



Hemsedal 2030

Reiselivsstrategi Destinasjon Hemsedal

HEMSEDAL

Innhold

Innledning

Reiselivsstrategi 2030 / Leseveiledning /
ønsket utvikling i Hemsedal mot 2030

Del 1 Visjon og posisjon

Visjon / Misjon / Posisjon

Del 2 Målgrupper

Lidenskapelige fjellfolk / unge og udødelige /
verdensvante eventyrere / sofistikerte livsnytere /
små våghalser / unge til sinns

Del 3 Strategiske styringsprinsipper

Bærekraft / samarbeid / digitalisering / kultur og
tradisjon / næringsutvikling og kompetanse

Del 4 Mål og tiltak

Målbilde Hemsedal 2030 / faser i strategien
2021-2022 Hemsedal skal raskt tilbake
2023-2026 Investere for fremtiden
2027-2030 Bærekraftig og lønnsom vekst hele året

Reiselivsstrategi

Hemsedal 2030 er HTTLs reiselivsstrategi. Strategien er ikke et forsøk på å beskrive alle tiltakene HTTL skal gjennomføre de neste 10 årene. Strategien skal være en guide som sikrer at vi jobber med samme visjonen og mot samme mål, og med de samme strategiske prinsippene som rettesnor for de store og små prioriteringene vi skal gjøre hver eneste dag.

Det siste året har vist at fleksibilitet og evne til å tilpasse seg er avgjørende for å lykkes. Selv når pandemien er historie, trenger vi en strategi som hjelper oss å manøvrere i et kompleks marked som er i stadig endring.

Vi vet at Hemsedal bare kan lykkes når vi gir våre gjester, naboer, hyttefolk, kollegaer og sambygdinger uforglemmelige opplevelser som står i stil med de høye forventningene vi skal ha til Hemsedal.

Strategien skal sikre at verdiskapingen i Hemsedal øker i takt med investeringene som gjøres i årene som kommer, og at veksten er bærekraftig og kommer hele næringen og lokalsamfunnet til gode.



Leseveiledning

Strategien er bygd i fire hoveddeler.

Del 1: Visjon og posisjon

Setter retning for hvordan Hemsedal skal oppfattes i markedet og hvilken posisjon Hemsedal skal arbeide for å ta for våre definerte målgrupper.

Del 2: Målgrupper

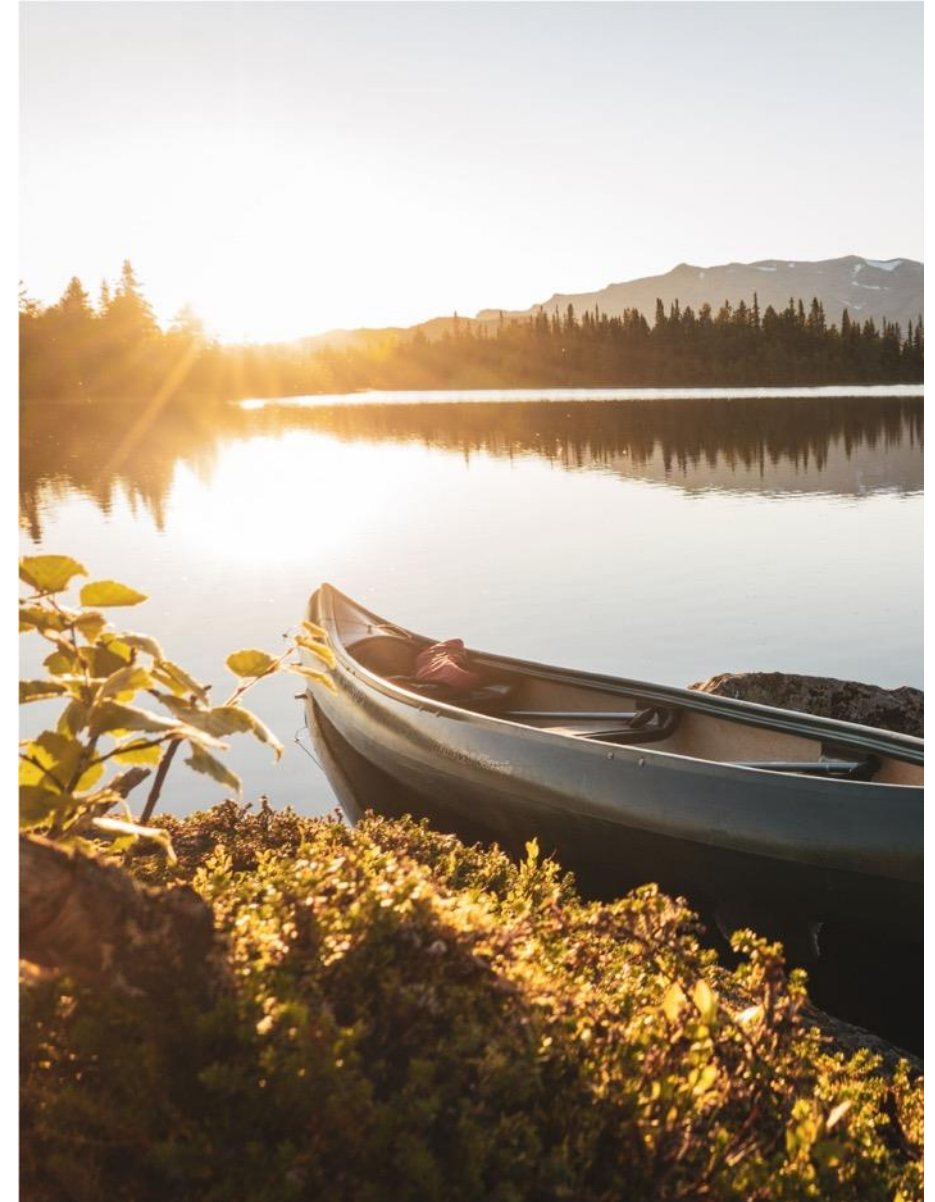
Avgrenser hvilke målgrupper Hemsedal skal rette seg mot i markedsføringen og utvikle tilbud til.

Del 3: Strategiske styringsprinsipp

Definerer prioriteringer som vil ligge til grunn for alle beslutninger og satsninger i perioden.

Del 4: Mål og tiltak

Oppsummerer hvilke konkrete mål og tiltak som skal gjennomføres for å sikre at vi realiserer visjon og oppnår ønsket posisjon, samtidig som vi etterlever de strategiske styringsprinsippene. Det er mange tiltak i første fase av strategien og færre i de påfølgende fasene. Strategien skal være et levende styringsverktøy som skal gjennomgås av styret i HTTL to ganger i året. I den prosessen skal eksisterende tiltak evalueres og justeres og nye tiltak føres til.



Ønsket utvikling i Hemsedal mot 2030

2021	3 300 private hytter og leiligheter Blå flytsti åpner ved inngangen til sommersesongen
2022	Godt tilrettelagte baseområder for sykkel åpner i Totteskogen, Skigaarden og Lodgen Oppstart for utbygging i Røggelia Oppstart for helårig aktivitetsområde i Totteskogen «Skistar sports and adventures» lanseres for barmarkssesongen
2023	Grønn rundløype i fjellet åpner Rød flytsti åpner Tilrettelagte heisbaserte vandrestier åpner
2024	7 500 varme senger Pumptrack på 2-3000 m2 åpner i Totteskogen Nytt aktivitetsbygg er på plass i Totteskogen Fase 2 i sykkelsatsningen starter
2028	Gondol fra sentrum til Totten åpner
2030	10 000 varme senger 5 000 hytter og fritidsleiligheter Hemsedal fremstår med en helhetlig og attraktiv urban sentrumsakse fra Trøym til skisenteret

Visjon



Få alle opp
på toppen og
og inn i varmen

HTTLs misjon og rolle



Hemsedal 2030



HTTL skal inspirere, motivere, utfordre og koordinere medlemmer, myndigheter og lokalsamfunn til å jobbe sammen for å gjøre Hemsedal til en komplett alpin ski- og terrengsykkeldestinasjon, og et attraktivt møtested for lidenskapelige fjellfolk hele året.

HTTL skal inspirere og motivere lidenskapelige fjellfolk til å komme til Hemsedal - og dele sin begeistring for Hemsedal.



Hemsedal er kjent som Skandinavias alper, den mest komplette og attraktive alpine ski- og terrengsykkeldestinasjon for lidenskapelige fjellfolk som prioriterer variasjon og kvalitet i opplevelsestilbudet, og som vil være en del av et sosialt fellesskap med likesinnede



Posisjonering

Komplett alpin skidestinasjon
Komplett
terrengsykkeldestinasjon
Attraktivt møtested hele året

Komplett alpin skidestinasjon

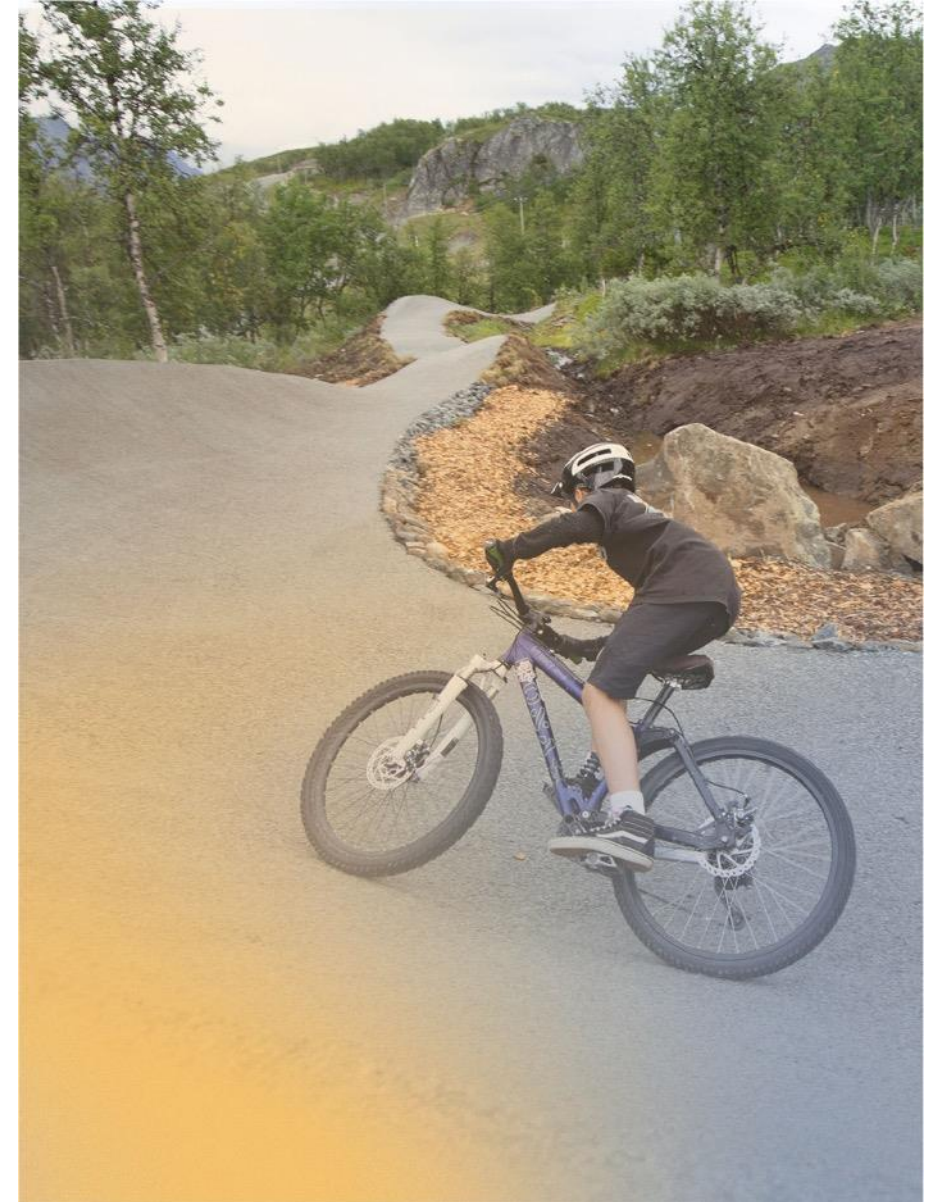
Forsterke posisjonen som Skandinavias mest komplette skidestinasjon

- Nytt alpinområde i Røggelia, sammenkoblet med Roniheisen
- Utvikling i Totteskogen med flere heiser og helårig aktivitetsområde
- Forbedret heiskapasitet fra Lodgen/Suites og opp i fjellet
- Bygge på posisjonen som alpin skidestinasjon for å bli den mest komplette destinasjonen også for terrengsykling.
- Sørge for en sammenhengende helårlig ski- og terrengsykkelsesong i Hemsedal.



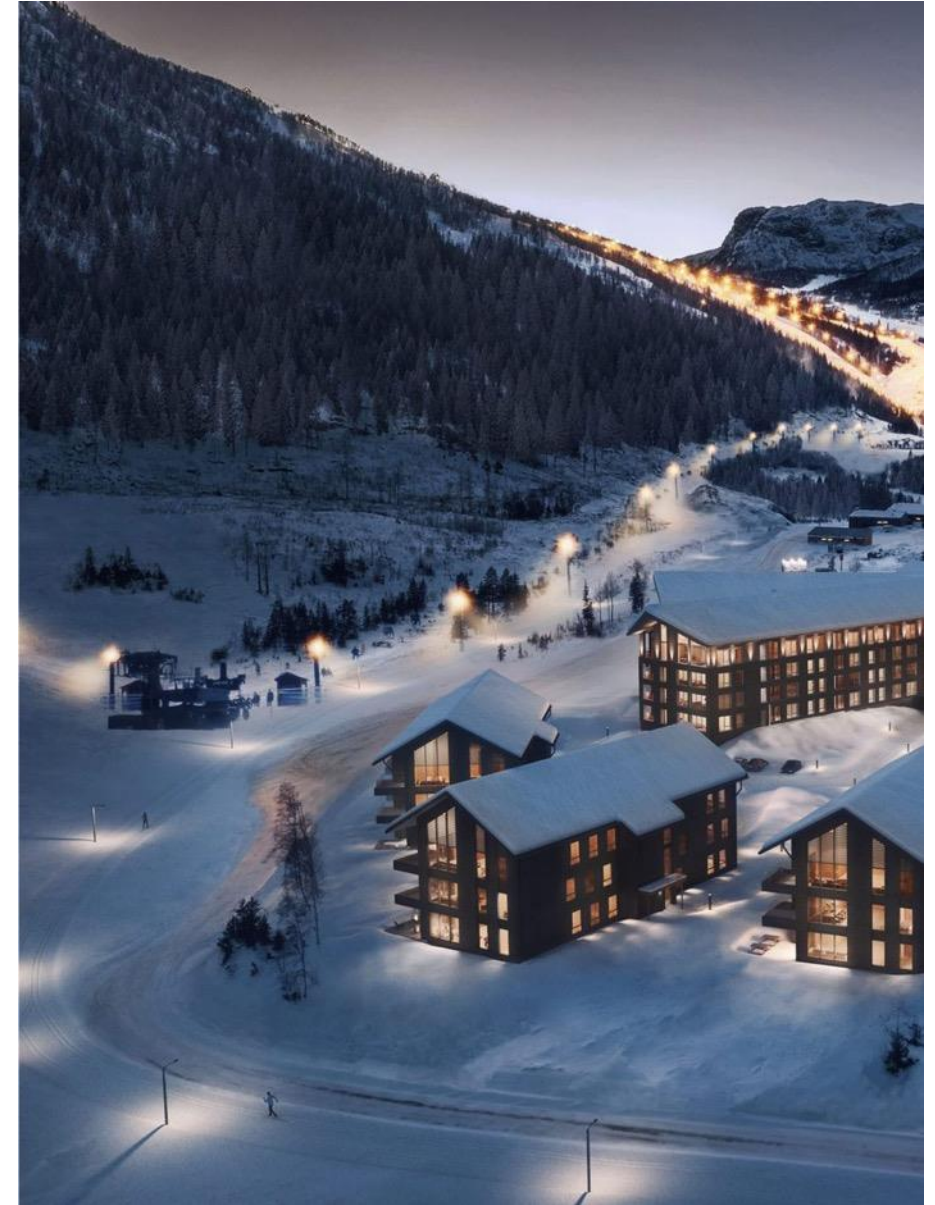
Komplett terrengsykkeldestinasjon

- Spektakulære stier med høy kvalitet og opplevelsesverdi som utnytter Hemsedals unike kvaliteter og infrastruktur.
- Familievennlige stier og anlegg der alle kan sykle og utfolde seg
- Attraktive, godt tilrettelagte og innbydende baseområder
- Variert tilbud av overnatting, spisesteder og aktiviteter
- Aktivt lokalt sykkelmiljø, sykkelkompetanse og sykkelkultur som driver utviklingen fremover.



Attraktivt møtested hele året

- Hemsedal har samlet seg om en helhetlig og fremtidsrettet strategi for sentrum med en forpliktende tids- og finansieringsplan, som skal sørge for at sentrum vender seg mot elva og blir en oase og møteplass i bygda.
- Hemsedals sentrumsakse - fra Trøym til Skistar Lodge – har et mangfoldig tilbud og tilgjengelige næringslokaler
- Det er små og store arrangement og tilstelninger som bygger og befester Hemsedals posisjon som møtested og livsstilsvalg
- Det er innbydende uteområder og innfallsporter til sykkelløypenettet som er designet for å skape trivsel og at folk skal møtes
- Legge til rette for boliger for innbyggere, deltidsbeboere og langtidsbesøkende



Målgrupper

De definerte målgruppene skal være retningsgivende for all markeds- og utviklingsaktivitet i HTTL. Gjestene som er i Hemsedal setter sitt preg på bygda, på opplevelsen og på hvordan Hemsedal oppfattes i markedet. Målgruppene er identifisert både basert på innsikt i relevante målgrupper, analyser av våre eksisterende gjester og strategiske vurderinger av hvilke målgrupper Hemsedal har et attraktivt tilbud til fremover.

I tillegg til målgruppene som er definert er det avgjørende å ligge i front slik at vi kan tilby attraktive opplevelser til ski- og terrengsykkelentusiastene i alle disse målgruppene.

Våre målgrupper

Kjernemålgruppe: Lidenskapelige fjellfolk



Bilde:
Kalle Hågglund

Vi deler våre besøkende inn i fem målgrupper og en kjernemålgruppe.

Kjernemålgruppen peker på det alle de fem målgruppene har til felles. De kommer fra alle lag av samfunnet og alle ferdighetsnivå og har interesser, prioriteringer og forventninger som passer godt med det Hemsedal er og byr på. De har en lidenskap for fjellet, frihet og fellesskap med likesinnede.

Fem målgrupper er mye å holde styr på. Derfor sikter vi oss ofte inn mot en kjernemålgruppe av lidenskapelige fjellfolk.

❶ Unge og udødelige



Bilde:
Kalle Hågglund

❷ Verdensvante eventyrere



Bilde:
Knut Trolim

❸ Sofistikerte livsnytere



Bilde:
Inger Hutchinson

❹ Små våghalter



Bilde:
Kalle Hågglund

❺ Unge til sinns



Bilde:
Christian Ter Maat

Kjernemålgruppe Lidenskapelige fjellfolk

Bilde:
Kalle Hagglund

- De velger fjell og destinasjon med omhu, de vil ha variasjon, noe nytt og spennende og opplevelser som leverer
- De er eventyrlystne, erfarne, kvalitetsbevisste og tar utfordringer på strak arm
- De er travle, innflytelsesrike og prioriterer å være aktive og holde seg i form, gjerne på en morsom måte
- De liker å være der det skjer, når det skjer
- De er fleksible, frie og uavhengige



Bilde:
Nils Erik Bjerholt



Bilde:
Stavkroa

- Bygge på dagens posisjon og Hemsedals naturgitte fortrinn og utvikle et rått og variert ski- og terrengsykkeltilbud, og et mangfoldig opplevelsestilbud hele året.
- Være i tidlig ut med tilbud og tilrettelegging for aktive opplevelser som er under oppseiling.
- Utvikle attraktiv sentrumsakse, baseområder sommer og vinter, møtesteder og arrangementer som gjør Hemsedal til et attraktivt møtested for alle typer lidenskapelige fjellfolk.

1

Unge og udødelige



Bilde:
Kalle Häggglund

- De er med på alt som er gøy
- De er konger om dagen og om kvelden
- De vil være med venner og møte andre som seg selv
- De er Hemsedalsstemningen
- De vil prøve nye heftige opplevelser og dyrke egne interesser
- De lever sunt og er fysisk aktive
- De føler seg udødelige
- De er noen å regne med



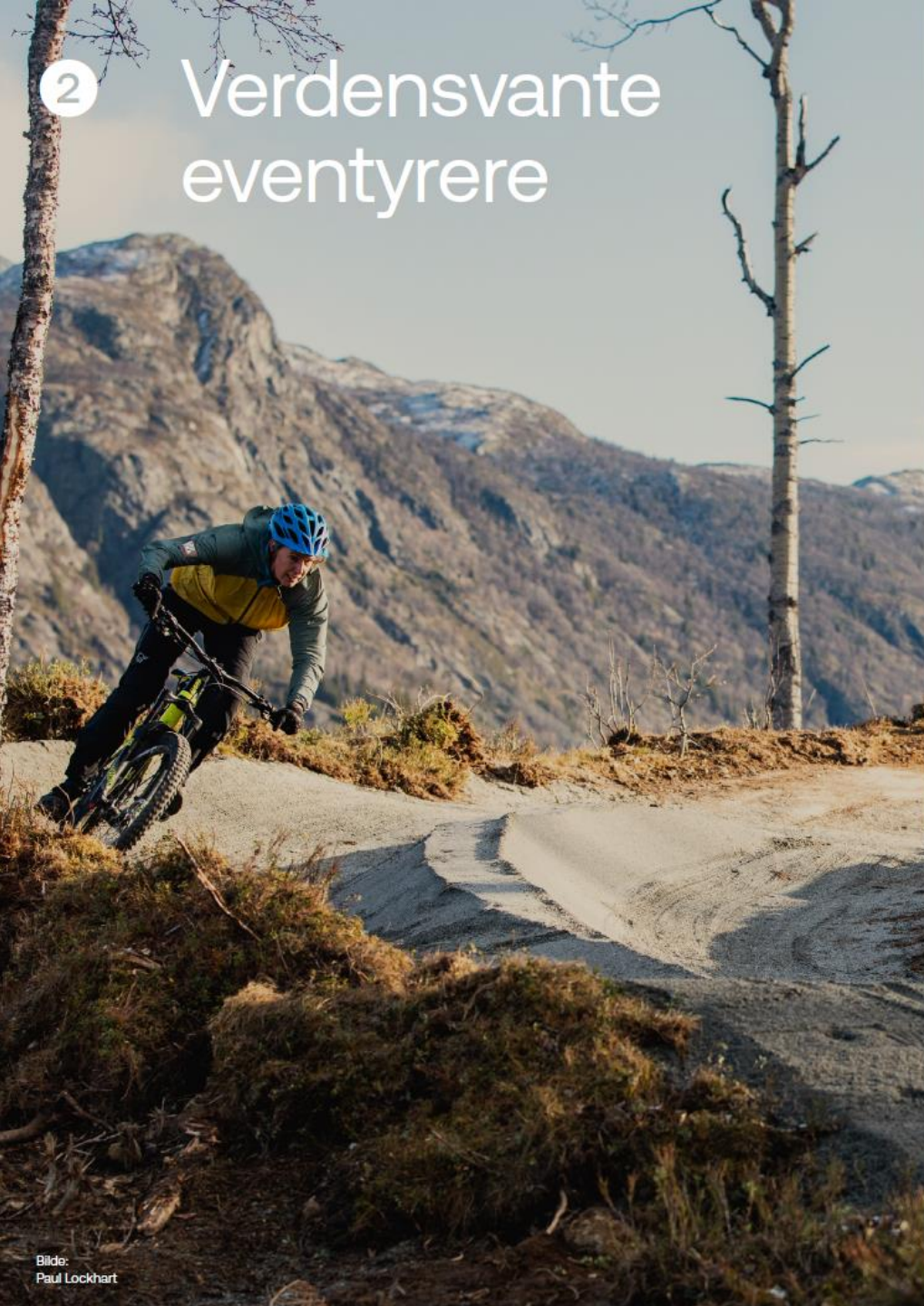
Bilde:
Skistua Hemsedal

Tiltak særlig rettet mot Unge og udødelige:

- Sørge for smarte, enkle digitale løsninger i hele kundereisen og forbedre kollektivtrafikk og tilgjengelighet til og i Hemsedal
- Involvere ski- og sykkelentusiastene i utviklingen av tilbudene, slik at vi ligger i front og får tilbud av og for entusiaster.
- Utvikle Hemsedal slik at det er attraktive møtesteder både for fritid og jobb
- Sørge for å ha fingeren på pulsen på hva som skjer i ungdomsskulturen

2

Verdensvante eventyrere



Bilde:
Paul Lockhart



- De har sett alt og gjort alt
- De kan kodene og vet hva som gjelder
- De vil kjenne adrenalinrusen i kroppen
- De jakter på den vidunderlig følelse av frihet
- De vil kjenne begeistringen ved å mestre
- De søker spenningen og sprenger grenser
- De føler seg evig unge
- De vil være en del av Hemsedalsstemningen
- Kjenner at de er en del av fellesskapet og elsker Hemsedal

Tiltak særlig rettet mot Verdensvante Eventyrere

- Sikre gode lademuligheter for el-bil og skjerme store naturområder mot utbygging. Konsentrere utbyggingen i sentrumsaksen.
- Utvikle arrangement og grunner til å besøke Hemsedal i skuldersesongene, sikre et godt og variert mattilbud som tar i bruk og fremmer lokale råvarer og produkter
- Utvikle attraktivt urbant sentrum med variert handel og servicetilbud

Bilde:
Knut Treim

3

Sofistikerte livsnytere

- De kan få alt skreddersydd og tilpasset
- De er vant til god service, rask respons og høy kvalitet i alle ledd
- De har tilgang på «noe» eksklusivt som ikke er for alle
- Alt er tilrettelagt, men de får likevel den samme gode hemsedalsfølelsen
- De er noen å regne med, det skjønner alle



Bilde:
Nils Erik Bjørholt



Bilde:
Fyril Resort



Bilde:
Knut Trøim

Tiltak særlig rettet mot Sofistikerte livsnytere

- Sikre høyt servicenivå og tjenester som gjør livet enkelt og bekvemt
- Godt utviklet velvære og spatilbud
- Private klubber, VIP og særbehandling
- Skreddersøm

Små våghalser



- De er kan velge mellom mange engasjerende og morsomme aktiviteter
- De kan leke seg til nye ferdigheter og ny kunnskap
- De får tilfredsstilt nysgjerrighet
- De får prøve seg på spennende og kule aktiviteter i trygge rammer
- De lærer og mestrer, og blir raskt erfarne eventyrere
- De gleder seg til å reise til Hemsedal

Tiltak særlig rettet mot Små våghalser

- Mer variert aktivitetstilbud for de yngste barna, særlig om sommeren
- Større utvalg av «møkkavær-tilbud» og innendørstilbud
- Tilbud om barnepass og tilrettelagt for barn på spisesteder

5 Unge til sinns

- Tiden for de mest hasardiøse aktivitetene er forbi, men stemningen og fjellivet lokker fremdeles
- De er opptatt av at helsen skal holde og er mye i aktivitet og bruker naturen året rundt
- De setter pris på god atmosfære, komfort og kvalitet på mat og drikke
- De nyter livet, møter gjerne likesinnede og kommer tilbake igjen og igjen



Bilde:
Kalle Hagglund



Bilde:
Fyri Resort



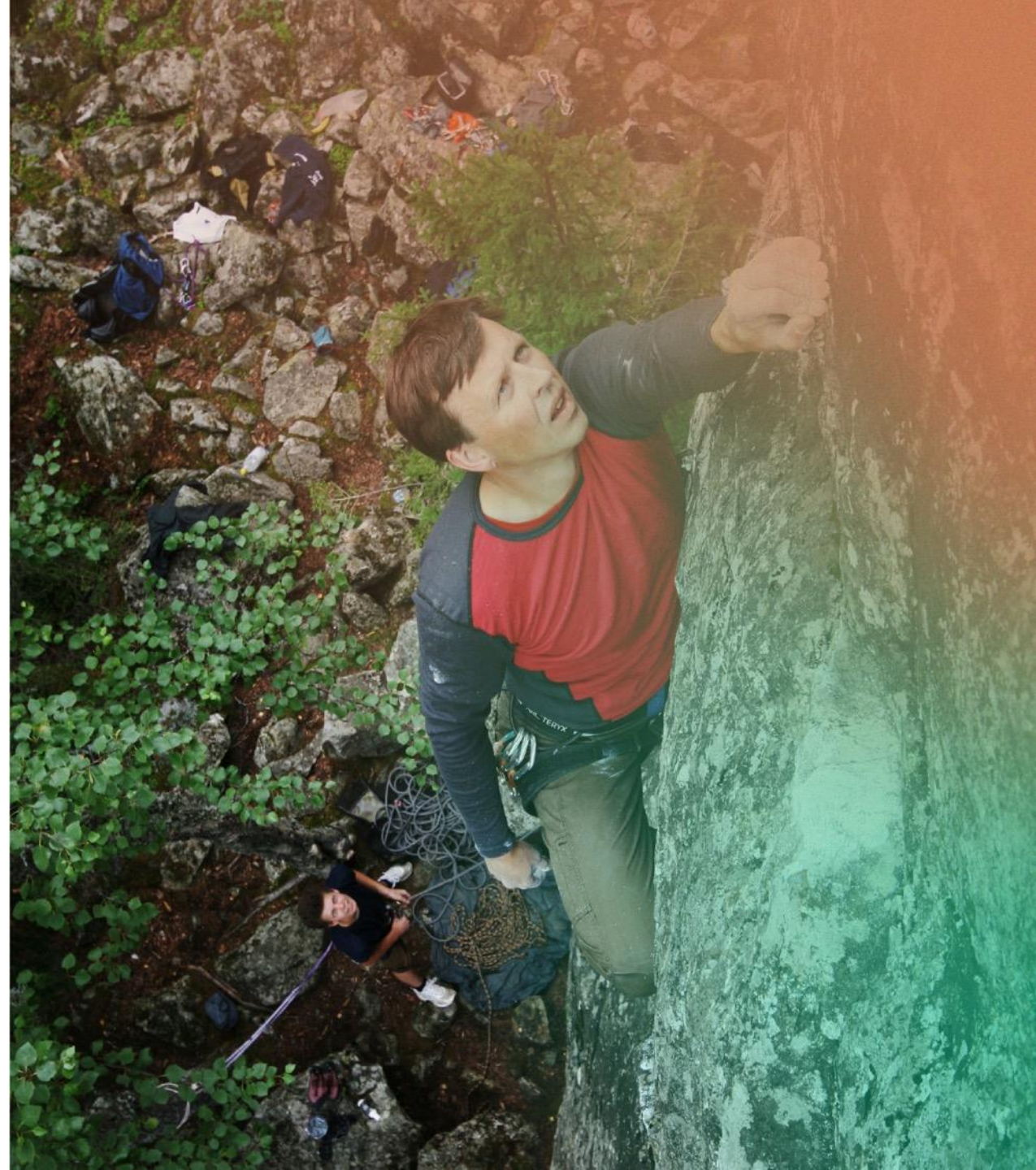
Bilde:
Mattis Bjørnsen

Tiltak særlig rettet mot Unge til sinns

- Tilbud til storfamilien og reisefølger med flere generasjoner
- Praktisk og enkelt, bekvemt og rolig – der det er fint å trekke seg tilbake
- Godt tilrettelagt og ikke alt for kompliserte og «high-tech» løsninger
- God kombinasjon av nytelse, helse og mindre krevende turer og løyper

Strategiske styringsprinsipp

1. Ubestridt ener for ski- og sykkelentusiasten
2. Attraktivt møtested for lidenskapelige fjellfolk
3. All utvikling er bærekraftig og tar vare på livsgrunnlaget
4. Det er attraktivt å drive næring, investere og jobbe i reiselivet
5. Vi er innovative, fleksible og samarbeider godt både strategisk og operasjonelt
6. Gjestens behov har alltid første prioritet
7. Vi måler effekt for å sikre gjesteverdi, kommersiell verdi, og bærekraft



Bærekraft

Bidra til en bærekraftig utvikling av lokalsamfunnet gjennom å sikre flere helårs arbeidsplasser, involvere lokalsamfunnet i utviklingen av reiselivet og sikre et attraktive opplevelsestilbud som kommer innbyggerne og lokalsamfunnet til gode.

Sørge for et åpent, transparent og godt samarbeid og dialog mellom medlemmene, kommunen, grunneiere, hytteeiere og lokalsamfunnet for å utvikle reiselivet i Hemsedal på en måte som gagnar alle.

Bruke lokale råvarer, produkter og kompetanse så langt det er mulig.

Utbygging av Røggelia skal sette en helt ny standard for bærekraftig utvikling av hytte- og alpinanlegg både på energi, klima, naturrestaurering og ivaretagelse av biologisk mangfold.

Utbygging skal primært foregå i sentrumsaksen for å sikre økonomisk bærekraft og bevare uberørt natur på nordsiden av dalen for friluftsliv og toppturer.

Være en pådriver og aktiv bidragsyter for et visjonært og fremtidsrettet samarbeid om utvikling av sentrum, området rundt elva og hele elven fra Treim til Ledaen.



Samarbeid

- HTTL og kommunen har et strategisk samarbeid
- Samarbeid mellom produsenter og reiselivet - er utviklet også innfor matopplevelser for å videreutvikle tilbudet på lokale råvarer, smaken av Hemsedal og fortellingen om denne...
- HTTL, grunneiere, investorer og kommunen samarbeider tett om å utvikle både sentrum og Røggelia på en bærekraftig, fremtidsrettet og visjonær måte
- Det er etablert et nettverk/innovasjonslab med ski- og terrengsykkelentusiaster som er viktige sparringspartnere for utviklingen ski- og sykkeltilbudet i Hemsedal.
- HTTL arbeider aktivt med myndighetene for å få på plass egnede virkemidler og offentlige investeringer.



Kultur og tradisjon

- Reiselivet har vært viktig for Hemsedal i generasjoner. Helt siden 60-tallet har Hemsedal vært et yndet reisemål for alpint og vinteropplevelser.
- Hemsedal var et attraktivt reisemål lenge før den første skiheisen åpnet i bygda. Frisk fjelluft, jakt og fiske trakk byfolk til fjells fra tidlig på 1900-tallet. Fjelluft, friluftsliv, jakt og fiske er fremdeles viktige grunner til at mange besøker Hemsedal.
- I Hemsedal lever reiseliv og landbruk side om side som de to viktigste næringene i kommunen. Et levende og livskraftig landbruk med tilgang på lokale råvarer, kortreist mat, lokale mattradisjoner, sesongvarer og et velholdt kulturlandskap er viktig for å øke kvaliteten på opplevelsene i reiselivet.
- Et godt samarbeid mellom grunneiere, matprodusenter og reiselivet er avgjørende for å utvikle Hemsedal videre.
- I Hemsedal ristes eldgamle tradisjoner og nye impulser sammen til en kultur i bevegelse. En pionerånd med røtter i det lokale og internasjonale ambisjoner, slik det kommer til uttrykk i navnevalg og meny på f.eks Fyri og Skigaarden.

Hemsedal 2030



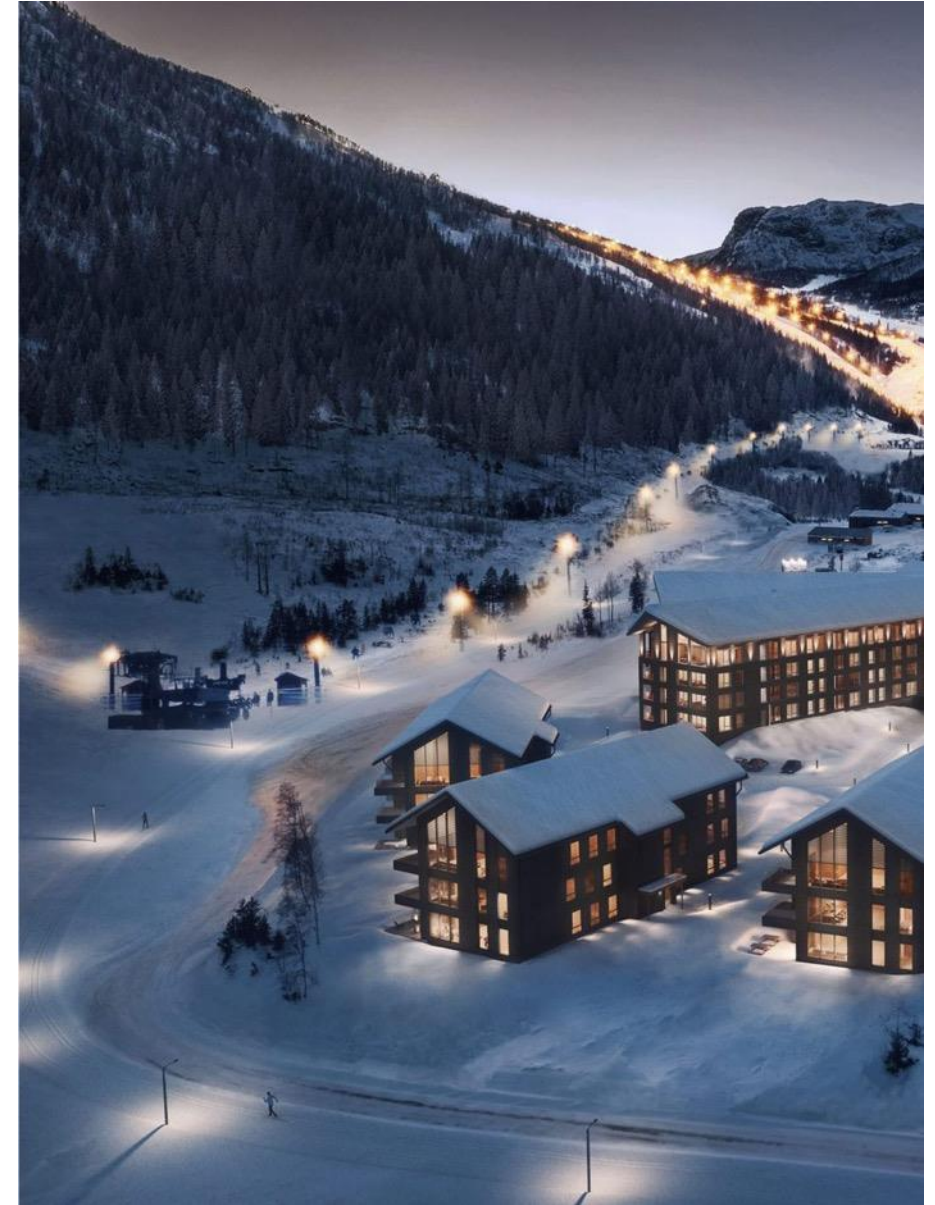
Digitalisering

- Digitalisering i hele kundereisen er avgjørende for å få mer kunnskap om gjestene, innsikt som danner grunnlag for å utvikle nye tilbud og opplevelser kontinuerlig.
- Digitalisering gjør det mulig å bli mer målrettet i markedsføring og kommunikasjon, automatisere og tilpasse informasjon til hver enkelt basert på preferanser og behov. Det blir lettere å skreddersy tilbud raskt og å utvikle en langsiktig relasjon til gjestene.
- Effektivisere leveranser og ressursbruk i hele kundereisen, alt fra informasjon, bestillinger og leveranser.
- Digitalisering gir også nye muligheter for å drive opplæring og kompetanseheving internt i selskap og på tvers av medlemmer, samarbeide om paketering og tilbud på tvers av selskap.
- Eksperimentere og teste nye opplevelser, målgrupper, kanaler, budskap, markeder og tilbud på en kostnadseffektiv måte.



Næringsutvikling og kompetanse

- Det er viktig at kommunen bidrar til at næringslivet i Hemsedal har forutsigbare rammebetingelser (skatt, avgift mm), effektive planprosesser og vilje til å delta i utviklingen av Hemsedal som reisemål.
- Boligbygging og sentrumsutvikling
- Satse på å gi ansatte i reiselivet formell og uformell kompetanseheving på områder som er viktig for Hemsedal og for hver enkelt for å utvikle reiselivet videre.
- Samarbeide med Hallingdal Næringshage og kommunen for å sikre at bedrifter og gründere har møteplasser, tilgang til virkemidler som kan realisere innovasjon og utvikling i bedriftene og i nettverk mellom bedrifter.



Målbilde: Hemsedal 2030

Oppfattes som Skandinavias mest komplette alpine ski- og terrengsykkeldestinasjon

- Omsetningen fra kommersielle gjester er doblet fra 2019-nivået
- 20 prosent av årsumsetningen i barmarksesongen
- En foretrukket fjelldestinasjon for investorer
- 10 000 varme senger
- 5 000 private hytter og leiligheter
- >3 000 innbyggere



Faser i strategien

2021-
2022

Hemsedal skal raskt tilbake

Utenlandsmarkedet skal tilbake til normalen vinteren 2021/22
Bygge merkevaren og skape oppmerksomhet
Rekord i kommersielle gjestedøgn og omsetning i 2022

2023-
2026

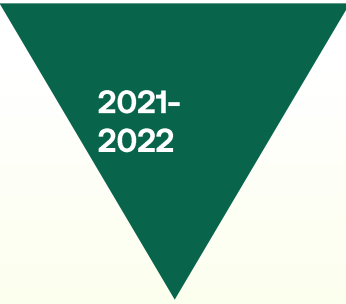
Investere for fremtiden

Investere i opplevelsestilbudet, kapasitet og attraktivt sentrum
Innovativ og bærekraftig utbygging i Røggelia
Befeste Hemsedals merkevare og posisjon
Vokse i Skandinavia, UK, Tyskland og Nederland.

2027-
2030

Lønnsom vekst hele året

Økt aktivitet i skuldersesongene, 20 % av omsetningen er i barmarksesongen.
Hemsedal er i front – raskt ute med nye tilbud og har etablert seg som et møtested for ski- og sykkelentusiaster med en sterk lokal ski- og sykkelkultur.
En magnet for lidenskapelige fjellfolk.



2021-
2022

Hemsedal skal raskt tilbake

Utenlandsmarkedet skal tilbake til normalen vinteren
2021/22

Rekord i kommersielle gjestedøgn og omsetning i 2022

Skape oppmerksomhet og bygge merkevaren

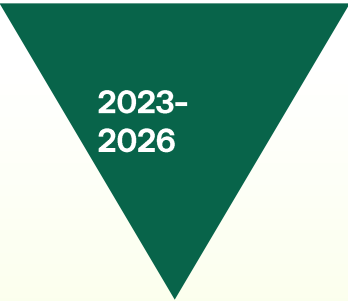
Mål:

- Mottatt merket for bærekraftig reisemål
- Gjestedøgn og omsetning tilbake på samme nivå som vintersesongen 2019/2020 frem til nedstengningen
- Øke kapasitetsutnyttelsen til xx sommer og xx i skuldersesongene/eller øke antall gjestedøgn med xx prosent i sommer og skuldersesongen

Tiltak:

- Etablere et fast dialogforum mellom HTTL og Hemsedal kommune for å diskutere temaer som berører reiselivet.
- Aktiv dialog med myndigheter og virkemiddelapparatet for å sikre midler til å utvikle opplevelsestilbudet og destinasjonen
- Utarbeide et målesystem med regelmessige målinger av viktige KPIer for destinasjonen (tilfredshet (gjester, innbyggere), gjestedøgn, ankomster, omsetning, ringvirkninger, årsverk, merkevarestyrke, klimaeffekt, arealbruk mm)
- Introdusere ny merkevare og profil, spisse kommunikasjon, bygge merkevaren gjennom å levere på merkevareløftet med lidenskap og engasjement både fysisk og digitalt
- Videreføre arbeidet i markedsgruppen og sørge for et tydelig mandat
- Operasjonelt markedsførings- og analysesamarbeid mellom HTTL og sentrale aktører for å få større effekt av markedsinvesteringene
- Bidra til å øke kompetansen og effektiviteten på digital markedsføring og historiefortelling hos HTTL og medlemmene
- Videreutvikle digitale løsninger i hele kundereisen som møter gjestenes behov, og gir økt omsetning lokalt
- introdusere ny merkevare og profil, spisse kommunikasjon, bygge merkevaren gjennom å levere på merkevareløftet med lidenskap og engasjement både fysisk og digitalt
- Etablere Hemsedal som sykkeldestinasjon i inn- og utland for sykkelentusiastene
- Vise frem opplevelsesmangfoldet, møteplasser, lokale råvarer og matopplevelser
- Finne nye inntektskilder for å kompensere for bortfallet av medlemskontingenter og sikre markedsinvesteringer

- Vurdere og sikre finansiering til strategiske satsing/prosjekt som er viktig for fremtidig utvikling og



2023-
2026

Investere for fremtiden

Investere i opplevelsestilbudet, kapasitet og attraktivt sentrum

Innovativ og bærekraftig utbygging i Røggelia

Befeste Hemsedals merkevare og posisjon

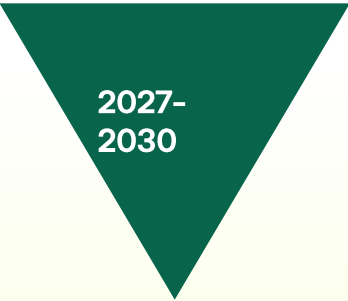
Vokse i Skandinavia, UK, Tyskland og Nederland.

Mål:

- Økt besøk fra internasjonale markeder vinter og sommer
- Barmarksesongen utgjør 7,5 prosent av omsetningen
- Øke omsetningen per gjest både om vinteren og i barmarksesongen

Tiltak:

- BYGGE MERKEVAREN: Hemsedal oppfattes som en komplett helårsdestinasjon med et attraktiv tilbud og livsstil for våre målgrupper
- INVESTERE I INFRASTRUKTUR OG KJERNEPRODUKT:
 - Sikre økte midler til utvikling av opplevelsestilbudet: Variasjon og bredde i det kommersielle opplevelsestilbudet hele året
 - Nye nedfarter og heis i Røggelia
 - Gondol fra sentrum til Fjellcafeen/gondol i Røggelia
 - Arrangement trekker besøkende i lavsesongene
 - Flere har helårsarbeid og etablerer seg i Hemsedal
 - Utvikle fellesgoder, sikre langsiktig fellesgodefinansiering



2027-
2030

Bærekraftig og lønnsomt reiseliv hele året

Økt aktivitet i skuldersongene og i barmarksesongen

Hemsedal er i front – raskt ute med nye tilbud

Hemsedal er et naturlig møtested for ski- og terrengsykkелentusiaster

Hemsedal har en sterk ski- og sykkelkultur.

En magnet på entusiaster og lidenskapelige fjellfolk.

Mål:

- Oppfattes som Skandinavias mest komplette ski- og terrengsykkелdestinasjon i våre målgrupper
- 3 000 innbyggere
- Minimum 20% av reiselivsrelatert omsetning i barmarksesongen

Tiltak:

- Tiltakene bygger på tidligere arbeid, de er justert og revurdert basert på erfaringer og resultater så langt i strategiperioden

HEMSEDAL