



Pål K. Medhus

- sjølvaste turistsjefen

- 1 av 5 sertifiserte LEO eksperter i Skandinavia
- 1 av 2 i Norge som er sertifisert Pine & Gilmore
- Årets foredragsholder (tema Opplevelsesøkonomi) i Skandinavia 2009 – 2012
- Førerkort klasse BE
- Utdannet Idèastronaut
- Fagbrev som kokk
- Prater dialekt (om nokon lurte)
- Jobbet på 3 Michelin-restauranter i 3 ulike land
- Årets Reiselivsbedrift 2011 i Norge
- Tobarnsfar
- Er en nettverksmann
- Mentor for 6 gründerbedrifter rundt om i landet
- Var velferdsjeger i Marinen
- Aktiv i internasjonalt EE nettverk P&G
- Holdt over 100 kurs på oppdrag av Innovasjon Norge
- Registrerte konto på FaceBook februar 2007
- Tobarnsfar, til Syver og Sigrid
- Odelsgutt, og bur på garden
- Har trua på mykje
- Utvikler gjerne konsept av hva som helst...
- Holdt mitt første arrangement i 1984, 10 år gammel
- Engasjert i frivillig arbeid, lokalt
- Har holdt i underkant av 1000 foredrag siden 2005
- Mannen bak Innovasjon Norge sitt første nasjonale Bærekraftkurs.

Odelsgut

(arv, kultur, historie, opphav, generasjoner)

Kokk

(ambisjoner og råvarerespekt)

Vårt viktigaste strategiske valg så langt:



**BÆREKRAFTIG
REISEMÅL**

LOKALT ENGASJEMENT
I ET LANGT PERSPEKTIV

SAMFUNN I SAMSPILL

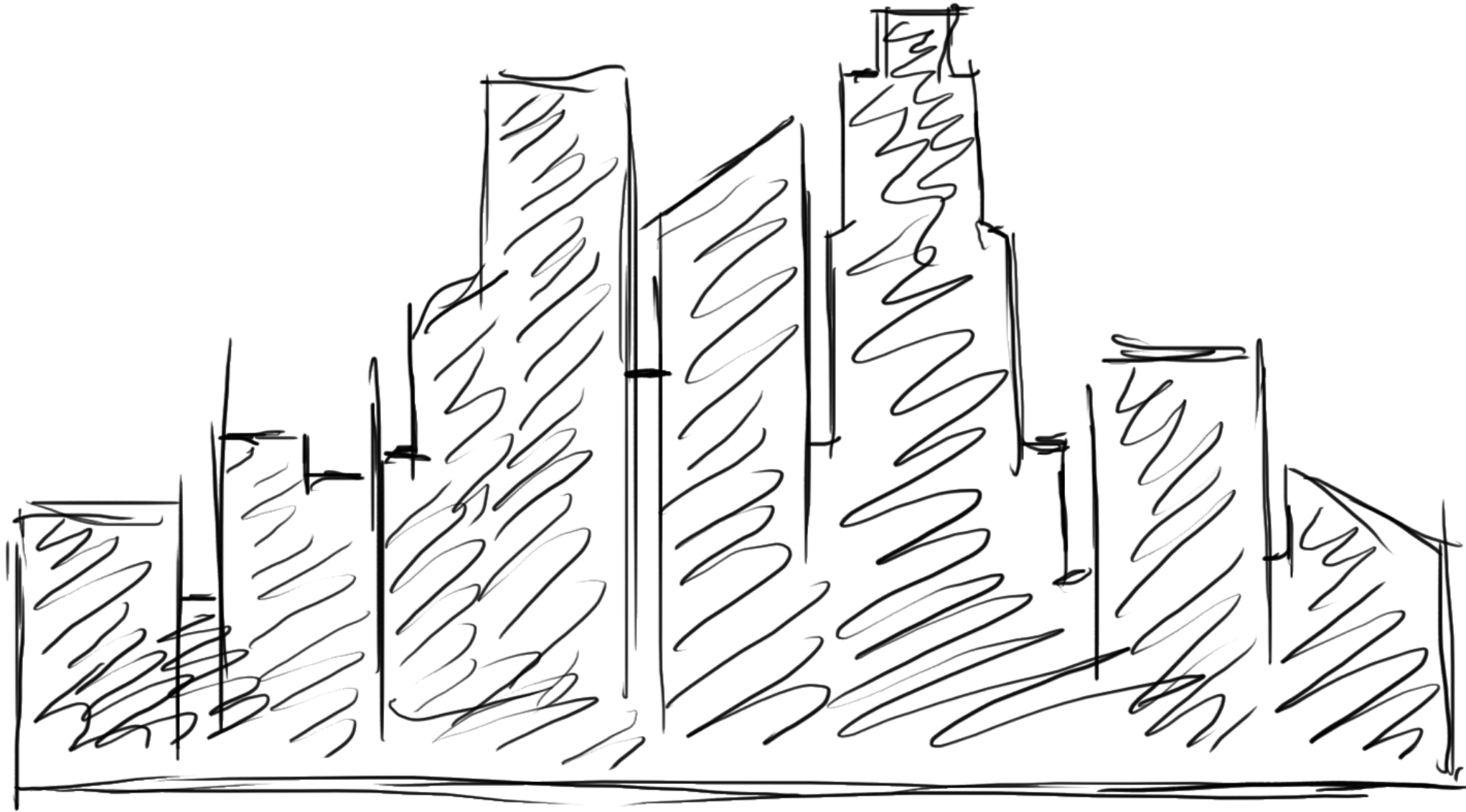
Kultur, miljø, ressurs, sosiale verdier, kvalitet, sunn økonomi (Bærekraft)

SAMFUNNSUTVIKLING

SENTRUMSUTVIKLING



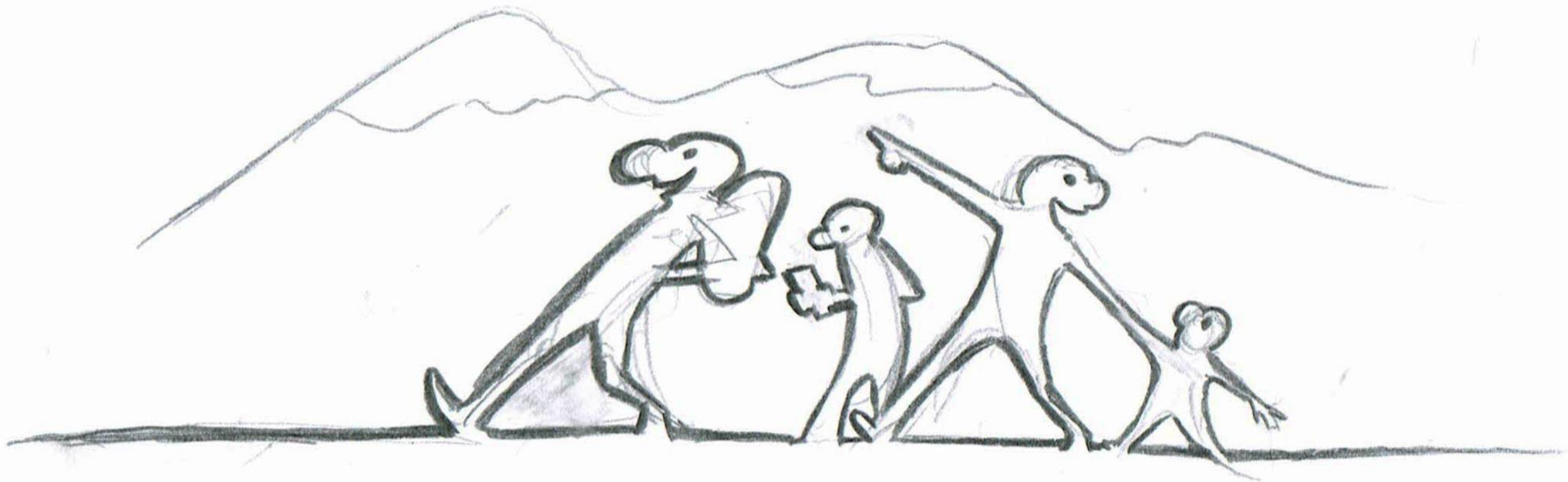
Kven er der ute?



Kven kjem på **besøk**?



Reiseliv er så mangt...



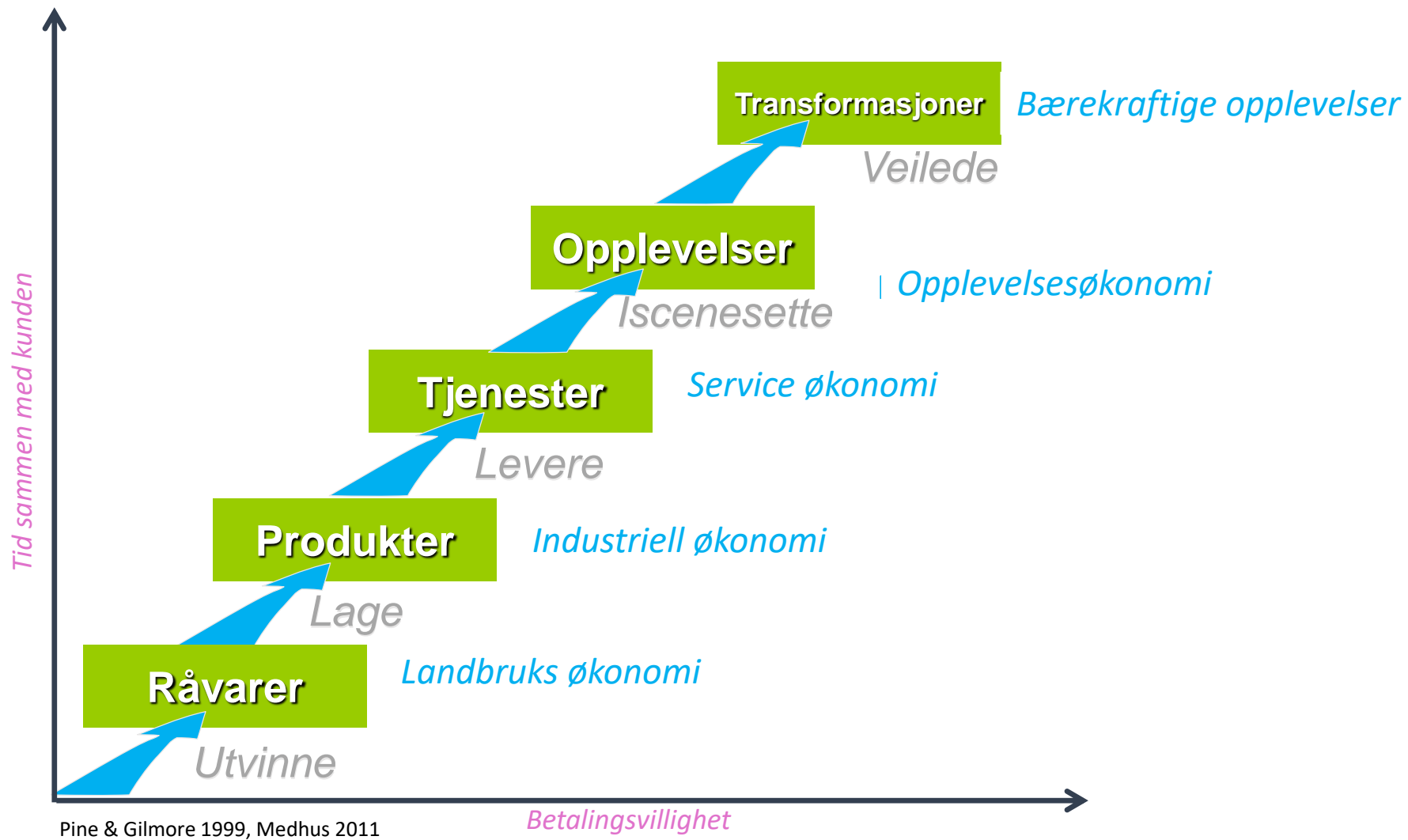
Menneskets natur...

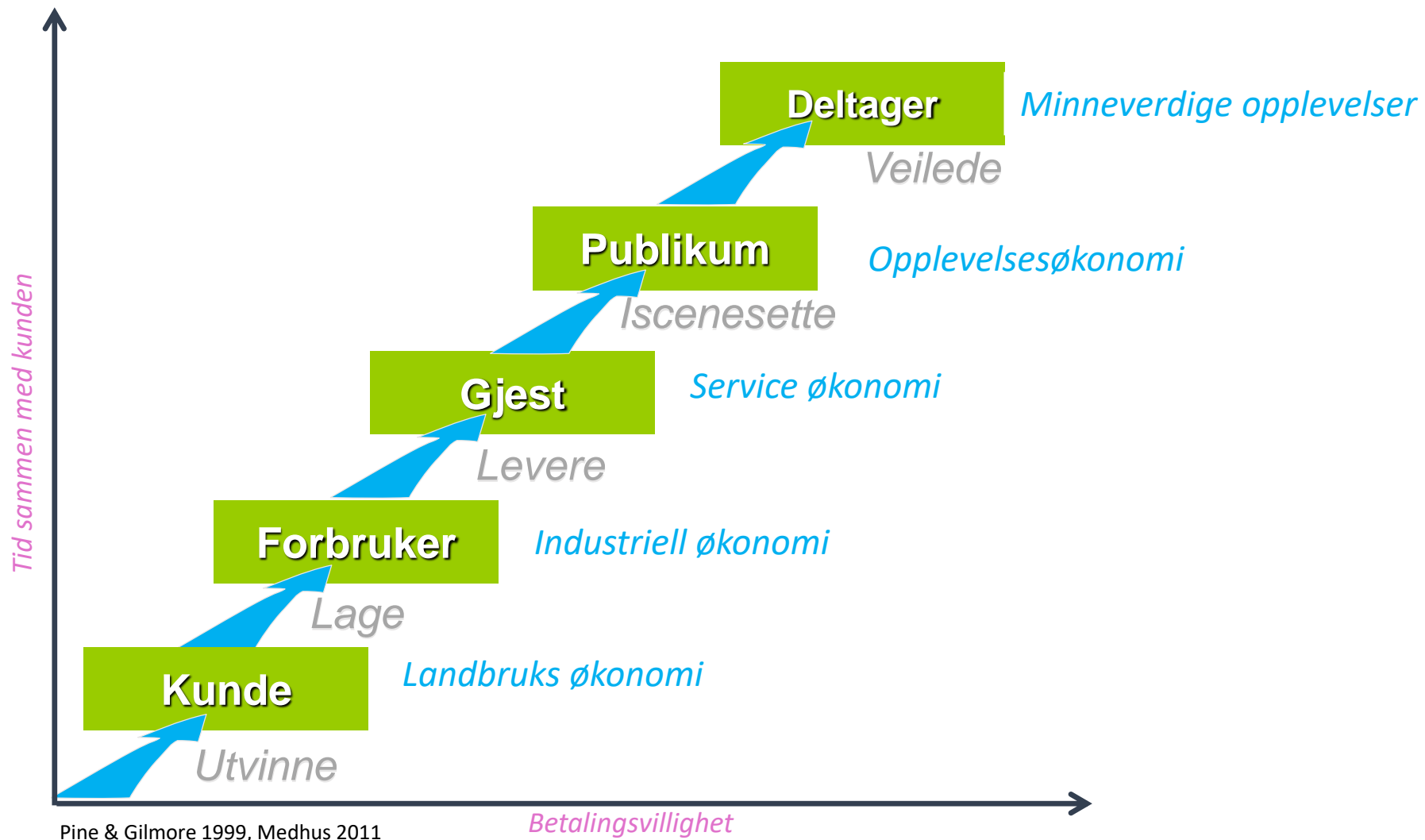




**BÆREKRAFTIG
REISEMÅL**
LOKALT ENGASJEMENT
I ET LANGT PERSPEKTIV









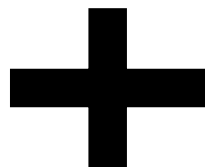
Kva vil me oppnå?

Fra: _____ til: _____

Den klassiske inndelingen (UNWTO)

Bevaring av natur, kultur og miljø

1. **Kulturell** rikdom
2. **Landskapets** fysiske og visuelle integritet
3. **Biologisk** mangfold
4. Rent **miljø** og ressurseffektivitet



Styrking av sosiale verdier

5. Lokal **livskvalitet** og sosial verdiskapning
6. **Lokal** kontroll og engasjement
7. **Jobbkvalitet** for reiselivsansatte
8. Gjestetilfredshet og **trygghet**; opplevelseskvalitet.

10 år for Sebastian



Økonomisk Levedyktighet

9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskapning
10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter

dyrke

styrke

Drømmesitusajsonen...



Men, viktigst av alt er personene.

Både de PÅ scenen og de BAK scenen

Relasjon

Reaksjon

KULTUR

Berøring

Bevegelse

Relasjon

Reaksjon

TUR

Berøring

Bevegelse

Den klassiske inndelingen (UNWTO)

Bevaring av natur, kultur og miljø

1. Kulturell rikdom
2. Landskapets fysiske og visuelle integritet
3. Biologisk mangfold
4. Rent miljø og ressurseffektivitet



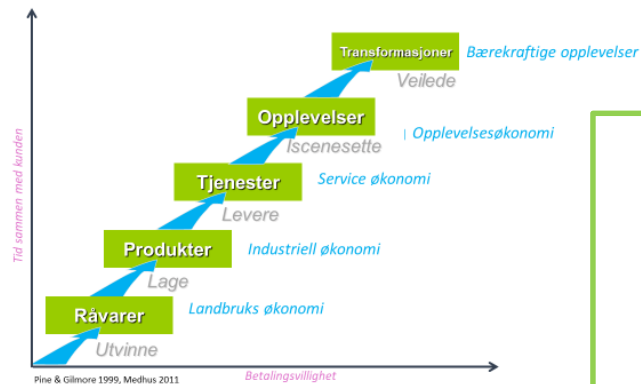
Styrking av sosiale verdier

5. Lokal livskvalitet og sosial verdiskapning
6. Lokal kontroll og engasjement
7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte
8. Gjestetilfredshet og trygghet; opplevelseskvalitet.



Økonomisk Levedyktighet

9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestin gjennom lokal verdiskapning
10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrift



Samspill

Kultur, natur, samfunn

Forvaltning vs. reiselivsnæring

- Relasjoner
- Møteplasser
- Samtaler
- Åpenhet
- Gjennomsiktig

Hvordan komme videre fra «vi er ikke helt enige»

- Klargjør utfordringen
- Sjekk rollelista vs ansvar
- Plikt vs. ønske

Konkrete eksempler på problemløsninger...

- Forstå hverandres oppdrag...

Hva er greia med REISELIVET egentlig?

- Annerkjennelse som næring
- Respekt for tilstedværelse
- Kultur - samfunn - natur

Hva kan være gode arenaer for samarbeid og dialog?

- **Reiselivssenter** (komp.miljø)
- **Politikere** (avgjørelser)
- **Bygdafolk** (diverse forhold)

Vi må få en struktur på hvem som gjør hva rundt markedsføring/kommunikasjon av «Nasjonalpark».

Hvor skal vi kommunisere ? (i Norge og/eller verden).

Involvere Norges nasjonalparkkommuner og – landsbyer, og de som skal «bruke» nasjonalpark i næringsutvikling, Miljødirektoratet og Innovasjon Norge/Visit Norway.

Samarbeid i motgang...

- **Motgang er energi.** Benytt sjansen...
- **Ulikheter** kan være harmoni
- **Kontraster** er en styrke!

*«**GEILO** og Hol kommune må sørge for at publikummet vårt (gjestene) reiser heim med kunnskap om samfunnet, kulturen(e) og naturen vår, og samtidig har bidratt til lokal verdiskaping og forvaltning»*

«Geilo skal iscenesette berikende mat- natur- og kulturopplevelser, tilrettelagt av ansvarlige reiselivsbedrifter med omsorg for sitt publikum, miljøet og det lokalsamfunnet de er en del av»

Geilo skal være:

*- Det beste vertskap for tilrettelagte
opplevelser basert på kultur- og naturarv*





Brage

Hjellkongen

G

www.gelotes.no

















Køyr debat.....