiranger & Nærøyfjorden. Flere departementer er ansvarlige for ulike deler av UNESCO sitt arbeid i Norge.

Nærøyfjorden Verdsarvpark

Organisasjonen ble etablert i 2008 som en regionalpark (ref. KRDs Verdiskapingsprogram) av Sogn og Fjordane fylkeskommune og kommunene Vik, Voss, Aurland og Lærdal.

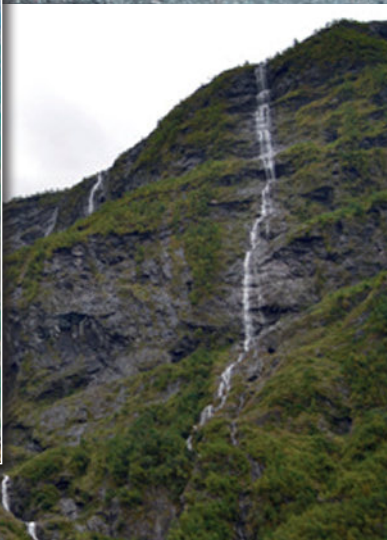
Verdsarvparken omfattar forutan sjølve verdsarven også tilgrensande område og bygdelag i verdsarv-kommunane Aurland, Lærdal, Vik og Voss. Den samlar ulike aktørar til felles innsats for ei berekraftig forvaltning av parkområdet.

Øverste organ er Regionalparkrådet som utnevner styre & arbeidsutvalg. Verdsarvparken omfattes av alle de fire kommunene, men det er fokus på de bygdene som ligger nærmest selve Verdensarvområdet (randsoner). Verdsarvparken driver med tilrettelegging og aktiviteter innen «Natur og Kultur og Næringsliv». Organisasjon har 6 ansatte og kontor på Aurlandsvangen.

Nærøyfjorden Verdsarvpark er i sluttfasen med utarbeidelsen av en besøksforvaltningsplan. Planen skal legge til rette for og styre bruken i verdensarvområdet slik at opplevelsen for de besøkende og den lokale verdiskapingen blir størst mulig, samt at forståelsen for vernet økes og verneverdiene ivaretas.

Det jobbes aktivt med å utvikle ulike formidlingspunkter og -konsepter for verdensarven:

- Verdensarvsenter
- Portaler/Innfallspunkt
- Grendehus



Initiativet for å få på plass en etablering av et autorisert og statlig finansiert besøks-/formidlings-senter av Verdensarven i Nærøyfjorden, har så langt ikke lyktes. Det er gjennomført et forprosjekt knyttet til en sentral eiendom ved havna i Aurlandsvangen (Aurland kjøle- og fruktlager). Initiativet heter «Fjord-Portalen», men er pt ikke prioritert av regjeringen i neste 10-årsperiode. Kilde: «Plan for prioriteringer i arbeidet med å etablere verdensarvsentre ved alle de norske verdensarvområdene 2017-2026» i mai 2017.

3.2.2 Verneområdet i Nærøyfjorden

Verneområdene i Nærøyfjorden består tre naturreservater og to landskapsvernområder med egne verneforskrifter. Til sammen utgjør de vernede områdene 96% av arealet til Verdensarvområdet. Øverste organ er et felles lokalt verneområdestyre og verneområdene administreres under fylkesmenne-nes med Miljødirektoratet på nasjonalt nivå.

Verneområdet i Nærøyfjorden utarbeider i disse dager en besøksstrategi. Det er en plan for hvordan verneområdestyret vil gjennomføre besøksforvaltning for områdene. Besøksstrategien skal vise hvilke tiltak (informasjon, fysisk tilrettelegging, sonering, oppsyn etc.) som er nødvendige for å balansere verneverdier, besøkende og lokal verdiskaping i et verneområde, slik at en oppnår størst mulig nytte for alle tre interesser.

Stalheims beliggenhet i forhold til verneområder og verdensarvområder

- Stalheim ligger rett på utsiden av Nærøyfjorden Verneområde
- Stalheim ligger i randsonen til Nærøyfjorden Verdensarvområdet og omfattes av forvaltningsplanen

- Stalheim ligger i Nærøyfjorden Verdensarv-park og er en av de mest aktuelle/attraktive innfallsportene til verdensarven

3.2.3 Destinasjonsselskap

Stalheims markedsposisjon og identitet har i stor grad vært knyttet til Nærøyfjorden, og Stalheim Hotel har vært/er medlem i VisitSognefjorden. Selv om Stalheim ligger i Voss kommune har det i varierende grad vært konkret markedsamarbeid mellom hotellet og destinasjonsselskapet på Voss.

Destinasjon Voss AS er et reisemåls- og utviklings-selskap. Hovedoppgaver er å koordinere og markedsføre reiselivet i hele Voss kommune samt arbeide med prosjektutvikling innen reiseliv. Voss har en ambisiøs plan for reiselivet i perioden fram mot 2020. Med en sentral plassering i Fjord Norge, og stor satsing på å videreutvikle vintertilbudene, er målet å være det ledende helårs reisemålet i Norge. Rundt 150 virksomheter på Voss er medlem av Voss Reiselivsråd der styret er rådgivende organ for markedsarbeidet i Destinasjon Voss. VisitVoss har akkurat avsluttet første fase av en reisemåls-utviklingsprosess. Veksten man nå ser på destinasjonen krever bedre tilrettelegging. Utviklingsplanene skal gjelde hele Voss kommune, dvs. også inkludere Stalheim.

Visit Sognefjord AS er destinasjonsselskapet for Sognefjord-regionen og omfatter 9 kommuner. Selskapet driver internasjonal og nasjonal markedsføring og er pådriver for produktutvikling og kompetanseheving i regionen. Mål om å utvikle Visit Sognefjord AS til å bli ett av Norges mest profesjonelle destinasjonsselskap. Visit Sognefjord AS eies av 200 bedrifter og 9 kommuner. Organisasjonen er nå i gang med et større strategiarbeid, samt en prosess for å få merket som Bærekraftig Reisemål.

3.2.4 Myrkdalen Fjellandsby

Myrkdalen Fjellandsby AS driver eiendomsutvikling og reiselivsrelatert virksomhet i Myrkdalen. Deres visjon er å bli Nordens beste helårs fjelldestinasjon for hele familien. Selskapet er organisert i en konsernmodell, hvor eiendomsutvikling er en del av aktiviteten i morselskapet Myrkdalen Fjellandsby AS. Fra første spadetak i landsbyen i 2002 har man hit-til utviklet 550 fritidseiendommer, bygd Myrkdalen Hotel med 112 rom og utviklet Vestlandets største alpinanlegg. Konsernet har i vintersesongen ca. 200 tilsette, og omsetter i 2017 for ca. 250 mNOK.

3.2.5 Flåm Utvikling og Aurland Ressursutvikling

Flåm Utvikling as er et reiselivsselskap med ansvar for produkt- utvikling, salg og markedsføring av Flåmsbanen. I tillegg til Flåmsbanen er selskapet ansvarlige for Flåm Havn. Flåm Utvikling as er datterselskap av Aurland Ressursutvikling As. Dette er et utviklingsselskap i Aurland kommune, eid av Aurland kommune – 40%, SIVA Eie-dom Holding AS 47,4%, Aurland Sparebank 12,6%. Selskapet har en aksjekapital på kr 49.150.000, og er engasjert i utviklingen av Flåm som reisemål. Selskapet har også gått inn på eiersiden i Myrkdalen Fjellandsby (se 3.2.4)

3.2.6 De historiske hotel og spisesteder

De Historiske er en medlemsorganisasjon bestående av mange av Norges mest sjarmerende hotell og spisesteder. Der er 55 hoteller, 19 spisesteder og 1 båt som er medlem av gruppen. For å få tildelt en slik tittel kreves det et bevisst forhold til vertskapsrollen, der historiefortelling danner rammen for opplevelsene innen overnatting og gastronomi. Stalheim Hotel er medlem i De historiske. 3.3 Dagens gjester



3.3. Dagens gjester

3.3.1 Stalheim Hotell

Volum

Antall gjestedøgn i 2016 var 22.700 og i 2017 var det 23.300. Antall gjestedøgn pr sesong har vært på mellom 18.000 – 20.000 de siste årene, så det er vekst de siste to årene. Beleggsprosenten er på ca. 80% gjennom de 4,5 månedene som hotellet har åpent. Det er også et stort antall dagsbesøkende (primært) cruisepassasjerer med serverings-stopp på Stalheim, de fordeler seg på ca. 25.000 på kaffe/kaker og ca. 15.000 - 20.000 på lunsj. Rundt 2 500 gjester er med på guidede turer i hotellets museum.

I følge TØIs gjesteundersøkelse i 2015 stopper 162 500 turister stopper på Stalheim (eks. cruisepassasjerer) i sesongen.

For rundt 15 år siden gjennomførte Stalheim hotel en egen telling for å få kunnskap om hvor mange gjester som «passerte gjennom» hotellet. Resultatet fra de manuelle tellingene var på hele 262.000 personer. Hotellet så seg nødt for å gjennomføre restriksjoner ifht fri gjennomgang. I dag er det hotellets gjester, grupper med forhåndsavtaler og individuelle gjester som i første gang har tilgang til hotellets hage og den populære utsikten. Nedgang i antall besøkende som passerer gjennom hotellet uten å legge igjen noe penger, har derfor hatt en ønsket reduksjon.

Kjennetegn

75% av gjestene som overnatter på Stalheim kommer i grupper; 3/4 i store busser og 1/4 i minibuss/store biler. 25% av gjestene er individuelle og kommer med egen bil/leiebil/gjerne som del av Norway in a nutshell-tur. Det har vært en gledelig økning av

de individuelle gjestene de siste årene.

Av de som bor på hotellet er amerikanske gjester er stabilt størst, deretter kinesere (i hovedsesongen: juni, juli, aug.) og japanere. For øvrig er det gjester fra hele verden med 20-30 nasjonaliteter hver sesong. På vår og høst er det også noen norske grupper (buss/pensjonister) som bor på Stalheim.

En typisk gjest på Stalheim er over 50 år, men det er stor variasjon i reisefølgene.

Reiseform og oppholdslenge

En stor del av gjestene som bor på Stalheim kommer via Bergen og skal nordover eller innover i fjordområdet. Stalheim er ofte den første overnattingen på rundturen. Det er også en stor andel som kommer fra Oslo. De tar gjerne tog, ferge, buss til Stalheim hvor de spiser og sover e natt, før de tar buss og tog videre til Bergen. De aller fleste av gjestene som bor på Stalheim bor kun 1 natt. De ankommer på sen ettermiddag/kveld og reiser videre rette etter frokost. Noen grupper tidlig/sent på sesongen bor flere netter. Det er hovedsakelig norske pensjonistgrupper vår og høst, samt noen engelske grupper på forsommer.

Distribusjon og salg

Bortsett fra enkelte norske individuelle gjester som bestiller direkte på hotellets nettside eller telefon, skjer salg via mellomledd (turoperatører/byråer/bookingsider). Stalheim hotell har gode relasjoner med mange utenlandske turoperatører gjennom lang tilstedeværelse i markedet.

Kundetilfredshet

Kundene på Stalheim er mest fornøyd med utsikten, salongenes atmosfære og sosiale muligheter i felles oppholdsrom. De er minst fornøyd med at rommene mangler wifi og TV, samt at ikke alle får

utsiktsrom. Kommunikasjon er utfordringen med mange av de kinesiske/asiatiske gjestene pga. manglende felles språkkunnskaper og store kulturelle forskjeller.

Nye kundegrupper som bruker naturen aktivt

Gjestene bruker naturen mer enn før (sykler, går i fjellet, blir lengre). Det er en helt andre kundegrupper enn det hotellet tradisjonelt har hatt. Aktiv Ferie-turistene som bor/oppholder seg på Stalheim «kommer av seg selv». Hotellet har ikke aktivt markedsført eller solgt seg inn til denne type operatører. Ankommer lunsj, ½ dags tur til Nåli, middag. Overnatter, ½ dags guiding i museet med lunsj og avreise.

Utfordrende gjeste-mix

Hotellet kan oppleve utfordringer/konflikter på grunn av en «gjeste-mix» med ulike kunder som har ulike behov og atferd. Hotellet opplever at de trenger begge deler, dvs. både de tradisjonelle gruppene og de individuelle/mer aktive gjestene. Hotellet mener selv at de takler gjeste-mixen gjennom dagens driftsform, men ser at det kan bli større utfordringer fremover

Inngrep med store turistvolumer

Stalheim er i inngrep med store turistvolumer i norsk målestokk. I Stalheims nære opplevelsesområde (1-2 timer radius) er det store kommersielle aktører som satser på et antall ulike segmenter og sesonger. Det har betydning både for potensialet for formidling av UNESCOs verdensarvbudskap og har et kommersielt potensial for lokal verdiskaping. Dette vil vi komme nærmere inn på i kap. 5 og 6.

3.3.2 Reiselivet på Voss og i Myrkdalen

Det er rundt 300 000 kommersielle overnattinger pr

år i Voss kommune (SSB). I tillegg kommer bruken av ca. 5.000 private hytter/leiligheter og privat utleie gjennom for eksempel AirBnB, finn.no.

Voss har helårstrafikk – 2/3 deler på sommer og 1/3 del på vinter i antall kommersielle gjestedøgn. Denne sesongfordelingen gjelde også i Myrkdalen, men omsetning/inntjening har et motsatt forhold enn volum.

Det er hovedsakelig nordmenn som ferierer på Voss på vinteren, men briter og nederlendere utgjør en viss andel. På sommeren dominerer utenlandske gjester med gjester fra Kina/øvrige Asia på 1 døgn opphold/gjennomreise (tilsvarende gjester som beskrevet i 3.3.3), samt nederlendere på 3-5 dagers baseopphold. Individuelle reisende er i vekst i regionen. Aktivitetsferier og arrangementsturisme er også en viktig del av reiselivet på Voss, jfr. Ekstrem-sportveka.

3.3.3 Reiselivet i Nærøyfjorden Verdensarvpark

Transportøkonomisk institutt (TØI) gjennomførte besøksundersøkelser i hele området i 2015. Det foreligger rapportutkast datert 28.04.2017 som ikke er publisert, men data fra rapporten kan benyttes. Tallene under er hentet fra denne undersøkelsen. Nevnte spørreundersøkelse ble gjennomført i sommersesongen på følgende steder: Aurland, Flåm, Gudvangen, Stalheim, Vangsnes (Vik) og Lærdalsøyri. I tillegg fikk cruisepassasjerer egne skjema.

1,4 millioner besøkende i Flåm i 2015

- Havnestatistikk for Aurland 2015*: 192 000 passasjerer på skip. 95% går i land, dvs. 182 400 besøkende med en radius på dagstur-/halvdagsturer

- Flåmsbanen: 450 000 ekskl. cruise
- Besøkende som ikke reiser med Flåmsbanen, ekskl. cruise: 280 000
- Besøkende med stopp i Aurland kommune: 921 400
- Av disse ekskl. cruise: 260 000 stopp på Voss og 180 000 stopp i Lærdal

*Antall cruisepassasjerer i Flåm øker

I 2016 var det 161 anløp i Flåm med 240 389 passasjerer. I 2017 har det vært 138 anløp med 266 121 passasjerer. Altså tydelig vekst de siste tre årene og en trend med færre anløp og flere passasjerer, dvs. større skip.

Kjennetegn besøkende i Flåm

- De fleste er fra utlandet, med Tyskland og Nederland er dominerende enkeltnasjoner (utenom cruise)
- Stor del er på rundreise med bil, buss, tog, båt hvor korte opphold dominerer (mindre enn 2 timer)
- Stor del av cruisegjestene kommer fra land utenfor Europa, spesielt Asia
- 72% av cruiseturistene er mer enn 4 timer i land og mange er med på arrangement-/utflukter (buss/båt/rib/Flåmsbanen)
- Motivasjon/Reason to Go
- Relativt få oppgir at verdensarvstatusen hadde stor betydning for valg av reisemål, dog en større betydning for utledninger enn for nordmenn
- Landskapsrommet med fjord og fjell hadde størst betydning for de besøkende. Fjelltopper og fjellterreng blir tillagt vekt, i tillegg til elver og fosser. Stillhet og ro har like stor betydning som fjelltopper/-terreng
- Opplevelse av kulturlandskap får lavere skåre

enn opplevelsene av naturen

- Mange ønsker å bidra til å ivareta verdensarven gjennom frivillig arbeid, skjøtsel, vedlikehold og dugnad
- Kjente attraksjoner i området
- Flåmsbanen (ca. 85%)
- Fjordcruise Flåm – Gudvangen (ca. 65%)
- Undredal, Stegastein og **Stalheim** (2/3 deler)
- 50% skulle reise med Flåmsbanen og 37% skulle oppleve fjordcruise



162 500 turister stopper på Stalheim pr år (eks. cruisepax)

Tabell 2.12 Beregnet antall turister som gjør en stopp på ulike steder i Aurland kommune. Eksklusive cruisepassasjerer.

Besøkssted	Andel i prosent av respondenter	Antall
Flåm	75,8	560 000
Aurlandsvungen	36,2	267 500
Gudvangen	41,8	309 000
Stalheim	22,0	162 500
Undredal	11,9	88 000

1/3 del av de besøkende i Flåm kjenner til Stalheim

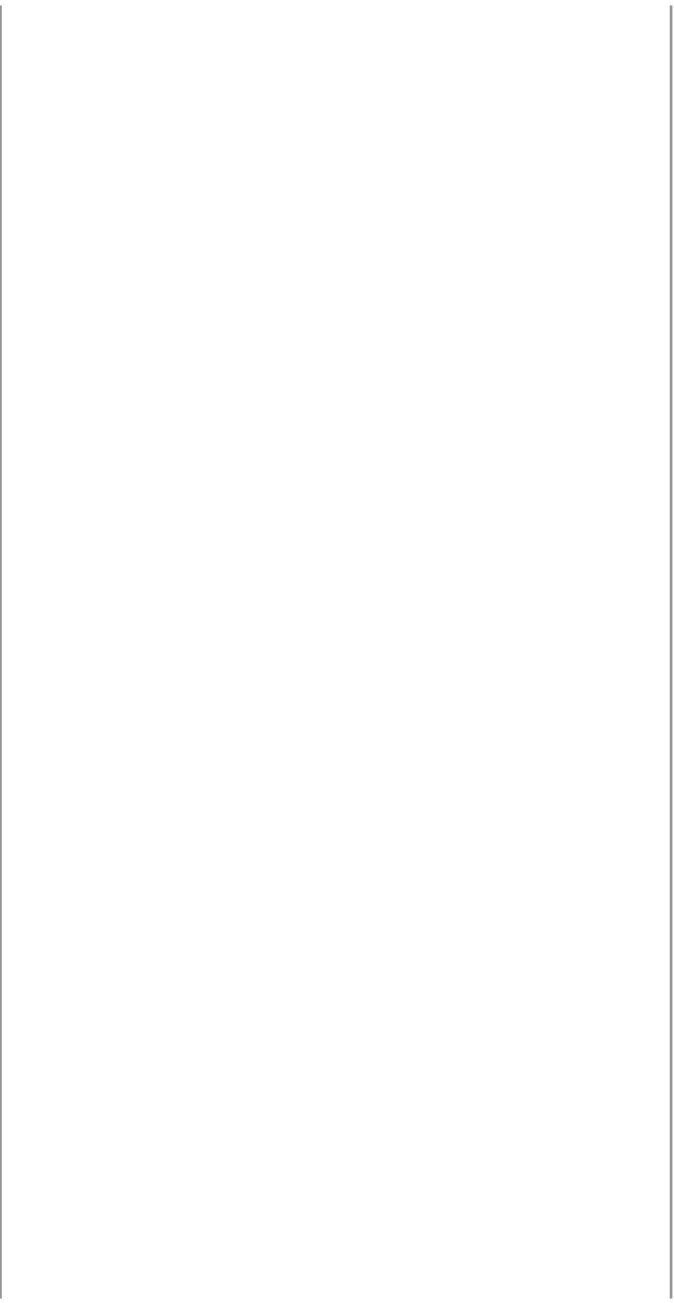
Tabell 2.16 Attraksjoner i Nærøysfjordområdet – om man kjente til på forhånd og om man har opplevd eller skal oppleve dem på denne reisen. Intervjusted Flåm, Aurland, Gudvangen/Stalheim. Prosent

	Kjente til på forhånd		Har opplevd eller skal oppleve på denne reisen	
	Ubesvart satt lik nei	Ubesvart ikke medregnet	Ubesvart satt lik nei	Ubesvart ikke medregnet
Utsiktspunktet «Stegastein»	31,0	35,3	30,0	39,0
Flåmsbanen	82,0	86,0	51,7	60,9
Bygda Undredal	29,0	33,0	20,1	25,8
Fjordcruise Flåm - Gudvangen	61,4	67,3	36,9	44,8
Stalheim med utsikten over Nærøydalen	32,0	36,0	27,3	34,4
Borgund stavkirke	39,7	44,5	22,2	28,1

Kilde: Utkast til rapport pr april 2017: Besøksforvaltning og lokalsamfunnsutvikling i verdensarvområdet Vestnorsk Fjordlandskap, TØI: Petter Dybedal, Jan Vidar Haukeland – Resultater fra spørreundersøkelser blant besøkende 2015 - Analyse av verdiskaping i verdensarvområdene

3.4 Besøksutvikling i regionen

3.5 Andre forhold





3.6 Stalheim og ulike reiseformer

For å oppsummere hovedtrekkene av dagens reiseliv på Stalheim og forstå mulighetsrommet for utvikling, beskriver vi nedenfor Stalheim i forhold til ulike reiseformer.

3.6.1 Gjennomreiseturister gir lite lokal verdiskaping

Gjennomreiseturisten har et bestemt mål for turen og har egentlig ikke ønske om å stoppe før målet er nådd. Stopp betraktes ofte som et «nødvendig onde». Typiske gjennomreiseturister er turister som skal på hytta, besøke familie etc. eller som har vært i området før. For disse blir reisen ren transport og de stopper først og fremst hvis de trenger mat, hvile, evt. overnatting underveis etc. Attraksjoner eller opplevelser som ligger langs veien har derfor vanligvis liten glede av gjennomreiseturistene.

På Stalheim er dette de typiske «Norway in a Nutshell» bussene som tidligere stoppet i 10-15

minutter frem til 2005 slik at passasjerene fikk ta bilder av utsikten ved å gå gjennom hotellet. Disse turistene brukte toalettfasilitetene, men hadde ikke tid til å handle noe i kafeen eller sovenir-butikken. Dette var med andre ord turister som ikke bidro til noe/minimalt med lokal verdiskaping (hverken mulighet/tid/ønske). I 20xx forhandlet hotellet med FjordTours som opererer Norway in a Nutshell bussene om en «fast avgift» fra bussene eller evt. lengre oppholdstid på Stalheim, men forhandlingene førte ikke frem og i dag stopper ikke bussene på Stalheim, men kjører rett forbi hotellet og ned Stalheimskleivi.

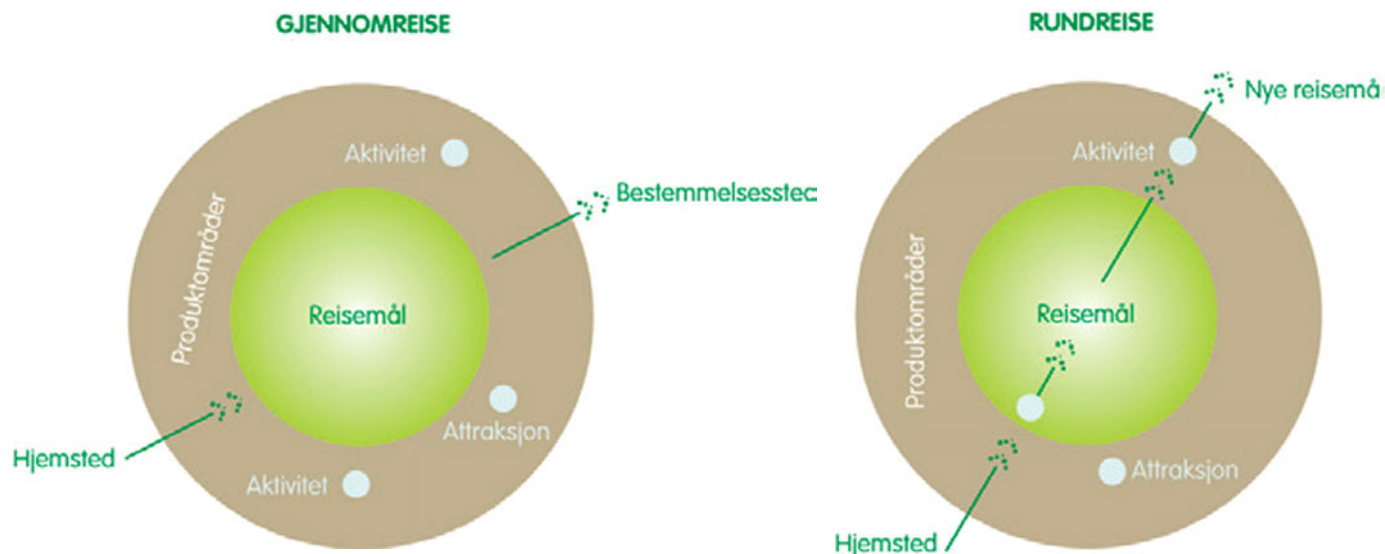
3.6.2 Rundreiseturister med korte opphold på hvert sted

Rundreiseturismen er den dominerende reiseformen for utenlandske og norske turister om sommeren. På Vestlandet er målet for mange av å se fjordene, Bergen, Preikestolen o.l attraksjoner.

Samtidig har ofte reisen en verdi i seg selv; det er ofte «veien som er målet». Rundreiseturisten er derfor opptatt av reiseruter som gir spesielle opplevelser, og har innlagte stopp på turen (1-3 dager).

De nasjonale turistvegene er eksempler på attraktive ruter. Disse turistene er mulig å påvirke til en stopp hvis man når dem med informasjon om attraktive konsepter og tilbud på riktig tidspunkt på reisen.

Stalheim ligger på en av de mest kjente reiserutene på Vestlandet og er et attraktivt stopp (både med og uten overnatting). Oppholdslengden er derimot kort og «kassa-apparatene» begrenset på Stalheim. Liten variasjon og tilbud av kommersielle opplevelser og aktiviteter begrenser den lokale verdiskapingen i dag.



3.6.3 Baseferie - har lange opphold og etterspør selvstellsenheter

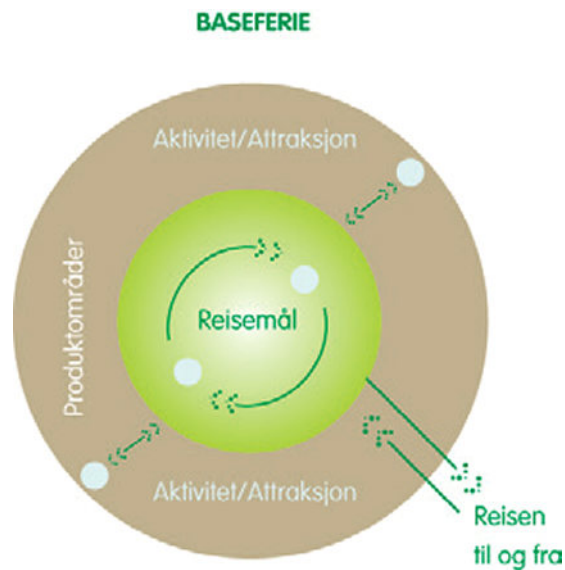
Gjester på baseferie ligger stille på ett sted og tar utflukter ut derfra. Typiske turister på baseferie er hyttegjester, gjester på besøk hos familie og venner. Turister som har vært i Norge flere ganger kan også «gå over» fra å være rundreiseturist til å bli base-turist som ønsker å «fordype» seg mer i ett område. Gjester på baseferie velger normalt attraksjoner, utflukter og besøksmål som ligger innenfor en kjøretid på to timer (hver vei). For å være et godt baseferiemål må man altså ha variert aktivitets- og opplevelsestilbud i dagstursone. Baseferiegjesten setter også pris på å kunne stille seg selv.

Fjordkysten og Hardanger med sine mange selvhusholdsanlegg er eksempler på attraktivt baseferietilbud.

Stalheim har i dag få overnattingstilbud tilpasset typisk baseferie, men hotellet har enkelte (pen-

sjonist-) grupper i lavsesong som bruker hotellet som base for utflukter. I tillegg er det et mindre antall private feriehus/leiligheter og støler til utleie.

På Voss og i Myrkdalen er det derimot en stor andel gjester på baseferie i sommersesongen. Disse gjestene kommer primært fra Nederland og England, hvor reiselivet på Voss gjennom mange år har jobbet tett med ulike turoperatører. For disse gjestene vil Stalheim være et attraktivt dagsturmål.





3.6.4 Resortferie - bruker det «nære» og fokus på hobby/interesser

Resortturisten reiser fortest mulig til det stedet ferien skal tilbringes og har liten bevegelsesradius når reisemålet er nådd. Resortturisten er først og fremst opptatt av tilbudene på reisemålet. En god resortdestinasjon må derfor være mest mulig komplett. På familiepregede resorts eller ved lang oppholdstid (for eksempel sol- eller skiferie) vil selvhusholdsanlegg være etterspurt.

Klassiske resortgjester i regionene vil være fiskeferieturister eller hytteturister ved fjorden, kysten eller fjellet, samt ski- og vintergjester i Myrkdalen og på Voss.

Reisende som benytter typiske nisjetilbud som vandring, sykkel- eller padleopplevelser hvor over-

natting og andre elementer som servering, leie av utstyr, instruksjon, guide inngår, er også en form for resortturister. Dette kommer vi nærmere inn på under beskrivelse av trender innen Adventure turisme i avsnitt xxx.

Kurs- og konferansegjester har også samme reiseform/-behov som resortturister, og er mest opptatt av tilbudene på destinasjonen.

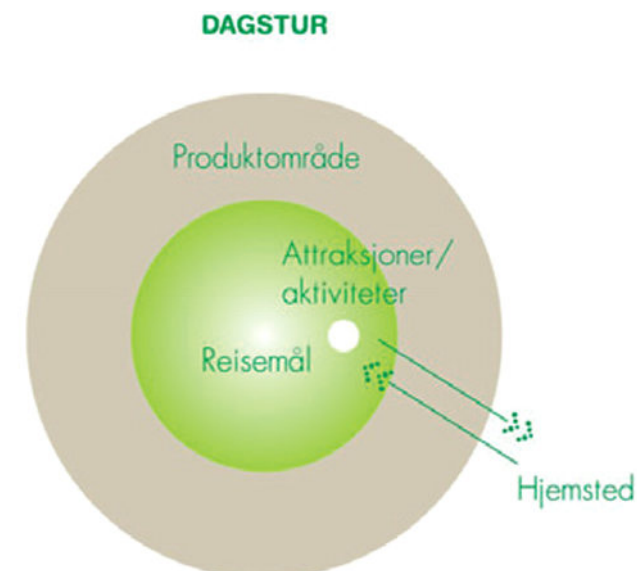
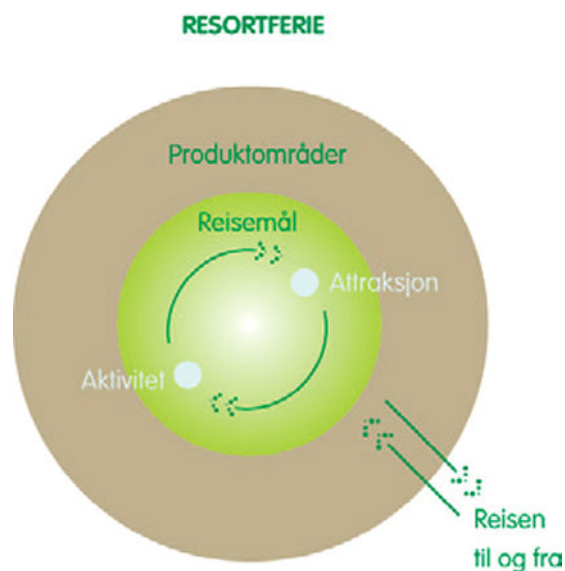
Stalheim mangler i dag aktivitets- og overnattings-tilbud tilpasset typisk gjester på resortferie, men stedet brukes av «aktiv-ferie» gjester som bor andre steder i området. De siste par årene har derimot Stalheim hotel opplevd en etterspørsel fra nye utenlandske operatører som kommer med mindre grupper som ønsker å være aktive i naturen.

3.6.5 Dagsturister - cruiseturister på land dominerer

Dagsturturister reiser normalt for å se ett område eller besøke en attraksjon innenfor en dag. De har begrenset tid og prioriterer strengt mellom tilbudene. I tillegg til attraksjon/ opplevelse er shopping sentralt, samt servering og service som bensin etc.

Gjester på Voss vil være typiske dagsturister til Stalheim og omvendt. Det samme er cruisepassasjerer som deltar på landarrangement. I dag er cruiseturister på dagstur dominerende som reiseform i hele regionen gjennom sommerhalvåret.

Stalheim har i dag en betydelig andel cruisegjester på lunsj eller annen enkel servering (kaffe/kake). Store volum på kort tid kjennetegner dagsturister.



3.7 Analyse av nåsituasjon

Nåsituasjonen er beskrevet i avsnitt 3.1 - 3.5, og i avsnitt 3.6 har vi gjort noen overordnede vurderinger sett i forhold til ulike reiseformer. Her følger vår kortfattede analyse av dagens situasjon hvor vi peker på vesentlige forhold vi mener har størst betydning for mulighetene videre.

Stalheim = Stalheim Hotel, men Stalheim er også mer enn hotellet

Det er først og fremst utsikten til Nærøydalen som er selve attraksjonsverdien på Stalheim, men stedet i reiselivssammenheng er sterkt knyttet til Stalheim Hotel. Utviklingen av Stalheim vil være avhengig av hvilke beslutninger og strategiske valg som tas av hotellets eiere i forhold til driftsform, eierskap, investeringer, produkter, markeder osv.

Samtidig er det mer enn selve hotellet som utgjør dagens reiselivstilbud. Det er en håndfull mindre reiselivsaktører som har etablert natur/kulturbasert virksomhet på Stalheim. Det er en god reiselivsmessig infrastruktur med veier, tilrettelagte turstier, parkering, buss-stopp, utsiktspunkter etc. Historien om stedet med alle sine ulike kjernefortellinger (beskrevet i kap. 2) er en nesten utømmelig kilde til opplevelsesutvikling som kan tilpasses mange kundebehov. Kulturminner som Nåli, Sivlestøtta og Stalheimskleivi, samt naturressurser som Stalheimsfossen og Sivlefossen kan gjennom videre tilrettelegging og opplevelsesdesign bidra til økt lokal verdiskaping og en mer bærekraftig utvikling. Dette vil vi komme nærmere tilbake til i kapittel 5 og 6. Slik vi ser det er det mange verdifulle ressurser for en fremtidig reiselivsutvikling på Stalheim. Enkeltvis/isolert sett er det derimot ingen som legger premissene på samme måte som Stalheim hotel.

Det er et stort antall «brukere» av Stalheim

Vi har tidligere beskrevet trafikken på Stalheim og hva som kjennetegner dagens gjester på Stalheim Hotel. I tillegg til reiselivsaktørene som er lokalisert på Stalheim er det et stort antall andre kommersielle aktører som i større eller mindre grad er «brukere» av Stalheims ressurser og infrastruktur.

Andre overnattingsbedrifter i regionen anbefaler gjerne Stalheim som dagsturmål for sine gjester, tur-operatører og cruiseoperatører sender gjester til Stalheim uten at de bor/spiser eller sågar fysisk stopper der, for eksempel FjordTours med Norway in a Nutshell. Aktivitetsfirmaer og guideselskap bruker Stalheim som startpunkt og/eller endepunkt for sine turer på sykkel eller til fots.

Det er få «kassa-apparater» på Stalheim

Det er et stort antall turister på Stalheim i løpet av en sesong, men utover det Stalheim Hotel tilbyr er det svært få lokale «kassa-apparater» som bidrar til målet om lokal verdiskaping. Siden bygda egen befolkning er så begrenset, vil flere «kassa-apparater» måtte utvikles i samarbeid med hotellet og/eller andre partnere utenfor de som bor i selve bygda Stalheim.

Mange vil «eie og selge» en flik av Stalheim

Det er mange reiselivsaktører som markedsfører og selger Stalheim en del av egen virksomhet/destinasjon/regionen uten at det blir noe lokal verdiskaping igjen på Stalheim. En rask gjennomgang av brosjyrer og nettsider til destinasjonsselskaper

The screenshot shows the website 'bike the fjords' with a navigation menu (HEIM, SYKKELTURAR, SYKKELUTLEIGE, KONTAKT) and social media icons. The main content is titled 'NÆRØYFJORDEN Sykkeltur i verdsarven!' and describes a cycling route from Voss to Stalheim, Gudvangen, Nærøyfjorden, and Flåm. It highlights the scenic landscape, UNESCO World Heritage sites, and the fjord. A large photograph of the fjord is on the right. At the bottom, it lists the dates for the cycling tour in 2018: 18 - 20 Mai and 4 - 6 Juni.

i regionen viser at mange «soler seg i glansen» av Stalheim. Stalheim presenteres under overskriftene Hardanger og Sognefjorden i tillegg til destinasjon Voss som de geografisk tilhører.

Stalheim er en del av et «uoppdaget» turområde som nå er tilgjengelig

Et attraktivt og lite tilrettelagt turområde – Myrkdalen – Stalheim – Vik (jr. UT.no). Med ny tunnel til Jordalen og en økt satsing fra Myrkdalen Fjellandsby, se eksempler på produkter som lanseres i utenlandske markeder, vil dette turområde få flere besøkende som vil være aktive i naturen både sommer og vinter.

Nærøfjorden – hva er dette for et (opplevelses-) område for «folk flest»?

Stalheim – portalen til verdensarvområdet i Nærøfjorden er overskriften i dette mulighetsstudie. Det kan derimot virke noe forvirrende (for folk flest) at det er så mange relativt like geografiske områder, med relativt like navn som alle jobber med å forvalte sine besøkende og formidle sine budskap. Her nevnes: Nærøfjorden Landskapsvernområde, Verneområdet Nærøfjorden, Vestnorsk fjordlandskap med verdensarvområdet Nærøfjorden, Nærøfjorden Verdsarvpark

Stalheim er et sted hvor tiden har stått stille – på godt og vondt

Stalheim hotell sine materielle verdier, bygningsmasse og driftsform er beholdt «som det alltid har vært». Hotellet har i liten grad kapasitet til å delta aktivt i de nettverkene de er medlem av som for eksempel De historiske hotel og spisesteder. Hotellet synes å operere mye på egen hånd, har direkte kontakt med sine utenlandske operatører/byråer og er i lite inngrep med andre reiselivsbedrifter i regi-

onen når det gjelder utvikling av produkter og nye markeder. Stalheim har typiske utfordringer som sesongsted med rekruttering av sesongansatte, innkvartering, kompetanseutvikling o.l.

Portalfunksjonen er ikke utviklet

Stalheim som en portal/innfallsport til verdensarven er ikke utviklet slik det fremstår i dag. For å lev-

ere funksjoner som en portal vil Stalheim måtte utvikles på flere områder; infrastruktur grep, kommersielle grep og grep knyttet til samarbeidspartnere og -former er nødvendig.



Freeride the Fjords

This is one of the most unique freeride skiing packages in Norway! Enjoy great skiing in and around Myrkdalen, one of the most snow sure ski resorts in Europe.

At Vatnahalsen Mountain Lodge you will be backcountry skiing in stunning surroundings with certified mountain guides (UIAGM).

Itinerary Freeride the Fjords

Friday: Shuttle from Flesland International Airport (Bergen) - Myrkdalen

Friday - Tuesday: Accommodation in a double room at Myrkdalen Hotel, including a 3-day lift pass, breakfast and dinner.

Tuesday: Bus Myrkdalen - Gudvangen, boat cruise on the UNESCO-listed Nærøfjord and a train ride to Vatnahalsen on the famous Flåmsbana Railway.

Tuesday - Friday: Accommodation in a double room at Vatnahalsen Mountain Lodge, including all meals.

Wednesday - Friday: Guided backcountry skiing tours with certified mountain guides (UIAGM).

Friday: Train from Vatnahalsen to Bergen or Oslo*

*Train Myrdal - Bergen or Oslo is not included in the price and you need to organize this yourself.

This package is available for individual bookings week 14, 15 and 16 in 2018. Tailor made packages are available for groups all season on request.

Click **HERE** to get inspired!

Contact Information and Booking

Director of Sales Paal Thunæs
E-mail: paal.thunes@myrkdalenhotel.no
Phone: (+47) 95 10 08 18
www.myrkdalen.no



The best of Mountains and Fjords

Hike beautiful mountains, experience breathtaking views, discover the pristine fjords in Western Norway by boat and sleep well at three modern and historic hotels - Myrkdalen Hotel, Kviknes Hotel and Fretheim Hotel

Itinerary: The Best of Mountains and Fjords

Friday: Arrival with train from Bergen or Oslo to Voss.

Saturday: **Sea Kayaking in Nærøfjorden.** Enjoy the majestic landscape in the UNESCO World Heritage listed Sognefjord

Sunday: **Hiking to Prest and biking in the Flåm Valley.** The panoramic view from the top will take your breath away. After lunch we will bike down the beautiful Flåmsdalen Valley

Monday: **Hiking from Vikafjellet Mountain Plateau to Holo.** We will drive to the pristine mountain plateau Vikafjell and walk back towards Myrkdalen.

Tuesday: **Hiking to Raudmelen.** A good hiking trail goes up the mountain side from Kviknes Hotel to the top where you have fantastic views over the Sognefjord.

Wednesday: **Boat cruise and a Heritage Taste Fjord Safari - RIB boat.** The ultimate fjord experience day!

Thursday: **The Flåm Railway.** Departure to Bergen or Oslo via one of the most beautiful train journeys in the world.

Arrival dates 2018
 July: 13th / 20th / 27th
 August: 3rd

Click **HERE** to get inspired!

Contact Information and Booking

Director of Sales Paal Thunæs
E-mail: paal.thunes@myrkdalenhotel.no
Phone: (+47) 95 10 08 18
www.myrkdalen.no

Eksempler på hvordan Myrkdalen utvikler kundetilpassede pakker som inkluderer aktiviteter, transport og andre overnattingsbedrifter i området. Pakkene selges til operatører i det utenlandske markedet.

A hiker with a backpack is seen from behind, standing on a grassy hillside and looking out over a valley. The valley features a large, calm lake that reflects the surrounding green mountains and a clear blue sky. The sun is shining brightly from the upper left, creating a lens flare effect. The hiker is wearing a blue t-shirt, dark shorts, and a backpack. The overall scene is bright and scenic, suggesting a peaceful outdoor setting.

KAPITTEL 4

**MULIGHETS-
VURDERING**

4.1 Omverden – trender og endringer

Innspill fra styringsgruppen, samtaler med aktører og to befaringer i området har gitt verdifull innsikt for å vurdere mulighetene på Stalheim. I tillegg gjør vi mer overordnede mulighetsvurderinger med utgangspunkt i vår fagkunnskap innen reiselivs- og opplevelsesnæring. Innledningsvis vil vi trekke frem tre globale og nasjonale forhold vi mener har en spesiell relevans for fremtidige muligheter på Stalheim.

- Fremtidens turisme – hva endres?
- Adventure Travel griper om seg
- Besøksforvaltning og overturisme

4.1.1 Fremtidens turisme – hva endres?

Vi som jobber med opplevelser og reiseliv nå, lever i en helt spesiell og spennende tid. Danskene går så langt at de sier at turismen, slik vi kjenner den, er død, og at en helt ny form for turisme er i emning. Mange samfunnsforskere kaller det et paradigmeskifte, hvilket betyr en så stor endring i måten vi tenker på at konsekvensene blir betydelige. I reiselivet snakker vi gjerne om dette skiftet som overgangen fra serviceøkonomi til opplevelsesøkonomi. I dag er det opplevelser som får folk opp av sofaen og ut å reise, det er opplevelser som utløser betalingsvilje. Opplevelser bygger identitet og skaper mening i folks liv. Intet mindre.

Men også opplevelsesøkonomien er i stadig bevegelse og utvikling, og konturene vi ser av de nye turistene nå, er helt fascinerende. Og kanskje litt skremmende. De nye turistene vil ikke være turister, de vil låne hverdagen vår og føle seg som midlertidig fastboende. De vil komme på innsiden av kulturen og lokalsamfunnet de besøker. For disse er relasjoner kanskje det aller mest verdifulle vi kan levere, eller legge til rette for. Dette betyr blant

annet at dere som leverandører må skape helt nye typer tilbud og opplevelser som er mye bedre tilpasset ulike gjester enn de er i dag.

Midt i dette, utvikler teknologien seg så fort og tar så mange overraskende vendinger at gamle sannheter om hvordan man lykkes i reiselivet ikke lenger er gyldige. Kundene overtar markedsføringa gjennom sosiale medier, og gjestene forventer optimale løsninger som passer dem som hånd i hanske både før, under og etter reisen. Snart kommer også big data systemene ramlende inn over oss med full tyngde. Kundeinnsikt er blitt den nye store konkurransefaktoren. Vi må forstå kundene våre for å nå fram til dem, for å levere godt nok, og for å utløse nødvendig betalingsvilje.

4.1.2 Adventure Travel griper om seg

Adventure Travel er pt. det raskest voksende segmentet i internasjonal turisme. I følge Adventure Travel Trade Association (ATTA) som er verdens ledende organisasjon for denne type reiser, har etterspørselen økt med xx pr år de siste 5 årene.

Adventure segmentet er definert ved det inneholder minst en av følgende; fysisk aktivitet, natur og kulturell dybde. De viktigste kriteriene for adventure travellers når de velger destinasjon er vakker natur, tilgjengelige aktiviteter og klimatiske forhold. (ATDI Adventure Tourism Development Index Report 2015).

Tradisjonelt sett har dette segmentet blitt forbundet med fysisk aktive, eventyrlystne og adrenalin-søkende turister, for eksempel besøkende på Ekstremsportveko på Voss. Adventure Travel er derimot delt inn i to hovedområder; «hard adventure» og «soft adventure». Nye internasjonale undersøkelser viser at det er tilbudene innen soft-



Foto: Voss/Foap/Visitnorway.com



Foto: Nils-Erik Bjørholt - Visitnorway.com

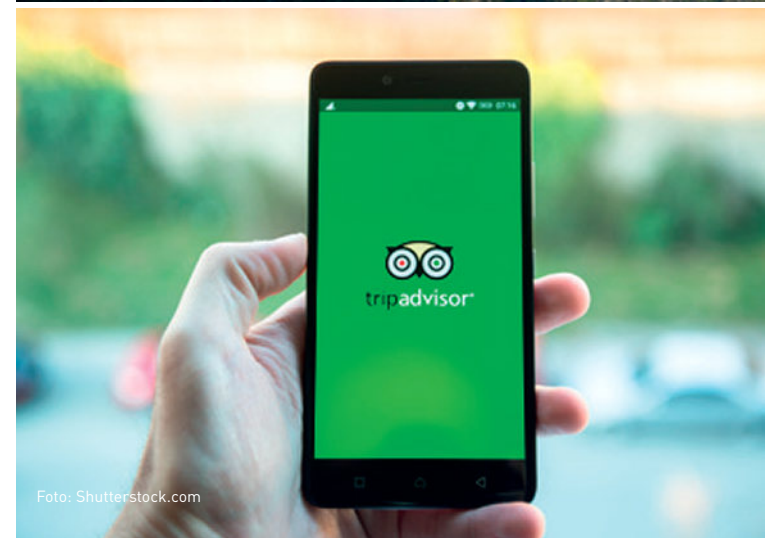
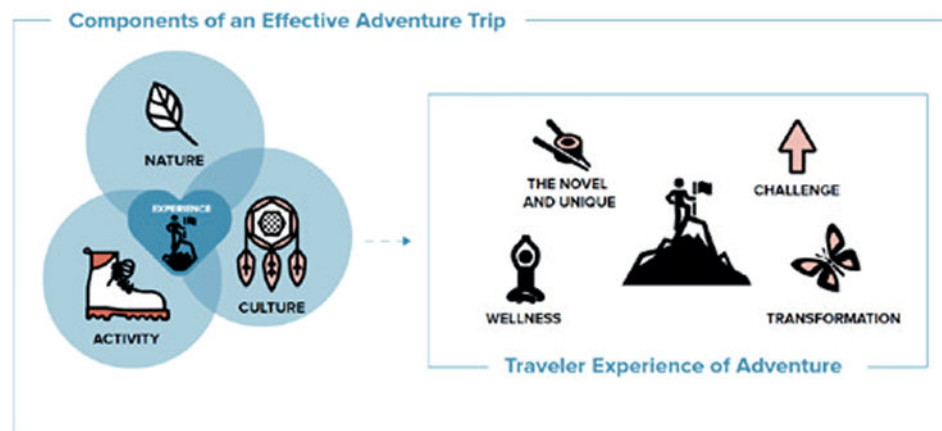


Foto: Shutterstock.com

adventure som vokser mest. Trendene i moderne «eventyr» beveger seg fra opplevelser med mye fart, spenning, adrenalin til opplevelser med dybde, læring, refleksjon, transformasjon. Dette er illustrert i figur xx.

Det ligger til rette for å kunne spille på mange av disse komponentene for Stalheim.



Figur 4: Elementene i Adventure Travel. Kilde: ATTA



Figur 5: Trendene i moderne «eventyr»/Adventure Travel. Kilde: ATTA

4.1.3 Besøksforvaltning og overturisme

Fra fokus på vekst, volum, økt markedsføring og salg av Norge som reisemål har den offentlige debatten om norsk reiseliv endret seg til også å inneholde en bekymring. En voldsom turistvekst på flere reisemål har medført nye utfordringer i forhold til vern av natur og lokalmiljø, sikkerhet, overturisme og styring av turiststrømmer. Tas ikke dette og kostnadene ved turismen alvorlig nok, kan det fort skade Norges gode rykte som et bærekraftig og uspolert reisemål, med store konsekvenser for «Merkevaren Norge».

I sommer presenterte en samlet reiselivsnæring veikartet «Mot et bærekraftig reiseliv».

Det er sentrale organisasjoner som Virke, Den Norske Turistforening, Fellesforbundet, NHO, Innovasjon Norge, NCE Fjord Tourism, Norsk Reiseliv og Naturvernforbundet som sammen står bak veikartet. Her skisseres tiltak som bære næringen selv må gjøre, i tillegg til helt konkrete punkter som organisasjonene mener myndighetene må ta tak i.

Dette er temaer som naturlig nok er meget aktuelle i Verdensarven med delområdene Geiranger og Nærøyfjorden. Som tidligere nevnt er «Besøksforvaltningsplan for Verdsarvområdet Vestnorsk fjordlandskap» i sluttfasen. Planen skal bl.a. inneholde en handlingsplan for Nærøyfjorden med tilhørende portalområder for perioden 2018-2023. Det er et krav om at en besøksstrategi skal være på plass i Verdensarvområdet innen 2020. Gode løsninger som kan bidra til økt bærekraft og minske negative konsekvenser i verdensarvområdet vil være etterspurt.

Stalheim vil her kunne spille en viktig rolle. Dette vil vi presentere nærmere i kapitel 5 og 6.

4.2 Rammer, begrensninger og muligheter

I vår analyse av nåsituasjonen har vi pekt på at det som skjer knyttet til eierskap, investeringer og driftsform på Stalheim Hotel de neste årene, vil bety mye for videre utvikling av Stalheim som en portal til verdensarven. I tabellen under beskriver vi et antall rammebetingelser vi mener setter begrensninger i dag, men som samtidig representerer muligheter i fremtiden.

Rammebetingelser	Begrensninger (i dag)	Muligheter (i fremtiden)
Stalheim hotel sin bygningsmasse	Ikke egnet for helårsdrift uten investeringer i det fysiske anlegget (isolering etc.) Det visuelle uttrykket/arkitekturen. Hvorfor ser hotellet ut slik det gjør i dag?	Kan bruke nye materialer og ny teknologi for å tilpasse eksisterende bygninger og/eller tilbygg til mer oppdaterte fasiliteter. Kan formidle bakgrunnen for arkitekturen/materialvalg
Stalheim hotell som reiselivsbedrift	Et sted hvor tiden har stått stille – «på godt & vondt». Både materielle og immaterielle verdier er beholdt «som det alltid har vært».	Kan «hoppe» over ett steg i utviklingen til neste generasjon løsninger. Kan få til en mix hvor man tilpasser seg fremtidens kundebehov og morgendagens løsninger, men samtidig beholde tradisjoner, historie, autensitet som den tradisjonsrike reiselivsbedriften det er.
Museet er kun åpent for hotellets gjester på bestilling med guide.	Begrenset kapasitet og svært sårbart. I dag er det kun 2 personer som har kompetanse/guidere besøkende i den private samlingen.	Kan bruke hele/deler av museet som en opplevelsesarena, en ramme for nye konsepter. Mer spisset formidling kan tilpasses ulike kunder og gi større bredde i tilbudet. Kan bruke enkelte gjenstander i nytt formidlingskonsept for Verdensarven og «nå flere», jfr kap 6.
Eierforholdene på Stalheim hotell og museet/-Fuglehaugen	Situasjonen om hva som skjer i «neste generasjon» er uavklart. Større utviklingsprosjekter er naturlig nok satt på vent.	Kan forløse et potensial som ikke er tatt ut i eksisterende markeder og nye markeder gjennom tilførsel av ny kapital/initiativ/interesse. Kan realitetsvurdere alternative løsninger som fullt salg, splitting i eiendomsselskap og driftsselskap o.l
Risikovillig kapital til investeringer på Stalheim	Begrenset kapital/motivasjon til større investeringer hos dagens eiere av Stalheim hotel. Øvrige reiselivsaktører/ grunneiere på Stalheim har et småskala-preg.	Voss & Hardanger museum (eller tilsvarende institusjon) kjøper ut deler av samlingen med betingelser som dagens eiere godtar (lokasjon/bruk/ formidlingstype). Kan frigjøre midler til å finansiere utbygging/ utvikling. Kan inngå samarbeid/allianser med kommersielle aktører i opplevelsesområde som har «motsatt» sesongutfordringer og behov for å bygge helårige lønnsom trafikk, Myrkdalen Fjellandsby m.fl.
Infrastruktur for Stalheimsområdet i form av vann/avløp (kommunalt ansvar)	Stalheim har eget vannverk. Eksisterende avløp har begrenset kapasitet (ikke dimensjonert for helårsdrift). Hotellet planlegger en oppgradering av avløpssystemet nå.	Kan kombinere utbygging av ny infrastruktur med avløp for hotellet med utbygging av de foreslåtte løsninger for formidling av verdensarven (jfr kap.
Infrastruktur for Stalheimsområdet i form av offentlig vei/ parkering/-holdeplasser (fylkeskommunalt ansvar)	I dag er det kun enveiskjøring – dvs. nedover Stalheimskleivi retning Gudvangen. Veien er helt/delvis vinterstengt (??) og dårlig vedlikeholdt gjennom flere år. Det er utfordringer knyttet til gjengroing langs veien. Hotellet opplever at det er krevende å få kontakt med Statens Vegvesen for å diskutere løsninger. Det er begrenset parkeringskapasitet for besøkende som ikke bor på hotellet. Til tider kaotisk trafikkavvikling med biler, turistbusser, myketrifikanter, kollektivtrafikk mm.	Kan etablere et samarbeid med kommunen, Vegvesenet, landbruket og/eller andre ifht skjøtsel og landskapspleie. Kan få økt oppmerksomhet og prioritering når forvaltningen av Stalheimskleivi som kulturminne overføres fra statlig til regionalt nivå fra 2020. Kan få oppgradert infrastruktur og økt parkeringskapasitet gjennom å etablere et samarbeid med kommunen, fylkeskommunen, Vegvesenet.

4.3 Mulighetsrom

Vi har tidligere pekt på at Stalheim har et større potensial enn det som tas ut i dag. Samtidig er det mulighetsrom og positive trender som vil kunne utnyttes i fremtiden. I tabellen under listes konkrete mulighetsrom med anbefalinger og eksempler på hvordan vi mener disse kan utnyttes.

Mulighetsrom	Anbefaling	Hvordan kan det utnyttes?
Stamvei Øst-Vest E16 vedtatt og oppgraderes	Skape ny relevans for Stalheim som portal/innfallsport før ny tunell / E16 kommer i 20xx.	Utnytte tidsvindu i de neste 5 år ved å befeste og fornye posisjonen som det unike attraksjons-/utsiktspunktet ingen kjører forbi på Vestlandsturen.
Ny aktualitet knyttet til bærekraftig reiselivsutvikling (ref. NRK Brennpunkt Cruise). Verdensarven «AT RISK»!	Utvikle Stalheim basert på at det kan komme restriksjoner på cruise som reduserer noen av reisestrømmene i området.	Satse på målgrupper som i mindre grad er avhengig av at besøk/tilstrømming er basert på ekstern tredjepart (f.eks. cruiserederiene)
Hamskifte i reiselivet: «Hele Norge hele året», besøksforvaltning og helårsturisme.	Utnytte den nye strategien til VisitNorway og FjordNorge som tilrettelegger for sesongutvikling og helårsturisme. Betingelser produktutvikling og kundetilpasning.	Utvikle et mer differensiert tilbud, ta i bruk hele ressursgrunnet, kjernefortellingene, den private samlingene og andre lokale muligheter i opplevelsesutvikling.
Myrkdalen Fjellandsby satser offensivt på produkt- og markedsutvikling Strategisk satsning på «Ski & Fjord»	Søke samarbeid med Myrkdalen om kommersiell utvikling på nye segmenter. Involvere seg aktivt i nettverk som jobber strategisk med nye sesonger og kombinasjoner.	Tilpasse tilbudene til behovene som Myrkdalens gjester har og hva de etterspør. Starte med «Guidede vår-ski» pakker i triangelen Myrkdalen-Jordalen-Bakkanosi -Stalheim» som en test.
Store volum i området som skal BO – SPISE – OPPLEVE – TRANSPORTERES	Legge til rette for økt lokal verdiskaping på Stalheim.	Utvikle en helhetlig innfallsport/portal med moderne turistinformasjon, et nytt formidlingskonsept av Verdensarven, lett tilgjengelige aktiviteter med kort varighet og «Shop-levelse»
Fjordenes fremtid som turistmål er under «press» og nye tider vil komme. Fra Fjordturisme 1.0 (Volum) til Fjordturisme 2.0 (Verdi)	Redusert fokus på Fjordturisme 1.0 og mer på mulighetene innen Fjordturisme 2.0 med fokus på økt verdiskaping pr. gjest, matopplevelser, lengre opphold og flere og lengere sesonger	Alliansebygging både i retning Voss, Myrkdalen og Flåm-Aurland. Førstnevnte har behov for en sterkere kobling til Nærøyfjorden og Verdensarven, mens sistnevnte har behov for avlastning i pressområder/-tider og å kunne tilby differensierte tilbud.
Stalheim har et sublimt* landskap – en stedlig magi som bergtar. Krever ingen «oversettelse», kryss kulturell forståelse av noe som er større enn seg selv	Forsterke attraksjonsverdien i selve kanten ved hotellet. Andre bygger gondoler for å få turistene dit utsynet er ligger (for eksempel Loen). Her er det klart.	Fremheve “A room with a view”-tilbud for hotellets gjester. Forsterke opplevelsesverdien for alle besøkende gjennom utvikling av et formidlingskonsept for verdensarven ved hotellet (på kanten).



Foto: Øyvind Heen - Visitnorway.com



Foto: Tomasz Furmanek/Visitnorway.com



Foto: Øyvind Heen - Visitnorway.com

4.4 Særskilte fortrinn og utfordringer

Basert på vår erfaring med utvikling av reiselivs- og opplevelsesnæring over hele landet er vår vurdering at Stalheim har følgende konkurransefortrinn:

- Inngrep med store volumer av turister i norsk målestokk
- Beliggenhet i en internasjonalt attraktiv besøksregion
- Høy landskapsverdi – et sublimt landskap
- Reiselivsmessig infrastruktur er allerede på plass

Stalheim er et sublimt sted med landskapskvaliteter i verdensklasse. Dette var/er/forblir hovedelementet i reisemålets attraksjonskraft, men utnyttes i for liten grad til opplevelsesutvikling og historiefortelling slik stedet fremstår i dag.

Det er potensiale for økt lokal verdiskaping basert på Stalheims kjernefortellinger og ressursgrunnlag. Opplevelsesdesign basert på kundeinnsikt og et systematisk utviklingsarbeid vil kunne realisere potensialet.

Sammenlignet med andre steder/innfallsporner i Nærøyfjorden Verdensarvpark (Flåm/Gudvangen/Aurlandsvangen osv.) vil vi påstå at Stalheim er det åpenbare punktet som kombinerer et sublimt landskap med god tilgjengelighet for alle typer reisende. «Alle» kan besøke Stalheim uavhengig av fysisk form, reisebudsjett/lommebok, reiseform, transportmiddel, årstid osv. Samtidig bærer stedet ikke preg av «masseturisme» som enkelte vil hevde at man kan oppleve andre steder i verdensarven.

På Stalheim får den besøkende en intuitiv forståelse for hvorfor UNESCO valgte nettopp dette landskapet (jfr plasseringen av Snøhetta Viewpoint og

22. juli minnesmerket).

Stalheim som en portal gir optimal hjelp gjennom sin beliggenhet og utsikt. Her vil formidlingen av verdensarven spille på lag med stedets egen dramaturgi, samtidig som stedet har god tilgjengelig (kan forberedes og videreutvikles). Ingen av de andre stedene/portalene har etter vår oppfatning de samme naturgitte forutsetningene.

Samtidig vil enkelte temaer som kvartærgeologi, dyre- og fugleliv, samferdsel/vei/turisme være naturlige å formidle på Stalheim. Andre temaer som jordbruk, kulturlandskap, ferdsel til vanns, bygder/grender er temaer som er hensiktsmessige å formidle andre steder i parken.

Stalheim har landskapskvaliteter i verdensklasse, god tilgjengelighet for et stort antall besøkende og en eksisterende infrastruktur.

Når det gjelder særskilte utfordringer for reiselivet i Nærøyfjorden, på Voss og Stalheim, handler det både om å spre den eksisterende trafikken mer både i forhold til sesong og steder. Det handler også



foto: Nils-Bruno Schott - Visitnorway.com

om å endre dagens gjeste-mix slik at det blir økt lokal verdiskaping og et mer bærekraftig reiseliv. Konkret kan det bety at reisemålene og bedriftene faktisk må skifte ut noen av dagens gjester på sommeren med andre type gjester som blir lengre, benytter større del av tilbudene og legger igjen mer av reisebudsjettet lokal. Det er utfordringer knyttet til helårsturisme, både i forhold til å fordele mer av eksisterende trafikk på høst og vår, samt å skape ny etterspørsel på vinteren.

4.5 Kombinerer 3 versjoner Fjordturisme

Stalheim har mulighet å kombinere 3 hovedretninger av turisme. De ulike retningene kan gradvis fases inn og ut i tråd med utvikling av tilbudene. Her presenterer vi de 3 retningene og knytter noen

overordnede kommentarer til den enkelte:

Fjordturisme 1.0 - volum

- For massene og i storskala/volum
- «Råvare»-basert, den tradisjonelle/klassiske fjordturisme (førstegangsbesøkende – buss/cruise)
- Mer av det vi tilbyr i dag til flere av de vi har dag
- Samarbeid/partnere: Norway in a Nutshell, Flåm / Aurland / Sognefjorden

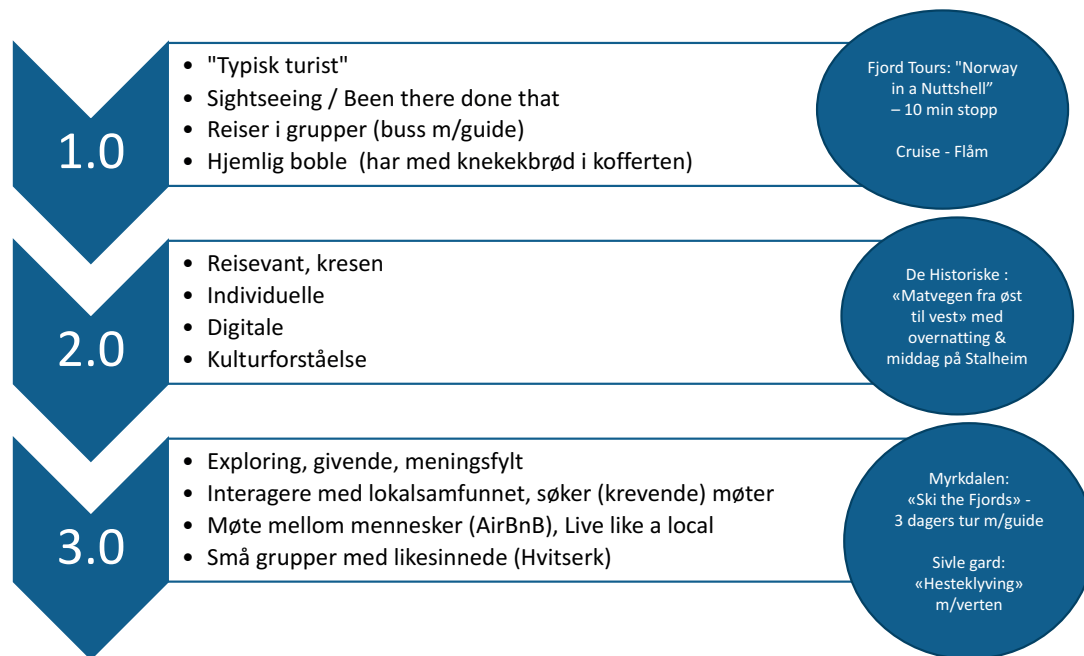
Fjordturisme 2.0 – verdi

- For individuelle gjester/gjester i mindre grupper
- I mindre skala og mer foredlet

- Fjordturisme for livsnytere
- Mer betalingsvillige kunder med høyere krav til opplevelsesverdi, individuelle tilpasninger og eksklusivitet
- Samarbeid: De Historiske Hotel & Spisesteder, Voss, Myrkdalen

Fjordturisme 3.0 - Adventure Travel (Natur- og kulturbaserte ferier)

- Utendørs aktiviteter, samt «connecting with people and culture»
- For de friske, raske og nysgjerrige – men både «soft» og «hard» adventures inkluderes
- Nye produkter til nye målgruppe (nisjer)
- Samarbeid: Voss, Myrkdalen, Hardanger og Voss Museum, DNT, Verdensarvparken



Figur 6: Stalheim leverer til 3 versjoner Fjordturisme





KAPITTEL 5

**ANBEFALINGER
OG STRATE-
GISKE GREP**

Basert på analyse av nåsituasjonen, vurdering av mulighetsrommet og våre faglige vurderinger har vi kommet frem til noen anbefalinger og et sett strategiske grep. For at Stalheim skal ta ut sitt potensial som et ikon i nasjonal målestokk og lykkes med en bærekraftig reiselivsutvikling, mener vi at tiden er kommet for å ta nye og modige valg for å møte fremtiden.

5.1 Visjon og ambisjon

Visjon: Stalheim – på lag med fremtidens turisme.

Visjonen kan utdypes slik:

Med sin plassering i hjertet av fjord-Norge skal Stalheim bli en veiviser for fremtidens turisme.

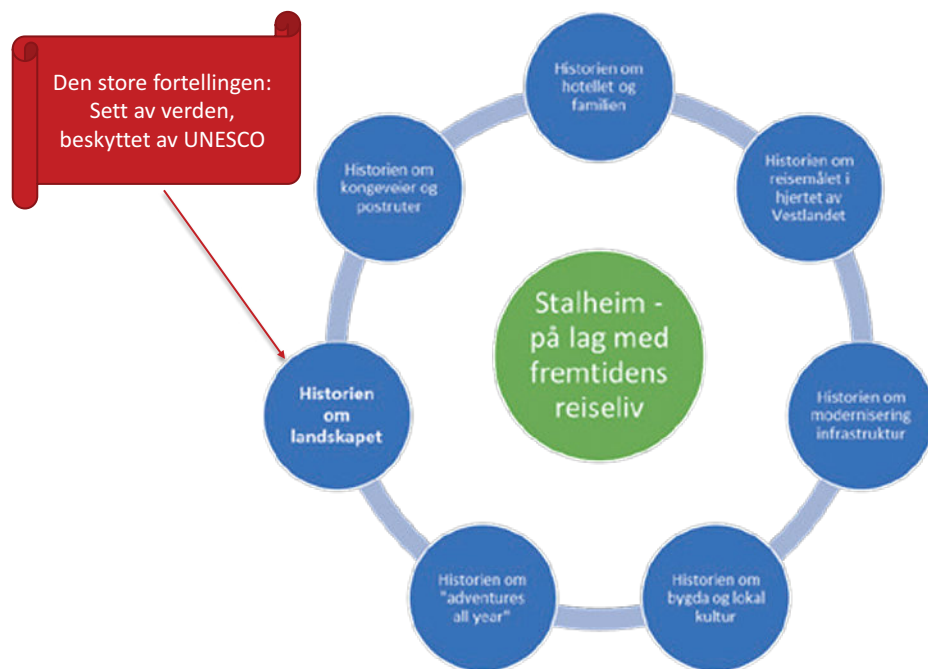
I kraft av sin lange historie, tradisjonelle stil og driftsform kan Stalheim/Stalheim Hotel bli et **eksempel til etterfølgelse** for reisemål/reiselivsbedrifter som tar steget inn i fremtidens reiseliv.

Stalheim kan ta et «stort og nødvendig steg» direkte **fra gårsdagens turisme til morgendagens reiseliv**, uten unødvendige mellomtrinn og omveier slik som en rekke andre bedrifter/reisemål må. På mange måter kan det virke som om «tiden har stått stille» på Stalheim de siste 20-30 årene, noe som både har positive og negative konsekvenser for tilbudet slik det fremstår i dag.

Ambisjon: Stalheim motiverer, inspirerer og hjelper deg - så du kan besøke verdensarven, slik den fortjener.

Ambisjonen kan utdypes slik:

Stalheim er stedet hvor du **intuitivt forstår Verdensarven** slik at du motiveres for å ta vare på vår felles natur- og kulturarv for all fremtid. Stalheim er stedet hvor selve «skapelsen» kommer så sterkt til uttrykk at du **instinktivt/umiddelbart** forstår verdien av Verdensarven (*pga. det sublime landskapet, god tilrettelegging og et formidlingskonsept som berører*). Du motiveres, inspireres og får kunnskap og enkle verktøy for å ta vare på vår **felles natur- og kulturarv for all fremtid**. *Du blir overbevist/endret/ gjort i stand å gjøre ditt/bidra på din måte.*



5.2 Strategiske grep

Her følger korte beskrivelser av fem strategiske grep vi mener kan bidra til at Stalheim tar ut sitt potensial og utvikler et bærekraftig reiseliv basert på natur- og kulturressurser.

5.2.1 Strategisk markedsutvikling over tid

Det viktigste grepet vil være en strategisk markedsutvikling for Stalheim Hotel og Stalheims området. Over tid innebærer dette å flytte trafikk fra Volum-markedet (1.0) til Adventure-markedet (3.0), mens det vi kaller Verdi-markedet (2.0) beholdes. De tre markedene er tidligere beskrevet i avsnitt xx.

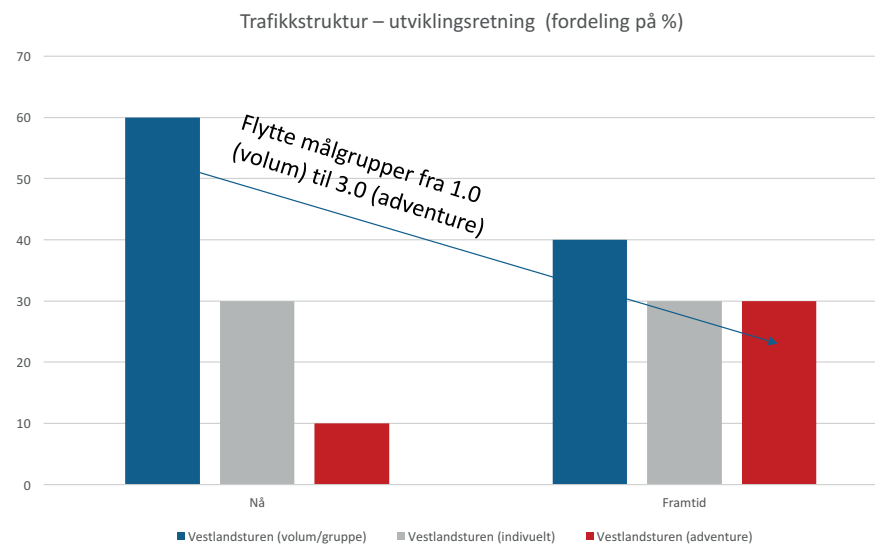
For å lykkes med en slik markedsutvikling, vil det være nødvendig å:

- skifte ut enkelte gjestegrupper på sommeren med andre type kunder som bidrar med større lokal verdiskaping
 - f.eks. bli lengre/betale mer/delta på flere kommersielle aktiviteter/kjøpe mer av lokale leverandører
- fordele mer av trafikken på høst og vår
 - må tilpasse og spisse tilbudene til dagens kundegrupper og nye kundegrupper
- etablere tilbud på Stalheim i vinterhalvåret som retter seg inn mot nye kundegrupper
 - gjøres i samarbeid med aktører som allerede har tilgang og kjennskap til dette markedet (for eksempel Myrkdalen Fjellandsby)

5.2.2 Etablere tydelige soner og sesonger basert på kundeinnsikt (Reason to Go)

I dag er tilbudene som møter de besøkende på Stalheim relativt ensartet – uavhengig av hvilken motivasjon / Reason to Go som den enkelte gjest har.

Strategisk markedsutvikling over tid



Figur 7 illustrer den strategiske markedsutviklingen over tid.

For å nå målet om økt lokal verdiskaping vil det være nødvendig å tiltrekke seg en større andel av kjøpsterke kundegrupper, legge til rette for økt oppholdslengde og mersalg, samt utvide sesongen (og på sikt bli en helårsåpen attraksjon/hotell).

Tiltak for å oppnå ønsket resultat:

- **Utvikle nye opplevelser** basert på kundeinnsikt. Ta utgangspunkt i en eller flere av Stalheims ulike kjertefortellinger (ref. kapittel 2) og designe nye opplevelser basert på kundebehov.

- **Utvikle servicetilbudet** basert på kundeinnsikt. Tilpasse overnatting, servering, transport, shopping til definerte kundegrupper, funksjoner og sesonger.
- **Utnytte og fornye** eksisterende bygningsmasse og infrastruktur på Stalheim gjennom å dele inn i tydeligere soner
- **Bryte opp dagens hotellbygning** i ulike seksjoner tilpasset definerte kundegrupper, funksjoner og sesonger

Det kan for eksempel være ulike spisesteder med ulik meny/pris/service eller oppgradere deler av bygningen til "Lodge"-stil for aktive turister.



5.2.3 Gjøre det enkelt å være besøkende gjennom The HUB

«The HUB» kan beskrives som en framtidig aktivitetsformidling, og må sees i sammenheng med utviklingen av Stalheim som en portal med formidling av verdensarven i Nærøyfjorden (ref. avsnitt 5.2.4). Gjennom økt fokus på nye målgrupper i samarbeid med aktører som allerede er i inngrep med Adventure Tourism segmenter, for eksempel Myrkdalen Fjellandsby, vil Stalheim kunne fylle funksjonene til en HUB.

En Adventure HUB lokalisert på Stalheim kan dekke en eller flere funksjoner som gjør det enkelt å være besøkende i området. Det kan være funksjoner knyttet til utstyr (kjøp/utleie/retur/reparasjon), aktiviteter/opplevelser (oppmøte/samlingspunkt, før/etter), informasjon (kart/beskrivelser), service (nøkler/sengetøy/catering), transport (felles/individuell) mm. Med tilgang til verdensarvområdets



mektige natur rett utenfor «stuedøra» er Stalheim allerede brukt som start/stopp-punkt av flere aktivitetstilbydere. Tilgang til en HUB vil gjøre det enklere for aktørene å drifte sine tilbud, ansatte, utstyr og gjester, samt være et utstillingsvindu til et stort antall besøkende daglig.



The Squamish Adventure Centre

Like utenfor Vancouver, ca. 30 min fra Whistler i Canada, finner du The Squamish Adventure Centre (www.exploresquamish.com). Her har en rekke forskjellige aktivitetsleverandører fra regionen samlet seg hvor de tilbyr sine tjenester og har sine kontorer. I tillegg har de utleie av sykler og padlebrett, en café, turistinformasjon, møterom, suvenirbutikk, en kino som viser promoteringsfilmer, samt at næringsforeningen har kontorer der. De leier også ut hele og deler av senteret til sosiale og faglige arrangementer. Senteret drives av et eget selskap underlagt destinasjonsselskapet, som leier ut kontor plasser og lokaler til de andre aktørene.

Activity Centre Åre

Et svensk eksempel på en HUB er i Åre, hvor de har et eget Activity Center midt på torget i byen som drives av ÅreGuidene (www.areguiderna.se). Her kan du leie utstyr, booke overnatting og guidede turer, samt få hjelp med arrangement- og konferanse-tjenester. Dette er drevet av én privat aktør, slik også SkiStar står bak Eventyrsbadet i Sälen.



Foto: Åre Guidarna



Foto: Graham Osborne



Foto: Åre Guidarna



Foto: Åre Guidarna

5.2.4 Ta posisjonen som Portalen til Verdensarven

Stalheim er etter vår oppfatning den optimale plasseringen for å etablere en portalen til verdensarvområdet i Nærøyfjorden.

Gjennom sin beliggenhet og utsikt vil **formidlingen av verdensarven spille på lag med stedets egen dramaturgi**, samtidig som stedet har god tilgjengelighet (kan selvsagt forberedes og videreutvikles). Ingen av de andre innfallsporene og «stedene» i Verdensarvområdet har samme naturlige fortrinn/ har mulighet til å skape noe tilsvarende.

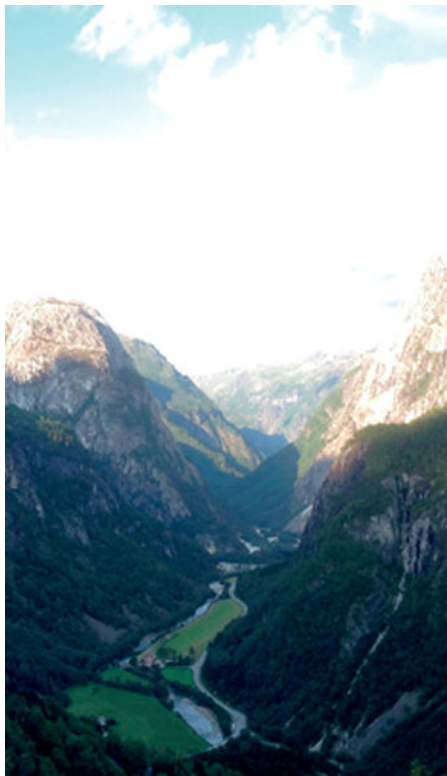
Å ta posisjonen som portalen til verdensarven er et strategisk grep som innebærer å **utnytte stedets unike landskapskvaliteter, tilgjengelighet og eksisterende infrastruktur og næringsvirksomhet** for å formidle verdensarven gjennom et innovativt, realiserbart og bærekraftig konsept, se løsningsforslag i kapitel 6.

Samdrift og samlokalisering mellom «nye paviljonger» og eksisterende funksjoner på Stalheim som WC, kafe, betjent resepsjon etc. vil gjøre planen gjennomførbart. Det vil trolig være mulig å komme i gang med den første fase uten for store investeringer.

Etablering av helt nye anlegg med fullservicefunksjoner vil fordyre tilsvarende utbygging (ref. Nasjonale Turistveier). Det vil også være grunnlag for flere «drivere» med en samlokalisering av ulike funksjoner på Stalheim, slik som for eksempel The HUB, se avsnitt 5.2.3.

5.2.5 En helhetlig plan – med flere faser og ulike investorer, partnerskap & allianser

Vår anbefaling er at Voss kommune lager en kort strategi for den videre prosessen med oppfølgende avklaringer for de ulike tiltakene som foreslås i kap. 7 - Veien videre.





KAPITTEL 6

FORMIDLING AV VERDENSARVEN PÅ STALHEIM

6.1 Formålet med formidlingskonseptet

Formidling er en grunnleggende verdi i UNESCO sitt arbeid, og temaet har høy prioritet i verdensarvområdene. Formidling har en nøkkelfunksjon både i bevaringsarbeidet og i forhold til det å skape ny aktivitet som bidrar til en positiv utvikling i områdene.

I arbeidet med å skissere et fremtidsrettet formidlingskonsept for verdensarven på Stalheim ble det definert to mål:

1) Berøre og få gjestene til å reflektere over temaer de ellers ikke bruker tid på

- Hva er bakgrunnen for at dette spesielle landskapet ble skapt? Er det en dypere mening med det?
- Hvilke naturkrefter har formet et slikt dramatisk landskap? Hvordan skjedde det egentlig?
- Skape undring og forståelse for det elementære innen kvartærgeologi, kraften i natur-elementene og selve tidsaspektet
- Hvorfor er dette landskapet «AT RISK» i dag og derfor vernet? Hva kan jeg gjøre for å bevare dette verdifulle og subline landskapet (se avsnitt xx for forklaring av begrepet sublimt)?

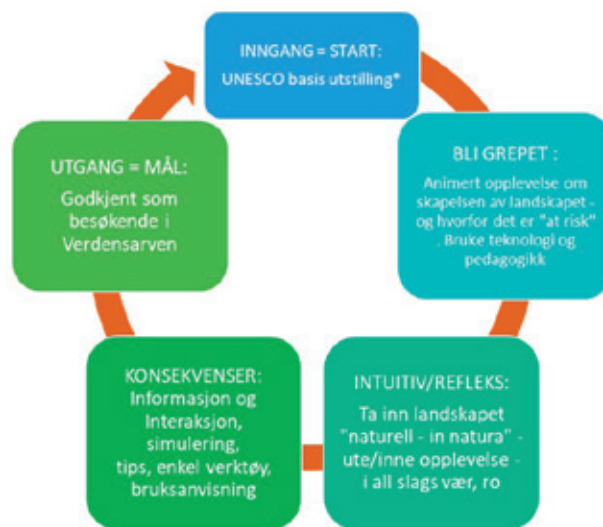
2) Skape endring (transformasjon) og gjøre gjesten i stand til å handle «litt mer bærekraftig» enn før besøket

- Tilby enkle tips, verktøy og hjelpemidler
- Motivere til å ta i bruk egen forbrukermakt
- Oppfordre til aktivitet: "Think global – act local"

Selve grunn-ideen for det formidlingskonseptet som presenteres i avsnitt 6.3, er en «løype» med ulike stopp/poster. En løype som skal gjøre gjestene intellektuelt, følelsesmessig og funksjonelt i stand til å besøke Nærøyfjorden, dvs. vår felles verdensarv, med økt forståelse, respekt, empati, noen en-

kle verktøy/en bruksanvisning. Etter å ha gått «løype» kan gjestene få et symbolsk bevis = «A license to visit». Dette illustreres i figuren under.

Ulike opplevelser som tar utgangspunkt i kjernefortellingene, ref. kapittel 2, kan tilrettelegges for ulike kundegrupper og tilbys i HUB'en. Ulike servicefunksjoner som WC og muligheter for servering tilbys i hotellet.



6.2 Basisutstillingen om verdensarven

På nasjonalt nivå arbeides det med å ta frem en basisutstilling om verdensarven som skal være tilgjengelig for alle verdensarvområdene i Norge og spesielt for verdensarvsenterne, men også til mer generell bruk. Slik vi oppfatter det vil altså hele/deler av denne basisutstillingen være en ressurs for andre formidlingspunkter som for eksempel portaler/innfallsporter. I løsningsforslaget for Stalheim er utendørsdelen av basisutstillingen inkludert, se nærmere beskrivelse i avsnitt 6.3.

6.2.1 Fakta om basisutstillingen

Klima- og miljødepartementet (KLD) har tatt initiativ til at hvert av de åtte verdensarvstedene i Norge planlegger eller har under etablering et verdensarvsenter. Norges Verdensarv er en felles organisasjon for verdensarvstedene i Norge. Fra KLD og Riksantikvaren er Norges Verdensarv gitt i oppdrag et ansvar for utvikling og produksjon av en felles (tilnærmet lik) utstilling for alle verdensarvsenterne i Norge, omtalt som «Basisutstillingen om verdensarven» eller bare «Basisutstillingen».

Basisutstillingen har tre overordnede tema:

1. Om UNESCO og om verdensarven som idé
2. Hva er verdensarven i verden
3. Hva er verdensarven i Norge

Utstillingen skal skape engasjement og forståelse for verdensarvtanken, verdensarvarbeidet og verdien av verdensarvstedene. Gjennom utstillingen skal bevissthet og engasjement for å støtte verdensarven styrkes både hos barn og voksne.

Utstillingen vil rette seg mot brede målgrupper, det vil si med utgangspunkt i hva som forventes å besøke verdensarvsenterne. Departementet har uttrykt ønske om at utstillingen særlig skal fange interessen hos barn og ungdom.

Utstillingskonseptet består av fire deler:

- Produksjon av en utendørs analog utstilling. Utstillingen har et enkelt uttrykk, er bestandig og fast og inneholder grunnleggende informasjon.
- Produksjon av en innendørs utstilling som har en varighet på minst 10 år. Den er i hovedsak interaktiv med en sammensatt bruk av formidlingsteknikker. Oppdateres digitalt årlig.
- Produksjon av en film redigert i flere versjoner

til bruk i ulike plattformer. Planlagt vist som en egen «forestilling» i egne audiovisuelle arealer på senterne, samtidig som deler av produksjonen vises som elementer i innendørs utstilling.

- En database til lagring av alt formidlingsmateriale og som gjør det enkelt å bruke dette på ulike plattformer.

Arbeidet med Basisutstillingen gjennomføres i flere faser i nært samarbeid med verdenarvsstedene:

1) utvikling av konsept 2) testing og utprøving av konsept 3) produksjon av innhold (pågående fase høsten 2017) 4) ferdiggjøring og installasjon.

Under forutsetning av at all finansiering er på plass i forkant av hver fase og at underleverandører har kapasitet til å følge opp som planlagt skal de første installasjoner være på plass våren 2019.

6.3 Løsningsforslag fra Expology

På den neste sidene i rapporten følger skisser til det løsningsforslaget som Expology har utarbeidet. Rammene i mulighetsstudien er begrenset og skissene er derfor på et overordnet nivå som vil kreve konkretisering og fordypning dersom man ønsker å gå videre med forslaget.

Forslaget inkluderer to ulike plasseringer av selve verdensarvutstillingen, se område-kartene på side xx og xxx:

- **Plan A innebærer** plassering på høyre side i front av hotellet/på kanten av stupet ved den tyske bunkersen og mot Stalheimsfossen. Inngangen til utstillingen vil primært måtte skje gjennom hotellet siden arealet på denne siden er begrenset i forhold til utvidelse av parkering/ny vei til hotellets hage
- **Plan B innebærer** plassering på venstre side i front av hotellet/på kanten av stupet mot

Brekkedalen og Stalheimskleivi. Plan B vil inkludere en ny/utvidet parkeringsplass nedenfor hotellet, noe som vil bidra til bedre logistikk og et mer naturlig skille mellom hva som er hotellets områder til egne gjester og øvrig område til bruk for allmennheten.

I følge de som kjenner området best er utsikten like spektakulær fra begge plasseringer (A og B). Inndeling i soner vil derimot kunne skje mer naturlig, parkeringskapasiteten vil bli utvidet betraktelig og logistikk/flyten på hele området vil bli enklere ved valgt av en plassering på venstre side i front av hotellet, dvs. Plan B.

Vår anbefaling til valg av plassering for en eventuell verdensarvutstilling på Stalheim er derfor Plan B.



Foto: Gunnar Bergho



Formidlingskonsept -plan av området



Kart viser farget inndeling av de ulike områdene og funksjonene.

'The Hub' plasseres synlig og lett tilgjengelig. Her kan de besøkende utforske og finne ut mer om de ulike tur/turist mulighetene i området, samt kjøpe relevant utstyr. Dette er også en god plassering i forhold til nærliggende turveier og personer som kommer til fots.

'The travelers guide' vil fungere som en utendørs link til 'The Hub', med mulighet for å installere et større kart av området, samt fronte ulike tur og aktivitets tilbud.

Formidlingskonsept

-Verdensarv utstilling plan A og B



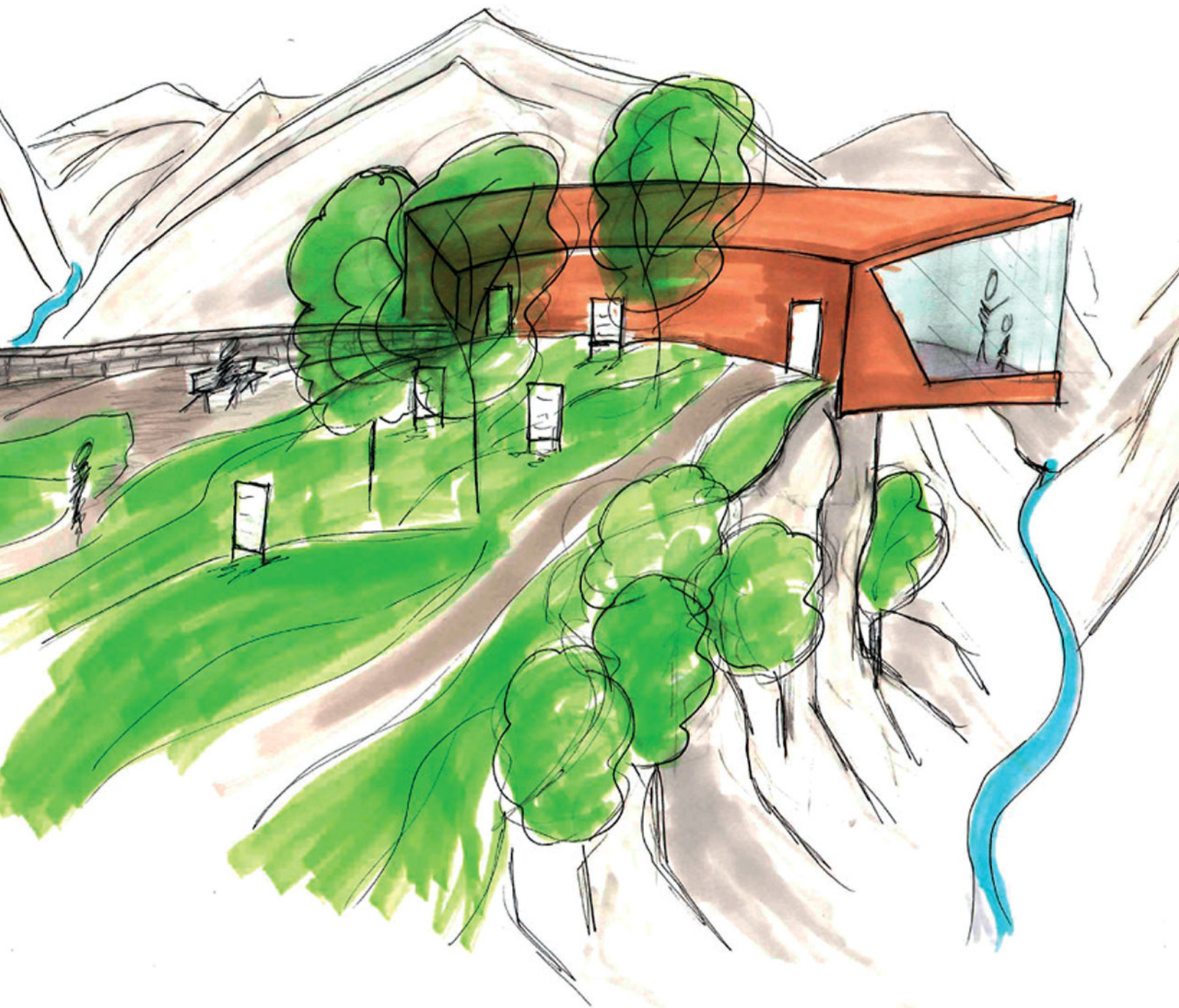
Kartet tar utgangspunkt i to ulike forslag til plassering av verdensarvutstillingen, plan A og B.

Plan A vil ta i bruk eksisterende parkering ved hotellet, som forutsetter en større kordinering mellom hotellet og utstillingsarealet.

Plan B legger til rette for bedre infrastruktur, med separat parkeringsplass for turistbuser og besøkende. Her er det også større kapasitet for eget buss område, samt parkering over natten. Ny gangvei gir enkel og direkte gjennomgang til utstillingsområdet. Her vil eksisterende parkering ved hotellet være forbeholdt hotellets besøkende.

Uavhengig av plassering, er det avhengig av et eget informasjons område ved parkeringsplassen, da det er her turistbuser og besøkende parkerer. Dette kan også fungere som møtepunkt og venteplass, med enkle sitte muligheter og skilting.

UNESCO sin utendørs "basisutstilling" vil plasseres i direkte tilknytning til utstillingsområdet, som indikert på kartet.



Unesco «basisutstillingen»

– utendørs:

Forslag til plassering :

Installasjonen plasseres i harmoni med naturen. Utstillingen skal appellere til nysgjerrighet og et ønske om mer informasjon, hvor de kan kjøpe billetter til den større utstillingen innendørs.

Utedørs utstillingsområde er åpent for allmennheten under hotellets åpningstider.

“Basisutstillingen” bidrar også som ‘vente’ område for de som står i kø til innendørs utstilling, eller for de som akkurat er ferdig.

En integrert lys installasjon i landskapet vil fremheve utstillingsområdet på kvelden.

Tilskudd: breddegradsskive sentralt i utstillingen som viser i hvilken retning og hvor langt unna de andre Norske verdensarv stedene er. Bidrar til å formidle og samle alle de norske verdensarvs stedene på kartet.



Portalen til verdensarvområdet i Nærøyfjorden

Bygget er plassert 'hengende' over den faktiske grensen til verdensarvområdet. Dette kan synliggjøres og integreres i utstillingen, og de besøkende vil oppleve å fysisk krysse denne grensen.

Hovedutstilling

– Stalheim som verdensarv:

Omgitt av en eventyrlig landskap og med utsikt ut over hele området, vil hovedutstillingen plasseres ytterst på klippen. Med inspirasjon fra det såkalte «cliff architecture», vil bygget nærmest henge på ytersiden og ramme inn det fantastiske landskapet gjennom store panorama vinduer. Effekten er slående, de besøkende blir eksponert for en nær og sårbar natur. De besøkende omslutes av landskapet og starter en reise for en større forståelse, respekt og empati for naturens krefter og undere.

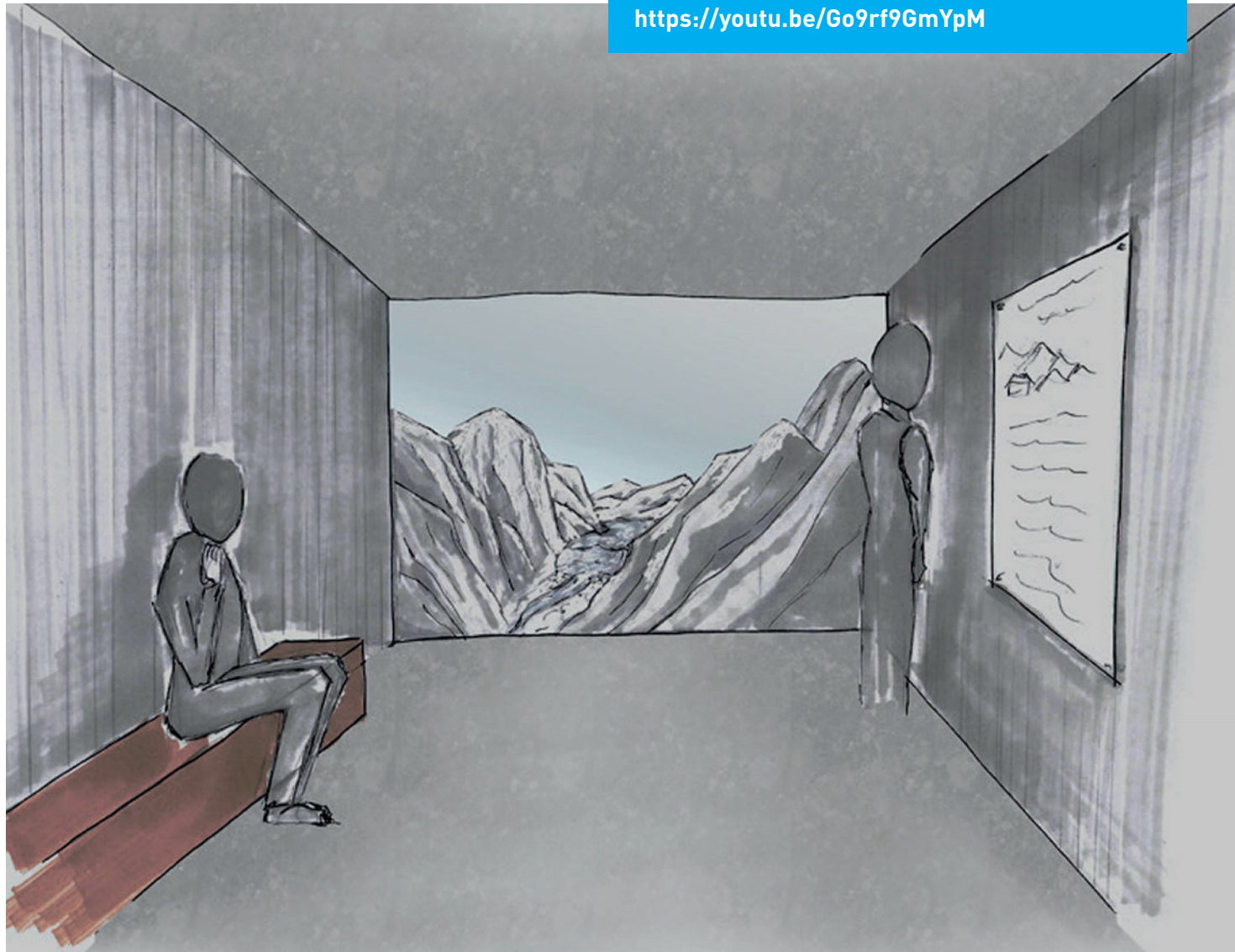
Her er det mulighet for å dele inn utstillingen i flere paviljonger innenfor sitt tema, med en 'henge' bro mellom. Dette bidrar til å forsterke ute/inne effekten. Vær og vind forhold må diskuteres i forholdt til utstilling og komfort for de besøkende.

expology

Hovedutstilling

Del 1.

TIPS: For å forstå hvordan dette kan gjøres, se på denne reklamefilmen fra Pepsi:
<https://youtu.be/Go9rf9GmYpM>



Del 1 – Bli Grepet

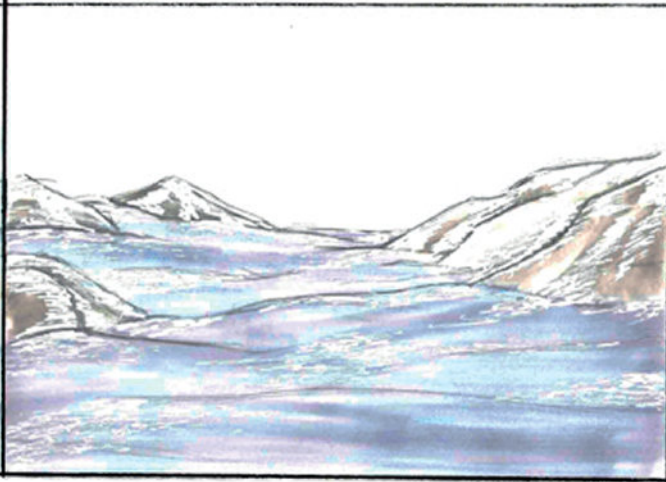
De besøkende befinner seg i et utstillingsareal med et stort panorama vindu ut mot landskapet. Plutselig forandrer landskapet seg og vi befinner oss flere tusen år tilbake da istiden dominerte i Norge. Dette er starten på en animert opplevelsen som illustrerer og forklarer hvorfor og hvordan de norske fjell og natur har blitt som de er. De besøkende blir med på en tusenårs reise gjennom utformingen av det norske landskap og til den dag i dag. Her kan ulike sansesimuleringer forsterke opplevelsen som lyd og vind (kald isbreluft, vandrdåper i luften, etc).

Dette er en nær og visuelt realistisk reise som skal berøre de besøkende til å kjenne på hvilke krefter og tidsrom som skulle til, samt gi de en egen tilhørighet og assosiasjon til utviklingen hvor de både har sett og opplevd denne naturen gjennom besøket i Stalheim.

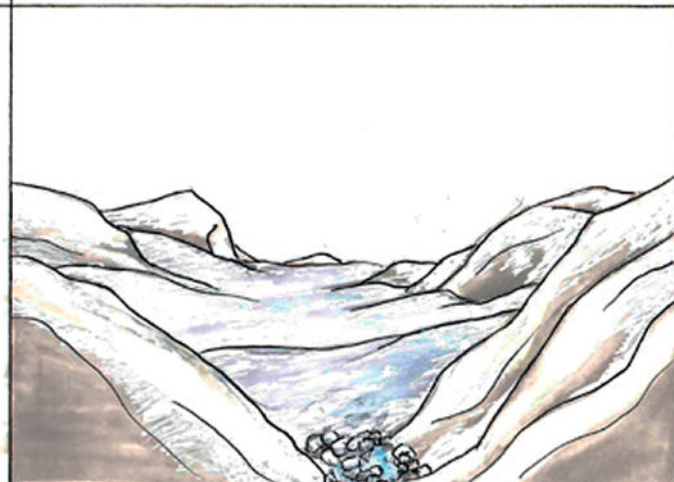
Rom – rene naturlige materialer og ambient light.

Del 1.

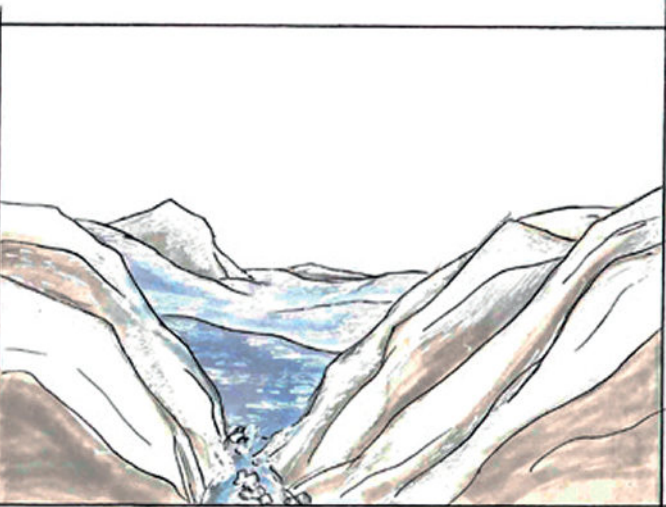
- Tidsreisen



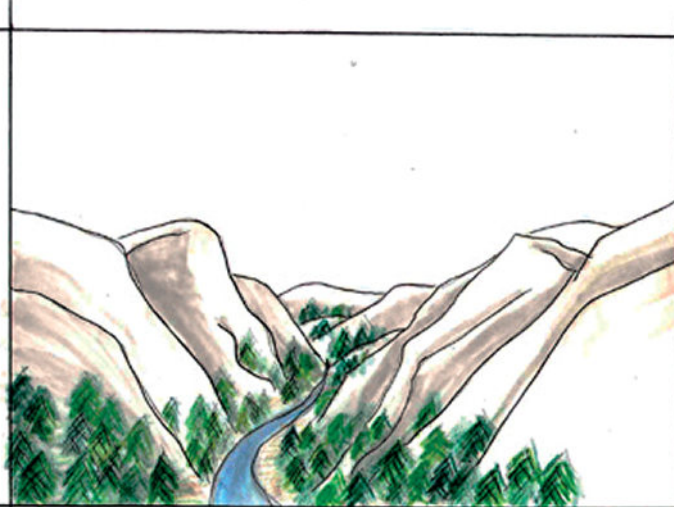
Det eksisterende landskapet blir dekket med is, og tar de besøkende med til den første av de mange istidene som regjerte Norge. Videre vil reisen spole framover hvor landskapet sakte graves ut og endres. - Animasjon starter ved bruk av bevegelsessensor



Illustrasjonen viser hvordan isen trekker seg tilbake og eksponerer det utgravede landskapet.



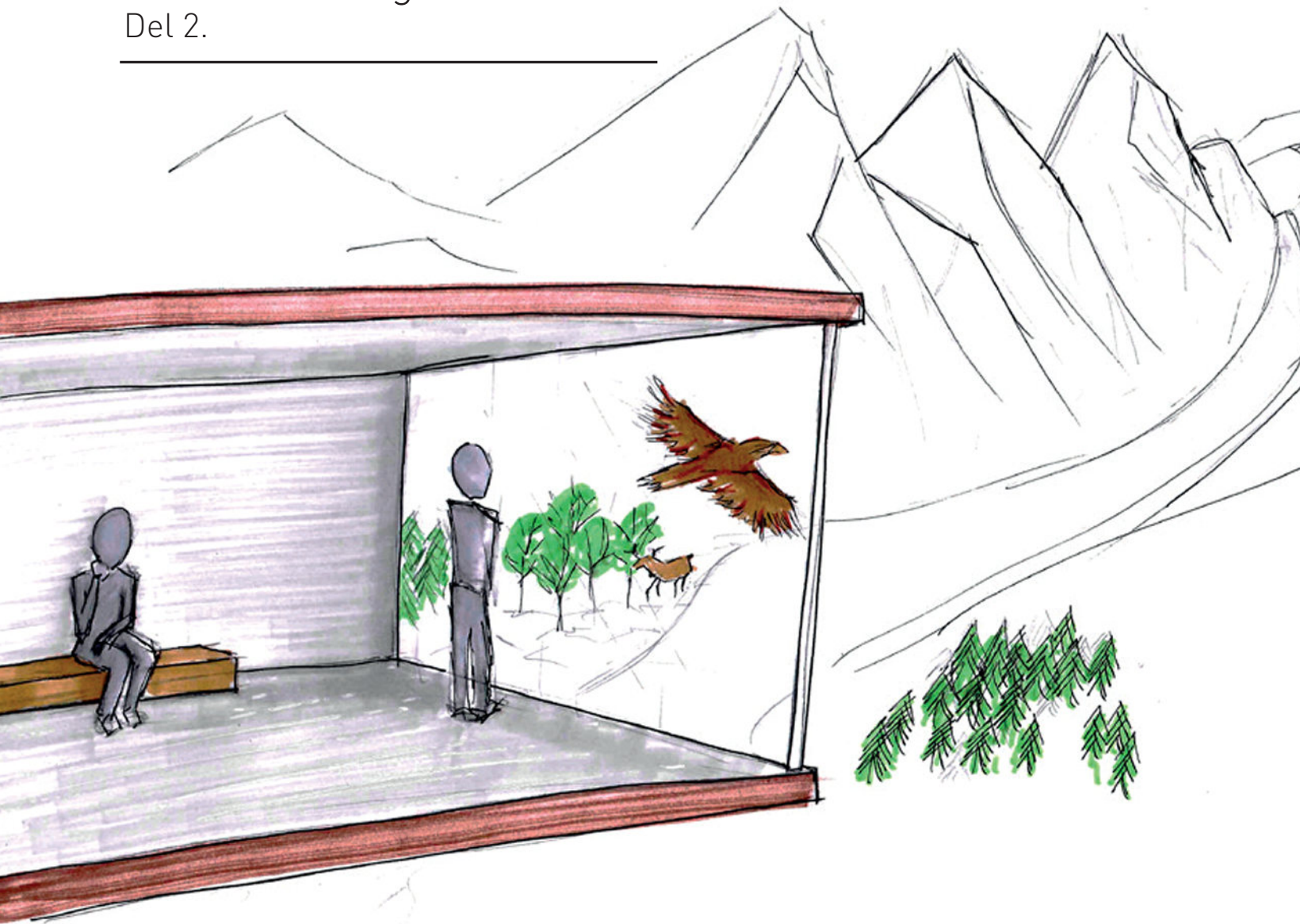
Dette er et eksempel på et av de siste istidene, hvor landskapet har begynt å forme seg til den typiske u-formede dalen.



Etter siste istid vil temperaturen stige og vegetasjon vil begynne å vokse. Tilslutt vil de besøkende ha framfor seg det samme landskapet de ble møtt med på starten.

Hovedutstilling

Del 2.



Del 2 – Intuitiv/Refleks

Dette er et rom for refleksjon, de besøkende vil få muligheten til å sette seg ned og ta inn landskapet. Her kan også transparent LCD panel brukes for å gi animerte illustrasjoner av dyr og fugler som finnes i området. En tilnærmet realistisk opplevelse, hvor animasjon blir lagt oppå det eksisterende landskapet.

Dette kan gi en førstehånds opplevelse av det store dyrelivet i naturen og illustrere akkurat hvor viktig naturen er for dette mangfoldet. Informasjons og touch skjermer på veggene bidrar til ytterligere informasjon av dyre- og planteriket. Kanskje du vil finne ut mer av den ørnen du akkurat så fly forbi?

Her kan det også plasseres en breddegradsskive foran vinduet som viser hva de besøkende ser på og hvor langt unna dette er.

Rom – rene naturlige materialer og ambient light.

Hovedutstilling

Del 3.

Dette er den siste delen av utstillingen. Da de to første utstillings områdene er lagt mer opp for refleksjon og observasjon, gjennom en tidsbegrenset animasjons film, vil den siste delen appellere til en mer aktiv og utforskende rolle.

Her vil de besøkende kunne utvide sin kunnskap gjennom spill (som vr-briller), animasjon og andre interaktive formidlings verktøy.

De besøkende har gått inn som en passiv aktør, men kommer ut med kunnskap til å bevare og oppleve norsk natur - en aktiv aktør. Formålet er at den besøkende skal føle seg motivert og trygg til videreutvikle og bruke denne kunnskapen i sin reise gjennom norsk natur, den skal bidra til nye minner og oppdagelser av det mangfoldige og vakre Norge.

Her er det også mulig å utvikle en app for del 3, hvor de besøkende kan scanne inn og laste opp informasjon, pakkelister, turtips, etc på telefonen.

Et alternativt område for hoved utstillingen er indikert på fargekartet.

Del 3 A – Mennesket og historie

Denne delen tar for seg det menneskeskapte i Stalheim, fra den første etableringen og til den dag i dag. Utstillingen formidles gjennom ulike formidlingsverktøy, derav et arkiv hvor de besøkende kan bla seg gjennom ulike historiske bevisenheter, se gamle oppslag og bilder, samt få en innsikt i hvordan menneskene har bidratt til å forandre og forme landskapet som den er i dag.

Her kan også ulike gjenstander som verktøy og arbeidsklær stilles ut. Dette for å skape en balanse mellom det digitale og det fysiske i utstillingen, samt appellere til alle sansene.

Rom – rene naturlige materialer og ambient light

Del 3 B – Konsekvensene

Dette utstillings område tar for seg den store sårbarheten i norsk natur og hvorfor den er «at risk» gjennom informasjon og interaksjon. Installasjonen skal berøre og engasjere de besøkende til å handle mer bærekraftig. Ha større respekt for naturen og dets mangfold, samt vite hvilke grep de som individer kan bidra med for å ivareta det sublimе landskapet. Tilslutt blir besøkende oppfordret til å utforske og oppleve mer av den norske naturen, her er noen eksempler:

- her kan «fjellvett regelen» komme inn som en viktig manual. Samt en guide på hva man skal pakke når og ha på seg.
- få informasjon og tips om turistmål og turer.
- informasjon og tips om ulike aktiviteter i området: kategorisert innenfor de ulike årstidene.
- informasjon og tips om fotturer i nærliggende fjell og natur – her kan kanskje turistforeningen være en fremtredende aktør på hvilke turer som er anbefalt, lengde og vanskelighetsgrad.
- oppfordre til å besøke The Hub for mer informasjon og utstyr vedrørende tur i det norske fjell-og fjordlandskap.



A photograph of a person's legs and feet in hiking boots walking on a rocky trail. The person is wearing dark-colored hiking boots with a prominent tread pattern on the soles. The ground is covered with rocks and some sparse vegetation. The background is a blurred natural setting with green foliage.

KAPITTEL 7

VEIEN VIDERE

Her vil vi peke på noen mulige neste trinn etter at denne mulighetsstudien er avsluttet. Det forutsettes at initiativtaker/oppdragsgiver Voss kommune drøfter mulige neste steg i samråd med dagens eiere/drivere av Stalheim hotel, slik at en videre prosessen vil være like godt forankret som denne første fasen.

7.1 Konkretiser formidlingskonseptet

Expology har levert et løsningsforslag for et formidlingskonsept for verdensarven på Stalheim, se avsnitt 6.3. Innenfor rammene av denne mulighetsstudien er konseptet utarbeidet i form av enkle skisser. Det er hensiktsmessig å konkretisere det foreslåtte konseptet nærmere for å «gi det mer kjøtt på beinet».

Vi anslår at Expology vil kunne konkretisere formidlingskonseptet innenfor en ramme på 1-2 ukesverk.

Man kan velge å fordype seg i den ene eller begge forslag til plassering (ref. Plan A og Plan B i avsnitt 6.3.). Vesentlige faktorer som arealbehov, grunnforhold, plassering, mulige tekniske løsninger, materialvalg, flyt/bevegelsesmønster etc. må konkreti-

seres. Videre vil det være behov for å utarbeide noen enkle inntekts- og kostnadsoverslag som grunnlag for en nærmere realitetsvurdering.

Det vil være behov for å utrede andre momenter som:

- Samtidighetsfaktor: Menneskeflyt, Tidsstyring
- Tilgjengelighet: Gjennom hotellet og/eller tilgang ved siden av hotellet (ref. Plan A og Plan B med ulik plassering)
- Finansering: Deler av formidlingskonseptet kan være fellesgode/offentlig og deler næring/privat virksomhet med inngangsbillett.
- Teknologivalg: Hyllevarer kontra behov for ny utvikling, evt. kombinasjoner av dette
- Plassering av utstillingspaviljonger: skal de synes fra dalen/veien, behov for å skape oppmerksomhet, kan paviljongene være en inngangsport bokstavelig talt og ligge på den fysiske grensen
- Vurdere alternative løsninger for inne/ute: kontrast mellom hver del/paviljong evt. inne/ute til slutt (væruavhengig)

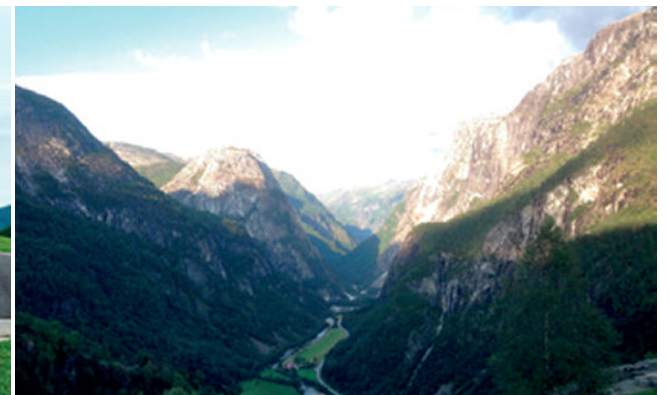
7.2 Utred mulighetene for etablering av en HUB

I vår anbefaling har vi lansert en ide om etablering av en HUB på Stalheim, se avsnitt 5.2.3. HUB'en på Stalheim skal inneholde en eller flere funksjoner som gjør det enkelt å være besøkende i området, samt øke mulighetene for lokale aktører å vise frem sine tilbud.

Et naturlig steg vil derfor være å utrede en slik mulighet nærmere gjennom 1) Innhente kunnskap om hvordan tilsvarende virksomheter er etablert/finansiert/driftet osv. og 2) Få kundeinnsikt om de som bruker området i dag og deres behov ifht hva en slik HUB kan tilby.

Videre vil vi anbefale å teste ut denne ideen med noen aktuelle partnere. Her tenker vi spesielt på Myrkdalen Fjellandsby og større/seriøse aktivitetsleverandører som opererer i området; enten de er fysisk plassert på Voss, i Nærøyfjorden eller enda lengre unna.

I forbindelse med byggingen av en ny gondolbane fra togstasjonen i Voss sentrum til toppen av Han-



guren (810 moh.), er det planlagt at VisitVoss skal etablere seg med nye lokaler i bygget som huser gondolens «bunnstasjon», se illustrasjon/bilde. Vi har fått forståelse for at VisitVoss planlegger å betjente en «One stop shop» for alle typer besøkende i Voss kommune fra denne nye lokasjonen.

Vi foreslår at VisitVoss samtidig vurderer etablering av mindre satelitter på de mest besøkte stedene/knutepunktene (avhengig av sesong) i kommunen. Plasseringen av en slik "One stop Shop"-satellitt på Stalheim er en interessant mulighet som vil styrke portal-funksjonen til Verdensarvområdet, fylle Voss sin rolle som Verdsarvkommune med et konkret innhold og bidra til økt lokal verdiskaping gjennom salg av opplevelser, aktiviteter i den foreslåtte HUB'en etc.

Denne muligheten må selvsagt utredes i samarbeid med VisitVoss og sees i sammenheng med deres langsiktige planer og strategivalg.

7.3 Start dialogen med Voss og Hardanger museum om mulig samarbeid

Den private museumssamlingen er en kulturressurs for den videre reiselivsutviklingen på Stalheim. Som vi tidligere har pekt på er dagens forvaltning sårbar og tilgjengeligheten/kapasiteten ved museet er begrenset (få personer (2?)) som kan formidle, mye basert på muntlig kunnskap, begrenset skriftlig og digitalisert dokumentasjon].

Voss og Hardanger museum har ambisjoner om å utvikle sine tilbud for å kunne møte fremtidens besøkende gjennom nye formidlingsmåter og -arenaer.

Begge parter kan derfor ha nytte av å starte en dialog for å drøfte mulig samarbeid knyttet til for-

valtning og evt. andre områder. I første rekke kan et samarbeide dreie seg om konkrete tiltak for å avlaste dagens drift av museet på Stalheim, øke kapasiteten av formidling, utvikle opplevelser med museet som arena, dokumentere/systematisere/digitalisere gjenstander, minimere risikoen for at kunnskapen (muntlig/taus) om samlingene går tapt.

Eierskapet til den lokale museumssamlingen (Fuglehaugen AS) er annerledes enn eierskapet ved selve hotellet, og man må derfor først avklare hvem som er rette deltakere for en slik dialog.

7.4 Etabler en Portal-pilot for verdensarvformidling på Stalheim

Denne mulighetsstudien peker på at Stalheim er enestående i sitt slag for å ta posisjonen som en portal til Verdensarvområdet i Nærøyfjorden.

Samtidig har Stalheim et potensial på nasjonalt nivå til å etablere en pilot for å prøve ut ny og fremtidsrettet formidling av verdensarverdiene i portalområder, samt teste ut hvordan formidlingen kan knyttes til målet om økt lokal verdiskaping og et mer bærekraftig reiseliv.

Som den naturlige innfallsporten til Verdensarvområdet i Nærøyfjorden og med de løsningene som denne mulighetsstudien anbefaler, mener vi ideen om **Portal-piloten Stalheim** kan testes ut/presenteres for beslutningstakere og forvaltningsmyndigheter.

Gjennom et Portal-pilot-initiativ vil Voss kommune fylle sin rolle som Verdsarvkommune på en fremtidsrettet måte. Det vil trolig være en raskere og mer kostnadseffektiv strategi enn å posisjonere seg



for å få et mer tradisjonelt Verdensarvsenter med nasjonal status med de formelle krav og rammebetingelser dette innebærer. Konkurransen med øvrige Verdensarvområder i landet og med andre verdensarvkommuner/steder i VestNorsk Fjordlandskap om å få status som nasjonalt senter, synes å være tøff.



Kilder og referanser







MIMIR

Rådgivere for reiselivet i over 20 år

Bredochsgate 1, 3256 Larvik - www.mimir.no. Telefon: 33 11 55 30.