



Sluttrapport Snowballkonferansen 2018

Snowballkonferansen ble arrangert for 8. gang 4-5 februar 2018 på *Scandic Lillehammer Hotell*.

Temaet for årets konferanse var bærekraft, storytelling og digitalisering. Som tidligere hentes temaene fra områder der regionen har en posisjon i dag og som og har en nasjonal relevans, men som amtidig har et potensiale for en større verdiskaping.



Deltakere på konferansen

Snowballkonferansen har de senere årene etablert seg som den viktigste og meste sentrale møteplassen for reiselivs- og opplevelsesnæringen i innlandet, men har også økende nasjonal deltakelse noe som også er en ambisjon. Det var rekorddetaltegelse på årets konferanse med 222 deltagere. I 2018 var det kun Opplevelseskonferansen som hadde flere deltagere av reiselivskonferansene i Norge.

Ca 50% av deltagerne kommer fra medlemsområdet til Visit Lillehammer.

Tema og foredragsholdere

I løpet av de to konferansedagene fikk man nasjonale og internasjonale innspill på blant annet:

1. Framtiden: Hvilke trender påvirker reiselivet, hva blir våre gjester opptatt av og hvordan skal vi kommunisere med de?
2. Bedriftspresentasjoner på bærekraftige natur- og kulturopplevelser som har lyktes
3. Hvordan kan bærekraftfokus bidra til nye forretningsmodeller og tilpasninger for arrangementer?
4. Transportløsninger for gjester uten bil – samordning av transporttjenester som gjør det enklere å være gjest
5. Hvordan kan historiefortelling gjennom VR/AR og andre digitale plattformer bidra til bedre kundekontakt og økt omsetning
6. Destinasjonsselskapenes rolle fremover

Det var både lokale, nasjonale og internasjonale bidragsytere i programmet, totalt 19 foredragsholdere.

- 91% av deltagerne var godt eller svært godt fornøyd med det faglige programmet. Den første dagen scoret høyest med 93% på de samme parameterne, mens 82% var godt fornøyd eller svært godt fornøyd dag 2.
- For vurdering av de ulike foredragsholderne se vedlegg 1.

Det ble i tillegg arrangert 2 workshops dag 2 med følgende tema:

1. Utvikling av vintersportsdestinasjoner året rundt
2. Nye forretningsmodeller for arrangement

Workshoppene fikk mer blandet tilbakemelding og er et forbedringsområde for neste års konferanse.

Hele konferanseprogrammet er presentert på <http://snowballkonferansen.no/program.cfm>

Nettverksarena og sosialt program

I tillegg til et godt faglig program har konferansen også fokus på at dette er en viktig nettverksarena for deltakerne. Middagen og kveldsarrangementet ble i år arrangert utenfor konferansehotellet, i fantastiske omgivelser på Maihaugen.

- 86% var godt eller svært godt fornøyd med omvisningen på Maihaugen
- Bare 47% var godt eller svært godt fornøyd med middagen.

Totalt sett på konferansen fikk middagen den dårligste scoren. Dette har vi tatt lærdom av og ambisjonen er at det er middagen som skal få høyest score på neste års konferanse.

Organisering

Visit Lillehammer er eier av konferansen og samarbeidet tett med Gyro Conferences om gjennomføringen (teknisk arrangør, prosjektkoordinering).

NHO Reiseliv, Oppland fylkeskommune, regionrådet i Midt-Gudbrandsdalen, Regionrådet for Lillehammerregionen og Innovasjon Norge er alle viktige partnere og bidragsytere til konferansen. I forkant av konferansen ble det også etablert et samarbeid med de øvrige nasjonale reiselivskonferansene, initiert av NHO Reiseliv som koordinerer dette arbeidet. Det er forventninger om at samarbeidet skal bidra til tydeliggjøring av konferanseprofil, felles markedsføring og innspill til relevante tema og foredragsholdere.

Programarbeid

Programkomiteen besto av:

- Ove Gjesdal, Visit Lillehammer
- Monica Adele Breiby, Høgskolen i Innlandet
- Dagny Øren, NHO Reiseliv
- Irene Thorsplass, Høgskolen i Innlandet

Markedsføringsarbeidet ble styrket med ressurser fra NHO Reiselivs kommunikasjonsavdeling og Visit Lillehammer sin markedsavdeling, noe som ga gode resultater og økt oppmerksomhet.

I tillegg bistod ansatte i Visit Lillehammer og studenter fra HIL med den praktiske gjennomføring av konferansen.

Digitale media

Konferansen har en ambisjon om å bidra til innovasjon og nyskaping innenfor sine områder med fokus på spredning/deling av ny kunnskap. Bruk av digitale media (sosiale media, video mm) før, under og etter konferansen var derfor et viktig virkemiddel for å bidra til større interaksjon og gjøre kunnskapen mer tilgjengelig for kursdeltakerne. Deler av foredragene ble filmet og det blir også gjort intervjuer med foredragsholderne som ble gjort tilgjengelig på web i forkant av konferansen.

Det ble og produsert korte videoinnslag for å promotere konferansen, se eksempler her:

<http://snowballkonferansen.no/artikler.cfm?pArticleId=53549&pArticleCollectionId=7512>

Det ble videre laget egen webside for konferansen: www.snowballkonferansen.no, samt egen side på facebook.

Økonomi

Konferansen ble arrangert med økonomisk støtte fra Innovasjon Norge, Oppland fylkeskommune, Regionrådet for Lillehammerregionen og Regionrådet for Midt-Gudbrandsdal. Konferansen hadde som mål om å gå i balanse/overskudd. Viser til vedlagte regnskap.

Øvrige tilbakemeldinger

For tilbakemeldinger på møteleder, gjennomføring og innspill til neste årskonferanse refererer vi til vedlegg 1.

Noen tanker for kommende konferanser

Konferansen bør sette seg som mål å styrke posisjonen som nasjonal konferanse. Da må deltagerantallet fortsatt opp til min 250 og der flere deltagere er utenfra vår region.

Med ambisjoner om å være en nasjonal møtearena er det også behov for å jobbe mer helårlig med konferansen, både gjennom egen organisasjon, med samarbeidspartnerne og de øvrige

nasjonale reiselivskonferansene. Med økt ambisjonsnivå er det også behov for å få mer forutsigbar finansiering av konferansen.

Det er videre viktig at konferansens profil og merkevare tydeliggjøres/utvikles videre og posisjonerer seg i forhold til de øvrige nasjonale reiselivskonferansene. Destinasjonsutvikling bør fortsatt være det overordnede temaet, men med ulike undertema. Bærekraft bør være ett av disse. Digitale løsninger og storytelling bør også være viktige temaer for konferansen.

17.07.18 Ove Gjesdal

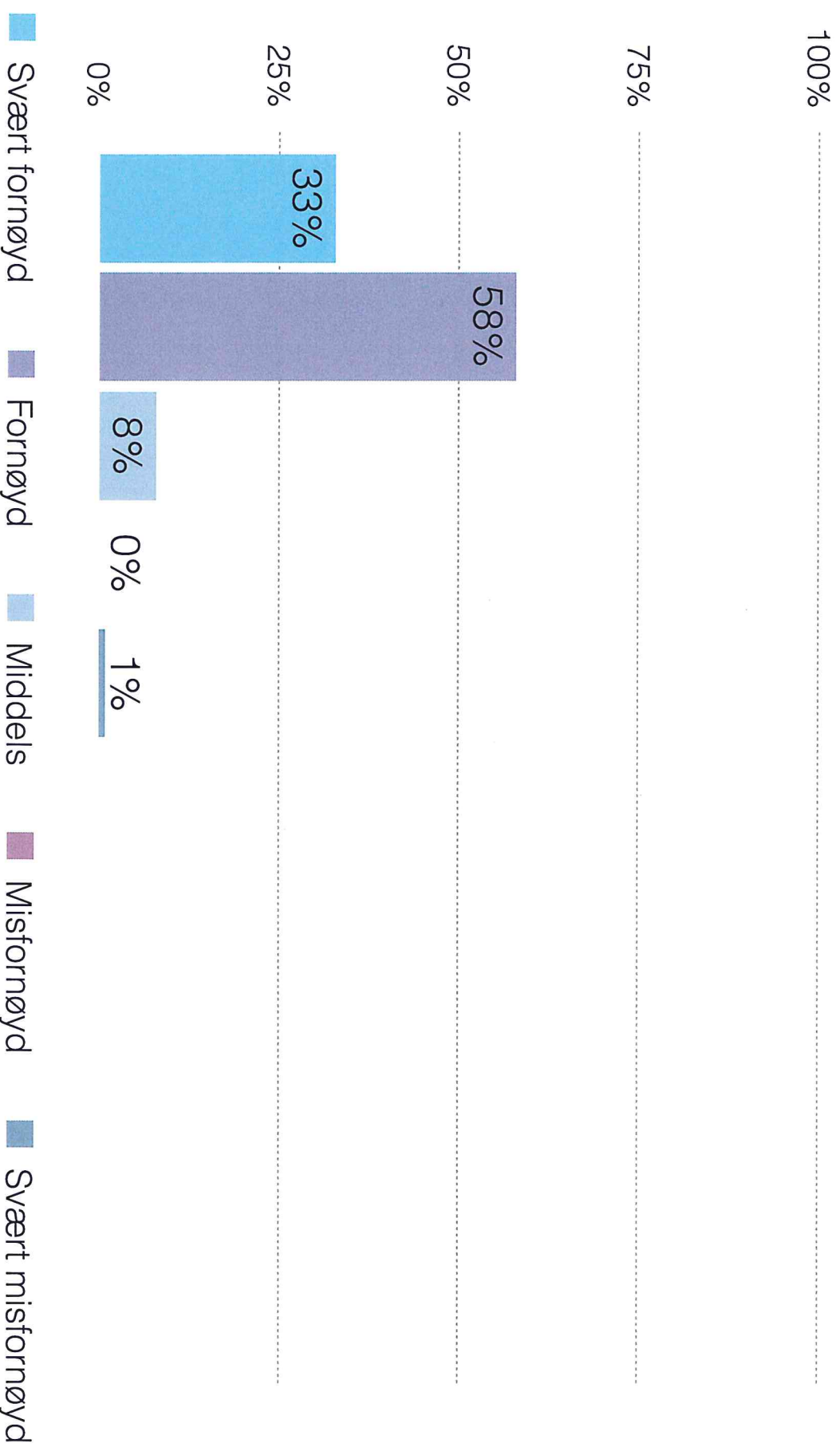
VEDLEGG 1



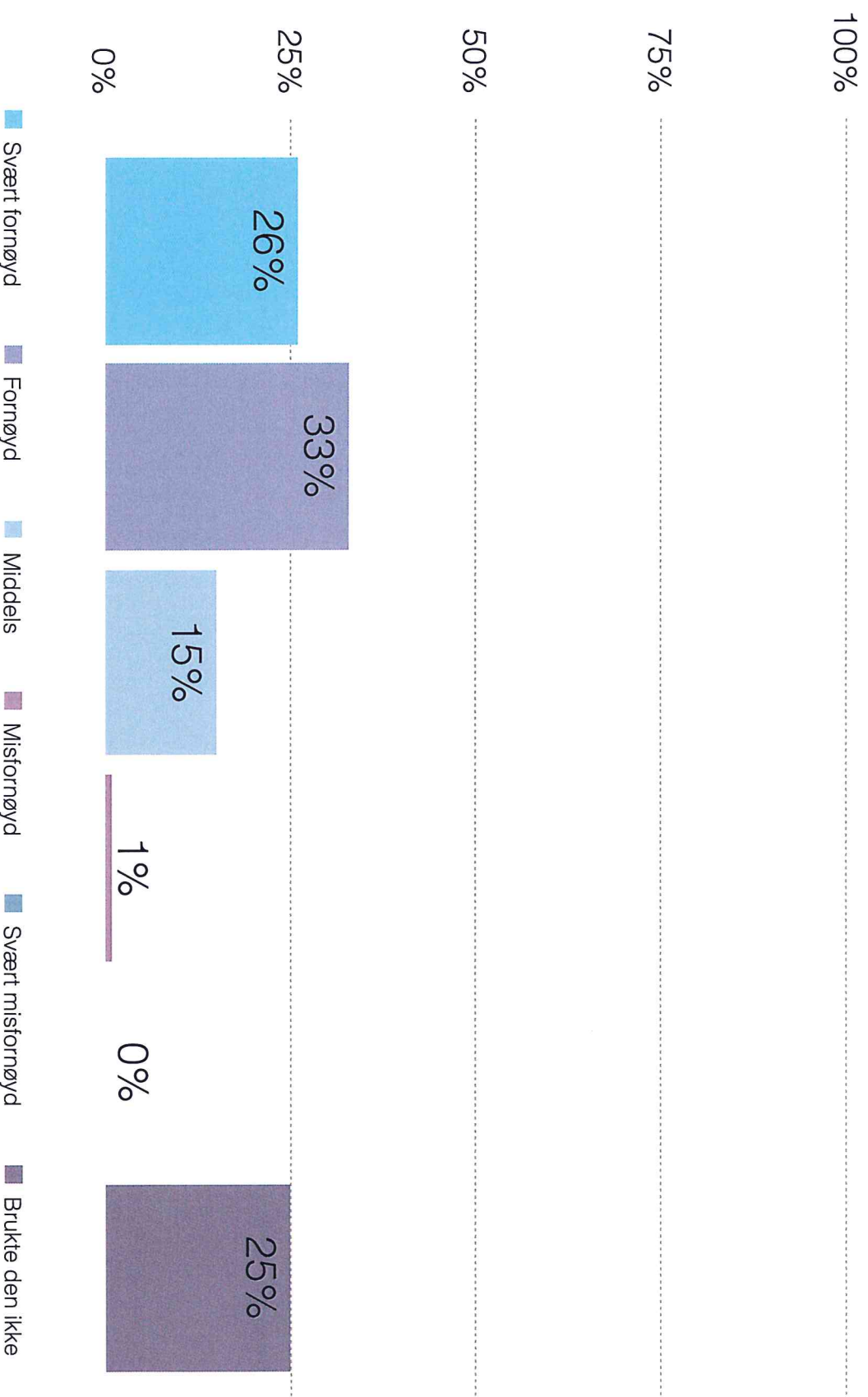
#SNOWBALLKONFERANSEN

BAEREKRAFT - STORYTELLING - DESTINASJONSUTVIKLING

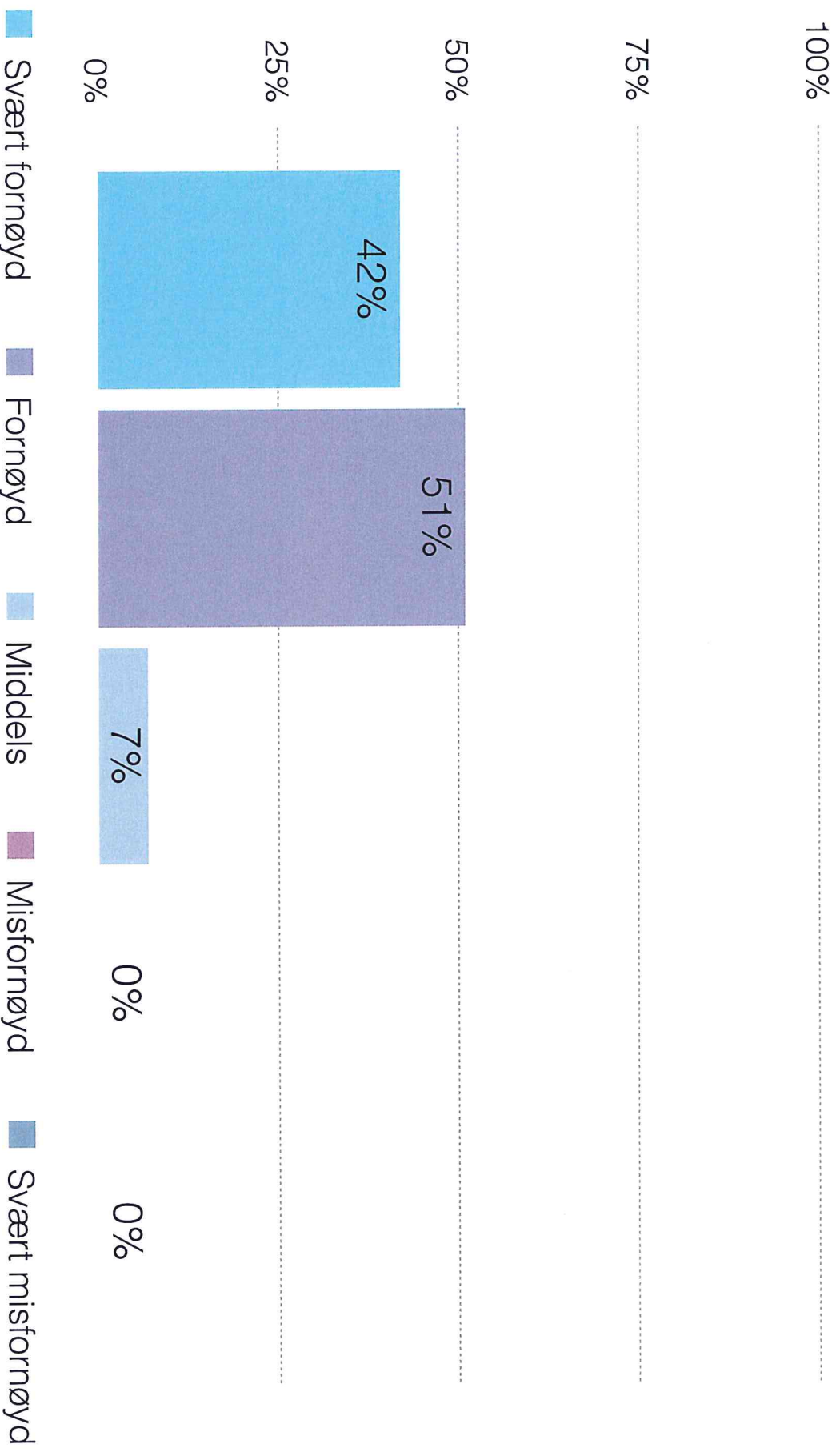
1: Hvor fornøyd var du med det faglig programmet?



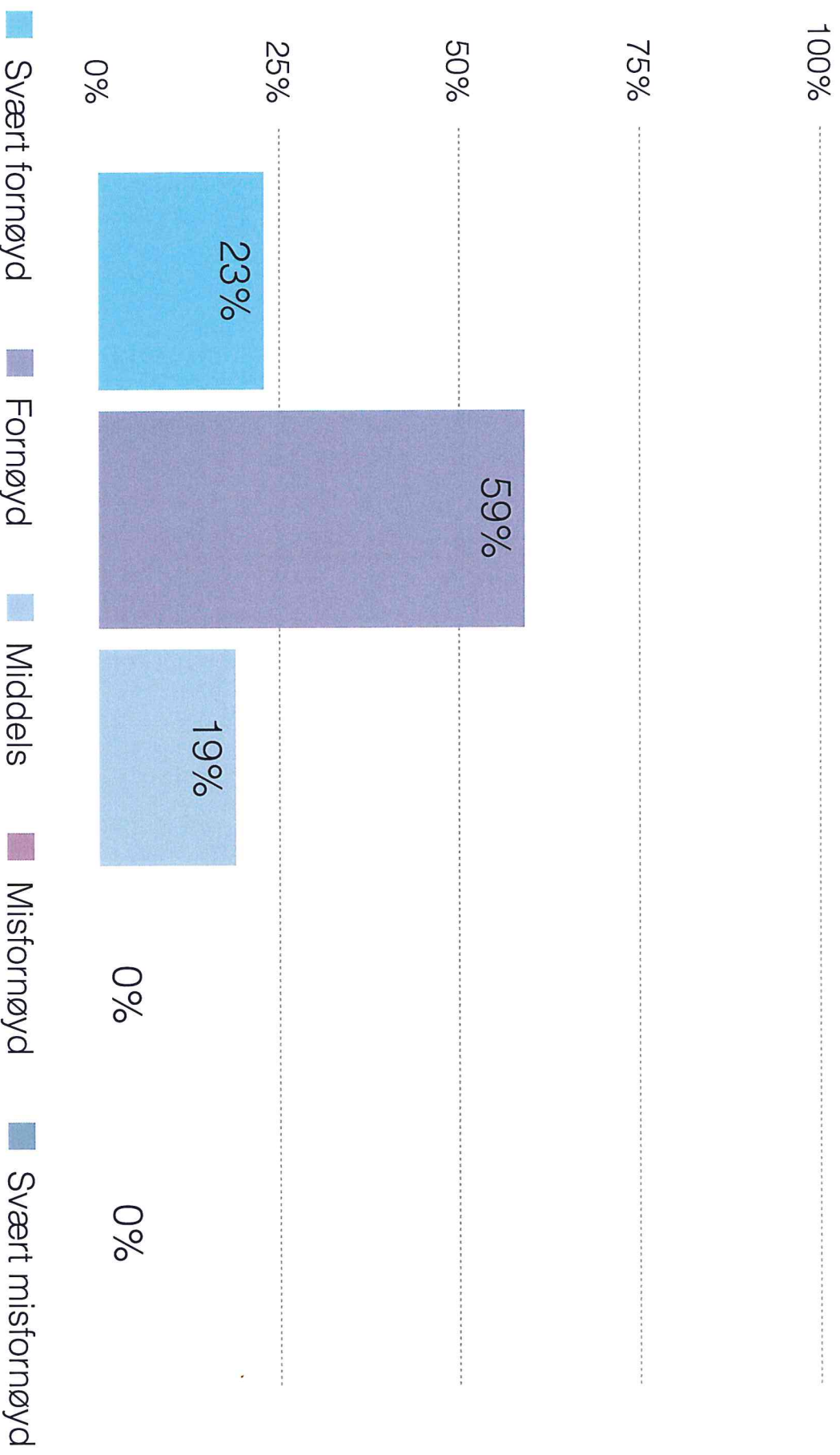
2: Hvor fornøyd var du med konferansen-appen?



3: Hvor fornøyd var du innholdet dag 1, mandag?



4: Hvor fornøyd var du innholdet dag 2, tirsdag?

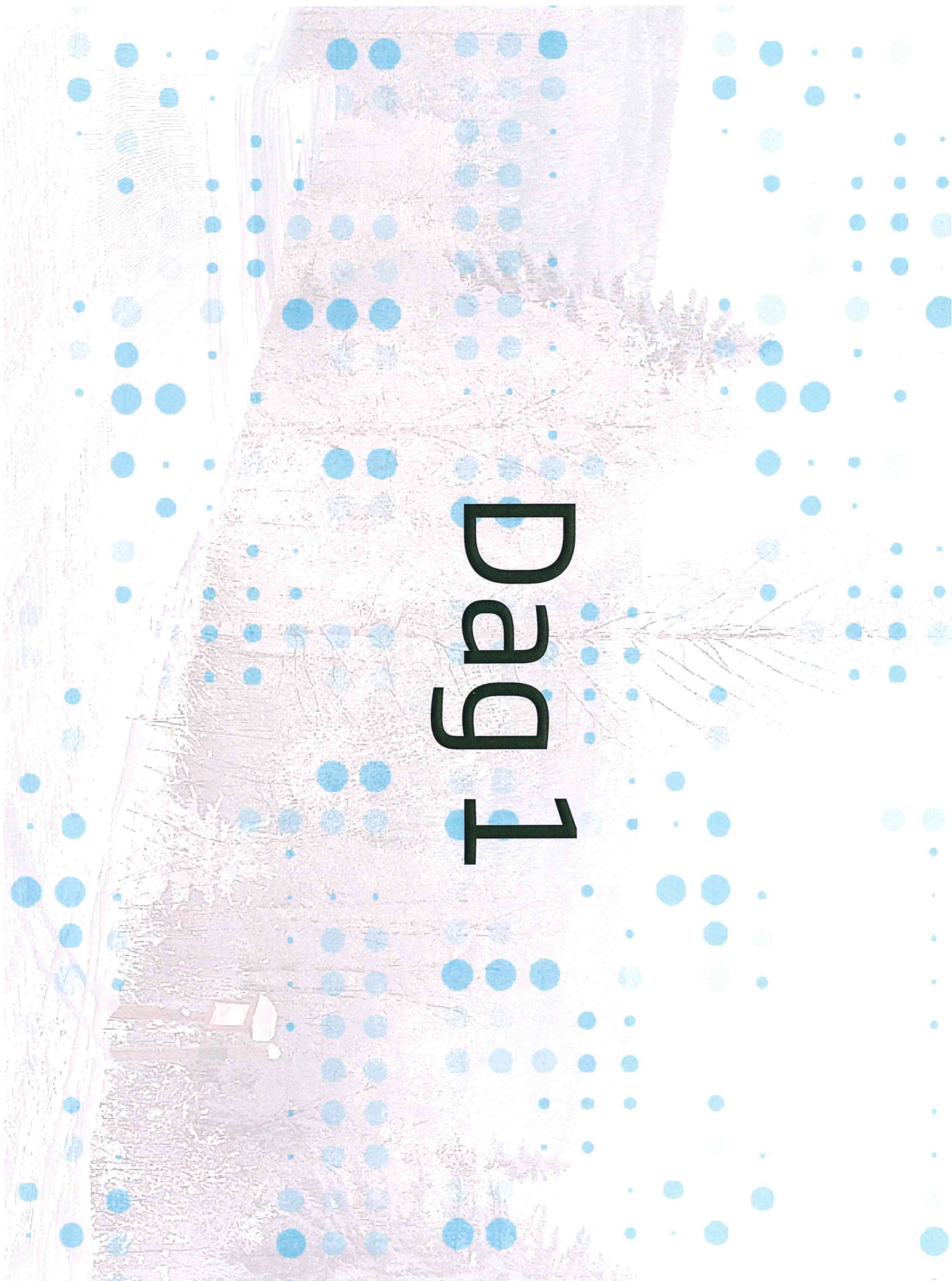


Foredragsholdere



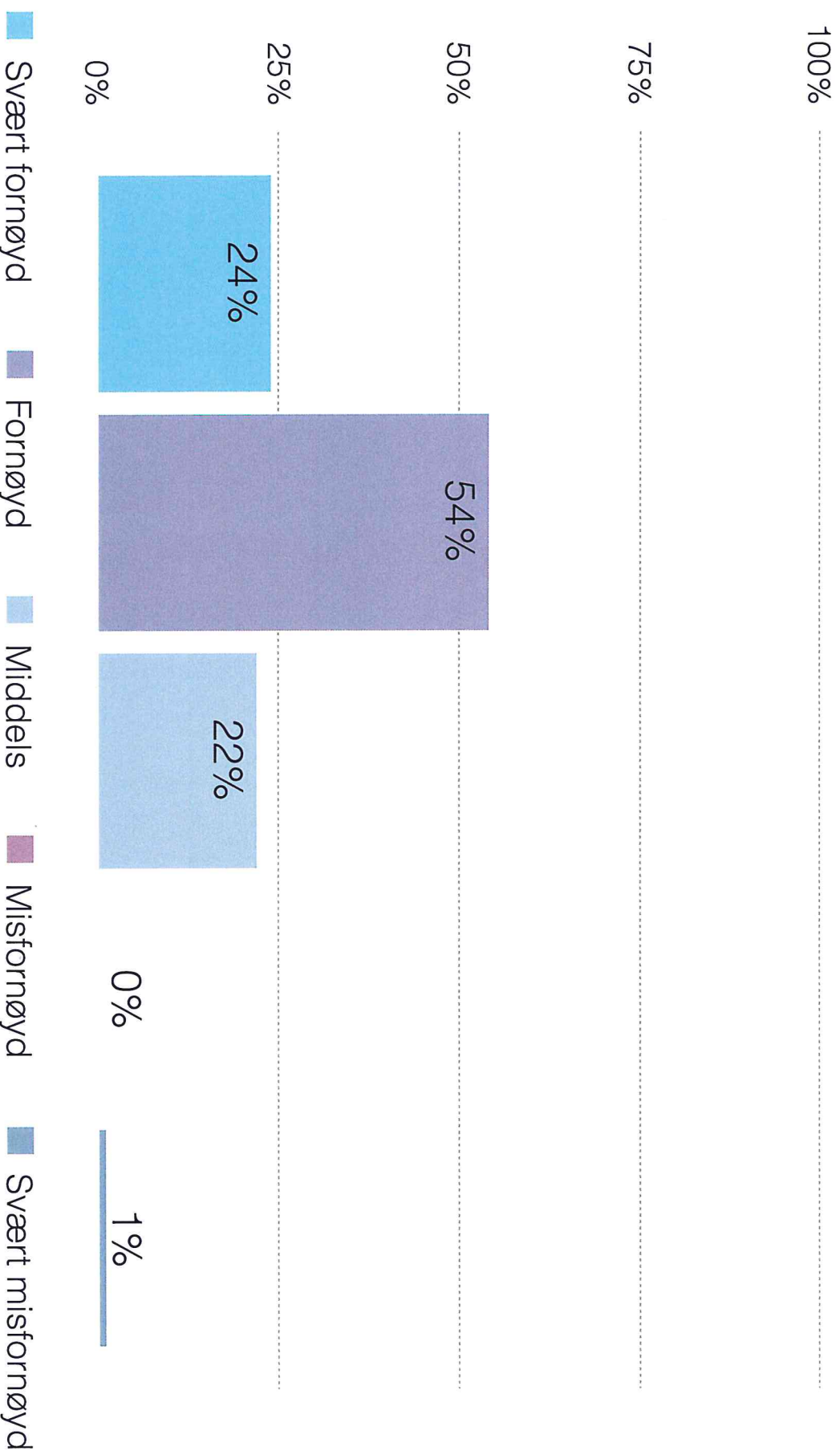
Lille
ham,
mer
Snowball
konferansen 2018

ପରାଗ ୧



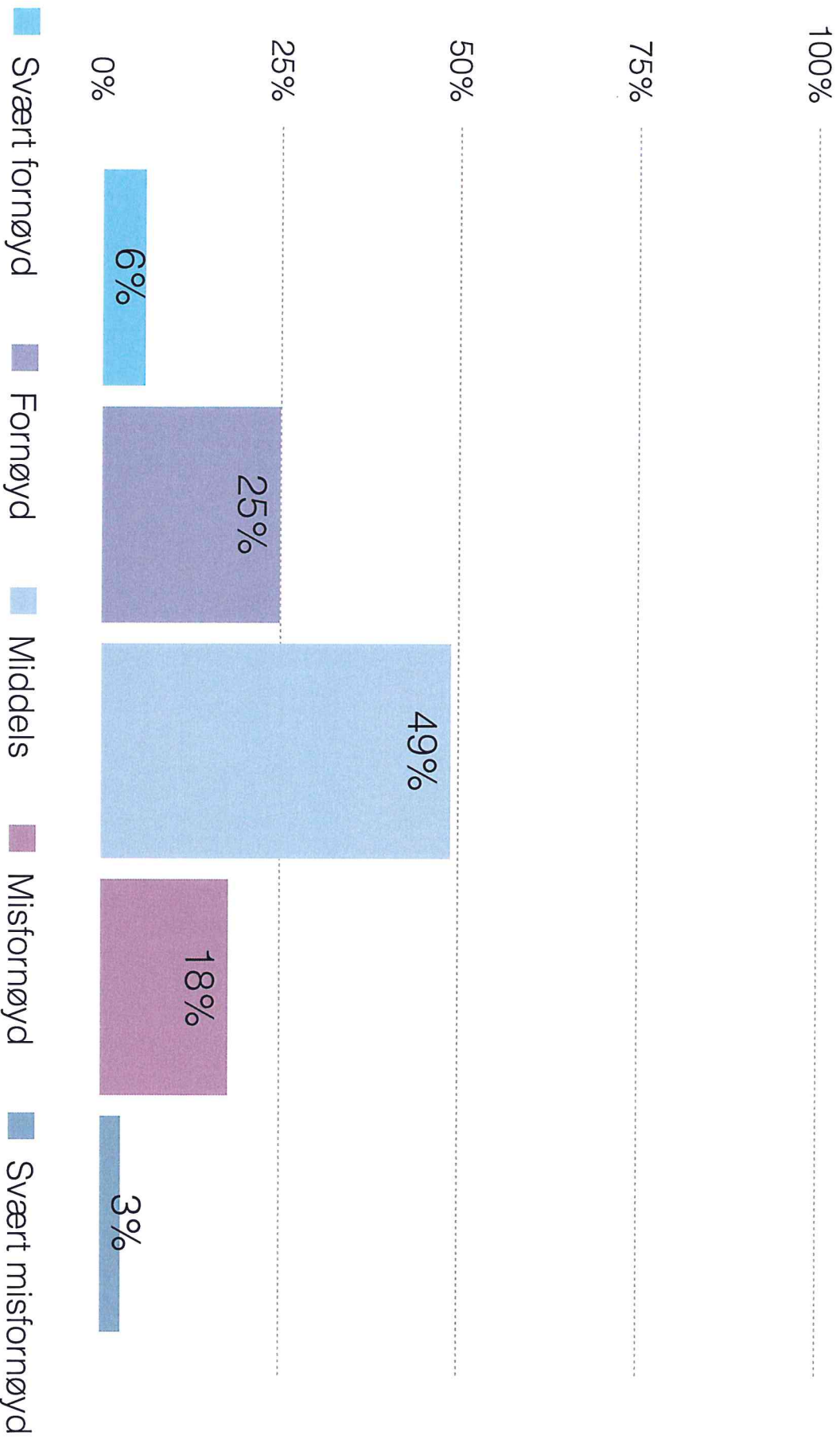


5: Kristin Krohn Devold, NHO Reiseliv





6: Jan Vidar Haukland, NMBU/TØI





7: Magnus Linkvis, fremtidsstrateg

100%

75%

50%

25%

0%

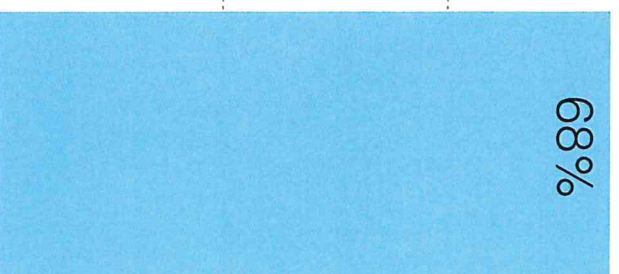
Svært fornøyd

Fornøyd

Middels

Misfornøyd

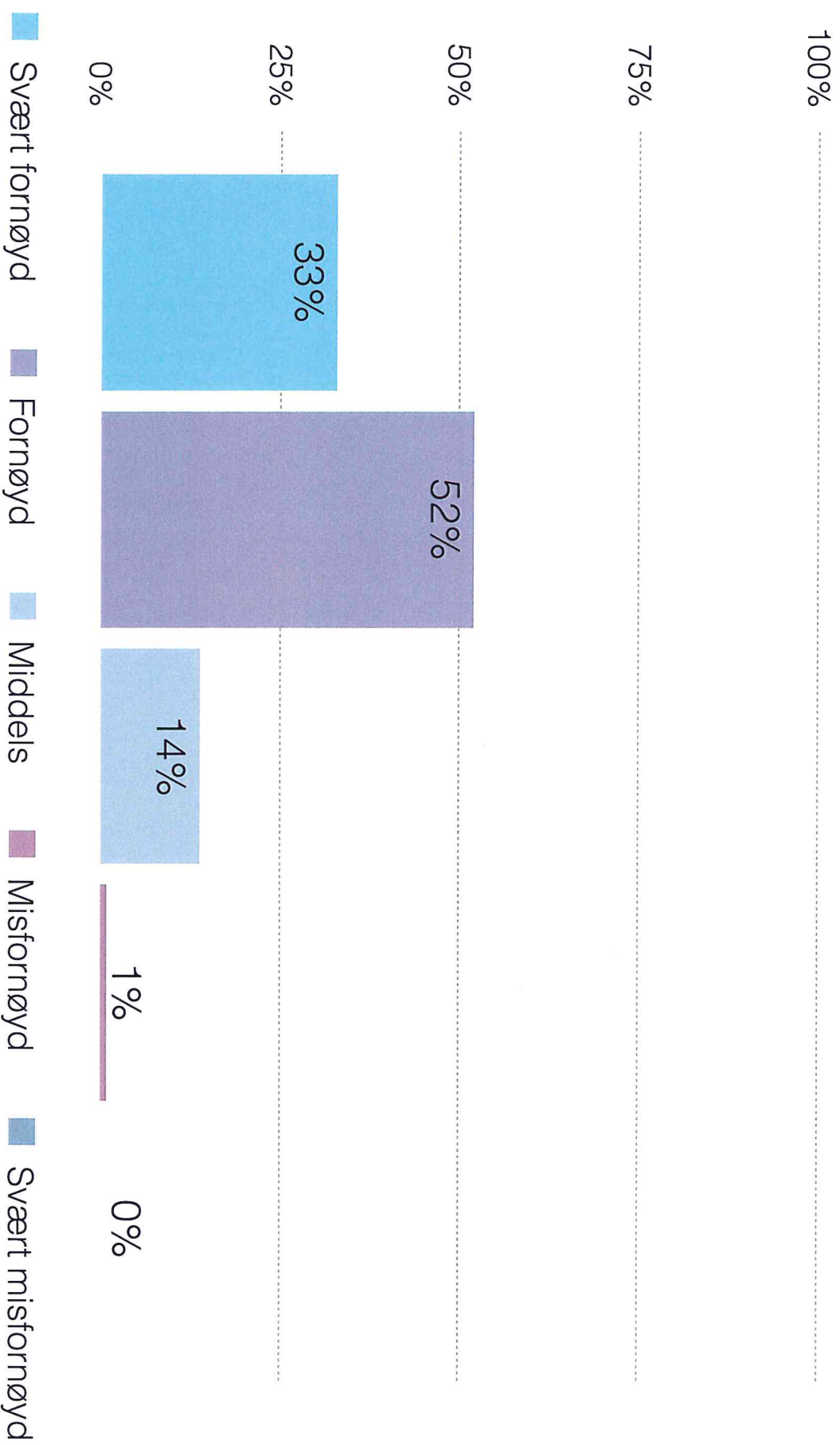
Svært misfornøyd



0%

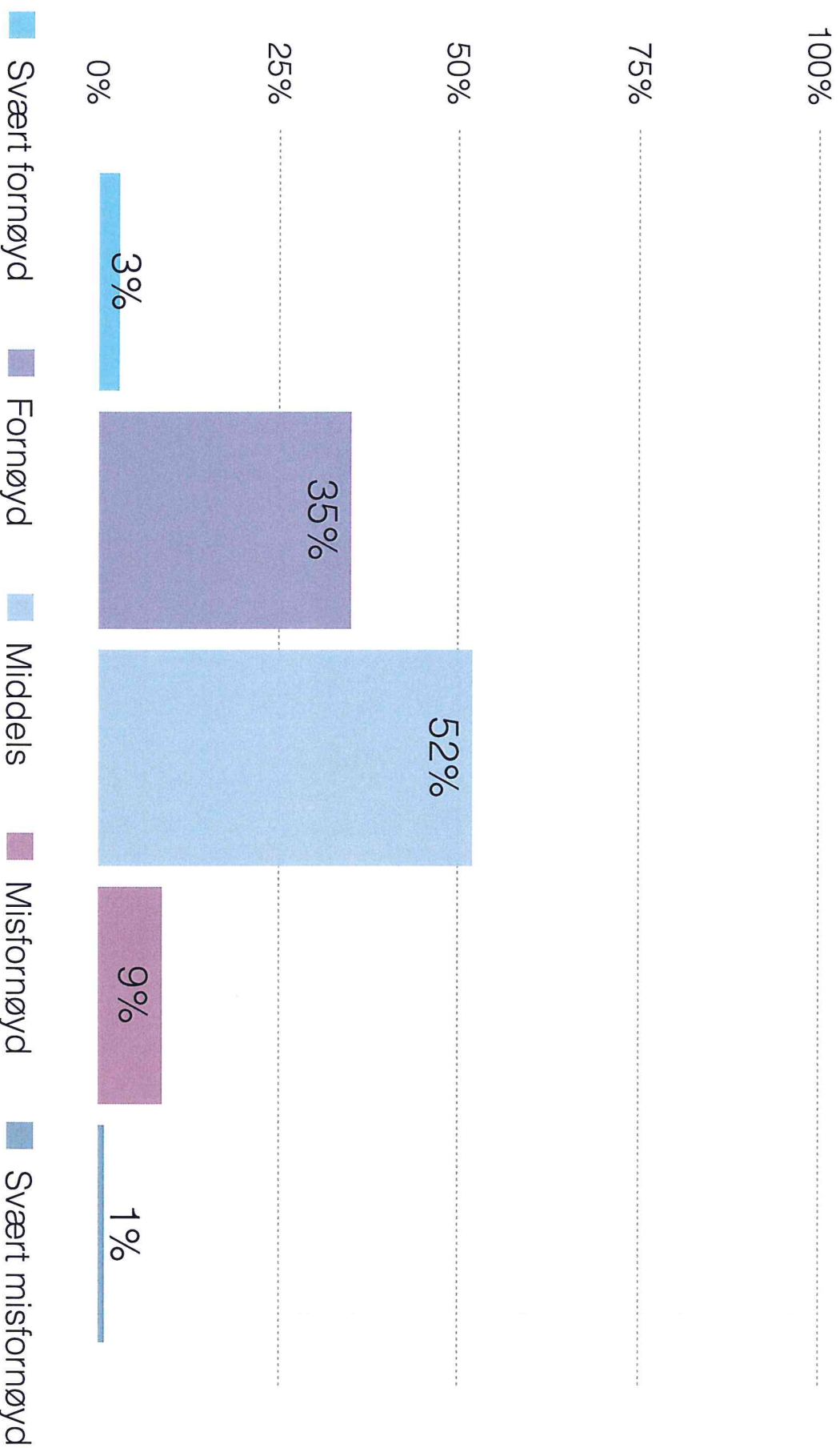


8: Torunn Tronsvang, Up Norway



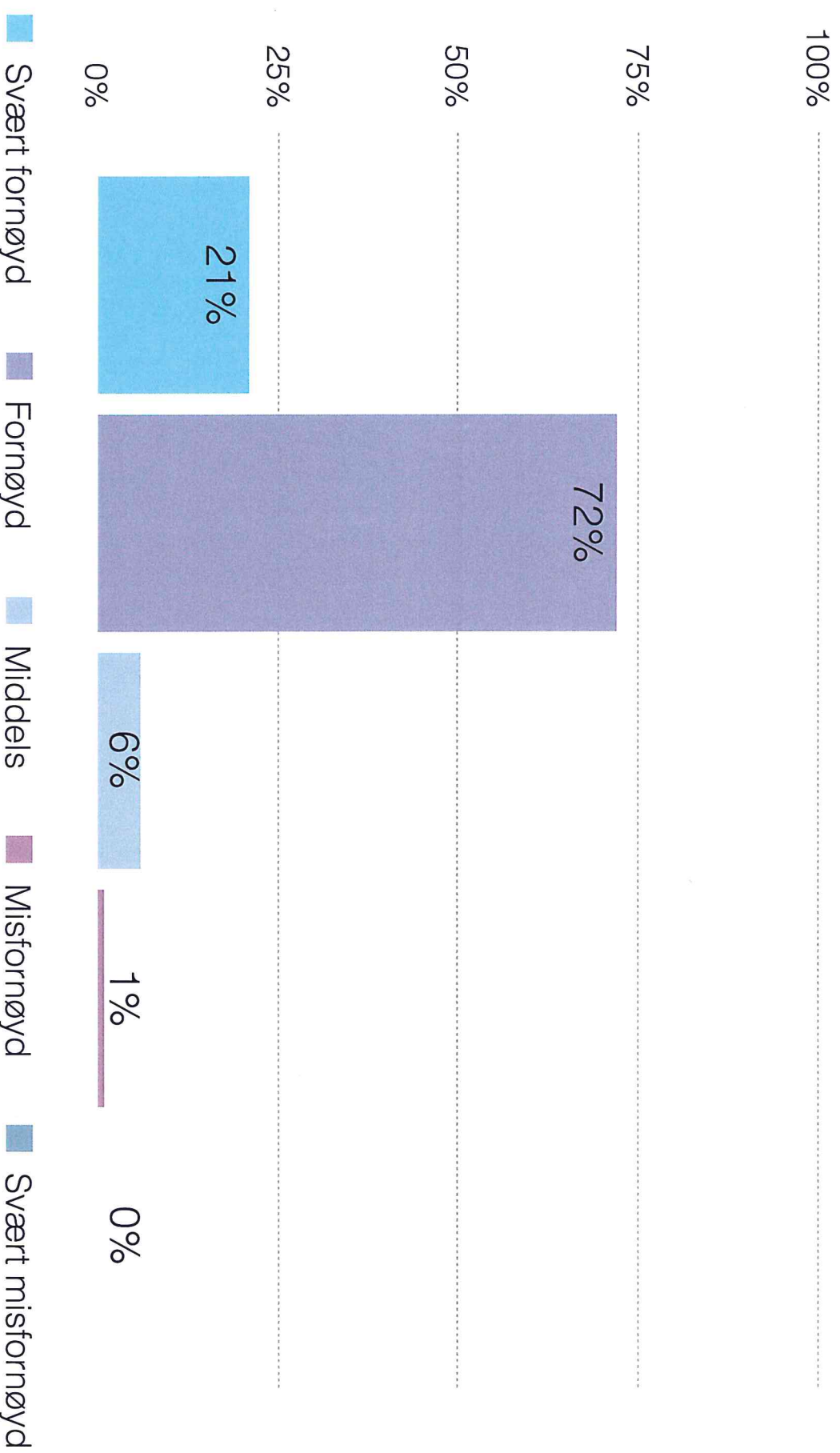


9: Espen Willassen Hoel, Avinor



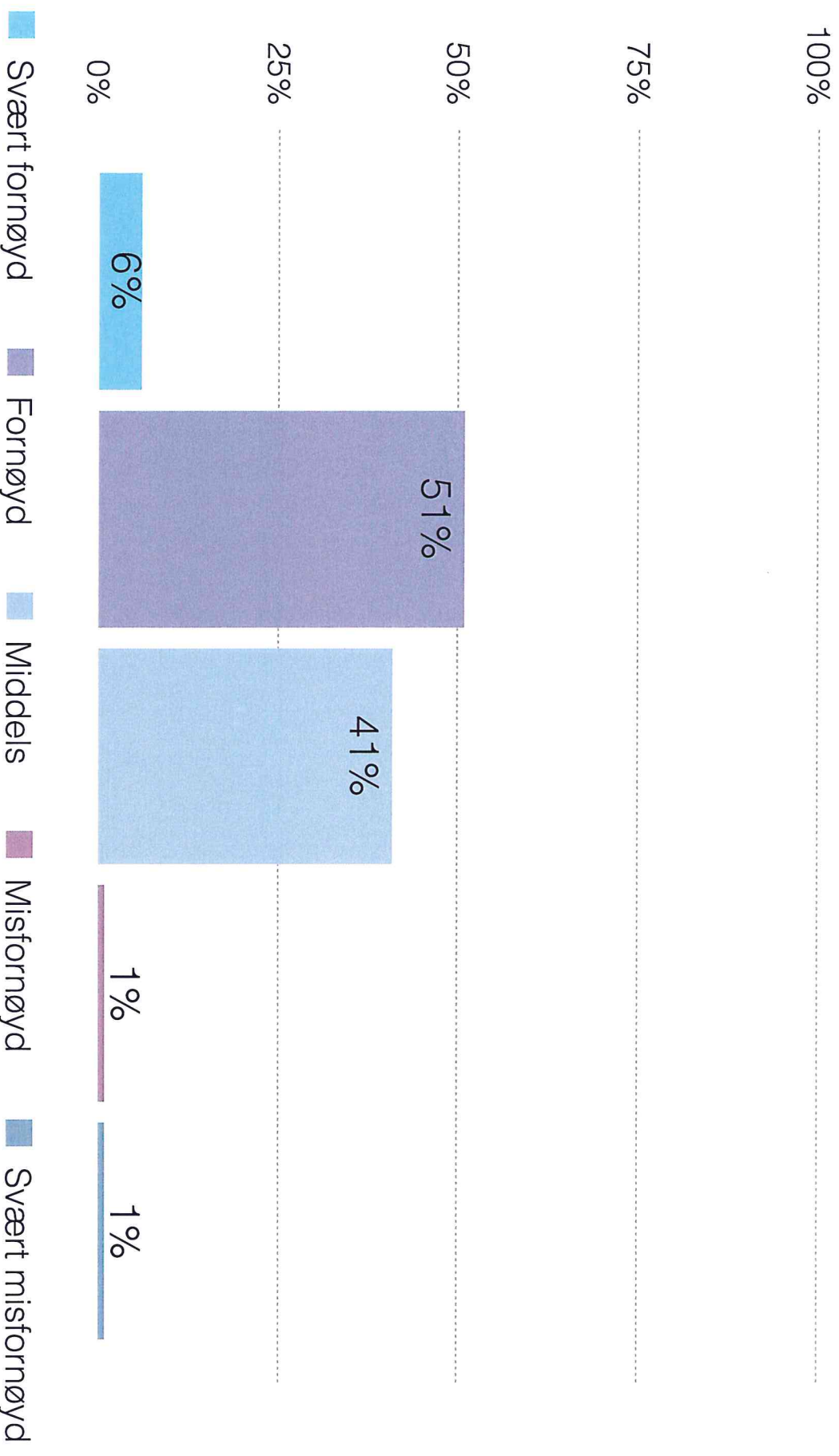


10: Even Kyseth, EnTur



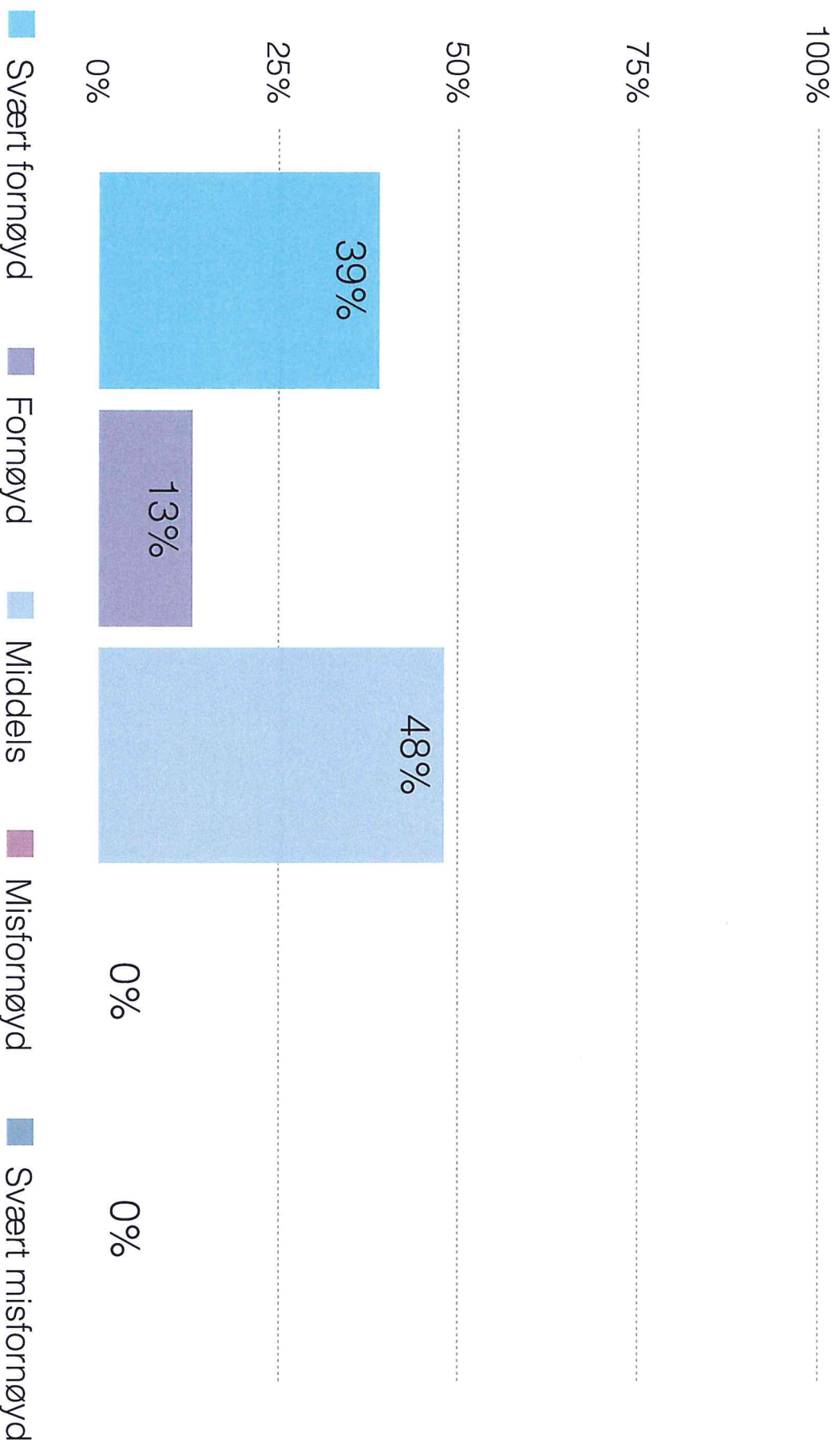


11: John Emil Myhre, NSB



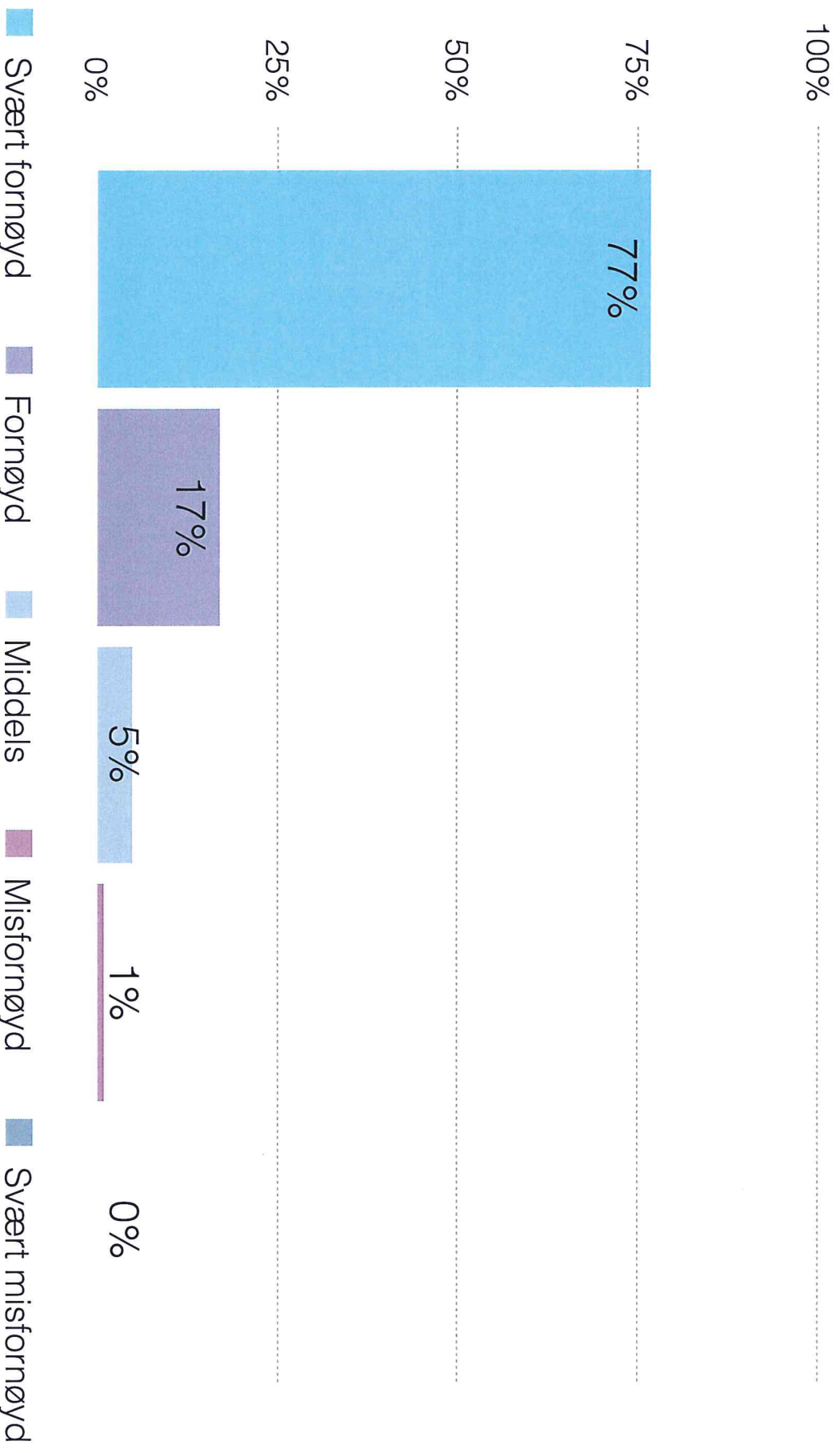


12: Marit Holen, Møre og Romsdal fylkeskommune



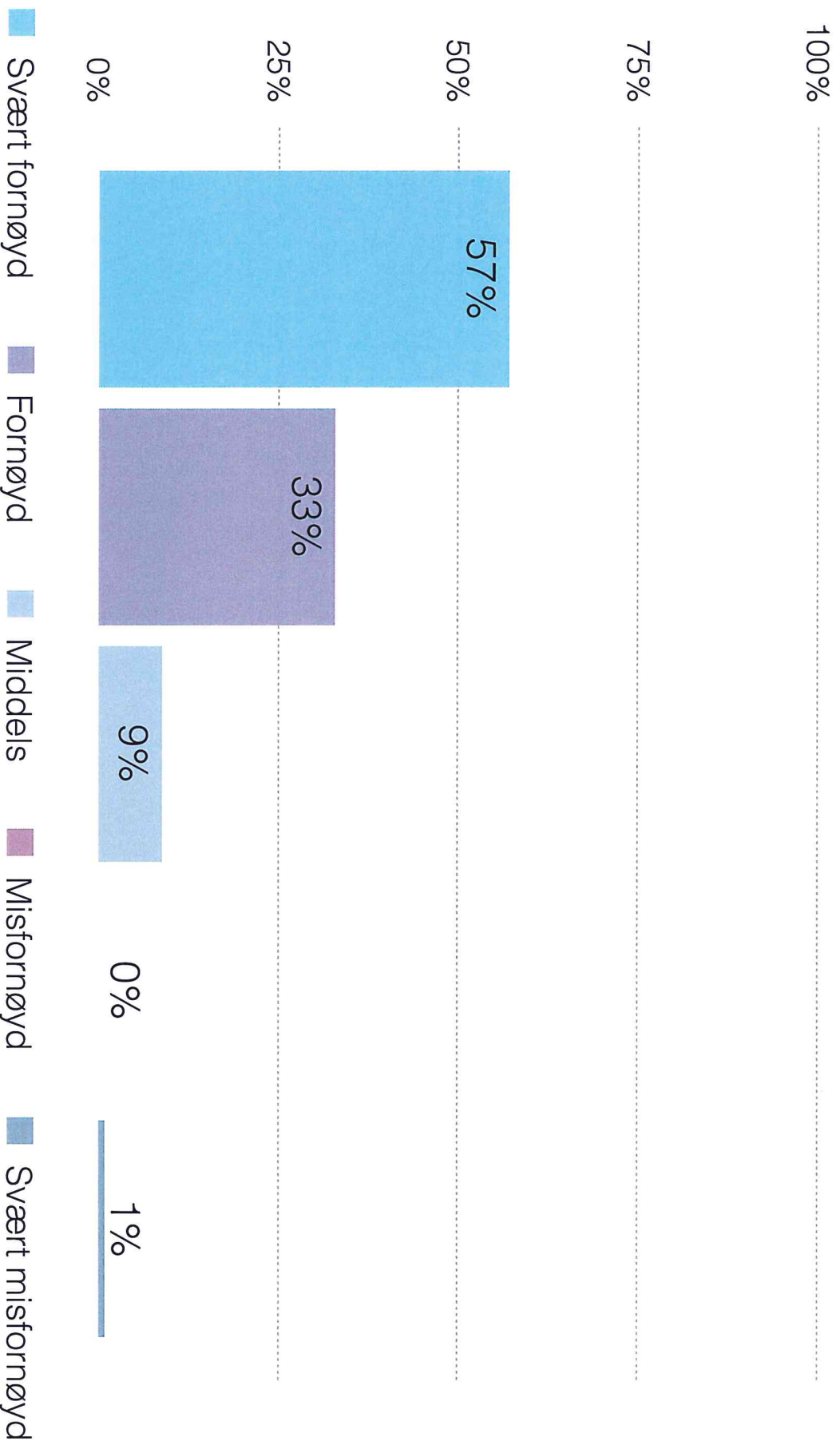


13: Steinar Sørli, Villa Åmot



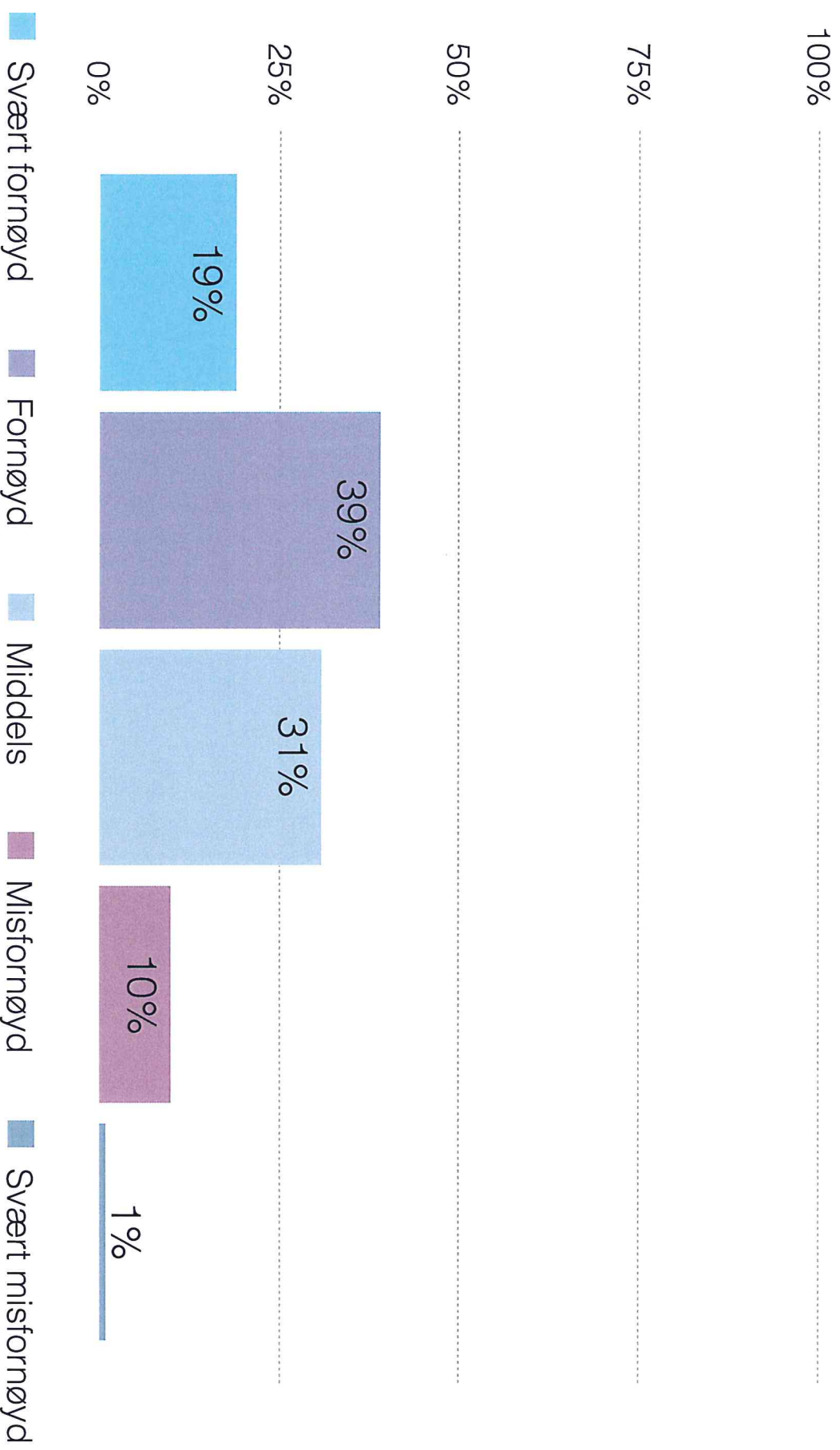


14: Gaute Ubostad, Lindesnes Havhotell

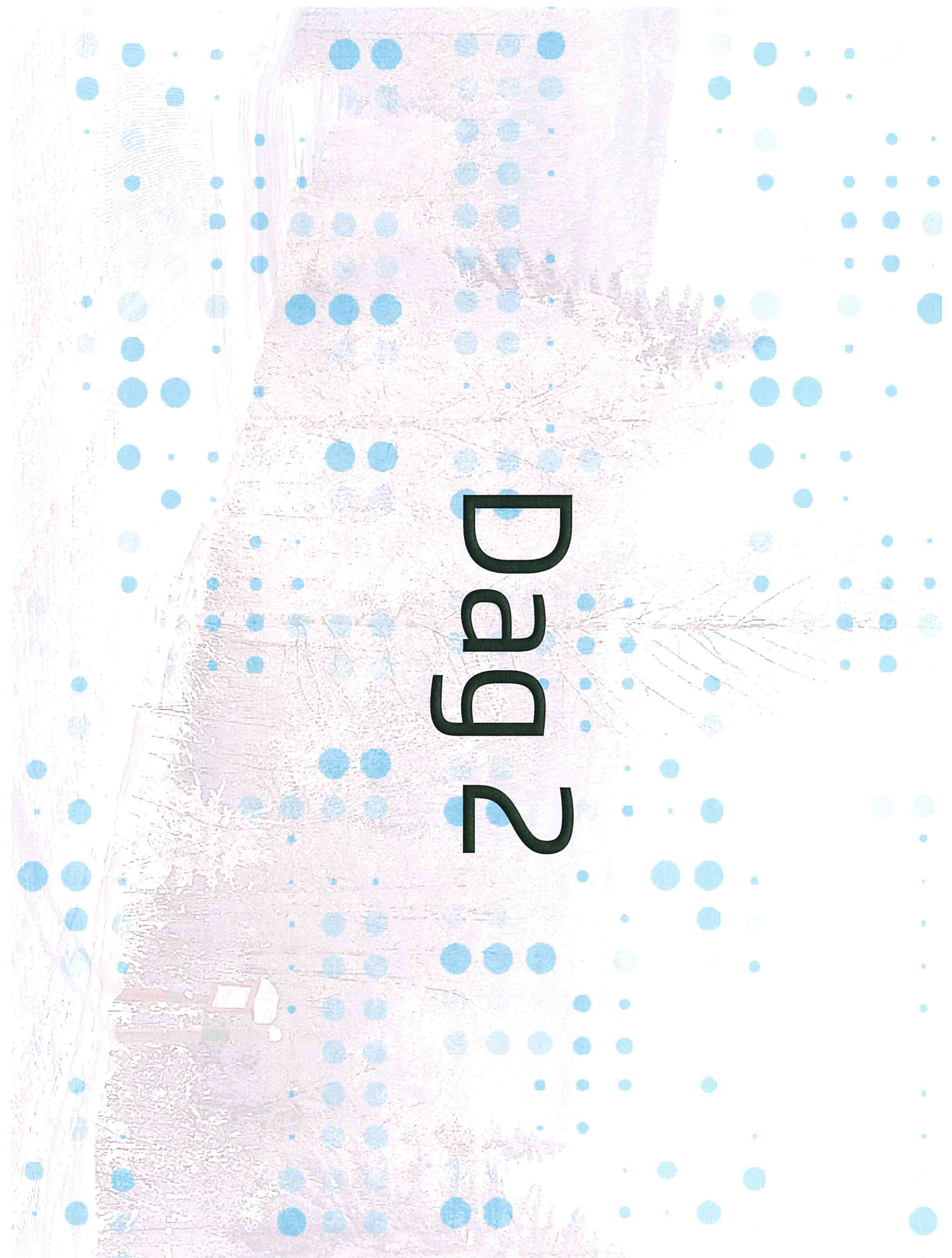




15: Geoffrey O'Brian, Disney

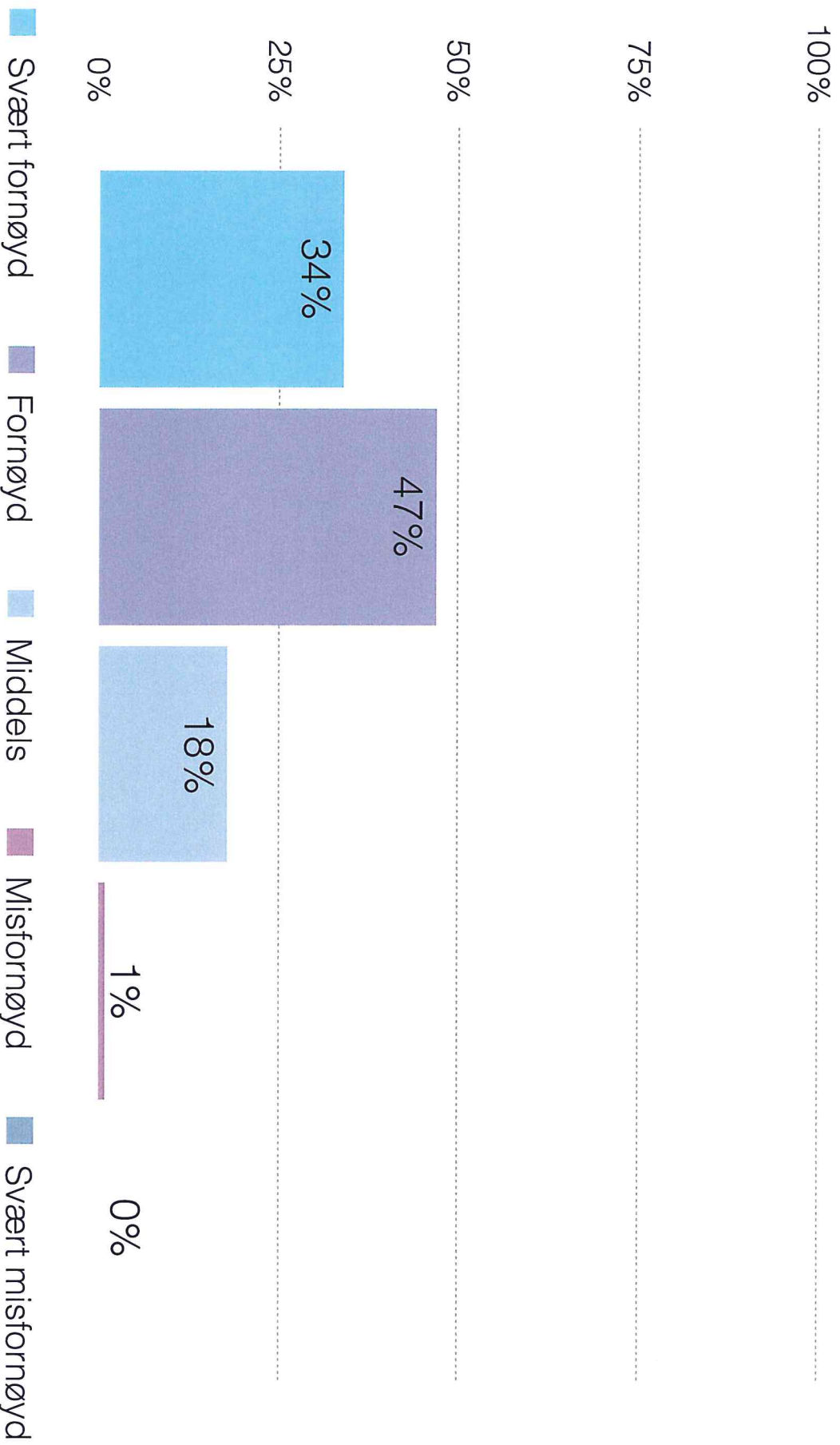


ପର ୨



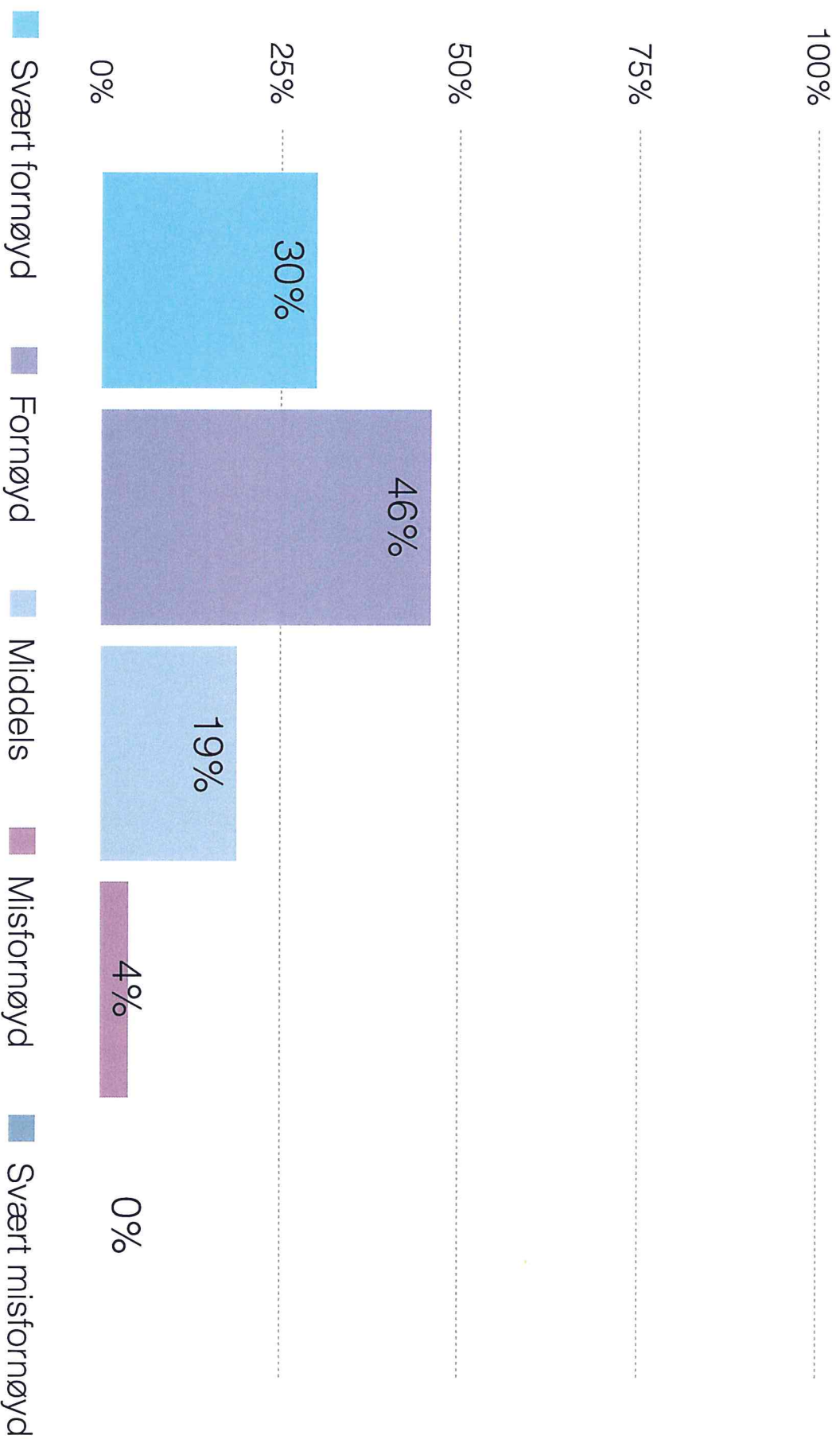


16: Bente Holm, Visit Oslo



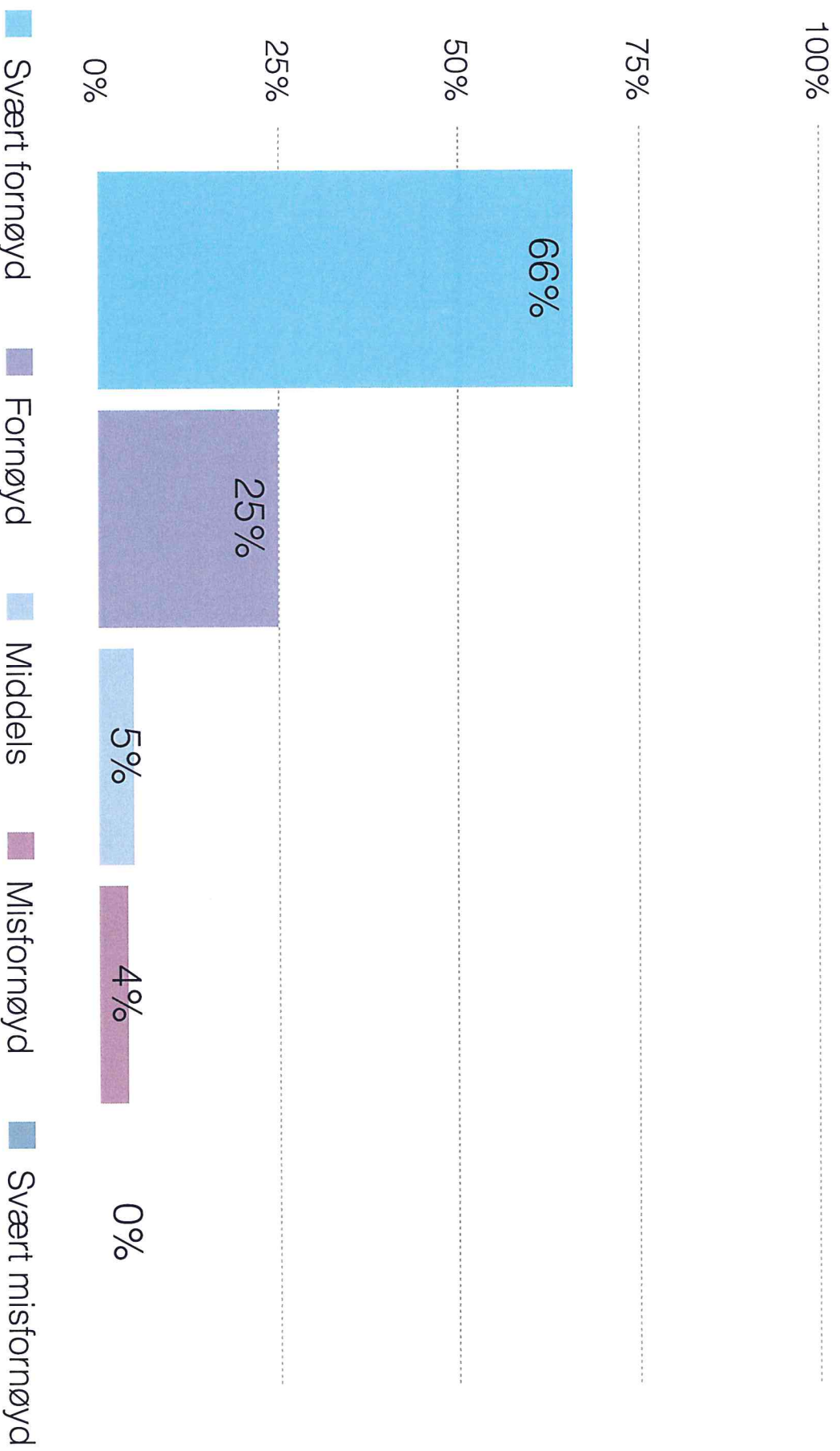


17: Sveinung Jørgensen & Jacob Tynes Pedersen



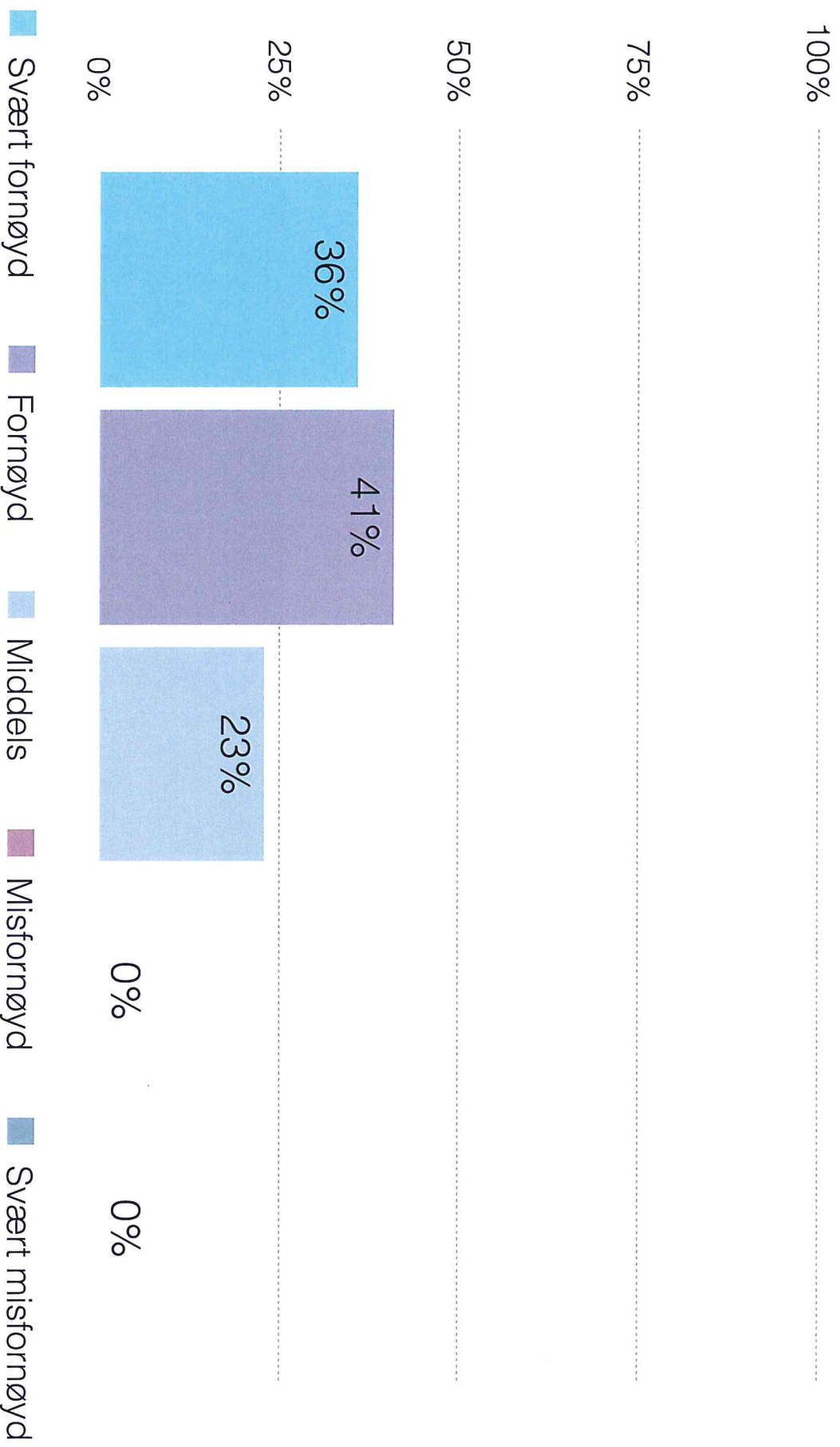


18: Steinar Hoen, Bislett Games



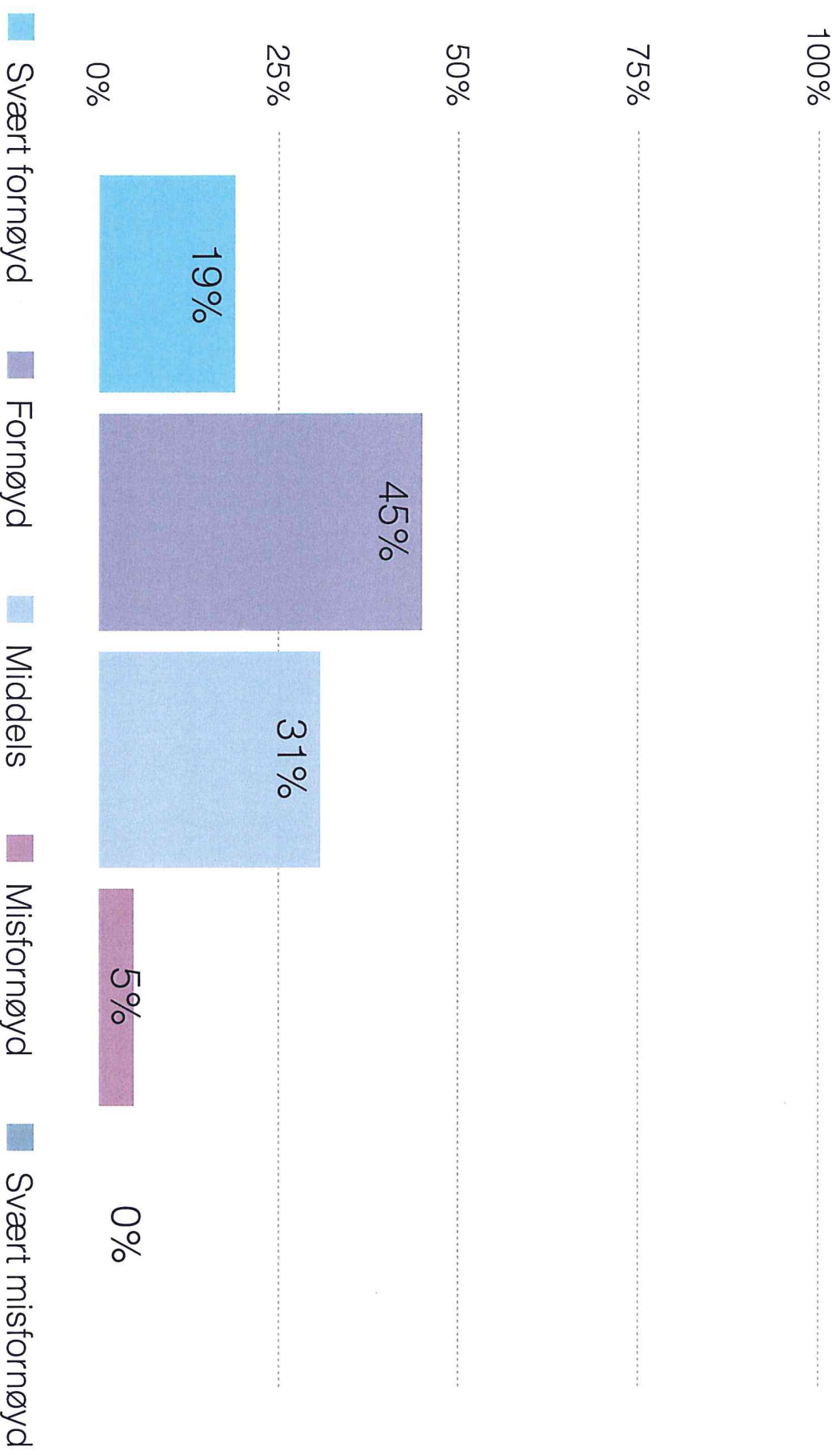


19: Trond Øverås, Nordnorsk Reiseliv

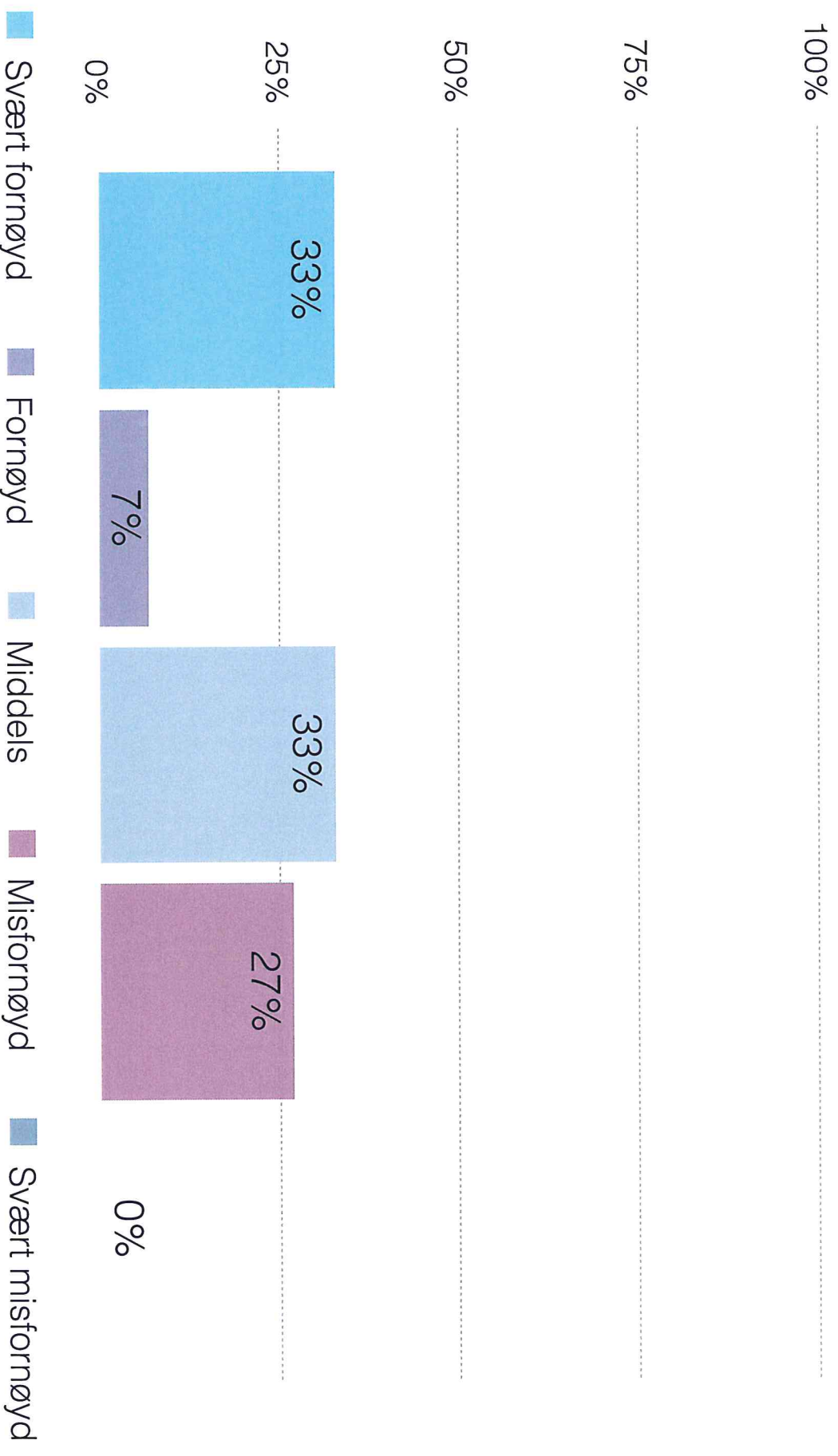




20: Erik Gustavsen, Small Screen

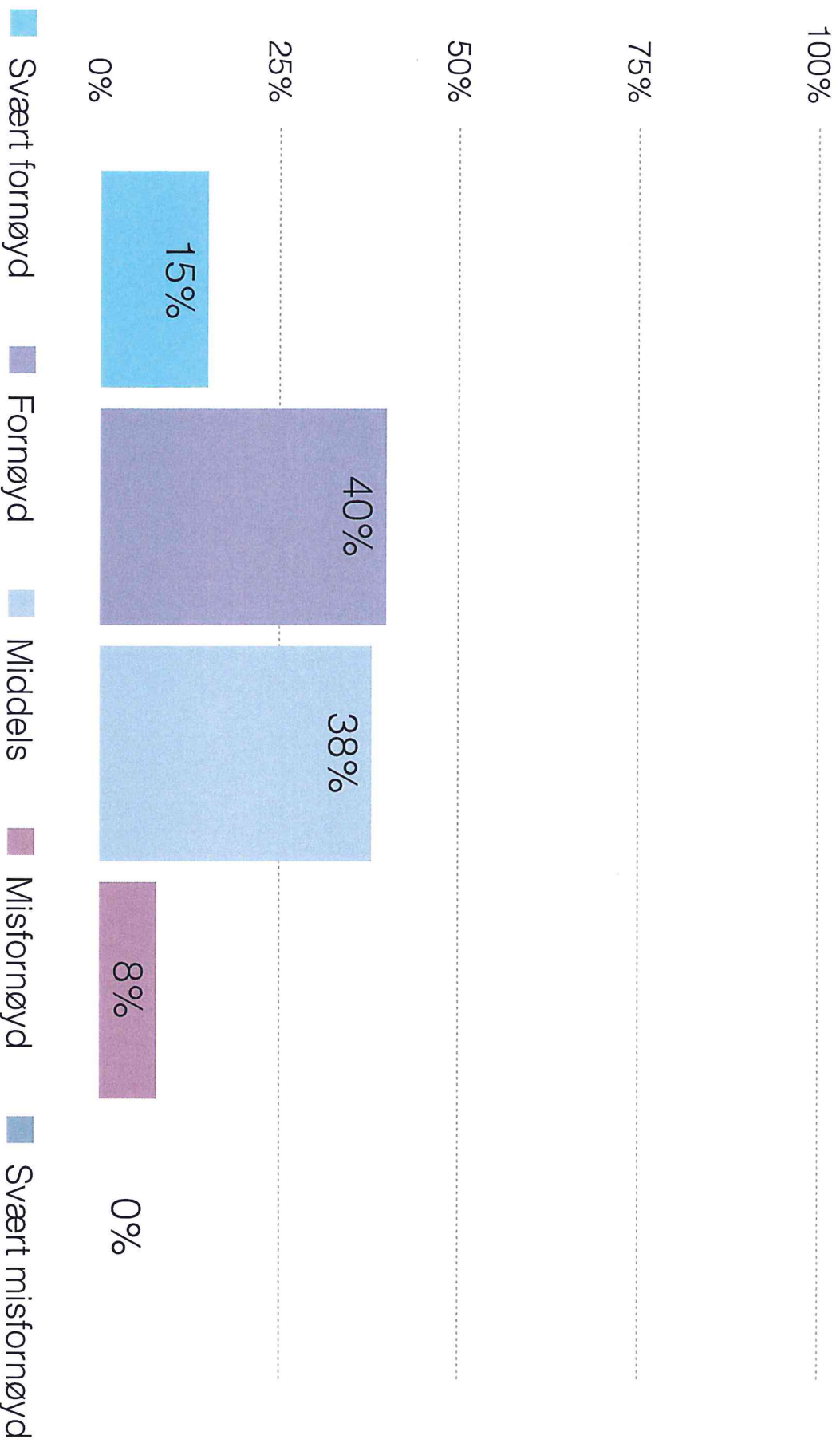


21: Simon Hudson, University og South Carolina



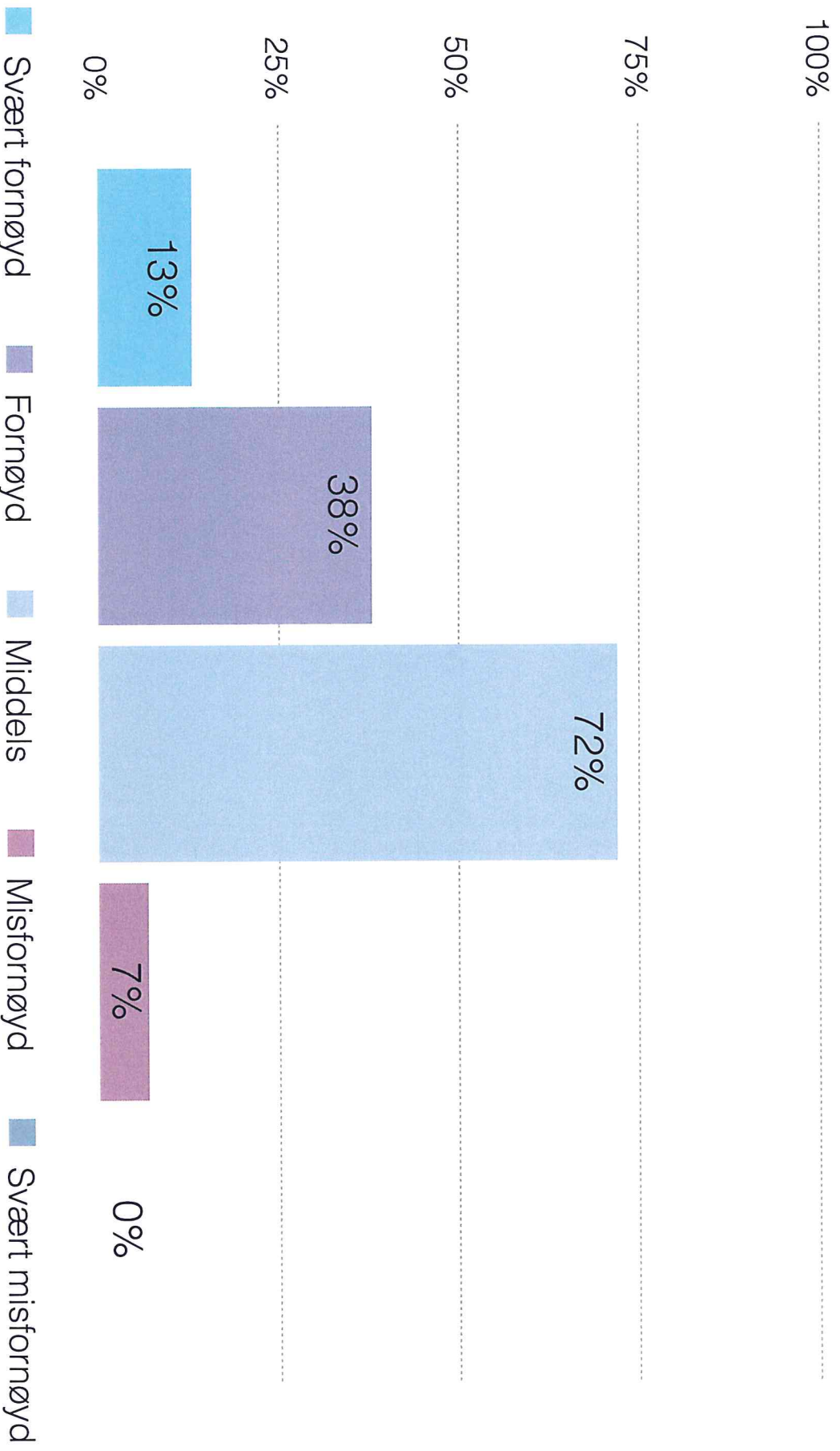


22: Andreas Smith-Eriksen, Geilo Holding



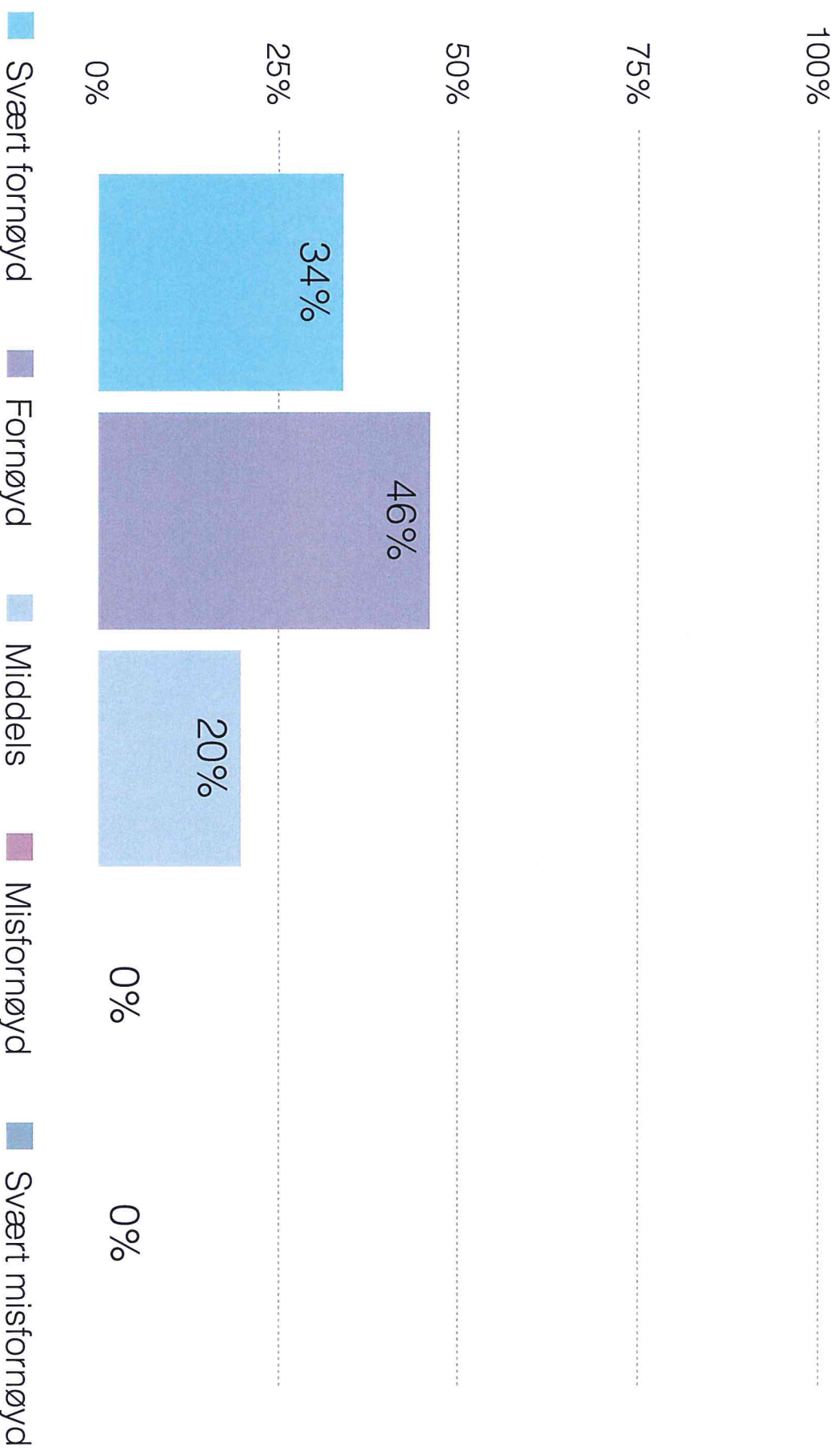


23: Kari Hanne Rudrud, Alpinco

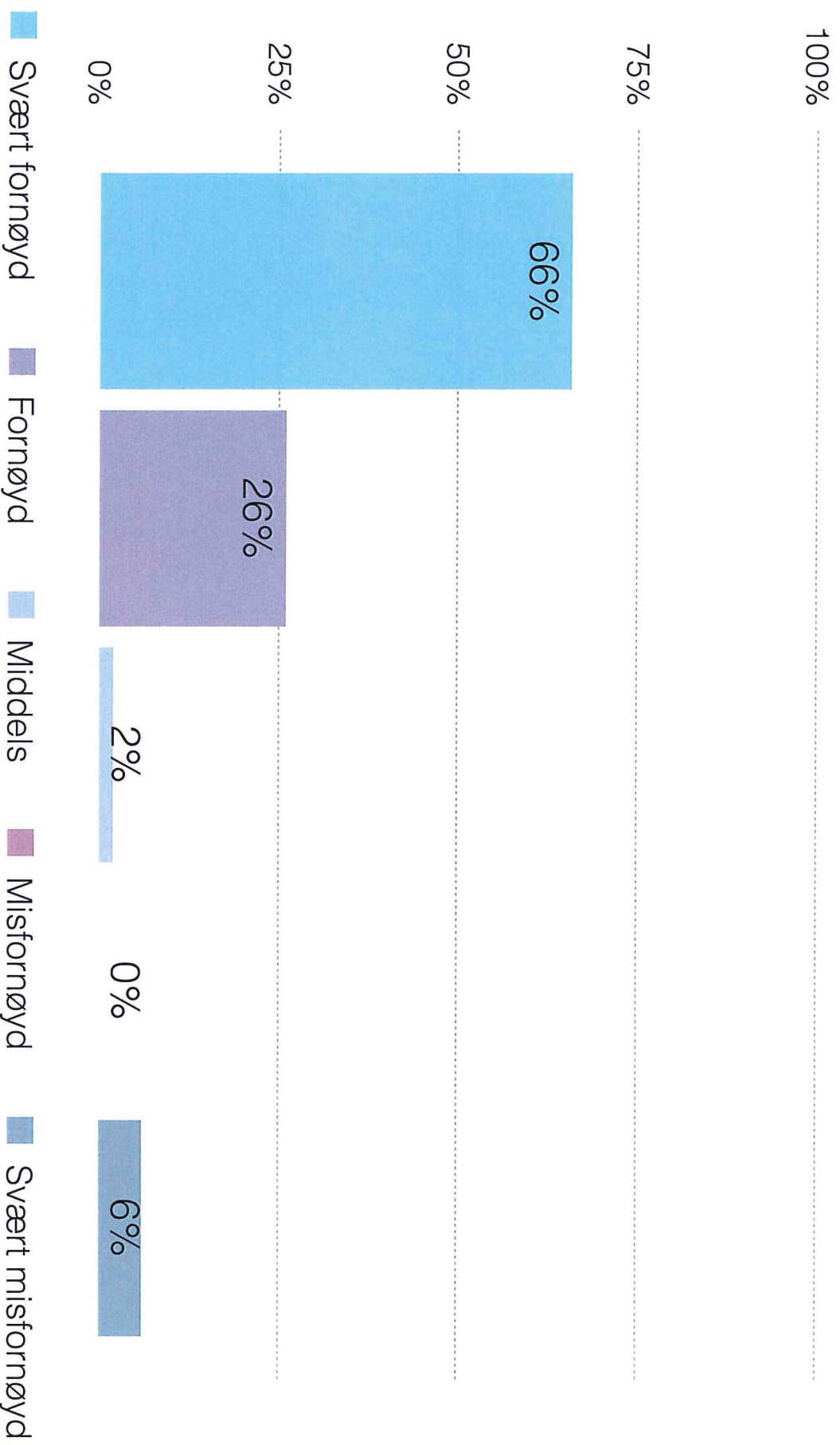




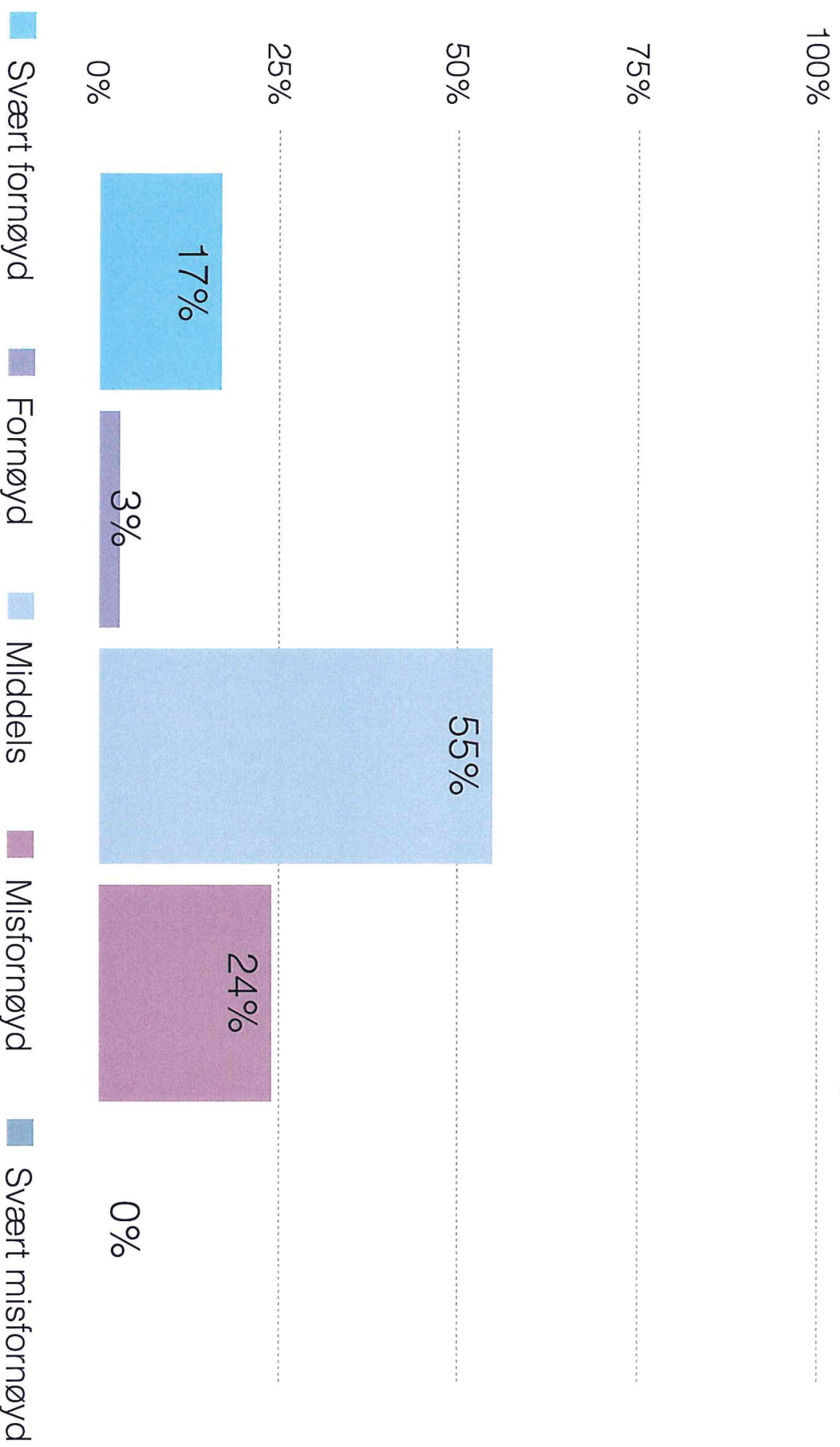
24: Gudrun Sanaker, Destinasjon Trysil



25: Møteleder Olav Brostrup Müller



26: Workshop



27: Kommentarer til det faglig innholdet i konferansen

Allt i alt, veldig bra. Workshopene ble - to min på å forstå et stort problem - 5 min på å bli kjent med de skal jobbe sammen med - 10 min til å løse det - 3 min til å presentere - forstod vi egentlig problem, metode,? Allt for komplekst på alt for kort tid.

Det gjør ikke noe om et av foredragene ikke var helt på topp, - det setter også i gang kreative prosesser og selvstendig tenking hos deltakerne. Work shop dag 2 om arrangementene ble litt heslesende og tilfeldig idedugnad, - men ga jo et anslag for hvordan man kan engasjere folk i kreative utv.prosesser. Håper det ha verdifull input til arr-eierne.

Alt i alt superformyld, men det faglige utbyttet av workshopen kunne vært bedre. Tror det hadde latt seg gjøre om vi hadde bedre tid. Men ellers stor tommel opp!

Veldig mange bra og inspirerende foredrag. Men workshopen var kanskje mest en idemyldring i grupper for et par arrangementer.

Innleggene er altfor lange, de kunne med fordel vært halvert

Konferansen har et høy faglig innhold. Første gang jeg deltok, det kommer ikke til å bli siste....!!!

Godt og variert program. Workshoppen "NYE" forretningsmodeller ga ingen læring eller noe nytt og opplevdes kun som en normal ide-myldring/case-workshop.

Bra faglig innhold, men en relativt tydelig tråd. Ikke like relevant i år som i fjor for mitt daglige arbeid, men mye bra som jeg vil tro spesielt vinterdestinasjonene fikk noe ut av. Syntes det jevnt over var faglig flinke og gode forelesere. Nord Norsk reiseliv, Bislett games, Magnus Lindqvist og biten om transportløsninger var spesielt bra. Disney hadde bra innhold, men han snakket litt fort og om litt mye, kunne vært bedre å ha han tidligere på dagen en helt mot slutten av en lang dag en. En engasjerende svenske f.eks kunne vært mer mot slutten Innlegget fra NMBU var faglig interessant, men litt treg presentør. Håper vi kan få oppdatert informasjon fra forskningsprosjektet når det har kommet lengre i arbeidet sitt. Jørgensen og Pedersen hadde et engasjert foredrag, men jeg satt ikke igjen med så mye faglig, det var utydelig for meg hvilke verktøy jeg kunne ta i bruk. Møtelederen deres er veldig god, håper dere får han med også neste år :)

27: Kommentarer til det faglig innholdet i konferansen

mer visjon og utfordrende inspirasjon frem for alt for spesifikt to-do inspirert gjennomgang av best practice eksempler.

Arrangements-workshop: Leder klarte ikke å gjennomføre som forventet. Tror ikke noen part fikk mye igjen for dette.

Et rikt innhold i de to dagene med mange spennende foredrag. Passe lange og god variasjon i både innhold og lengder på innleggene, samt diskusjoner. Veldig spennende.

Jeg synes programmet på mandag og til dels tirsdag var for tettpakket. Det blir litt liten tid til mingling og styrking av relasjoner.

Bra opplegg, fortsett med foredragsholdere som engasjerer. noe var litt "traust"

Godt sammensatt, stort sett foredragsholdere med engasjerende og underholdende fremføringer, variert innhold med en tydelig rød tråd gjennom hele arrangementet. Dette var første gangen jeg deltok, og jeg ble positivt overrasket over nivå og utbytte av denne konferanse.

I workshopen synes jeg ikke det kom fram noen klar ny metodikk eller eksempler på verktøy for å komme fram til nye forretningsmodeller. Dette er jo innovasjonsmodell (Oversikt/ kompetansebase) - ide - gjennomføring/testing (1,0) - innsikt + oversikt - justering av ide - testing (2,0) - innsikt+oversikt.... I Workshopen utnyttet man kompetansebasen (oversikten vi hadde) til ideer for to konkrete Case. Vi fikk lite tilbake i forhold til å se nye muligheter i forhold til bedre prosesser og et godt arbeidsverktøy.

27: Kommentarer til det faglig innholdet i konferansen

Viktigt med fokus på digital kommunikation, saknede caset motsvarande X-Games som ni hade förra året, visade både på kraft och trender i de sociala kanalerna.

veldig mykje interessant, men kunne kan hende ha meir relevans for alle dei mange mindre aktørane i området.

Lindkvist var for så vidt morsomt men kunne greid seg med halve tida. Sørils foredrag var veldig bra og spennende.

God blanding av inspirasjon, suksess historier og muligheter for læring. Veldig nyttig. Gode temaer.

Godt sammensatt program og inspirerende foredragsholdere!

Gjennomgående god kvalitet på foredrag og foredragsholdere. Gode og relevante temaer som fanger interesse for mange.

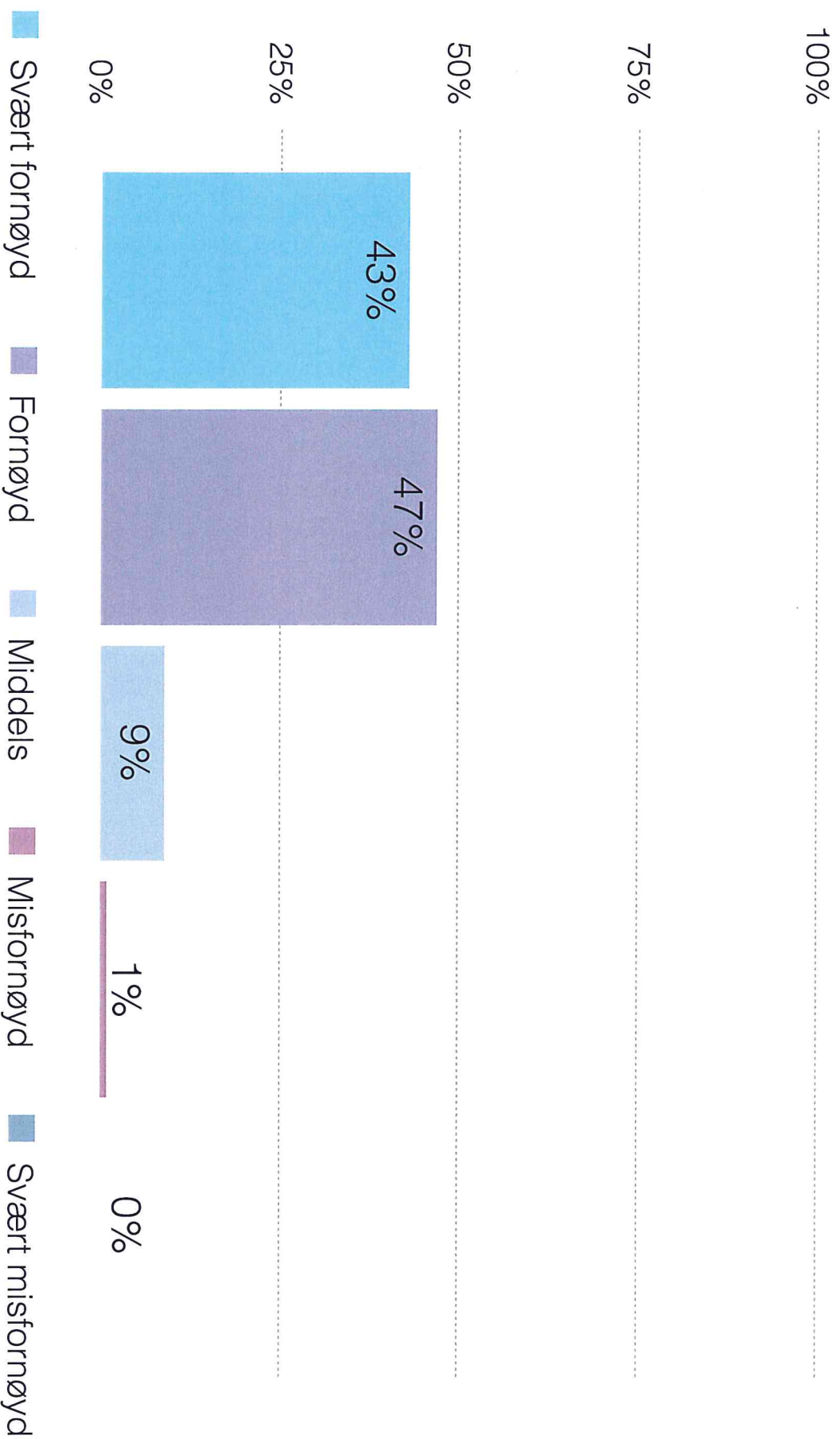
Nye forretningsmodeller for arrangement: jeg trodde det var vi som skulle få ide om å utarbeide nye forretningsmodeller. I stede ble vi bidragsytere til Peer Gynt og Raw Air. Greit det, men....

Dei tok bare på dag 2. Meget spennende og relevante temaer. Workshopen var bra, men får jo ikke all verden ut av ei økt.

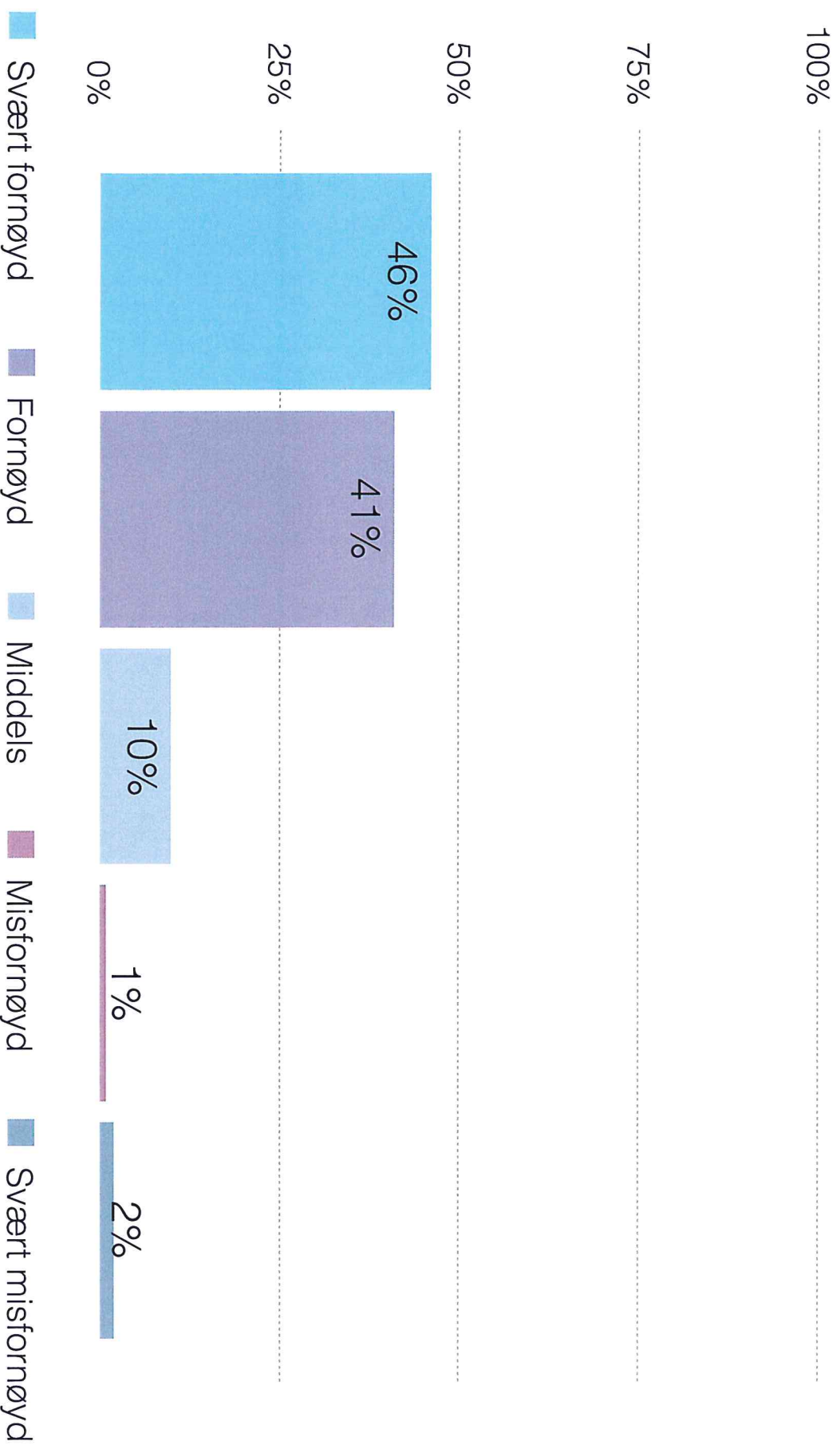
Hadde håpet på flere verktøy etter workshop for å ta med tilbake til egen bedrift. Nå ble det diskusjoner som uten spesielle nye verktøy å bruke. Føler vi sitter igjen med lite konkret. Ellers veldig bra

Savner mer fokus på Hele Norge,hele året. Blir for mye fokus på pengesterke steder som utvikler det de er god på. Disney var bare tull. Norge har foredragsholdere innen content mark som er mye bedre enn dette.

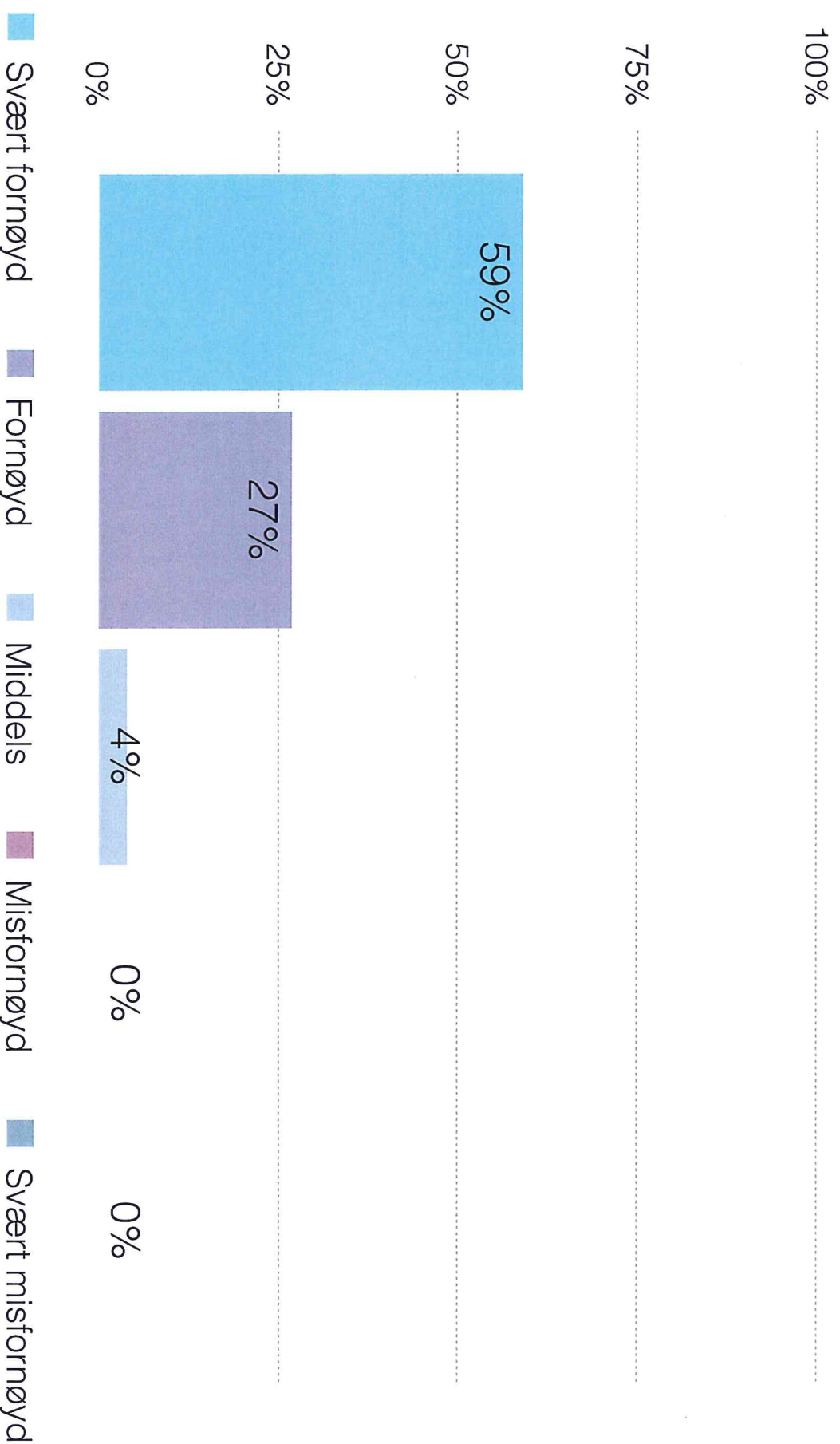
28: Kaffe pauser



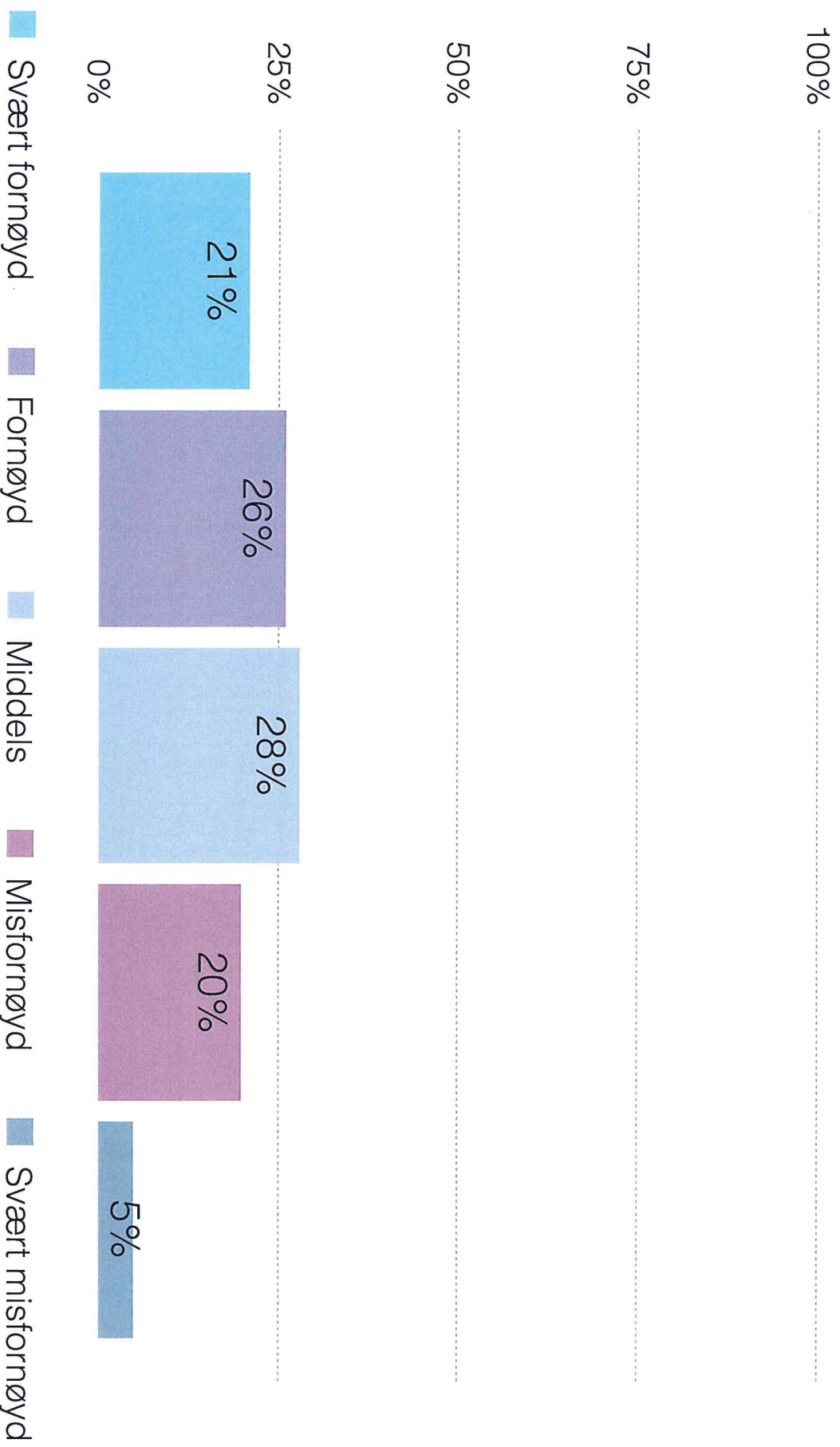
29: Lunsj



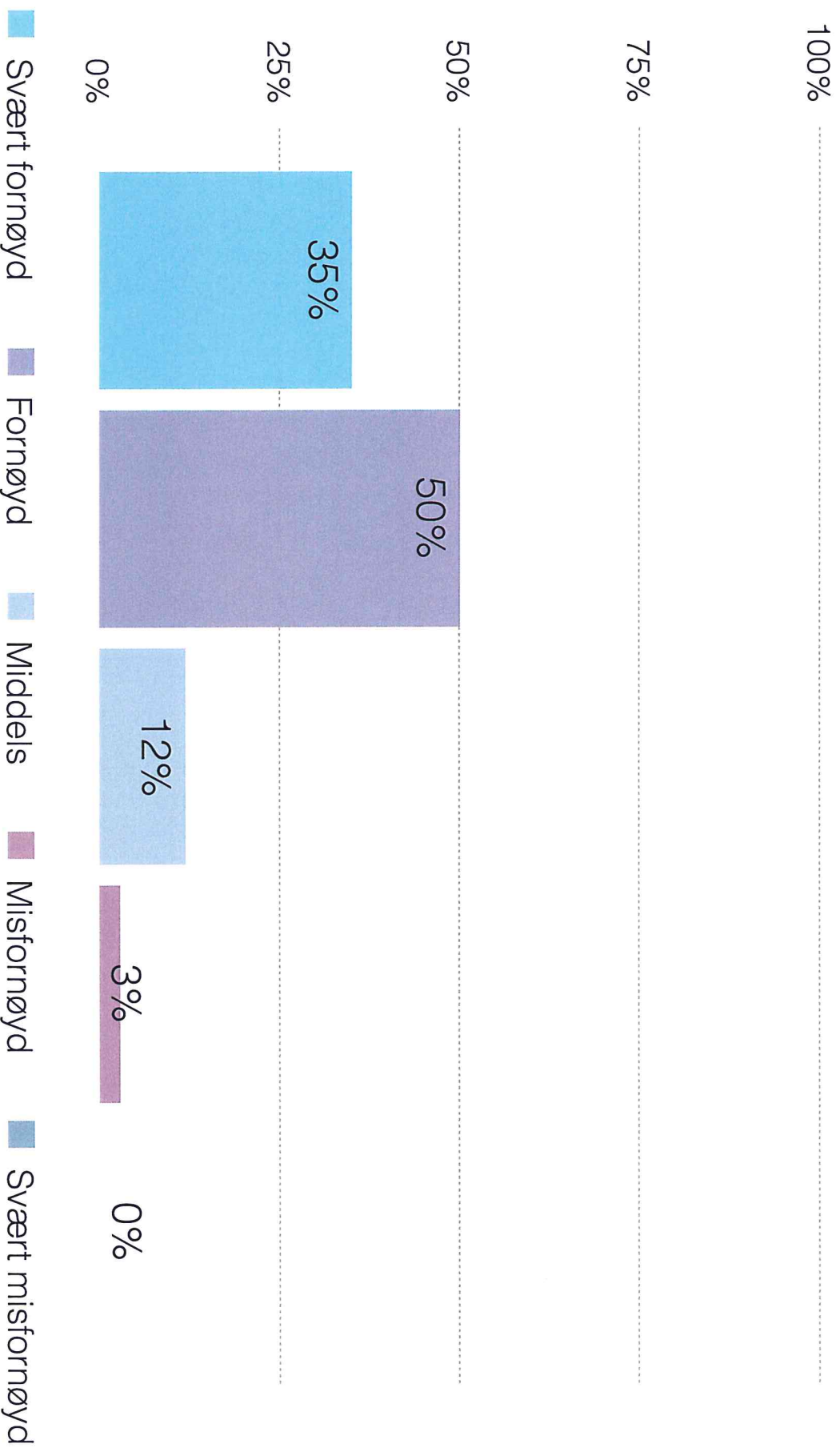
30: Omvisning Maihaugen



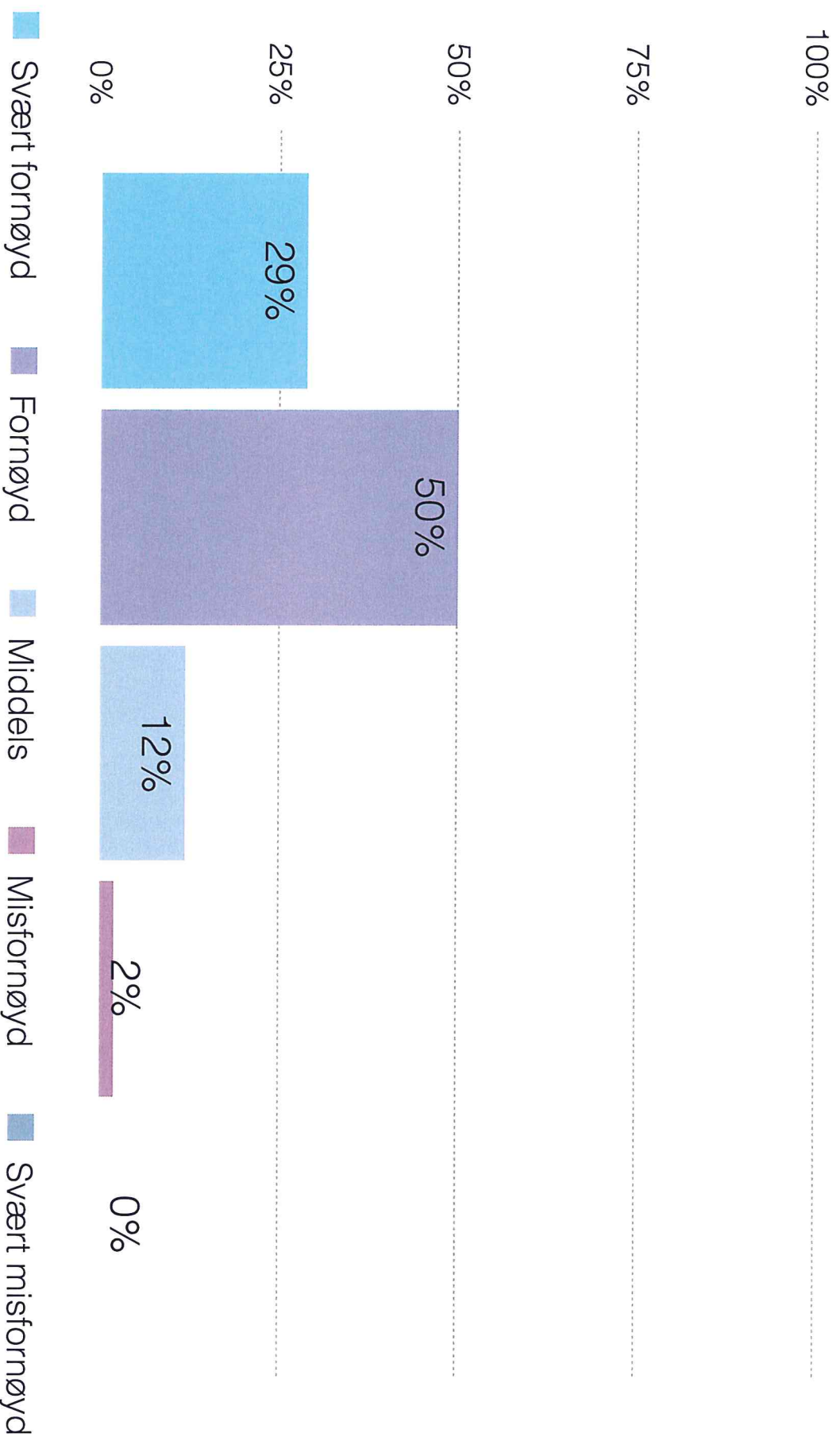
31: Konferansedag



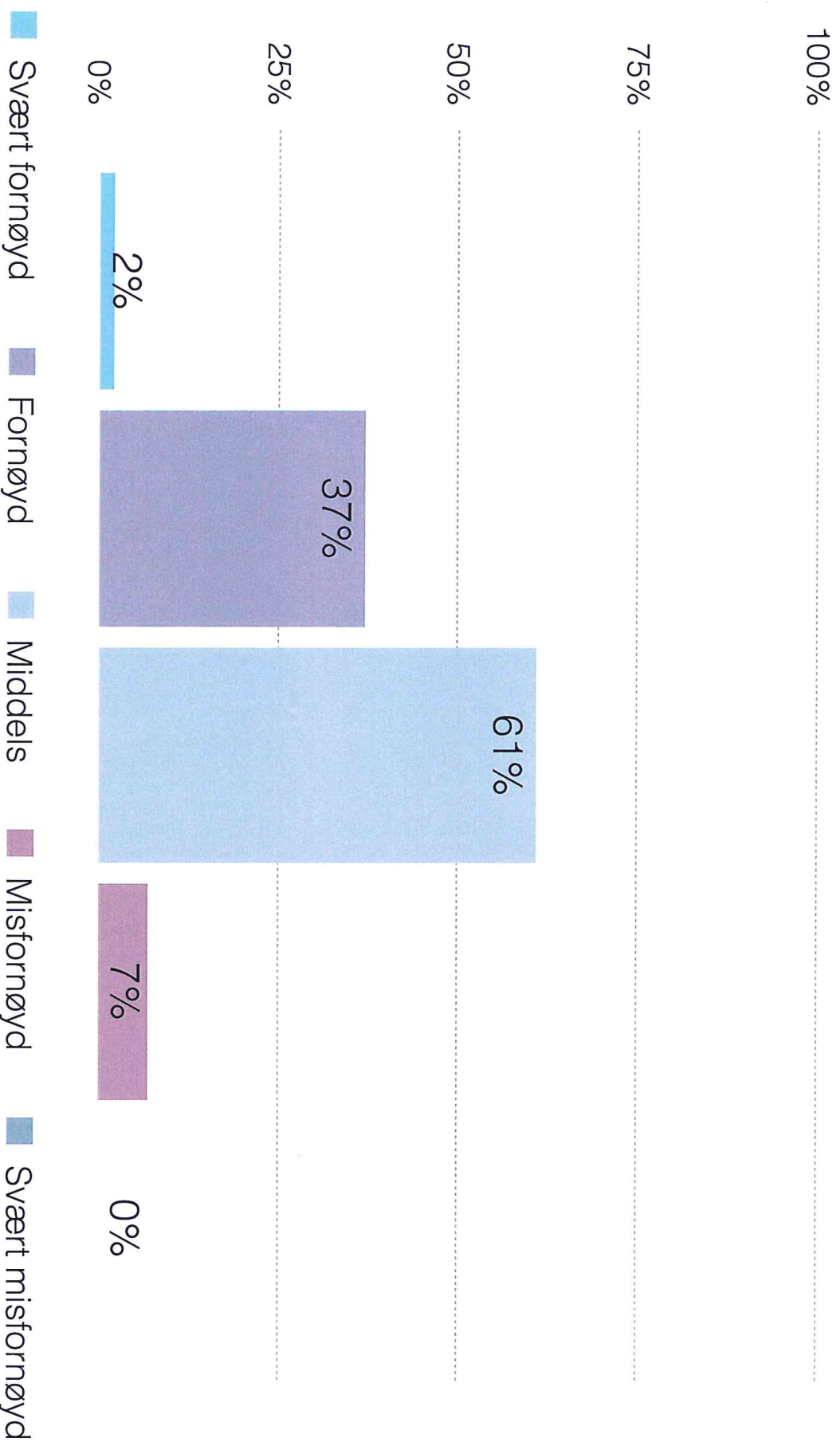
31: Konferanselokaler



32: Hotellrommet



33: Utstillere



34: Kommentarer til utstillere

Hvis det hadde vært noen flere utstillere, kunne dette ha fått enda større effekt - og kanskje tiltrukket interesserte som ikke deltok på konferansen i tillegg.

Besøkte ingen..

De var for lite PÅ!

Jeg besøkte ikke utstillerne, så det kan jeg ikke uttale meg om.

Jeg var ikke innom utstillerne, så jeg ville krysset av deltok ikke hvis det alternativet fantes

ingen som dekket mitt behov pr. dato

Sjekket de ikke ut.

Besøkte ingen utstillere, så burde kunne trykke "Ikke besøkt" her.

Prattet ikke med dem

Må gi et svar, så jeg antar det var helt OK. Jeg snakket ikke med dem, da de ikke var relevant for min del.

Nesten "usynlige" De var ikke frempå.

34: Kommentarer til utstillere

så ikke utstillene

Lite inviterende, skummelt å gå bortom.

Bra utstillere, men fikk ikke så mye tid til å prate med de. Det var så spennende og viktig å få prate med de andre deltakerne i stedet. Men fikk vitittkort og skal ta opp kontakt med en av de i etterkant.

Rakk ikke å bruke tid på...

Snakket så mye med andre i pausene, så jeg hadde ikke tid til å se på utstillerne

Lite merkbare, ingen utbytte av utstillingene.

Såg ikke så mye på de.

Var ikke klar over at det var utstillere før på dag 2. Syntes nesten ikke. Unødvendig hvis de ikke blir mer del av programmet.

Tok ikkje del der

konferanserommet: dag to var det støy fra rommet ved siden av når det ble flyttet stoler.

34: Kommentarer til utstillere

For få pauser til å besøke utstillerne. Markedsføre utstillerne i forkant og under konferansen i appen, FB mm. Hva med en velkomstpase hvor utstillerne kan legge i brosjyrer mm? Markedsføre utstillerne fra scenen. Lage egen utstiller presentasjon i appen. Utstillers rommet som ble tildelt var avsidessliggende. Bedre å stå rett utenfor døren til salen. Pausene ble kortet ned på og dermed også muligheten for å besøke utstillerne. Hva med å sende ut sms til deltagerne med info om å besøke utstillerne og gi konferansetilbud.

Var ikke så mye innom der siden jeg deltok bare på dag 2.

Som utstillere skulle man ønske att det fanns mer tid att interagera med mässbesökarna.

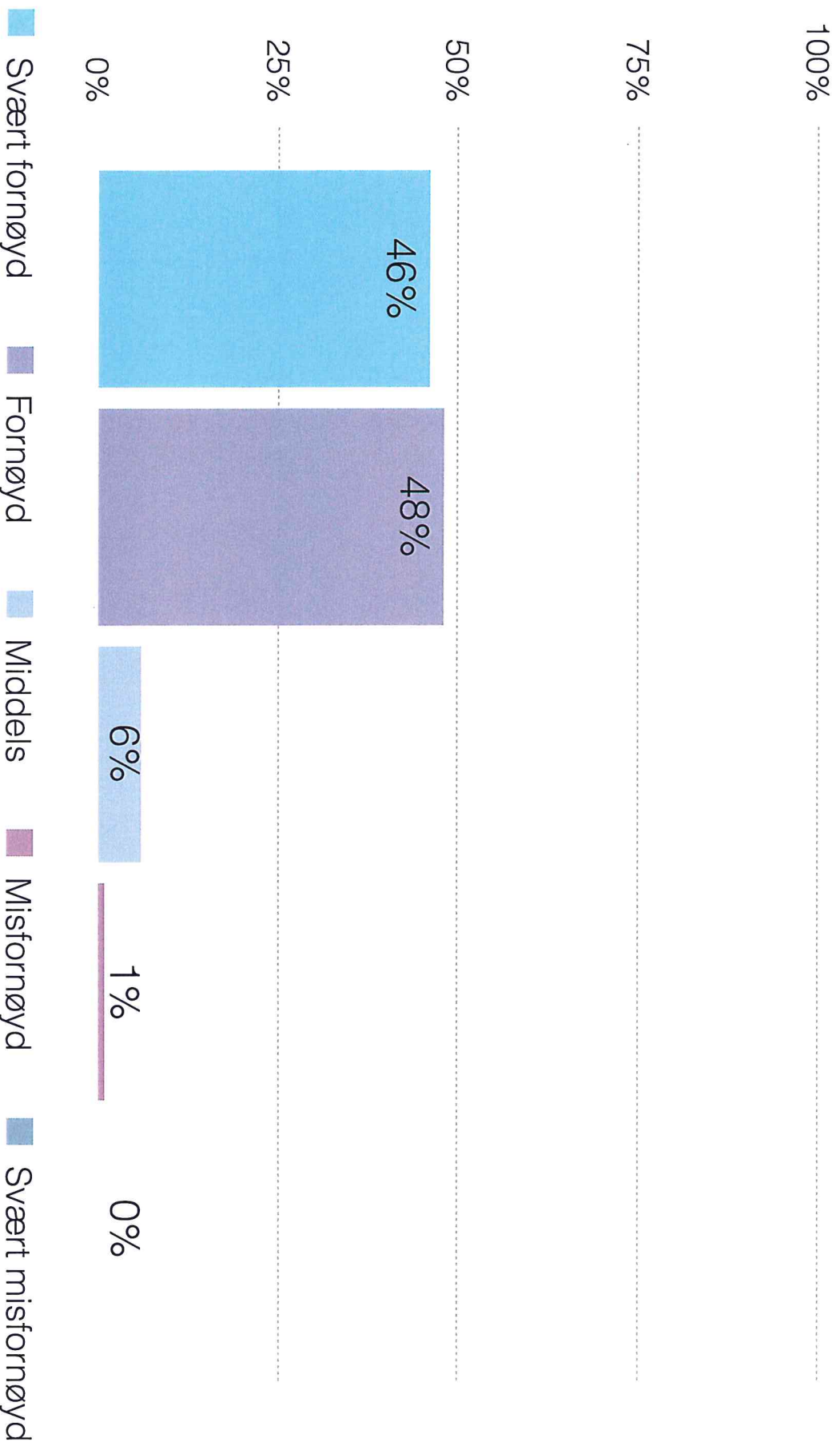
Besøkte ingen.

Var selv utstilller. Litt få utstillere og konferansen skulle kanskje lagt mer til rette for publikumsbesøk og presentasjon av utstillere i forkant.

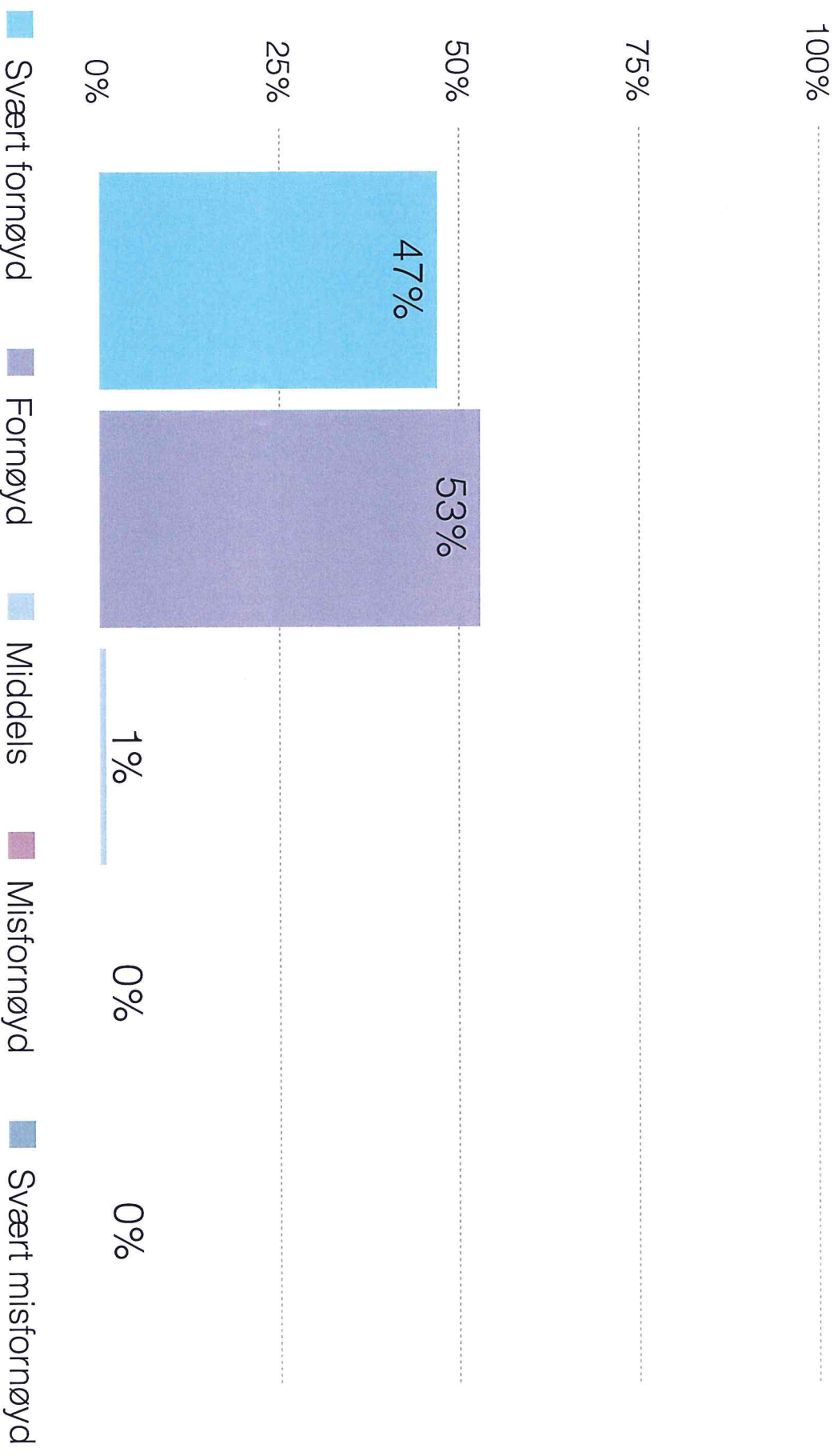
Ikke viktig

Snakket ikke med utstillere. Etter min mening kunne de vært litt mer innbydende til samtale.

35: Hvordan var informasjonen om konferansen i forkant?



36: Hvordan vurderer du den praktiske gjennomføringen av konferansen totalt sett?



37: Kommentarer til den praktiske gjennomføringen av konferansen

Veldig bra, - dette er en konferanse som også har potensiale til få internasjonal betydning. Stå på videre.

Synes nettsideløsning og påmeldingsside virker en smule utdatert. Litt for mye teknisk rusk på dag 1 - styring av film og presentasjoner.

Det fungerte veldig fint. Og vi ble foret grundig i hver eneste pause ;)

Konferansen var veldig bra faglig sett! Møterommet var kaldt begge dager og tidvis svært støyende.

Ble litt unyttig dagen 2 etter lunsj -

Kunne vært kart som viste hvor hotellet lå. Det stod det var i Lillehammer sentrum, og det var det jo ikke.

Fungerte utmerket - skulle gjerne hatt litt mere tid mellom konferansen og konferansenmiddag - fått en litt større smakebit av Lillehammer når man først er der.).

Hadde sikkert vært smart med en meny til middagen. I disse bærekraft tider. Da hadde det kanskje blitt mindre svinn?

Enda bedre lokaler i år enn i fjor, og veldig fint at vi deltakerne har bord foran oss, det hadde vi ikke i fjor.

Litt lite tid mellom faglig avslutning dag 1 og omvisninga på Maihaugen.

Godt gjennomført, ikke appen som holdt oss oppdatert kontinuerlig og som gjorde det mulig å stille spørsmål fra salen under konferansen.

37: Kommentarer til den praktiske gjennomføringen av konferansen

vi gjerne ha deltakerliste i forkant av konferanse, greit å ha for målretta kontakt medan ein er på konferansen.

Arrangementet ville tjent på å bli annonsert tidligere.

Parkering er en irritasjonsmoment og en utfordring. Ellers bra gjennomføring, flyt og tidsoverholding.

Med bakgrunn i Into Norway-prosjektet, bør det være mulig å få lokalmat inn som en del av en slik konferanse

En egen app føltes unødvendig "over the top". Foretrekker et program (og evt deltakerliste) som jeg kan skrive ut og ha liggende fremme under konferansen. Funksjonen med å kunne stille direkte spørsmål til programleder var allikevel praktisk. Lokalene var nokså kalde.

Burde vært mikrofon for de som snakket fra gruppene slik at alle hørte alt.

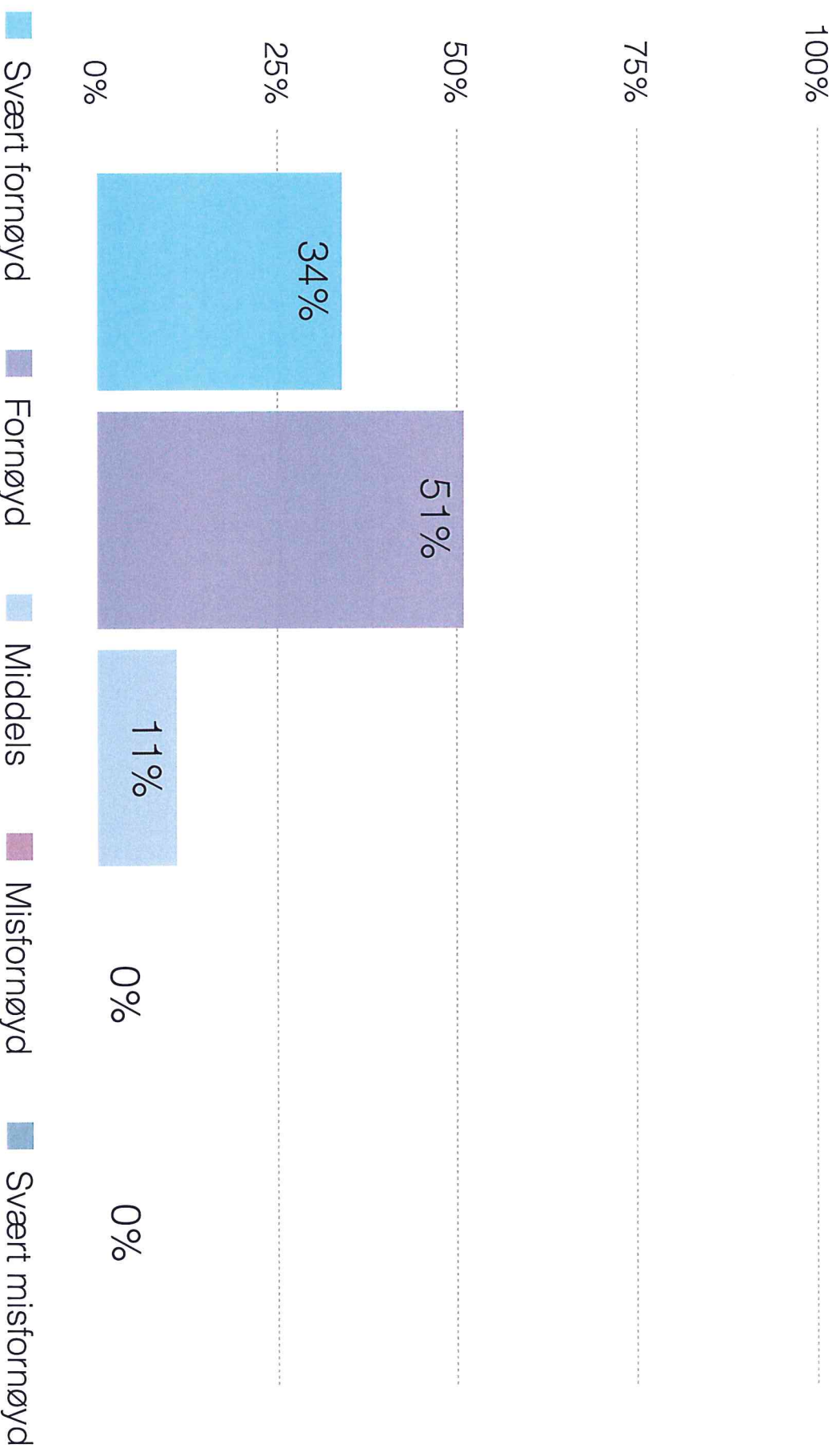
Savnet utskrift av deltakerliste og en navnelapp med snor eller sikkerhetsnål på baksiden.

Bør være enklere å lade Mac/PC i konferansesalene

Svært godt fornøyd med en god og inspirerende konferanse

Svært godt fornøyd med en god og inspirerende konferanse

38: Hvordan har konferansen totalt sett svart til dine forventinger



40: Er det forhold du mener kunne vært bedre fra arrangørens side eller kommentarer forøvrig?

Kjør på videre.

Kunne åpnet enkelte av sesjonene med kulturinnslag - savnet en OPPLEVELSE på en konferanse med fokus på opplevelsesnæringene.

Måltidene var langt under det nivået de bør være når det er reiseliv og opplevelser som er tema. Det var allfor dårlig!

2 hele dager kan bli litt for lenge - hva med lunsj til lunsj? - eller avslutte til lunsj dag 2.

Alt for kaldt i konferansesalen begge dager. Dårlig lydisolasjon inn til demens-konferansen

Hadde gjerne sett at det var enda flere deltakere fra større deler av Norge;)

En del støy i konferanselokalet på dag to av konferansen, og dårlig sikt til læreret for de som satt bakerst i lokalet. Dette fungerte meget bra på dag 1

Middagen dag en var dårlig. Det burde blitt gitt informasjon om mengden mat/ antall retter. Serveringspersonalet var for dårlig.

Et lite tips for å øke verdien for deltakere er å legge inn 2min etter hvert foredrag hvor det oppfordres til å notere/skrive stikkord om hva som var interessant ved foredraget/ideer du har fått. Konferanser har, en tendens til å gi boost der og da, men energien og ideene blir borte når man er tilbake på jobb igjen. Tror det å legge opp til en «på hvilken måte kan dette innspillet være nyttig for deg-refleksjon» kan øke nytteverdien av konferansen.

40: Er det forhold du mener kunne vært bedre fra arrangørens side eller kommentarer forøvrig?

Fin-tune teknik og logistikk

Fler spennende utenlandske foredrag. Flytt gjerne tidspunkt til utenom vinterferieukene, som er travle for vinterfolket.

Middagen på Maihaugen. Etter en flottrunde på Maihaugen med sang i en kirke fra 1200-tallet så blomstret nasjonalfølelsen helt til maten ble servert. Gudbrandsdalsreker og chorizo? Ingen visste hva som kom eller skulle komme, ingen rød tråd i det som sikkert skulle være tapas. Etter min mening så var det eneste som passet settingen og smakte, desserten. Spekemat/ost kunne vært en god start/forrett om man hadde tenkt tradisjon i forhold til tilbehør med flatbrød, rømme, eggerøre...

Utnyttet deltagere på pedersen/Jørgensen sin seanse bedre. Ble skuffet over denne. Gått mer i dybden på forretningsmodeller etc

Middagen var en seison opplevelse. Null informasjon om hva som skulle komme, dårlig servering og dårlig valg av vin til maten. Hvorfor serverte dere ikke norske retter i en slik kultursetting, og hvorfor fikk vi ikke lokalt øl eller annen lokal drikk i stedenfor en elendig prosecco til vordrink. Mangle på informasjon var allikevel det verste, - vi ante ikke hvor mange retter som kom, og mange spiste seg mette på brød og aioli mens de ventet!

Tirsdag var det kaldt i konferansesalen

Middagen. Mer opplevelse ... koblet til regional mat...

40: Er det forhold du mener kunne vært bedre fra arrangørens side eller kommentarer forøvrig?

Middagen på Malhaugen burde hatt lokalt preg. Menyen burde også vært presentert Amatør-servering, de visste ingenting om meny og heller ikke hvordan servere.

Liv og lære henger ikke sammen. Bærekraft- det virker ikke som om hotellet hadde fokus på dette. Middagen på Malhaugen en stor skuffelse (selv om maten var god!) Ingen presentasjon av menyen, dårlige servitører som ikke viste menyen, ingen lokal forankring i menyen, lokale råvarer?, lokal mattradisjon? historisk tilknytning?, bærekraftig? Det er synd om det er dette våre turister møter på en så flott plass!

Kunne kanskje hatt mer diskusjon/paneldebatt, ellers veldig fornøyd.

Skuffet over at middagen ikke hadde fokus på lokalmat, som en del av det viktige reiselsstilbudet i Gudbrandsdalen. Det ble heller ikke gitt info om meny og servitørene hadde ingen peiling på hva de serverte.

Bedre brøytet parkeringsplasser. Noe trangt mellom radene i salen under konferansen, spesielt dag 2.

Buss fra Oslo for deltakere inkludert i prisen. Disney presentasjon av O'Brien var lite aktuelt til det norske reiselivet. .

Dessverre manglet lokal mat og drikke - blir et tydelig gap mellom liv og lære når bærekraft og opplevelse er temaet på konferansen

veldig bra! - særlig bruken av Olav Brostrup Muller fungerte godt, Mange av foredragene blir veldig fort glansa og veldig "vakkert", han drog det nedåt og utfordra litt inn i kjernen på eit par av dei, det var det behov for! det var lite fokus på kva "kultur" egentleg er, med den dreinga de nå har gjort, saman med IN, så bør ein jobbe litt meir med kva inneber grønt berakraftig reiseliv i vår region, kva er kultur i vår region - med relevans for reiselivet og verdiskaping.

40: Er det forhold du mener kunne vært bedre fra arrangørens side eller kommentarer forøvrig?

Man bør være forsiktig med foredragsholdere som prater Svensk eller Dansk. Flere (som ikke er opprinnelig Norsk og) sliter med å forstå. Ingen problem iff Magnus Lindkvist men en obs for fremtidige talere.

Skulle gjerne ha startet konferansen en annen dag en mandag....

Bedre gjennomført matkonsept og historiefortelling

Med all fokus som er på bærekraft er navneskilt i helpast malplassert. Ikke var det mulighet for å levere dem til resirkulering heller. Bilfri transport til og fra hotellet burde vært tilgjengelig begge dager. Ikke alle overnatter, selv om de deltar begge dager. Kjø ved lunsjbuffeten er alltid kjedelig. Tallerkener er mer avslappende.

Da 1 var helt klart best. Programmet startet bra da 1, men falt på dag 2. videooverføring uten at foredragsholder er tilstede fenger ikke. Til det bruker jeg youtube eller lignende.

Som tidligere nåmt öka tid för utställarna för att det skall vara värt att ställa ut på mässan.

Kanskje noe mer fokus på utstillere

Pris på middag var høy i forhold til hva som ble levert. Maten i seg selv var veldig bra, men det stod ikke i forhold til pris.

40: Er det forhold du mener kunne vært bedre fra arrangørens side eller kommentarer forøvrig?

Hvorfor ikke fronte lokalmat på konferansmiddagen? Italiensk tapas på et så unikt sted som Maitaugen-med reiselivsnæringen som målgruppe-kan man med fordel servere lokalmat med en god historie. Ville løftet opplevelsen betraktelig.

Den ene 40 minutters pausen første dag var lengre enn hva jeg hadde behov for. Hadde vært bedre å kutte den litt ned og heller bli ferdige litt tidligere. Dette fordi jeg ikke skulle være med på kveldsarrangementet og hadde forpliktelser jeg skulle rekke på ettermiddagen.

4.1: Hva er det viktigste du tar med deg fra konferansen?

Verden endrer seg - og vi følger delvis med..... Inspirasjon til å gå videre.

Magnus Lindkvist var strålende - satte i gang viktige refleksjoner og kreativitet hos meg. Synes også Jørgensen/Pedersen i Restart var veldig interessante. Og det var en kjær i hatten for konferansen å få innblikk i Disneys tenkning. Dessuten også vinklingene på det grønne skiftet.

Gode praktiske eksempler som Bislett Games og Åmot

Den praktiske tilnærmingen til bærekraft i Bislett Games presentasjonen var inspirerende og nyttig. Disneys understreking av at det er "all about content" og digitale strategier, samt forfriskende perspektiv på fremtidsstrategi/trender fra Magnus Lindkvist

arrangementsturisme, fremtiden og det nye skiftet som vi som jobber med turistene på tenke på.

Innovasjonstakt, sømløshet, segmentert markedsføring

Inspirasjon. Og bekreftelse på at vi selv jobber i takt med øvrig norsk reiseliv. Nettverksbygging.

- Å se at kunnskap fra forskning benyttes i arbeidet med opplevelsesutvikling jfr. hvordan de jobber i NordNorsk Reiseliv - Å se konkrete resultater av samarbeid mellom private og offentlige aktører som transporttild og sømløs ferdsel til turister i Møre og Romsdal - Nødvendigheten av å ha en leder som er målrettet og ikke gir seg når han møter utfordringer mht bærekraftig utvikling av arrangement og idrettsarenaer jfr. Steinar Hoen i Bislett Games. - At satsing på kvalitet gir resultater jfr. Villa Åmot - Hvordan bruk av teknologi og storytelling jfr. planene om 7 trolles, kan bidra til å få flere unge ut i naturen samt mulighetene dette gir til at de kan få økt kunnskap om det å ferdes i naturen og ta vare på naturen (jfr. økt urbanisering)

41: Hva er det viktigste du tar med deg fra konferansen?

Nettverk og faglig påfyll

Konferansen gir inspirasjon. Steinar Hoens innlegg om Bistett-Games og Jørgensen/Pedersens innlegg var begge et friskt pust og ga nye tanker om muligheter og utfordringer.

Utviklingstrender og bekreftelse på at vi som bedrift gjør mye bra idag.

Viktigheten av å være bevisst hvorfor man gjør det man gjør, ha en plan og at alle i bedriften har hodet på samme plass.

At det skjer en del bra innen samarbeid og transportløsninger. Entur gir store muligheter det er viktig å benytte seg av.

Pulsen på reiselivet

Jan Vidar Haukland, NMBU/TØI mega trends og de mange spennende muligheter det åpner for reiselivsutvikling

Mye positivt. Bærekraft og ikke sette store avtrykk etter seg er vel det jeg husker best

Vel så viktig som det faglige innholdet er konferansen som møteplass. Det er en viktig arena for å treffe eksisterende og potensiell samarbeidspartnere. Dette synes jeg fungerer veldig bra. Alt i alt er jeg godt fornøyd med konferansen, og håper dere fortsetter med den.

41: Hva er det viktigste du tar med deg fra konferansen?

Bærekraft som satsningsfelt.

For meg var det viktig å treffe kollegaer i reiselivet jeg ikke møter ellers. Det var spennende å delta på foredragene som omhandlet vinterdestinasjonene. Det var også spennende å høre fra UP Norway som jeg ikke var klar over at eksisterte. Flere av foredragene gir også en bekreftelse på hvor reiselivet er på vei og gir en pekepinn på at man har et godt samarbeid og jobber i samme retning.

Mange gode tips fra innledere og mange gode småprater (møteplassen) i pausene.

Ny innsikt

Samarbeid, viktigheten av å tenke nytt og at lokal forankring og stolthet for egne produkt er helt nødvendig for å lykkes.

Nettverksbygging og noe faglig påfyll.

nye bekjentskaper nye ideer faglig input

motivasjon og inspirasjon for å fornye seg og holde seg oppdatert på hva som skjer og hva

Tro på et bærekraftig reiseliv, og en næring som er i en positiv endring både for store og små aktører. Likte veldig godt de varierende foredragene, der det hele tiden kom frem nye, og gjente motstridende strategier, men med fellesnevner suksess.

41: Hva er det viktigste du tar med deg fra konferansen?

Forskning innen reiseliv prøver å utelukke feil og letter etter problemfritt utvikling. Mens kommersielle forretning innen reiseliv leter etter utviklingsløsning gjennom feil.

+ Møten med branschkollegor + Inspiration av entreprenører och föreläsare + Ny kunskap om projekt och satsningar inom turistindustrin

budskapet om at ein ikkje skal gå mainstream, men våge å tru på det ein har, gjera utradisjonelle grep, fokusere på kvalitet og spisse det ein gjer. Det var nytt for meg at reiselivet ikkje har sett mot framtida tidlegare, - ein av dei mange flosklane som vart repetert som sanningar, som noko nytt.

Peptalken fra Lindkvist Content Strategi vs content marketing De nye målgruppene som de jobber med i Nord Norge Ubenyttede muligheter for kollektiv transport i reiselivet.

Input til jobben og nettverk

Nettverksbygging

Gode eks. fra Villa Åmot og Bislett på hva som er mulig å gjennomføre. Hvordan jobbe sammen i det grønne skiftet, og hvordan skape nye verdier. Kundeoplevelsen er merkevaren!

Me må opna oss opp for framtida! Dei unge viser veg! Dei er digitale, grønne, teknologiske og framtida.

Mye ny og nyttig informasjon, gode foredrag og mye hyggelig folk fra ulike miljøer og destinasjoner.

41: Hva er det viktigste du tar med deg fra konferansen?

Gode foredrag og god arena for netterkbyggging-/netterkspjeie.

inspirasjon fra Steinar Hoen og minglingen under kaffe- og lunsjpauser

Motivasjon/Lyst til å gå løs på utvikling av eget konsept.

Storytelling og viktigheten av å fortelle en historie. Tenke content fremfor tradisjonell markedsføring. Annerledes er bra!

Plenumsinnlegget til Jørgensen/Pedersen, innleggene fra Hoem, Ubostad og Steinar Sørli

Tema som gikk på digitale plattformer, samt innlegg om viktigheten av å selge aktiviteter, og at hotell og servering også er avhengig av dette tilbudet for å få gjester.

Inspirasjon, nye relasjoner og god faglig input

Generelt en oppdatering på viktige tema etter å ha vært borte fra arbeid med destinasjonsutvikling i 4 år

Gode ideer og tanker angående fremtidens trender innen reisely, hva vi bør ha fokus på for å tilrettelegge en bærekraftig utvikling, og selvfølgelig en trang til å reise til alle de presenterte stedene..

42: Har du forslag til tema for 2019?

PRESENTASJONER AV STORE INTERNASJONALE HELÅRS DESTINASJONER

Følg opp temaet med store arrangementers betydning, gjerne i en internasjonal setting. Trekke med Kunnskapsverket i planleggingen? Det skjer så mye innen for bærekraft - der vil det helt sikkert være nytt å bringe inn.

"Mat som en del av opplevelsen"

Mikaal Genberg som foredragsholder - meget bra!

Dokumentasjon. Gode eksempler på arrangementers betydning for lokalsamfunnet Delingsøkonomien - Airbnb

- Flere gode eksempler på resultater fra bærekraftig utvikling i praksis på destinasjoner, gjerne med fokus på sosial bærekraft og kombinasjonen økonomiske, sosiale og miljømessige forhold (både i Norge og internasjonalt) - Eksempler fra destinasjoner som kan vise til konkrete læringseffekter og nyskaping fra FoU-prosjekter (både i Norge og internasjonalt) - Eksempler fra destinasjoner/bedrifter som kan vise til konkrete effekter av satsing på storytelling

Hvor står Norge som opplevelsesland? Erfaringer / status kompetanse-arbeidet i fra Innovasjon Norge. Hvordan kan destinasjoner jobbe med OPPLEVELSESproduksjon, og de verktøy som finnes der?

Det store bildet, hvordan ser utendringer på Norge som et reismål.

42: Har du forslag til tema for 2019?

Gå mot bedriftsutvikling/etablering av bedrift - suksessfaktorer og suksesshistorier. Fremtidsvisjoner som i årets konferanse må med. Miljøfokus - Bærekraft fokus.

Økt turisme i norsk natur; hvordan ta tak i mulighetene uten at det går utover naturverdier, bærekraft og lokalbefolkning? Hvordan bygge reiselsopplevelser og destinasjoner slik at man ivaretar og får med lokalbefolkningen og tar vare på lokale natur- og kulturressurser

"A taste of the future" Kommunesammenslåing, fylkessammenslåing, utvidet samarbeid? større destinasjonsekaper? et visit øst? kommende tender? web vs brosjyre, Satsningsområder for Norge fra Innvasjon Norge i de kommende år? Det digitale - hvor fort må vi snu oss for å henge med? Nordmenns reisevaner i de kommende år?

Flere bidrag fra forskningen

Det bør fokuseres mer på lønnsomhet. Finn frem til aktører som klarer å skape lønnsomme reiselsbedrifter, ikke bare de som skaper oppmerksomhet i media.

Ha oppe nye organiseringen i Norske Fjell SA og arbeidet så langt? Lykke til med planlegging.

Reiselivet i Norge om 40 år

42: Har du forslag til tema for 2019?

Fellesgodefinansiering - et aktuelt tema på de fleste destinasjoner. Bruk eksempler fra Skeikampen for eksempel. Kanskje litt på siden av temaet, men sikkerhet og redning er noe alle som tilbyr opplevelser i naturen er avhengig av, for uhell og ulykker kan skje. Inviter Røde Kors inn i konferansen, la dem holde et foredrag og verdsett deres arbeid. Ikke direkte destinasjonsutviklende, men likevel en viktig komponent i reiselivet. Ellers kan temaer som image og omdømme belyses. Hvem ønsker vi å være?

Mat en viktig del av ethvert reiselivsprodukt! Sesong hele året, hvordan se muligheter i lavsesong. Samarbeid i reiselivet, hvordan sammen bli få et bedre produkt og sømløshet for kunden

mye fokus på nasjonal og internasjonal satsning. Hvordan engasjere lokalsamfunnet. elerskapsfølelse, lokal forankring osv.

Mer fokus på helårsdestinasjoner og bedrifter som har lyktes i næringen.

Back to basic and what it's all about.... -> Paketering, försäljning och distribution år 2020

gå meir inn i kva dette har for relevans for oss i vår region, rolleavklaringar, samarbeid, berakraftig reiseliv?? modelltenking, kva for kvalitetar har vi og korleis møter vi denne "nye" framtida.

Litt mer om kulturturisme, bygg, tradisjoner, Pilgrimsvandring. Hvordan dette kan brukes i turistiske kontekster.

Reiselivsnæringens bidrag til AS Norge, herunder Næringsdepartementets manglende interesse av å investere eller ikke investere i reiseliv (ref. Investinor)

42: Har du forslag til tema for 2019?

Har de tenkt på å arbeida med design thinking program? Mykje spennande der

Tilpasse litt fleire storleikar på bedriftene. Følte at det var dei store, som fekk mest utbytte av konferansen.

Nasjonale turistveger. Status 25 år etter starten (i 1994), det internasjonale gjennomslaget, planer videre, ringvirkninger av satsingen, samarbeidet med reiselsvsnæringen.

Det spørers hvordan vi i Birken kommer oss gjennom en eit omstrukturering dette året. Det kan vi kanskje snakkes om på slutten av året.

Digital destinasjonsutvikling. Triks, tips og praktiske eksempler

Kultur og kulturforskjeller. Hvordan møte ulike gjester fra ulike kulturer.

"Mat med identitet" Middag på Maihagen var et eksempel på hvordan det IKKE skal gjøres.... Har meldt inn dette direkte til Ove.

Mat og mattilbud - både i skibakke, langs vei, innerst i fjorder og på fjell. En del av norsk kultur, som møter stadig større press fra store kjeder (McDonalds og Burger King), samt bensinstasjoner.

Mer om: * Bo/hotell/overnatting, mer om dette * Lokal mat * Andre viktige offentlige-/private aktører i området som ikke er direkte knyttet til reiselivet, men viktige for næringsutviklingen i lokalmiljøet

Norgesferie - ikke bare for utlendinger. Fokus på hvordan lokale reiser kan være vel så spennende som reiser i utlandet - og ikke minst mye mer miljøvennlig med tanke på hvilken transport som benyttes. For eksempel kan ting som: "Reisen i seg selv som ferie" være et tema, der man legger opp til og fasiliteter turer, samkjøring av bil, sykkelturner og lignende slik at det blir målet for reisen..? Reisen er målet - og målet bør ikke forurenses for mye. Man kan komme langt med bein, hjul, togskiner og bussbiletter.

VEDLEGG 2

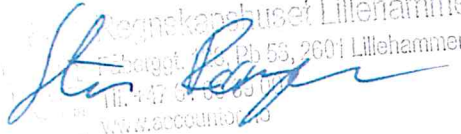
SNOWBALLKONFERANSEN 2018	Budsjett	Regnskap Gyro i	Vili	SUM	kommentar
Ekstern kursleder	370 000	382 590		382 590	honorar gyro
rådgivning/konsulent	196 000		222 042	222 042	Vilis kostnader
materialer og utstyr (forbruk)	242 000	367 591		367 591	Forelesere, annonser, finanskostnader (prosjektregnskap gyro)
Lokaler og utstyr	379 000	455 904		455 904	Hotell+sosialt+div (prosjektregnskap Gyro)
SUM	1 187 000	1 206 085	222 042	1 428 127	VILI + prosjektregnskap Gyro

AV DETTE ER FØLGENDE FØRT I VÅRT REGNSKAP:				SUM	
Rådgivning / konsulent / div				222 042	Visit L sine kostnader
Gyro				534 200	Fremmedytelser til Gyro
SUM				756 242	



OK iht prosjektregnskap i Vili.
Se vedlagte prosjektregnskap

Regnskapshuset Lillehammer AS
 Torshovgt. 53, Pb 53, 2601 Lillehammer
 Tlf. 447 01 00 05
 www.regnskapshuset.no



Kontonr	Tekst	Denne periode	Fra prosjektstart
DRIFTSINNTEKTER			
3206	Snowball prosjektbidrag fra andre offentlige	-225 000,00	-225 000,00
3990	Periodiseringer prosjekt	169 011,00	124 011,00
	Sum salgsinntekter	-55 989,00	-100 989,00
	SUM DRIFTSINNTEKTER	-55 989,00	-100 989,00
DRIFTSKOSTNADER			
4016	Digital markedsføring	2 496,19	2 496,19
4038	Varekjøp Snowball	542 603,09	542 603,09
	Sum varekostnader	545 099,28	545 099,28
	DEKNINGSBIDRAG	489 110,28	444 110,28
5001	Lønn til ansatte	128 142,49	173 142,49
5092	Avsatte feriepenger	15 377,10	15 377,10
5401	Arbeidsgiveravgift	18 068,09	18 068,09
5405	Avsatt arb.g.avg. av feriepenger	2 168,17	2 168,17
	Sum lønnskostnader	163 755,85	208 755,85
	Sum kostnader arbeidskraft	163 755,85	208 755,85
6800	Kontorrekvisita	802,80	802,80
6860	Møter, kurs, oppdatering	504,00	504,00
	Sum kontorkostnader	1 306,80	1 306,80
7140	Reise ikke oppg.pl	1 080,00	1 080,00
	Sum andre kostnader	1 080,00	1 080,00
	Sum andre driftskostnader	2 386,80	2 386,80
	SUM DRIFTSKOSTNADER	711 241,93	756 241,93
	DRIFTSRESULTAT	655 252,93	655 252,93
	FINANSINNT. OG -KOSTN.		
	ORD. RESULTAT FØR SKATT	655 252,93	655 252,93
	EKSTRAORDINÆRE POSTER		
	ÅRSRESULTAT	655 252,93	655 252,93
	Overskudd - / Underskudd +		

Regnskapsfører Lillehammer AS
 Stas Røyne
 12.07.2018 12:00:00
 12.07.2018 12:00:00
 12.07.2018 12:00:00