

Strategi Rada Reiseliv SA

(Sist oppdatert november 2025)



Reiselivets rolle i regional utvikling og bærekraft

Reiselivet er en sentral drivkraft i utviklingen av livskraftige og attraktive lokalsamfunn. I regionen vår (som spenner fra kulturlandskapene i sør til høyfjell-sområdene i nord) er reiselivet tett vevd sammen med natur, kultur, næringsliv og hverdagsliv. Det skaper arbeidsplasser, bygger identitet og gir grunnlag for tjenester og infrastruktur som kommer både innbyggere, deltidsinnbyggere og besøkende til gode.

Samtidig står reiselivet overfor store forventninger og krav. Bærekraftig utvikling er ikke lenger et valg, men en forutsetning for å sikre langsiktig verdiskaping og legitimitet. Reiselivet må bidra til å redusere klimaavtrykk, styrke lokal verdiskaping og sikre at natur- og kulturressurser forvaltes med respekt. Dette krever samordning, kunnskap og tydelig retning.

Kort fortalt

Rada Reiseliv SA jobber for at regionen vår skal være et attraktivt og bærekraftig reisemål. Vi mener at et godt sted å bo også er et godt sted å besøke. Derfor utvikler vi reiselivet i tett samarbeid med lokalsamfunn, næringsliv og kommuner.

Vi skal være en samlende kraft som kobler aktører, bygger stolthet og skaper verdier både økonomisk, sosialt og kulturelt.

Vi jobber innenfor fem områder som alle henger sammen:

Bærekraftig reisemålsutvikling

Vi skal utvikle regionen med respekt for natur, kultur og lokalsamfunn. Det betyr blant annet å styre besøksstrømmer, redusere utslipp og sikre helårstilbud.

Markedsføring og salg

Vi skal vise frem regionens mangfold på en ansvarlig måte med bærekraft som en tydelig del av merkevaren. Målet er flere besøk med lavt klimaavtrykk.

Samfunnskontakt og rammevilkår

Vi skal være en tydelig stemme for reiselivet og bidra til gode politiske rammer og samarbeid med kommuner og myndigheter.

Kompetanse og rekruttering

Vi skal styrke næringen gjennom opplæring, samarbeid med utdanningsmiljøer og tiltak som bygger stolthet og tiltrekker nye ansatte.

Organisasjonsutvikling

Vi skal være en effektiv og fleksibel organisasjon som leverer verdi til våre partnere med god oversikt, åpenhet og bærekraftig drift.

Innledning

Formål og rolle

Rada Reiseliv SA skal utvikle regionen som et ansvarlig og attraktivt reisemål, i dag og for fremtiden. Med utgangspunkt i forståelsen om at «et godt sted å bo er et godt sted å besøke», skal reiselivsutviklingen skje i tett samspill med lokalsamfunnene og med bærekraft som styrende prinsipp. Gjennom fem strategiske innsatsområder, fra reisemålsutvikling og markedsføring til kompetanse og samfunnskontakt, skal Rada Reiseliv være en samlende kraft for helhetlig utvikling. Målet er å styrke verdiskaping, helårsturisme og profesjonell vertskapskultur, og samtidig sikre at natur, kultur og lokalsamfunn forvaltes med respekt.

Regional forankring og videreføring

Rada Reiseliv forvalter og videreutvikler samtidig viktige strategiske erfaringer fra tidligere regionalt planarbeid. Selskapet bygger videre på retningene fra Masterplan Gudbrandsdalen 2030, og bringer denne erfaringen inn i en større og mer mangfoldig region. Målet er at hele Rada-regionen skal dra nytte av den strategiske retningen, metodikken og samarbeidsformen som er utviklet gjennom masterplanarbeidet, tilpasset lokale forutsetninger og ulike geografier.

Helhet og lokal egenart

På denne måten kombinerer Rada Reiseliv en tydelig regional helhet med respekt for lokal egenart, og tar en aktiv rolle som bindeledd mellom lokale ambisjoner og felles, langsiktig reisemålsutvikling.

Strategien gir felles retning for hele regionen. Prioriteringer og rekkefølge i gjennomføring vil skje gjennom årlige handlingsplaner, basert på tilgjengelige ressurser, lokal modenhet og regionale behov.

Masterplan Gudbrandsdalen 2030 gir en felles retning for utviklingen av reiselivet i Gudbrandsdalen fram mot 2030.

Planen bygger på:

- bærekraftig verdiskaping og helårsturisme styrket samspill mellom reiseliv og lokalsamfunn
- destinasjonsledelse og besøksforvaltning som sentrale virkemidler
- samarbeid, felles identitet og kvalitetsutvikling på tvers av aktører

Erfaringene og prinsippene fra masterplanen danner et viktig fundament for Rada Reiseliv sin videre strategiske utvikling i en større region.

Om Rada Reiseliv

Rada Reiseliv SA er det offisielle regionale reiselivsselskapet for regionen som strekker seg fra Hamar i sør og Lillehammer, til Gudbrandsdalen, Bjorli og Dovre i nord. Selskapet representerer 14 kommuner og er et ikke-kommersielt selskap eid av reiselivsaktører og kommunene i regionen, med mål om å utvikle regionen som et helhetlig og bærekraftig reisemål.

Selskapet skal være et fagmiljø med oppdatert innsikt og strategisk kompetanse, og bidra til tiltak som:

- styrker utviklingen av regionen som reisemål
- øker verdiskapingen for partnere og eiere
- fremmer helårsaktivitet og profesjonell vertskapskultur
- tiltrekker flere besøkende med lavt klimaavtrykk

Gjennom samordnet innsats og samarbeid på tvers av aktører, skal Rada Reiseliv være en drivkraft for bærekraftig reiselivs- og stedsutvikling i hele regionen.

Bærekraftig forretningsmodell

Rada Reiseliv SA utvikler regionen som et bærekraftig og attraktivt reisemål gjennom strategisk samarbeid med reiselivsaktører, kommuner og lokalsamfunn. Selskapet tilbyr kompetanse, synlighet og verktøy for grønn omstilling, og skaper møteplasser for utvikling og markedsføring av ansvarlige opplevelser.

Inntektene kommer hovedsakelig fra medlemskap, prosjektmidler og fellesgodefinansiering via kommunene. Nøkkelpartnerne er reiselivsbedrifter, øvrig næringsliv og offentlige aktører som sammen styrker verdiskaping og helårsaktivitet i regionen.



Visjon

Sterkere sammen

Rada Reiseliv skal være den samlende kraften bak utviklingen av Nordens mest komplette og fremtidsrettede reisemål – gjennom samarbeid, vertskap og kunnskap som favner både lokalbefolkning, deltidsinnbyggere og besøkende

Misjon

Vi utvikler Nordens mest fremtidsrettede reisemål gjennom samordnet innsats, bærekraftig utvikling og profesjonell kompetansebygging, i tett samspill med næring, lokalsamfunn og naturen.

Rada Reiseliv skal hver dag skape merverdi for partnerne ved å koble aktører, fremme helhetlig destinasjonsutvikling og styrke vertskapsrollen i hele regionen.



Verdier

Bærekraft med vilje

Vi gjør bærekraft til handling, ikke bare holdning. Naturen, kulturen og menneskene er vår kapital, og vi utvikler med respekt og langsiktighet. Vi tenker helhetlig og handler med hjertet, for fremtiden.

Samarbeid med kraft

Vi kobler, samler og skaper. Samarbeid er vår superkraft, på tvers av kommunegrenser, fagfelt og ambisjoner. Vi tror på å spille hverandre gode.

Vertskap med ekte engasjement

Vi møter gjestene med varme, kunnskap og nysgjerrighet. Vertskapet vårt er ekte, og det merkes. Vi bygger en besøkskultur der samarbeid, stolthet og lek-enhet skaper opplevelser som varer.

Kunnskap med nysgjerrighet

Vi lærer, deler og utfordrer. Vi er nysgjerrige på det nye, men står støtt i det vi vet. Rada skal være et fagmiljø som bygger stolthet og kompetanse i hele næringen, og som tør å stille spørsmål og prøve nytt.

Åpenhet med tydelighet

Vi er tydelige, tilgjengelige og transparente, og vi tør å mene noe. Vi sier det som det er, og vi gjør det med respekt. Rada Reiseliv skal være en synlig og relevant aktør som setter agenda og skaper engasjement.

Hovedmål

Rada Reiseliv skal bidra til økt og mer bærekraftig verdiskaping i regionen, gjennom helårig reiseliv som styrker lokalsamfunn, natur og attraktivitet for både innbyggere og besøkende.

Strategiske satsingsområder

MARKEDSFØRING OG SALG

Strategisk mål:

Økt kjennskap og kunnskap om regionen hos prioriterte markeder og segmenter.

Utvikle helårstilbud og tematurisme for å styrke regionens attraktivitet og forlenge oppholdslengden.

SAMFUNN, KOMMUNIKASJON OG RAMMEVILKÅR

Strategisk mål:

Etablere felles reiselivspolitik som styrker rollen som talerør for næringen.

Styrke Radas rolle som sentral aktør i reiselivspolitiske prosesser og planarbeid.

KOMPETANSE OG REKRUTTERING

Strategisk mål:

Bidra til utvikling av attraktive utdanningstilbud, kompetanseheving og rekruttering.

Tiltak skal samlet øke interessen og stoltheten til reiselivsnæringen som næring og arbeidsplass

BÆREKRAFTIG REISEMÅLSUTVIKLING OG -LEDELSE

Strategisk mål:

Styrke bærekraftig utvikling av reisemål i regionen gjennom helhetlig samarbeid, lokal verdiskaping og forvaltning av natur, kultur og samfunn.

ORGANISASJONSUTVIKLING OG INTERN DRIFT

Strategisk mål:

Bygge en tydelig og velfungerende organisasjon som jobber smart, samarbeider godt og leverer tydelig verdi til partnere og eiere, med åpenhet, oversikt og bærekraftig drift som grunnlag

Bærekraftig reisemålsutvikling og -ledelse

Rada Reiseliv skal være en pådriver for ansvarlig og helhetlig reisemålsutvikling. Utviklingen i Rada-regionen vil skje med ulikt utgangspunkt og tempo. Tiltak innen bærekraftig reisemålsutvikling skal derfor tilpasses lokale forutsetninger, innenfor en felles regional ramme for ansvarlig og helhetlig utvikling. Gjennom reisemålsledelse, besøksforvaltning, helårstilbud og vertskapskultur skal regionen utvikles som et attraktivt og bærekraftig reisemål med lavt klimaavtrykk.

Bærekraft er et gjennomgående prinsipp i hele virksomheten, og alle tiltak skal støtte opp under dette. Merkeordningen for bærekraftig reisemål er et viktig verktøy i arbeidet – den gir struktur og helhet, og sikrer at relevante elementer ivaretas i utviklingen.

Vi kartlegger fortløpende behov og perspektiver fra gjester, innbyggere, fritidsboligeiere og reiselivsnæringen. Denne innsikten gjør det mulig å identifisere lokale ressurser og utfordringer, og gir et solid grunnlag for målrettede prosjekter i tett samspill med relevante interessegrupper.

Innsikt styrker selskapets rolle som regional utviklingsaktør og legger grunnlaget for konkrete tiltak som balanserer gjestestrømmer, kapasitet og lokalsamfunn. Tilgjengelighet og inkludering skal være en integrert del av vertskapskulturen og synliggjøres i alle relevante kanaler.

STRATEGISK MÅL

Styrke bærekraftig utvikling av reisemål i regionen gjennom helhetlig samarbeid, lokal verdiskaping og forvaltning av natur, kultur og samfunn.

DELMÅL

Sikre bærekraftig, helhetlig og koordinert utvikling av reisemålet og regionen.

Utvikle regionen som et tilgjengelig og inkluderende reisemål

Øke helårstilbudet og profesjonalisere vertskapskulturen

Styrke vår rolle som regional utviklingsaktør gjennom konkrete utviklingsprosjekter

HOVEDTILTAK

Utvikle og forankre en langsiktig strategi for reisemålsutvikling.

Etablere strukturert reisemålsledelse med lokal forankring

Skape arenaer for samhandling mellom næring, kommuner og andre aktører

Starte opp og videreføre Merket for Bærekraftige reisemål i hele regionen.

Etablere et regionalt rammeverk for besøksforvaltning, samt gjennomføre regional tålegrenseanalyse som grunnlag for besøksstyring og utvikling av lavutslippstrategier.

Etablere klimaregnskap og definere mål for utslippsreduksjon

Utvikle prosjektportefølje med tydelig kobling til strategisk mål for bærekraftig utvikling av regionen.

Markedsføring og salg

Rada skal gjennom internasjonal markedsføring og ansvarlig profilering synliggjøre regionens mangfold av opplevelser. Rada Reiseliv skal utvikle et tydelig og profesjonelt digitalt vertskap gjennom nettsider og sosiale medier, der dialog, tilgjengelighet og relevant informasjon bidrar til gode opplevelser før, under og etter besøket. All kommunikasjon skal være ansvarlig, kunnskapsbasert og i tråd med prinsippene for bærekraftig reisemålsutvikling.

Markedsarbeidet skal være innsiktsbasert og bygge på kunnskap om gjester, marked og lokal kapasitet. Innsikt fra data, analyser og erfaringer skal brukes aktivt som grunnlag for å prioritere målgrupper, kanaler og budskap, og til å utvikle relevante og bærekraftige tilbud.

Gjennom et aktivt digitalt vertskap og innsiktsbasert markedsføring skal Rada Reiseliv bidra til gode gjesteopplevelser, mer treffsikker kommunikasjon og økt verdiskaping for regionen. Bærekraft og ansvarlighet skal være et gjennomgående prinsipp i Rada Reiseliv sin kommunikasjon, og prege valg av budskap, kanaler, målgrupper og samarbeid.

STRATEGISK MÅL

Økt kjennskap og kunnskap om regionen hos prioriterte markeder og segmenter.

Utvikle helårstilbud og tematurisme for å styrke regionens attraktivitet og forlenge oppholdslengden.

DELMÅL

Etablere en felles digital og strategisk grunnmur for digitalt vertskap og markedsføring, med sterk lokal forankring og tydelige prinsipper for ansvarlig og bærekraftig kommunikasjon.

Øke kjennskap og synlighet i prioriterte markeder

Jobbe for treffsikkerhet og verdiskaping gjennom innsiktsbasert markedsføring

Styrke eksport (tilstrømming av internasjonale gjester), internasjonal tilstedeværelse og profesjonalisering.

HOVEDTILTAK

Etablere markedsråd og jobbe med forankring av markedsarbeidet bredt i regionen.

Etablere og bruke et felles innsiktsgrunnlag om gjester, markeder og lokal kapasitet som grunnlag for prioriteringer i markedsføring og salg.

Utvikle og gjennomføre innsiktsbaserte kampanjer og pressearbeid.

Styrke digital tilstedeværelse og digitalt vertskap gjennom ansvarlig og bærekraftig kommunikasjon i alle kanaler.

Styrke samarbeid med turoperatører og relevante partnere for internasjonal markedsadgang, distribusjon og eksport i fritidsmarkedet.

Videreutvikle MICE-satsingen og jobbe med arrangementsakkvisisjon som strategiske virkemidler for helårsaktivitet, internasjonal posisjon og verdiskaping.

Jobbe for sesongutvideles og produktutvikling i samarbeid med partnere

Samfunn, kommunikasjon og rammevilkår

Rada Reiseliv skal være en tydelig stemme for besøksnæringen og en aktiv dialogpartner for kommuner, fylker, stat og virkemiddelapparat. Selskapet skal bidra til utvikling av felles reiselivspolitik og sikre forutsigbare og konkurransedyktige rammevilkår for næringen.

Gjennom strukturert relasjonsbygging og strategisk kommunikasjon skal Rada styrke sin rolle som brobygger mellom lokale behov og regionale strategier. Tålegrenseanalyse og innsiktsformidling skal brukes som verktøy i dialogen med kommuner og myndigheter.

STRATEGISK MÅL

Etablere felles reiselivspolitik som styrker rollen som talerør for næringen.

Styrke Rada Reiseliv sin rolle som sentral aktør i reiselivspolitiske prosesser og planarbeid.

DELMÅL

Bidra til felles reiselivspolitik i samarbeid med kommuner og næring, som styrker Rada Reiseliv sin rolle som tydelig og samlende talerør for reiselivsnæringen.

Sikre jevnlig, strukturert og forutsigbar kontakt med kommunale beslutningstakere og administrasjon som grunnlag for samarbeid, forankring og planarbeid.

Sikre at innsikt og analyser om reiselivets verdiskaping og bærekraft brukes aktivt som grunnlag for dialog, høringsinnspill og påvirkning i plan- og beslutningsprosesser.

Synliggjøre reiselivsnæringens samfunnsbidrag og bærekraftige utvikling, og sikre strukturert og koordinert dialog mellom kommuner, næring, myndigheter og virkemiddelapparat.

HOVEDTILTAK

Etablere og lede faste dialogarenaer med politikere, kommuner og næring for utvikling av felles reiselivspolitik.

Være en tydelig og samordnet stemme i prioriterte reiselivspolitiske saker lokalt, regionalt og nasjonalt.

Etablere faste rutiner og kontaktpunkter med kommunene for jevnlig dialog og behovsavklaringer.

Delta i kommunale og regionale plan- og beslutningsprosesser der reiselivets perspektiv er relevant.

Bruke og formidle innsikt om reiselivets verdiskaping og bærekraft i dialog, høringer og påvirkningsarbeid.

Utvikle og tilgjengeliggjøre felles kunnskapsgrunnlag og planverktøy for kommuner og samarbeidspartnere.

Synliggjøre reiselivets samfunnsbidrag og bærekraft gjennom målrettet kommunikasjon i relevante fora og kanaler.

Etablere og vedlikeholde faste kontaktflater med myndigheter og virkemiddelapparat, samt delta aktivt i relevante faglige nettverk og eksterne møteplasser.

Kompetanse og rekruttering

Rada Reiseliv skal tilrettelegge for felles kompetansetiltak og samarbeid med utdanningsmiljøer. Målet er å sikre tilgang til rett kompetanse, bygge stolthet og formidle verdien av reiselivsnæringen som samfunnsbygger og attraktiv arbeidsplass. Opplæring skal inkludere forståelse for tålegrense- vurderinger og balansen mellom lokal kapasitet og regional samordning.

Gjennom strategisk samarbeid, innsiktsformidling skal Rada Reiseliv tilby kompetansehevede tiltak og kurs til sine partnere, og samtidig bidra til kontinuerlig faglig utvikling og styrket rekruttering til næringen.

STRATEGISK MÅL

Bidra til utvikling av attraktive utdanningstilbud, kompetanseheving og rekruttering.

Tiltak skal samlet øke interessen og stoltheten til reiselivsnæringen som næring og arbeidsplass

DELMÅL

Være en regional kompetansehub for innsikt og bærekraft som gir et felles kunnskapsgrunnlag for utvikling og omstilling i reiselivsnæringen.

Sikre relevant og etterspurt kompetanse i reiselivsnæringen gjennom kartlegging av behov og målrettede kompetansetiltak.

Synliggjøre reiselivsnæringens verdi som sosial, økonomisk og kulturell samfunnsinfrastruktur, og styrke stolthet og legitimitet for næringen som arbeidsplass og samfunnsbygger.

Bidra til økt rekruttering til reiselivsnæringen ved å påvirke og tilrettelegge for samarbeid mellom næring og utdanningsinstitusjoner, og stimulere til økt bruk av praksis- og lærlingeordninger i reiselivet.

HOVEDTILTAK

Samle, strukturere og dele relevant kunnskap og innsikt, og være en regional kompetansehub som styrker felles forståelse og kompetanse i reiselivsnæringen.

Gjennomføre målrettede kompetansetilbud på prioriterte områder for ansvarlig og bærekraftig utvikling, basert på kartlagte behov i reiselivsnæringen.

Synliggjøre reiselivsnæringens verdi som arbeidsplass og samfunnsbygger gjennom kommunikasjon, historiefortelling og deling av gode eksempler fra næringen.

Bidra til økt rekruttering til reiselivsnæringen ved å tilrettelegge for samarbeid mellom næring og utdanningsinstitusjoner, og synliggjøre og stimulere til bruk av praksis- og lærlingeordninger i næringen.

Organisasjonsutvikling og intern drift

Rada Reiseliv skal være et strategisk fagmiljø med høy kompetanse og oppdatert innsikt i reiselivets utvikling. Organisasjonen skal være fleksibel og tilpasningsdyktig, med en modell som støtter både lokal og regional innsats. Gjennom tydelig kommunikasjon, aktiv relasjonsbygging og involvering av partnere og eiere, skal Rada styrke samhandling og tillit, både internt og eksternt.

Rada Reiseliv skal ikke erstatte lokale initiativ, men styrke dem gjennom samordning, innsikt og felles retning, i tett samarbeid med kommuner, destinasjonsselskaper og øvrige aktører.

For å levere verdi til partnere og eiere, må Rada ha en organisasjon som er rustet til å møte fremtidens behov. Dette innebærer å utvikle effektive arbeidsformer, sikre bærekraftig finansiering og tydeliggjøre leveranser og verdibidrag. Rada skal være en kompetansehub og koblingsaktør som bygger sterke partnerskap og legger til rette for innsikt, samhandling og utvikling i hele regionen.

STRATEGISK MÅL

Bygge en tydelig og velfungerende organisasjon som jobber smart, samarbeider godt og leverer tydelig verdi til partnere og eiere, med åpenhet, oversikt og bærekraftig drift som grunnlag

DELMÅL

Involvere partnere aktivt i utviklingen av selskapet og sikre at de opplever tydelig verdi av partnerskapet.

Øke forståelsen og synligheten av Rada Reiseliv sine roller, leveranser og tjenester blant eiere og partnere.

Utvikle effektive og fleksible arbeidsformer som styrker samhandling internt i organisasjonen og med partnere.

Sikre åpenhet, forutsigbarhet og felles forståelse rundt Rada Reiseliv sin finansieringsmodell og leveranser.

HOVEDTILTAK

Sikre jevnlig og tydelig kommunikasjon med partnere som synliggjør verdien av partnerskapet, gjennom nyhetsbrev, digitale kanaler, partnersamlinger og årlig rapportering på leveranser.

Etablere ressursgrupper som organisatorisk arbeidsform for involvering, samhandling og forankring på tvers av fagområder og partnere.

Utarbeide og oppdatere avtaler med partnere og kommuner for å sikre tydelige forventninger, forutsigbar finansiering og felles forståelse av leveranser.

Videreutvikle matrisemodellen for fleksibel ressursbruk, og ta i bruk digitale verktøy og rutiner som styrker prosjektstyring og samhandling internt og eksternt.

Sikre intern kapasitet, styring og kvalitet gjennom intern kontroll, effektive administrative rutiner, IT-løsninger og kompetanseutvikling for ansatte.

Strategiske innsatsområder

INTERNASJONAL
MARKEDSFØRING

SAMFUNN, KOMMUNIKASJON
OG RAMMEVILKÅR

KOMPETANSE OG
REKRUTTERING

BÆREKRAFTIG
REISEMÅLSUTVIKLING

ORGANISASJONS-
UTVIKLING
OG INTER DRIFT

Tematiske satsinger og fagområder

TEMA:
NATUR

TEMA:
KULTUR,
MAT OG MÅLTID

TEMA:
FAMILIE-
OPPLEVELSER

TEMA:
MICE OG
ARRANGMENT

Fagområde:
Marked

Fagområde:
Arrangement
og konferanse

Fagområde:
Salg,
pakketering og
produktutvikling

Fagområde:
Vertskap

Fagområde:
Innsikt og
analyse

Fagområde:
Bærekraftig
reisemålsutvikling
Marked Bærekraftig
reisemål

Våre partnere

REISELIVSNÆRING

LOKALE DESTINASJONSSELSKAPER OG NETTVERK

KOMMUNER

... andre strategisk viktige
samarbeidspartnere

Risikostyring

Rada Reiseliv opererer i et komplekst landskap med mange aktører, høye forventninger og varierende rammevilkår. For å sikre robusthet og langsiktig verdiskaping, må strategien følges opp med aktiv risikostyring. Rada skal identifisere og håndtere risikoer som påvirker selskapets evne til å levere på sine strategiske mål.

Omdømmerisiko

Risiko for negativ omtale, svikt i vertskapsrollen eller manglende bærekraft i kommunikasjon og praksis.

Finansiell risiko

Avhengighet av prosjektmidler, kommunal finansiering og inntekter fra partnerskap.

Samhandlingsrisiko

Risiko for manglende koordinering mellom aktører, nivåer og sektorer, som kan svekke helhet og fremdrift.

Kompetanserisiko

Vansker med rekruttering, kompetansebygging og tilgang til relevant fagmiljø.

Klima- og miljørisiko (regionalt ansvar)

Endringer i værmønstre, press på sårbare områder og naturinngrep, dette håndteres primært gjennom regional planlegging, men Rada Reiseliv skal bidra med innsikt og besøksstyring.

Oppfølging og evaluering

For å sikre at strategien gir ønsket effekt, må den følges opp systematisk og transparent.

- Årlig strategigjennomgang i styret og med eiere/partnere.
- Utarbeide årlig handlingsplan
- Partnerundersøkelser for å måle tillit, samarbeid og opplevd verdi.
- Bærekraftsrapportering med indikatorer knyttet til klima, sosialt ansvar og økonomisk utvikling.
- Prosjektevalueringer med læringspunkter og forbedringsforslag.

Kommunikasjon av resultater:

- Publisering av en årlig strategi- og bærekraftsrapport.
- Bruk av visuelle dashboards og nøkkeltall i presentasjoner og møter.
- Aktiv deling av resultater og innsikt med partnere, kommuner og offentligheten.



Ráða

Rada Reiseliv SA
C/O Øyer kommune
Kongsvegen
2636 Øyer

Radareiseliv.no

