



Fylkesmannen i
NORDLAND

- vinner til Nordlands beste

RØMMER

KJUKE

SMØR

Rapport fra studietur til Jotunheimområdet

1.- 4.september 2014

Landbruksavdelinga

Foto:

Forsidebilde: Hanne-Sofie Trager/Fylkesmannen i Nordland

Innhold

| | |
|--|-----------|
| 1. Bakgrunn | 3 |
| 2. Mål | 3 |
| 2.1 Hovedmål..... | 3 |
| 2.2 Delmål..... | 3 |
| 2.3 Målgruppe..... | 4 |
| 3. Besøkpunkter | 4 |
| 3.1 Rudi gård..... | 4 |
| 3.2 Valbjør gård..... | 5 |
| 3.3 Orientering fra Gudbrandsdalsmat..... | 6 |
| 3.4 Bakeriet i Lom..... | 8 |
| 3.5 Nissegården hytter og aktiviteter..... | 8 |
| 3.6 Nordgard Aukrust urteri/cafe/butikk..... | 9 |
| 3.7 Storhaugen gård..... | 10 |
| 3.8 Brimi sæter as | 11 |
| 3.9 Glittersjå fjellgård..... | 13 |
| 3.10 Foredrag av Kristin Knoerr fra Øien Øvre gård | 15 |
| 3.11 Nordre Ekre gårdshotell | 16 |
| 6. Evaluering | 18 |

1. Bakgrunn

Studieturen til Jotunheimområdet er et samarbeidstiltak beskrevet i prosjektene Grønt reiseliv i Nordland 2012-2015 og Matopplevelser i Nordland; begge eid og drevet av Fylkesmannen. Finansieringen av begge disse prosjektene er det Nordland fylkeskommune og Fylkesmannen som står for. Bakgrunnen for å arrangere denne studieturen er blant annet forankret i Handlingsplan for Grønt reiseliv, og sorterer under både strategivalgene innovasjon og mobilisering. Innovasjon defineres som en ny vare, tjeneste, produksjonsprosess, anvendelse av organisasjonsform som skaper – eller er forventet å skape – økonomiske verdier for bedriften. Reiselivsnæringen må selv utvikle og tilby attraktive produkter, mens det offentlige rolle i denne sammenhengen er å legge til rette for innovasjon. Innovasjon er viktig for å styrke konkurransekraften, bedre lønnsomheten og skape vekst i reiselivet. Det må utvikles helhetlige produkter med høy kvalitet som gir våre besøkende gjennomgående gode opplevelser.

Utviklingen av produkttilbudet må skje ut fra oppdatert markedskunnskap, trender, tilpassing til prioriterte målgrupper og ønske om helårs sysselsetning. Fylkesmannen har svært god erfaring med å bringe reiselivstilbyderne sammen i ulike fora. Det er også dette som er Fylkesmannens hovedrolle mellom de regionale utviklingsaktørene: Å samle folk på en egnet arena som for eksempel studietur, konferanser, kurs eller kommunemøter, der ulike aktuelle temaer blir tatt opp. Tema for denne turen har vært «Fra ide til realisering». Siden studieturer i andre sammenhenger har vist seg å være svært effektfulle for gårdbrukere som allerede var etablert med reiseliv og lokalmatproduksjon, valgte vi å prøve dette tiltaket på en annen målgruppe som var mye vanskeligere å nå; nemlig de som er gårdbruker eller eier en landbrukseiendom og tenker på ny etablering av bygdenæring med utgangspunkt i gårdens ressurser.

Fylkesmannen har svært god erfaring med å gjennomføre studieturer med ulike tema. Hovedgrunnen til dette er at det og «riste» sammen folk som tenker i samme baner har noen uante synergieffekter som vi ikke var klar over i utgangspunktet. En ting er at man ser og opplever andre som har satset og virkelig har fått det til innenfor grønt reiseliv/mat som fagområde, en annen ting er det å få kontakt med likesinnede i sin region. Dette ser vi er viktig, spesielt siden det ofte er langt mellom de som tenker utvikling av bygdenæring og at de derfor har lite nettverk å støtte seg på i utgangspunktet.

2. Mål

2.1 HOVEDMÅL

Studietur i Norge for 40 nye tilbydere: Etablere nettverk og arena for de som skal inn i næringen med likesinnede i fylket og slik at de kan få gode ideer og inspirasjon på besøkspunktene for å starte opp med lignende virksomhet. Ved å stimulere til en slik økt utnyttelse av gårdenes samla ressurser i opplevelsessammenheng, vil dette på sikt bidra til å styrke og utvikle det totale reiselivsproduktet i Nordland fylke.

2.2 DELMÅL

Kompetanse

- *Delmål: Å styrke kompetansen i og kunnskapen om grønt reiseliv/mat som næring*

Innovasjon

- *Delmål: Å legge til rette for økt lønnsomhet og verdiskaping i det grønne Reiselivet/lokal matproduksjon gjennom å bidra til økt innovasjon*

Mobilisering

- Delmål:

Å oppmuntre de som eier gårder i Nordland til å vurdere en etablering av reiselivsopplevelser med utgangspunkt i gården (og stedet)

Profilering og markedsutvikling

- Delmål: Å ta i bruk ervervet kunnskap, samarbeide mer med kolleger og skaffe til veie mer informasjon om markedsmuligheter

2.3 MÅLGRUPPE

Gårdbrukere og/eller eiere av landbrukseiendommer som ønsker å starte opp, eller er i en tidlig etableringsfase med reiseliv og/eller lokal matproduksjon.

3. Besøkpunkter

3.1 Rudi gård

Web: <http://www.rudigard.no/>

FB: <https://www.facebook.com/#!/RudiGaard?fref=ts>

Rudi Gård: «Låvende saker»

Vi ble tatt i mot av Øystein Rudi. Har drevet i 15 – 16 år. Vekst, kompetanse og samarbeid. Har vært fokusert på å få med seg folk som kan ulike ting, samt at man må være potet selv. Vekst: Omsetningen er i 2014, 15 ganger større enn i 2000.

Det dreier seg å gi folk en opplevelse som kjennes på kroppen!

- 1000 årig historie
- Jord, skog, fjell og 27 hus
- 15 år med Låvende saker
- 35 på lønningsliste

Befinner seg i en trekant mellom Opplevelser, reiseliv og landbruk. Meningsfullt å bidra til at Gudbrandsdalen blir et mer interessant sted å bo og besøke.

Det er lurt å gå noen runder med seg selv på om man er på rett retning. Har drevet med ekstremsport, og har dratt med mye lærdom fra det.

Oppskriften med hardt og grundig arbeid virker alltid! Den har virket i 1000 år!

Særprega møteplass for:

- Konserter og forestillinger
- Revy og teaterhumor
- Bondeaction
- God mat og drikke
- Arrangement for næringsliv og private

Ekte vare: (opptatt av at ting skal være ekte, og at det man formidler til folk skal bety noe for folk). Peis på storskjerm er ikke ekte vare.

«Utrolig hvor mye historie det kan være i ei gammel kjærringræv» - tilleggsopplevelse

Jakt er viktig både i menyer og opplevelser.

470 på nummererte plasser. Lokale gode, eller nasjonale kjente er suksessoppskriften.

Deres nisje. Har også foredrag for næringsliv.

All mat har historie, og den er det viktig å formidle til gjestene. Kjøkkensjef Wenche presenterte maten på fin måte for oss. Viktig at kokken har tid til å prate med gjestene.

De fikk 600-700 gjester på familiedag med traktorkjøring. Humor og revy er viktig, gudbrandsdalsjoik. Mange vanskelige avgjørelser, og når man først har bestemt seg er det bare å sette det i avisa, så må man gjennomføre det man har sagt!

Kommunen bruker dem nå som et «kulturhus». Kultur er tradisjonelt offentlig eller frivillig. Det meste bygges og driftes offentlig.

- Stort gjenkjøp
- Spellemannspriser
- Kulturpris for Sør-Fron

Plan B er utrolig viktig å ha! Det tar veldig lang tid å bygge opp etter en fiasko.

Har bygget et moderne sauefjøs sammen med en annen gårdbruker. Har bygget et bygg som passer inn i det Gudbrandsdalske landskap.

Det er viktig å utvikle noe utfra det en kan, ønsker, brenner for selv. Har mange ungdommer i arbeid.

Samarbeid med mange i lokalsamfunnet

«det meste er fortsatt ugjort»

Viktig at det går bra - også for naboen.

«det er vel og bra med egen suksess.... Men andres LYKKE er heller ikke å forakte!»

- Ivar Lorentzen

Guiding om landbruket i Oppland og langs traseen Vinstra til Otta. 10 000 tamrein. Oppland er det nest største fylke i kjøttmengde når det gjelder tamrein. RULL- Rekruttering, utdanning og likestilling i landbruket. Prosjekt med fylkeskommunen, har tilbudt nettbasert og samlingsbasert agronomiutdanning.



3.2 Valbjør gård

Web: <http://valbjoer.no/>

FB: <https://www.facebook.com/#!/valbjoer?fref=ts>

Vi ble tatt imot av tidligere eiere, Live Hosar og Kai Valbjør. De er fortsatt drivere av gården: Ny generasjon har overtatt gården, men foreløpig er det bare på papiret.

Valbjør ligger i Vågå kommune, 5 km fra sentrum. Valbjør har et fredet gårdstun med historie tilbake til vikingstida, våpen fra vikingetida er funnet på gården. Det er 13 gamle hus på gården. Det eldste er 400 år gammelt.

Det drives gårdshotell med ca 30 senger. Overnattingen er både med full-pensjon og selvhushold.

Gården drives økologisk og de har melkegeiter og villsau. Geitemelka er ikke økologisk, den foredles til ost lokalt hos TINE.

Av kjøttet produseres det spekepølser og fenalår. Kunne ønsket et lokalt slakteri. Per i dag brukes mobilt slakteri og det er dyrt. Alt overskuddskjøtt ble omsatt ferskt i 2014. Det selges i gårdsrestauranten, omsettes lokalt og til restauranter i Oslo.

Vi fikk servert Kvit muggost; Fjellgeit Valbjør både fersk og vellagret i tillegg fikk vi smake på geitepølse og spekemat fra geit.

Gården har mottatt olavsrosen.

Gården har egen gårdsbutikk der de selger både egne og andres produkter.

De er med i Gardmillom – kulturgårder i Gudbrandsdalen. <http://gardmillom.kulturgardar.no/>

De selger det meste av produktene gjennom Gudbranddalsmat.

Har deltatt på Matstreif i Oslo og vært i Mathallen i Oslo.

Ca 50 % av inntektene på gården kommer fra bygdenæringene på gården og resten av inntektene er fra den tradisjonelle gårdsdrifta.

Priser overnatting: 650 per pers i dobbeltrom og 750 per pers i enkeltrom. Dette er inkludert frokost.



3.3 Orientering fra Gudbrandsdalsmat

Web: <http://www.gudbrandsdalsmat.no/>

FB: <https://www.facebook.com/#!/Gudbrandsdalsmat?fref=ts>

Anette Svastuen, daglig leder Gudbrandsdalsmat og gårdbruker.

- Har 24 medlemmer.
- Stiftet 2006
- Ca. 200 kunder
- Den største kunden er lokalmatbutikken Smak i Lom.
- Mer enn 300 produkter
- De fleste produsentene er i Ottadalen
- Mest solgte produkter i 2014, kjøttkaker (Mogard Gardsmat), Fjellgeitost (Valbjør), Karbonade, Hafelløl (Hubertus bryggeri).
- Omsetning av varer fra produsentene i 2013 – ca 7 mill.
- Salgsøkning på nærmere 40 % sammenligna med 2012.
- Det varierer hvor mye produsentene selger gjennom Gudbrandsdalsmat.
- Gudbrandsdalsmat skal selge og distribuere for produsentene
- En andel koster 3000,-
- Andelslag SA
- Årlig avgift ligger på kr 2500,-
- Provisjon 15 %
- Når man har passert 500 000,- går provisjonen ned til 13 %

- Når salget har passert 1000 000,- går provisjonen ned til kr 11 %.
- Har hatt offentlig finansiering siden 2006.
- Provisjonsinntektene har passert 1 000 000,- i 2013
- Langsiktighet er veldig viktig
- Gudbrandsdalsmat har blitt en forutsigbarhet
- Satser spesielt mot servering nå
- Stor gjennomtrekk av kjøkkensjefer er med på at salget blir ustabil.

Kvalitetskriterier:

- Definert geografisk område
- Forankring i lokalt natur – og kulturgrunnlag
- Lokalprodusert øl er veldig populært.
- Daglig leder pluss 3 stillinger. De ringer kundene hver mandag, ca. 80 telefoner. Da tar de opp bestilling. Bruker Tine distribusjon, og varene leveres torsdag eller fredag samme uke.
- Alltid samme pris hos produsent og ut til kunden. Butikkene selger videre til de prisene de selv ønsker.
- Lager og kontor på Otta. Der står langtidslagrede produkter. Ferskvarer kommer fraktet inn med Tine hver tirsdag.
- Mange produsenter benytter seg av mobilt slakteri.

Fokus fremover:

- SMAK 2014
- Utvikling av matgaver
- Matsouvernirer
- Menyutvikling/samarbeid
- Produktutvikling/produktøkning

Selger ikke på nett.



3.4 Bakeriet i Lom

Web: <http://www.bakerietilom.no/>

FB: <https://www.facebook.com/#!/bakerietilom?fref=ts>

Gruppen var delt i to under dette bedriftsbesøket. Hver gruppe fikk omvisning i bakeriet og en orientering om rutinene der av eier og driver Morten Schakenda. Vi fikk høre historien om kokken som var dyktig og hadde jobbet på flere av de mest kjente restaurantene i hovedstaden. Så en nyttårsaften bestemte han seg for at han ville gå andre veier, men først skulle han ha en friperiode for å være sammen med sønnen sin som han hadde fått vært for lite sammen med fordi han var så mye på jobb. Friperioden ble kortere enn planlagt fordi han fort fikk et ønske om å gjøre noe nytt utav arbeidslivet. Han ønsket å lære seg å bake, og fikk gå i lære på Åpent Bakeri i Oslo, der ble han til sammen i 3 år. Etter hvert dukket muligheten til å få etablere seg med bakeriet i Lom sentrum opp, og familien flyttet dit.

Proessen frem til at bakeriet fremstår slik det gjør i dag har gått fra å være en drøm, til en vill idé, og har gjennom stahet, vilje og gode hjelpere gitt resultater. De har investert mye av seg selv og fått mye tilbake.

Hos Bakeriet i Lom handler gode bakervarer nesten alltid om tid, det er prosesser som man i liten grad kan påvirke, og hvis du prøver å påvirke dem blir som regel resultatet dårligere. Alt bakes for hånd, det er et reall arbeid, og hvert eneste brød eller bolle har på den måten en individuell kvalitet. De har eltemaskiner og hjelpemidler som gjør livet som bakere litt enklere, men i bunn og grunn er det et håndverk.

Det har skjedd en positiv utvikling i Lom sentrum etter at bakeriet ble etablert og utviklet. Flere har valgt å satse og investere i sentrum. Lokalmatbutikken Smak i Lom, som ble etablert i sommer har vært en svært positiv etablering. Om sommeren er det i perioder så mye kunder som vil til bakeriet at det er lange køer også på utsiden.



3.5 Nissegården hytter og aktiviteter

Web: <http://www.nissegaard.no/>

FB: <https://www.facebook.com/#!/pages/Nissega%C3%A5rden-Hytter-og-Aktiviteter/116161005063705?fref=ts>

Nissegården er en familiebedrift, der eierne tidligere drev Øyer gjestegård og Lilliputthammer. Har ikke mange ansatte, men barna er med – og en av døtrene tar nå

reiselivsutdannelse. Madsen har eget verksted der han for det meste snekrer og reparerer alt selv. Han synes markedsføring av bedriften er vanskelig.

Det viktigste i følge ham er at bedriften din er synlig fra veien og godt skiltet. På denne måten får man en stoppeffekt som er viktig for å dra kunder. Konseptet på Nissegården er aktiviteter. Blant annet tilbys klatresti (via ferrata) opp til Lomseggen og inn til Breheimen nasjonalpark. Det er også en klatrepark i trærne rundt Nissegården og balanseflåter på vannet. De har også et stort stigespill som passer for hele familien. Her finner du også badebasseng med vannsklier, trampoliner, ballbinge, mini golf på 18 hulls golf bane på gress, 9 kurver frisbeegolf og 2 store sjakkbrett på basseng terrassen. Også robåter kan leies for å ro ut på vannet og fiske. Enda flere planer om å lage mer aktiviteter er under utarbeidelse.

Det tilbys også overnatting. 20 store hytter med bad, peis og tv kan leies. Det fins også 10 små hytter med bad. Selve campingplassen har 44 oppstillingsplasser med strøm. Man kan også ligge i telt ved vannet. Strandlinjen er fin vis man vil ta en fin kveldstur. Stedet ligger 2 km unna Nasjonalparklandsbyen Lom, med butikker og kafe.



3.6 Nordgard Aukrust urteri/cafe/butikk

Web: <http://www.aukrust-nordgard.no/>

Ola Aukrust. Vokst opp på gården, har drevet gården siden 1985. Biodynamisk drift helt fra han tok over.

- 500 m.o.h.
- Morenejord – mye stein
- 350 mm nedbør i året. Gården ligger sørvendt
- Leverer ut sju teser:
 1. In-divid: Alle menneske er ei verd for seg (oversatt kan ikke deles)
 2. Din viktigaste ressurs
 3. Ditt motiv
 4. Din stad på jord, ditt «terroir»
 5. Genius loci – stedets ånd
 6. Di tid, ditt liv – metamorfoser
 7. Sam-eksistens, samarbeid, samvirke

Helsing frå Ola Aukrust, Aukrust Gard og Urteri www.aukrust-nordgard.no 2. september 2014

Far til Kjell Aukrust vokste opp på gården. Snakker om det å ikke gå mainstream. Viktig å tenke på om man vil ha folk inn på gården, og hvordan man kombinerer det med familieliv. Kun fantasien setter begrensninger. Vi fikk et foredrag i det nye «flerbrukshuset». Å være gårdbruker kan være ensomt, så det kan være veldig fint å få folk inn på gården.

- På landsbygda omgås man de som bor der, og man tilpasser seg hverandre selv om man kan være veldig ulike.
- Det er veldig viktig å ha et godt forhold til naboen!

Gården var opprinnelig melkebruk 15 kyr, 175 000 l. Nå ammeku. Startet med urtehage for besøkende. Det har vært mange faser. Nå har de sitt eget sortiment av te og krydder. Det er som å bygge opp en merkevare rundt gården. Leder for Bondens Marked på Lillehammer, samarbeid er veldig viktig. Har et stort produktspekter. Ambisjon om å være ledende på tørket te og krydder i Norge. Har fem barn som også er aktive med i driften. Har praktikanter/medarbeidere på sommeren.

Lager også 4 varianter av spekepølse. Det er lurt å ta kontakt med Mattilsynet i en tidlig fase. Har ca. 20 markedshelger pr. år. Distribuerer til alle som vil ha. Har også nettbutikk.

Det er viktig å finne sin ting å holde på med.

Har omsetning på ca. 2 mill. kr.

«Arbeidende gjest» er en ordning i landbruket som har vært en stor hjelp.



3.7 Storhaugen gård

Web: <http://www.storhaugengard.no/>

FB: <https://www.facebook.com/#!/pages/Storhaugen-gard/133878606696007?fref=ts>

Storhaugen gård ligger på 700 m over havet og er siste bruk før Turistforeningens Juvasshytte – siste stopp før turen til Galdhøpiggen. Her tok Joar Storhaug over familiens geitbruk etter foreldrene i 2004. Denne driften er nå siden siste jul avviklet, mens han i stedet har satsset på en gård i full drift, med sau og storfe. I tillegg er dette en gård som også er en turistbedrift med hytter og leiligheter av meget god standard. Til sammen fins det nå ca. 70 senger, fordelt på 8 enheter. Alle enhetene er bygd rundt selve gården. I tillegg er det også et selskapslokale med storkjøkken, og det kan derfor serveres god, tradisjonell norsk mat, på bestilling. De tar bare grupper på matdelen, men mener selv at frokost for de overnattende snart tvinger seg fram. Her er de opptatt at hvis det blir mindre gjester enn et visst antall for eksempel 10 stykker, så vil disse få tilbud om å få frokostkurv på døra og ikke servering i matsal som er meget kostnadskrevenende. Framover er en større satsing på matservering og selskapsvirksomhet noe som kommer, og driveren holder nå på med å kalkulere flere mulige satsningsområder innen dette området.

Også på hyttedelen blir det satsset friskt. I utgangspunktet så ble de to første hyttene bygd av Joars foreldre i 1972. Han selv kjøpte en låve og et våningshus på rot i Valdres i 2005, for 50.000,- disse ble ombygd og ferdigstilte i 2007 og inneholder også godt utstyrte leiligheter med selvhushold. Nå holder han på med grunnarbeidet for å legge til rette for import av 70 kvadratmeter store tømmerhytter (2.stk.) fra Litauen. Disse måtte han betale 110.000,- pr. stk. for. Disse ferdigstilles til neste år. Kontaktinfo til det litauiske firmaet for interesserte er: Kontaktpersonen heter Laimonas, prater dårlig norsk, bor på Dokka. Telefonnr er 462 46 868. Ikke alltid like lett å få tak i, men ringer som regel opp.

De viktigste kundene til Storhaugen gård er folk av alle slag som går på ski. De benytter seg av skisentrene som ligger i nærheten, og sørger for godt belegg. Derne er det reisende som skal på toppturer i Jotunheimen, spesielt Galdhøpiggen. Norges toppidrettsgymnas er også en viktig kunde.



3.8 Brimi sæter as

Web: <http://www.brimi-seter.no/>

FB: <https://www.facebook.com/#!/pages/Brimi-S%C3%A6ter/138007166250743?fref=ts>

På Brimi sæter ble vi tatt imot og orientert av eieren av sætra, Hans Brimi. Sætra ligger ved enden av Jotunheimen, i et område med mange fornminner og funn de siste årene. For eksempel er det funnet en sko som er 3500 år gammel for ikke så lenge siden. Hans, som er gift med Ola bor til vanlig nede i bygda Garmo. Dette utenom de tre månedene stølslivet foregår. Rett nedenfor sætra ligger fiskevannet Tasse, med mange andre sætrer rundt. Flere av disse sætrene er det ordinær stølsdrift på. Det betyr mye for reiselivet at det er en levende og sammenhengende drift over mange, mange år. Det er usikkert om hvor gammel sætra egentlig er. Brimi fjellstue (eid av onkelen til Hans), som ligger noen hundre meter unna, var tidligere ystehuset på denne sætra. Man vet at fjøsen som er i tre etasjer, ble bygd av tippoldefaren til Hans på slutten av 1800-tallet. Han hadde da tjent seg opp litt shilling i USA og kom tilbake med nye tanker og ideer – også om hvordan fjøsene skulle se ut. Hans overtok gården rundt 2000, og var vel ingen typisk odelsgutt. Etter å ha etablert seg med giftemål, starter paret sammen utviklingen av sætra. Første påbygging kommer i 2005, der kjøkken og ysteri blir etablert. Det er Ola som yster, og driften av ysteriet overtok de etter tanten til Arne Brimi Ymgjær (som de ikke er i slekt med – annen familie). Hun var da over 90 år, når hun gav seg og fikk da Kongens fortjenestemedalje for sin lange og tro tjeneste med budeidrift.

Av henne lærte de alt grunnleggende om ysting uten løype, og solgte rømme og pultost. Noe som ble veldig populært. De ystet på lavere temperaturer og brukte mindre salt, noe som gjorde osten mer smørbar. Hans er kokkeutdannet og hadde læretid på Fossheim hotell med Arne som kokk. Ola er murer og var den som hadde størst drøm om å overta gård og bli bonde. Sammen har de bygd opp bedriften stein på stein og seiler inn i framtiden under mottoet: «Ildsjeler er den viktigste suksessfaktoren». Etter hvert har bedriften ekspandert mye, og Hans har tatt de mer administrative oppgavene og blant annet blitt god på å skrive søknader til Innovasjon Norge. De klarte å få til hver sin arbeidsplass allerede første sesongen. Forretningsmessig så ble det stiftet et aksjeselskap som Ola og Hans sin far eide i starten. Dette ble seinere avvirket, noe som var et dårlig råd fra en veileder. Selskapet skulle bare ha blitt lagt passiv i et par år, for så å gjenoppstå seinere. Viktig med gode råd, men alle skal man IKKE høre på.

På et tidspunkt dro de driftige karene på studietur med Pascall – en nestor innen ysting i Norge, og som hadde stor betydning for produktutviklingen på sætra. I fjor fikk de gullmedalje for osten sin, og da var de tilfredse. Melka de foredler kommer fra en besetning de har bygd opp rundt gamle norske raser, for eksempel dølaku. For ikke lenge siden ble det solgt et skinn fra denne rasen av Ola til 10.000,- så de bruker alt de kan av dyret.

I starten så var de med i klyngen «Gardimellom», som var et nettverk med andre positive bønder. Det ble solgt kaffe og vafler og lagt opp program sammen for hele sommeren, der det skulle skje noe underholdningsmessig nesten hele tiden på forskjellige steder. De ble overveldet over interessen folk viste. Nesten bare lokale/regionale gjestende. På et tidspunkt så kom de fram til at det bare var tull å leie inn dyr musikk. Det å få komme på sætra var mer enn nok for folk. Etter en 10-12 år så trakk de seg fra dette nettverket fordi det ikke var så mye mer å hente. De hadde gått litt tom, og det var lite inspirasjon å hente. Da inngikk de et samarbeid med Brimi Fjellstue, og lagde Brimiland som framstår som fellesportal på nettet.

Det er viktig med gode naboer, og etter litt rusk i starten i maskineriet så går nå alt på skinner. De får mange kunder fra Brimiskogen klatrepark. Det er tre år siden de etablerte seg, og dette har ført til ny trafikk. Konseptet i dag på selve sætra er at det ikke tas inngangsbilletter, mens en vaffel koster 50,- med mange slags syltetøy og rømme fra egen produksjon. Mange drop-ins, som blant annet sørger for at det er solgt vafler for 115.000,- og mange grupper som kjøper lunsj og middag alt avhengig av ankomst. Signaturprodukt er Skråppåta, på en egenkonstruert «dings». Dette er sagt på en annen måte: Raclette på norsk. De har også utleie av 3.etasjen til overnatting på brisker. Her hadde de dårlig utleie, helt til de definerte hovedkunden sin, som er en 45 år gammel sykepleier fra Norge. Hun ser slik ut på bildeserien de fikk tatt i etterkant av jobbingen med kundefokuseringen:



Foto: Cathrine Dokken/Kreativ strek

Etter de lanserte disse bildene på hjemmesidene sine, så har de nesten fullbooket alle sengene sine. Noe for andre å tenke på?

Utenfor veggene går det mange strykedyr, som gjør stor suksess blant besøkende. Blant annet er det griser som får osten som blir ødelagt. Karene yster all melka selv, og selger mye på blant annet Bondens marked. Ribben fra grisene går for 250,- kiloet. De er også andelshaver i Gudbrandsdalsmat og selger en del derigjennom. De føler de kan ta ut gode priser på produktene sine, godt hjulpet av trenden med at lokalmat er populært. Har også i år

startet lokalmatbutikk nede i Lom sentrum som heter Smak av Lom. Har solgt for nesten 3 mill på 2,5 måneder.

Har vært med på mange prosesser og er i en konstant utvikling. Blant annet har de vært med på FRAM, der alle som var med drev med bygdenæring. Dette ble litt basic for dem, siden dette kursert tar mye hensyn til at etablererne er i en tidligfase, mens de selv var litt forbi denne fasen. Er nå med i vekstprogrammet til IN, som ble innvilget i fjor. Dette gjennom verdiskapingsprogrammet for mat. Dette har gitt dem armene fri til å tenke mer kreativt, mens rutineoppgavene blir ivaretatt av andre. Har også vært med i designprogrammet til IN.

Hovedmålet med å ta over gården har alltid vært – og er – at:

- De skal ha råd til ferie
- God økonomi
- Glede seg til å gå på jobb hver dag

Dette i motsetning til andre i landbruket som aldri er innenfor denne definisjonen. Dette har blant annet medført at de har tort å ansette andre i drifta, og fikk da en voldsom økning i omsetningen, som følge av at de fikk holde på med det de var best på. De har i dag lønnsutgifter på 1,3 mill.



3.9 Glittersjå fjellgård

Web: www.glittersja.no

FB: <https://www.facebook.com/#!/pages/Glittersj%C3%A5-Fjellg%C3%A5rd/226328324054130?fref=ts>

Glittersjå Fjellgård ligger på 760 moh på solsiden av Murudalen, ved foten av Jotunheimen og med utsikt til Glittertind. Gården har 105 da dyrka mark, 360 da furuskog og 140 da med inngjerdet beite.

Vi ble tatt imot ved inngangen, som er den ombygde gamle sagen, av Helge Nordskar som sammen med sin kone Hege Thorson Nordskar eier og driver fjellgården.

Glittersjå fjellgård var tidligere en husmannsplass. Den har også vært bureisningsbruk og fram til 1862 var den et embedsgods.

I 2006 kjøpte Hege og Helge gården. Den hadde da 5 gamle nedslitte hus som ikke var modernisert. Siden da har de brukt mye tid og penger på å sette istand husene som var på gården og på å bygge nye bygninger. De har nå et stort og meget velstelt tun mellom gamle tømmerhus, en nybygget stall, et håndlaftet gjestehus og bryggerhus med kafeteria og vedfyrt bakerovn.

Rundt husene er det beite med ulike innhegninger som har ulike frittgående dyr, hovedsakelig av gamle norske husdyraser. I tillegg har de Shetlandspionier og andalusiske hester, som de selv har hentet i Spania og driver avl med.

Det er mye tumleplass og aktiviteter for både barn og voksne rundt gården.

Da de kjøpte Glittersjø og startet restaurering og med å fylle gården med dyr og aktiviteter hadde de ingen markedsundersøkelse.

Kundegruppen for besøk er hovedsakelig: mor og far og barn og besteforeldre med barn. Veldig mange av de besøkende kommer fra «nær» området (ca 90 % av de besøkende) og mange uttrykker at de ønsker å komme tilbake.

Det er egen kafeteria på gården som er åpen gjennom sommersesongen. Der serveres hjemmelaget mat.

Gården har åpent fra kl 11-17 i sommersesongen (19. juni til 1. september) i mai, juni og september har de åpent for gruppe booking.

Det er et fast program:

Kl.11.00 – 17.00 - Oppdagelsestur i Bjørneskogen for hele familien

Kl.11.00 – Pussing og stell av hest og ponny for barn.

Kl.12.00 - Ridning for barn.

Kl.14.00 - Omvisning på gården med føring av dyr (ca 1 ½ times omvisning, fortelling og føring)

Kl.15.00 - Kjøring med ponny og vogn.

Inngangsbilletten koster 50 kr for barn og 100 kr per voksne. I tillegg er det noen aktiviteter – som ponnyridning som koster ekstra (30 kroner).

Hele området og alle dyrene er tilgjengelig for de som kommer på besøk.

I skogen er det laget en skulpturpark. Det er en bjørneskog, skjært ut med motorsag i furuer som står på rot i skogen av verdensmester i figurskjæring med motorsag: Oliver Vogt fra Jørpeland. Det er etablert en konkurranse, finne alle bjørnene i skogen. Hver uke kåres en vinner, som offentliggjøres på facebook. Vinneren får tilsendt en t-skjorte.

Gården har egen gårdsbutikk: Glitterbua. Her tilbyr de et lite sortiment av originale og særpregede produkter. Butikken ligger i det gamle sagbruket, vegg i vegg med stallen og under samme tak som inngangspartiet.

Gården har egen logo som brukes på klistrelappene som de besøkende får når de har betalt seg inn og den brukes på annet markedsføringsmateriell. De har eget servise som benyttes i kafeen.

Utfordringen er å få opp besøkstallet slik at de får lønnsomhet i drifta på gården. Besøkstallet går langsomt framover og den beste markedsføringen er fornøyde kunder som kommer tilbake og som anbefaler besøk for venner og kjente.

Gården har 7 overnattingsrom. Disse er lite i bruk.

Ved siden av sommerturisme er Glittersjø Fjellgård et egnet sted for å arrangere kurs av forskjellige slag. I det nylåftede gjestehuset vil de kunne arrangere selskaper som bryllup, konfirmasjoner ol.

I tillegg til besøkene på gården har de egne Jo Gjende arrangementer. – Jo Gjende skirenn er et historisk skirenn på ca 55 km som starter på Glittersjø fjellgård der skirenn bygger på historien som Jo Gjende som var på vinterbjørnjakt i 1839. Og Jo Gjendereittet som er et terrengsykkelritt i september. Rittet er på nesten 7 mil og starter på Glittersjø.

De har et godt samarbeid med lokale "venne-aktører" som tilbyr overnatting, bespisning og diverse aktiviteter.



3.10 Foredrag av Kristin Knoerr fra Øien Øvre gård

Hjemmeside: <http://www.oienovre.no/>

Facebook: <https://www.facebook.com/#!/oienovre.1?fref=ts>

Kristin Knoerr fra gården Øien Øvre møtte oss på Glittersjø og holdt foredrag for oss. Kristin er gårdbruker på Øien Øvre. Hun overtok drifta i 2001 og fra 2005 har hun jobbet fulltid på gården.

Drifta på gården: hun har sauer, noen høner og hest. I tillegg er hun med i en samdrift i melkeproduksjonen. Der har de melkerobot.

Etter at hun tok over gården hadde hun et ønske om å øke inntektsgrunnlaget for gården. Hun laget en forretningsplan og fikk kontakt med ei som jobbet i psykiatrien. Det ble starten på «inn på tunet» på gården og siden 2006 har hun hatt en pasient på gården en dag i uka. Høsten 2006 og våren 2007 tok hun høgskolekurset: «Grønn omsorg – gården en ressurs for opptrening og aktivitet».

I 2006 sendte hun inn en ny søknad til IN der inn på tunet var med i planen. Hun har hele tiden fått god hjelp fra det lokale landbrukskontoret i kommunen.

Etter hvert er inn på tunet biten utvidet. Hun har fått flere klienter og har nå tre faste dagklienter og en døgnklient. Det dreier seg om arbeids- og botrening. De er med i det daglige arbeidet på gården.

Hestene på gården blir mye brukt, både til ridning, kjøring og arbeid i skogen. Gården har egen kjøkkenhage som er en del av arbeidstreningen for klientene.

Noe som er viktig er å være klar på hvordan man vil skjerme privatlivet når man har klienter på gården både på dagtid og gjennom hele døgnet. Det er laget et eget pauserom på gården slik at ikke klientene er nødt til å komme inn i bolighuset. Det er krevende å jobbe med psykiatri og derfor viktig å ha en grense mot privatlivet.

I 2013 ble de KSL godkjent inn på tunet gård-

https://www.ksl.no/ipt_tilbyder_info.cfm?gardid=05171171&lopenr_D=00

En erfaring Kristin har gjort seg er at det kan være vanskelig å få avtaler med de som skal betale. Men hun har vært heldig og har fått gode kontrakter og gode kontakter. Hun har et håp om at kommunene skal se at tilbudet hjelper.

Hun lurer på å tilby inn på tunet til andre grupper: kanskje rus og - /eller kriminalomsorg.

Inn på tunet satsing krever lite investeringer, det er en fordel når man skal starte opp. Det er heller ikke så høye driftsutgifter.

Hesteaktiviteter:

- Turridning (½ dags, heldags turer, overnattingsturer) – 5-7 ryttere per tur.
- Kurs i mindfulness og ridning
- Rideundervisning
- Kanefart

Til sammen har de 200-300 turister som deltar på rideaktiviteter.

Kundegrupper: turister, skoleklasser, bedrifter. Det har vært vanskelig å få gjennomslag i det lokale markedet.

Hun er medlem i HANEN og medlem i det lokale destinasjonsselskapet.

Hun får utarbeidet brosjyrer. Har egen internettside og bruker facebook aktivt.

Det gamle kufjøset på gården er bygd om til stall.

Det nyeste prosjektet hun holder på med er det gamle fjøset på setra. Det skal innredes med bås plasser som senge plasser.

Konklusjon:

- Ha tro på ideen din
- Veine blir til mens du går
- Ikke gi opp
- Ting tar tid

3.11 Nordre Ekre gårdshotell

Hjemmeside: <http://www.nordre-ekre.no/>

Facebook: <https://www.facebook.com/#!/nordre.ekre?fref=ts>

Booking: <http://www.booking.com/hotel/no/nordre-ekre-gard.no.html>

Tripadvisor: http://no.tripadvisor.com/Hotel_Review-g2214301-d615390-Reviews-s1-Nordre_Ekre_Gardshotell-Nedre_Heidal_Oppland_Eastern_Norway.html

Nordre Ekre gård ligger i nedre Heidal i Sel kommune. Det har vært satset på gårdsturisme på gården siden 1995. Gården fikk i 2004 Olavsrosen for formidling og bærekraftig bruk av norsk kulturarv.

Vi ble tatt imot da vi kom til gården av Marit Ekre som sammen med sin mann, Øyvind Johansen driver Nordre Ekre gård. De er begge utdannet kokker og har lang erfaring innen yrket.

Vi fikk først lov til å gå rundt og se i husene på gården. Bygningene på Nordre Ekre er ikke fredet, men gården inngår i det kulturhistorisk viktige bygningsmiljøet og kulturlandskapet i

Heidal; med en byggemåte, byggeskikk og plassering i landskapet som er typisk for bebyggelsen i dalen fra 1600-tallet og fremover. Alle bygningene rundt tunet er laftede tømmerbygninger fra før 1900, og er registrert i SEFRAK.

I dag er jorda bortleid, turisttilbudet er utvidet med restaurant, og Nordre Ekre gardshotell og restaurant inngår som en av seks gårder i samarbeidsgruppen Gårdshotell i Gudbrandsdalen.

Gårdshotellet har om sommeren 7 enheter med til sammen 9 soverom for utleie. Maks kapasitet i dobbeltrom er 18 personer og maks sengekapasitet er 26 personer. Om vinteren har de åpent 5 enheter med til sammen 6 soverom. Hotellet har åpent for individuelle overnattingsgjester fra mai til september samt enkelte helger. Ellers i året tar de imot grupper. Alle rommene er forskjellige.

De har ansatte som vasker og rydder rommene. Sengetøy og håndklær sendes bort for vask.

Fjøset på gården er bygd om og er nå restaurant med maks kapasitet på 72 gjester. De satser mye på god mat, hjemmelaget mat av gode råvarer "urban gourmetmat med lokale røtter". Hver dag har de en 3- eller 4- retters meny. Større selskaper kan velge fra egen selskapsmeny. I tillegg har de catering.

Restauranten på gården er åpen hele året, men det er kun på sommeren at det er faste åpningstider.

Gården ble utpekt som «Traveler's choice» både i 2013 og 2014 på reisenettstedet TripAdvisor.

I Aurbua ligger gardsbutikken. Her selger de både hjemmelagde og andre lokale og småskala matprodukter. Bl. annet hjemmelagde syltetøy, oljer og eddiker, honning og spekemat. I tillegg har de einebærprodukter fra Harehaugen Kokeri, kopper og kjøkkenredskaper fra Killi tredreiing. Og utvalgte oster og andre lokale matprodukter fra Gudbrandsdalsmat. Butikken har faste åpningstider fra 1.7. til 17.8. ellers har de åpent etter avtale.

Marit og Øyvind overtok gården i 2005. Begge Marits foreldre bor på gården og de er med og hjelper til.

Marit og Øyvind har deltatt på Fram kurs i regi av Innovasjon Norge. Dette har de hatt god nytte av. Å få finansiering til ombygging av fjøset til restaurant og ikke minst og stort flott kjøkken var en ganske lang prosess. Men i ettertid ser de at prosessen gjorde at de valgene som ble tatt og sluttresultatet ble mye bedre.

Etter omvisning og orientering fikk vi servert en nydelig fire retters middag i gårdsrestauranten.





6. Evaluering

| | | | | | |
|---|----|----|----|----|----|
| Hvor forøyd er du med følgende tema?: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Annonseringen av og informasjon om turen før påmelding | 1 | 3 | 6 | 7 | 17 |
| Informasjon sendt ut i forkant av turen (etter påmelding) | | | 3 | 9 | 26 |
| Reiselederne | | | | 1 | 35 |
| Lengden på turen | | | 3 | 8 | 26 |
| Valg av område | | | 1 | 4 | 30 |
| Hotellet | | 4 | 11 | 12 | 10 |
| Maten | 2 | 2 | 4 | 20 | 17 |
| Valg av besøkspunkter | 0 | 0 | 0 | 20 | 17 |
| Programmet | 0 | 0 | 2 | 13 | 14 |
| De enkelte besøkspunktene | | | | 4 | 4 |
| • Rudi gård | | | | 5 | 31 |
| • Valbjør gård | | | 5 | 16 | 15 |
| • Orientering fra Gudbrandsdalsmat | 0 | 1 | 5 | 12 | 18 |
| • Bakeriet i Lom | | | | 10 | 24 |
| • Loar utsalget | | 5 | 5 | 6 | 3 |
| • Nissegården hytter og aktiviteter | 19 | 11 | 2 | 2 | 2 |
| • Nordgard Aukrust urteri/cafe/butikk | | | 2 | 14 | 20 |
| • Storhaugen gård | | | 11 | 16 | 9 |
| • Brimi Sæter AS | | | | 1 | 35 |
| • Glittersjø Fjellgård | | | 2 | 10 | 23 |
| • Foredrag av Kristin Knoerr fra Øien Øvre | 1 | 8 | 10 | 11 | 5 |
| • Nordre Ekre gårdshotell og restaurant | 1 | 1 | 5 | 18 | 11 |
| Totalopplevelsen av turen | | | | 8 | 28 |
| Fikk du inspirasjon til å starte/utvide ny virksomhet? | | | 1 | 17 | 15 |
| Har du fått bedre kompetanse for å ta gode valg for bedriften din? | | | 8 | 17 | 13 |
| Hvor stor nytte har du hatt av turen? | | | 1 | 16 | 18 |
| Tror du at du vil etablere ny virksomhet på gården i løpet av det neste året? | | 4 | 7 | 11 | 11 |

Vedlegg 1





Statens hus

Moloveien 10

tlf: 75 53 15 00 || fax: 75 52 09 77

fmnopost@fylkesmannen.no

www.fmno.no



www.twitter.com/FMNordland || www.facebook.com/FylkesmannenNO