

Reiseliv

TIPS OSS PÅ TELEFON 76 06 78 00 ELLER BRUK EPOST: red@lofotposten.no

Reiselivsprisen i Lofoten

Magic Ice ble kåret til Årets Reiselivsbedrift i 2008. **Lofoten Golf Links** i 2009 og **Lofotr** (bildet) i 2010. Kåringen har skiftet navn til Reiselivsprisen i Lofoten. Syv kandidater er nominert for 2011 og Aalan Gård er første bedrift som blir presentert.



Prisens kriterier

A Samarbeid

Bedriften/arrangøren/enkeltperson kan gjennom samarbeid med en eller flere andre bedrifter i Lofoten vise til betydelig økning i salg av sitt produkt / sine produkter.

B Innovasjon

Bedriften har gjennom nyskaping og innovasjon utviklet sitt produkt slik at det har styrket Lofoten som reisemål.

C Bærekraft

Bedriften har gjort seg særskilt bemerket i vektlegging av samfunnsmessig, økonomisk og miljømessig bærekraft.

D Synlighet

Bedriften har gjort seg særskilt bemerket og fått betydelig oppmerksomhet utenfor Lofotens grenser.



Utvidet begrep

Juryen består av; **Geir Bringsli**, Sparebank1 Nord-Norge (foto), **Jan Eivind Fredly**, Lofotposten, **Erik Joachimsen**, NHO Reiseliv, **Elisabeth Holsether**, Destination Lofoten.

Juryen har utvidet begrepet fra «Årets reiselivsbedrift» til «Reiselivsprisen i Lofoten».

Juryen ønsker med det å åpne for at arrangementsarrangører og enkeltpersoner også kan nomineres i tillegg til bedrifter.

Juryens har gjennomgått innkomne forslag i tillegg til de forslag juryen selv har foreslått i forhold til kriteriene under;

Presentasjon

De syv finalistene som juryen har plukket ut blant innsendte kandidater blir presentert fortløpende i Lofotposten.

I dag er det Aalan Gård, deretter følger de øvrige.

Lørdag blir de to siste kandidatene presentert og da starter nettavstemningen på www.lofotposten.no



VM i skreifiske er en av syv kandidater nominert av juryen til Reiselivsprisen i Lofoten.

Juryen har nominert syv kandidater Reiselivsprisen

Her er juryen begrunnelse for nominasjon av finalistene til Reiselivsprisen i Lofoten.

Gullik Maas Pedersen

gmp@lofotposten.no

Kandidat A

Aalan Gård

Bedriften utmerker seg særlig på synlighet og samarbeid. De er en synlig aktør på lokalprodusert, økologisk mat, og produktene profileres også gjennom andre reiselivsbedrifter.

De er ofte representert der reiselivet lokalt markedsfører seg, og har gjort sitt til at Lofoten som reisemål og spiskammers blir presentert i innland og utland i tv-ruta og reiselivsmagasiner. De er vinner av Serviceprisen på Lofoten vare og Håndverksmesse 2011, og fikk Gull på Landsutstillingen for Gardsost for «Lofotosten med tyttebær» i 2011. <http://aalan.no/>

Kandidat B

Thon Hotel Lofoten

Bedriften utmerker seg for innovasjon innen matopplevelser og samarbeid med andre overnattings- og opplevelsesbedrifter. Hotellet framstår med kvaliteter få i landsdelen kan måle seg med. Etter at hotellet ble åpnet økte overnattingsstatistik-

ken i Nordland med flere tusen gjestedøgn. Ved siden av at de er store, har de evnet å skape et utstrakt samarbeid med den øvrige næringen, i særdeleshet med overnattingsbedriftene, men også gjennom at de baserer det meste av varekjøpet av lokale råvarer.

I lavsesongen har i første rekke julebordsshowene på Thon vært drivkraften for at Svolvær er fått posisjonen som julebordsbyen i nord, og som også er oppdaget både i Sverige og sørpå.

www.thonhotels.no/hoteller/land/norge/svolvar/thon-hotel-lofoten/

Kandidat C

Unstad Camping

Bedriften kvalifiserer seg merkbart på synlighet i egen nisje. De er ofte representert i store magasiner over store deler av verden, og fremmer dermed Lofoten som reisemål. For eksempel har National Geographic kåret surfing på Unstad som en av de mest «x-treme» vinteropplevelser i verden. <http://unstadcamping.com/unstad/Unstadcamping.html>

Kandidat D

Henningsvær Bryggehotell

Bedriften kvalifiserer seg særlig på samarbeid. De har jobbet målrettet over mange år med lokalmat, og festivaler, og har vunnet priser for kokkene sine. De er aktive bidragsyttere i

forhold til stedsutvikling, som for eksempel med deltakelse med fokus på vinterturisme gjennom Førjulseventyret i Henningsvær. Har de siste årene også utvidet kapasiteten ved å overta flere overnattingsanlegg i Henningsvær. Er tilbyder av totalpakker som opplevelser/aktiviteter under hoteloppholdet.

De prydet forsiden til Dagens Næringsliv sitt bilag over de beste kurs- og konferansehotellene i Norge i 2011.

<http://www.henningsvaer.no/>

Kandidat E

XXLofoten, Svolvær

Bedriften har vist stor grad av innovasjon gjennom produktutvikling. Bedriften samarbeider tett med andre aktører i prosjekter og bedriftsnettverk, og de er også kjent for å dele sin kompetanse med andre. De har utvist et sterkt engasjement for vinterturisme, og vært en av bidragsytterne til Førjulseventyret i Henningsvær. De fokuserer på kurs- og konferansemarkedet i Norge primært, og viser seg å være dyktige leverandører til de bedriftene som kjøper aktiviteter og opplevelser gjennom dem. <http://www.xxlofoten.no/>

Kandidat F

VM i Skreifiske

Arrangøren kvalifiserer særlig når det gjelder synlighet og samarbeid. De har gjennom mange år bidratt til

at Svolvær «koker» i slutten på mars. De har satt fokus på Lofoten som opplevelsesdestinasjon, og bidratt til betydelig oppmerksomhet i vinter-sesong. Gjennom sitt engasjement og pågangsmot med dugnadstimer utenfor målbare grenser, så kan de nå konstatere at arrangementet ikke bare har fått et solid fotfeste, men også en størrelse som ingen hadde forutsett. De bidrar betydelig både for reiseliv og handelsstanden for øvrig. www.vmskreifiske.info

Kandidat C

Smeden på Sund

Enkeltpersonen og bedriften, eller bedriften og enkeltpersonen? Tor Vegard Mørkved med smia er nærmest som en institusjon å regne. Han kvalifiserer særlig innen bærekraft og samarbeid. I de senere år har bedriften utviklet museumsområde og uteområdet for tilpassing til økende trafikk. Tor Vegard Mørkved med smia på Sund er et naturlig programinnslag for cruisetrafikken og øvrige besøkende, både lokalt og tilreisende gjennom hele sesongen. Hans produkter er spredt over hele verden. Han samarbeider godt med det øvrige reiseliv i Lofoten og bidrar til mang en artikkel i reiselivsmagasiner verden over. www.smedenisund.no

Avstemning på nett og blant medlemsbedriftene

Årets Reiselivsbedrift har endret navn til Reiselivsprisen i Lofoten. Kåringen skjer gjennom to avstemninger. Nettavstemning på lofotposten.no som er åpen for alle. Samt innsendte stemmer fra medlemsbedriftene i Destination Lofoten. Hver bedrift har 10 stemmer. Disse kan gis samlet til en

finalist eller fordeles på flere. Stemmene avgitt på nett vektet med to tredeler, mens stemmene fra medlemsbedriftene vektet med en tre del. Avstemningen starter lørdag 14. januar og avsluttes mandag 23. januar. Det har blitt avgitt mellom 12.500 og 15.000 nettstemmer de tre årene kår-

ringene har pågått. Vinneren kåres etter at stemmer fra nett og stemmene fra medlemsbedriftene er lagt til grunn. Vinneren blir premiert med plakett fra Destination Lofoten. Gratis helsides annonse i Lofotposten og 10.000 kr fra Sparebank1 Nord-Norge.



Rorbuen er like sjermerende om vinteren som på sommeren.



Tove og Knut Åland med barnebarnet Hjertine (4 md.) presenterer noe av vareutvalgte bestående av geit- og kuost, gomme, krydder, gele, te, urter og urteolje fra Lofoten.

Liten lokal gigant

Aalan Gård en liten familiebedrift som vokser seg stor på nettverksbygging.

Gullik Maas Pedersen
gullik.pedersen@lofotposten.no

Den økologiske matprodusenten fra Lauvdalen på Vestvågøy er den første av syv finalister og Kandidat A, Lofotposten presenterer foran årets avstemning til Reiselivsprisen i Lofoten.

– Det var veldig overraskende. Jeg hadde ikke tenkt den tanken i det hele tatt. Det er jo artig at en liten bedrift som vår, selv om vi har vært med en stund blir nominert, sier Tove Åland, også mannen Knut er like overrasket.

– Selv om folk flest ikke anser oss som et reiselivsprodukt, så er

reiselivet en av føttene vi har stå på. I tillegg til at vi selger våre produkter direkte til turistene, blir vi også brukt som en opplevelse basert på presentasjon av lokal mat. I løpet av året har vi mange bussgrupper på besøk, sier Knut.

Det er noe de begge setter pris på, og de besøkende likeså.

– Vi får veldig mange morsomme og gode tilbakemeldinger fra våre gjester. I sommer hadde vi en fransk gruppe, hvor noen av dem kunne så pass engelsk at vi forsto hva de sa. De satte ekstra pris på å besøke noe autentisk. Et sted folk bor og produserer lokal mat. Og de påsto også at bespisningen skjedde i de flotteste omgivelsene de til nå hadde besøkt, etter 14 dagers reise. Det var gledelig og styrket vår tro på at vi driver med noe flere setter pris på, sier Tove.

Aalan Gård deltar i en rekke nettverk i Lofoten både innen jordbruk

og reiseliv. Flere av nettverkene går på tvers av næringsområder og geografisk beliggenhet. Bedriftens synlighet er også sterkt til stede gjennom leveranse av de økologiske produktene til 11 restauranter og hotell i Lofoten og Vesterålen, ved siden av en rekke mat og spesialbutikker i Lofoten.

I 2011 utmerket Aalan Gård seg med en rekke priser. De fikk gull og sølv på Landsutstillingen for Gardsost med Lofotosten med henholdsvis tyttebær og med rabarbra. De har vært svært synlig på en rekke messer og festivaler både innenlands og utenlands, med blant annet to deltakelser på Grüne Woche i Berlin. Og i 2007 ble de tildelt Næringsprisen i Vestvågøy.

– Det er 22 år siden vi startet å markedsføre våre produkter som økologiske fra Lofoten. Den gang var ikke merkenavnet Lofoten så sterkt som nå, sier Tove Åland.



Aalan Gård har deltatt to ganger på Grüne Woche her med datter Heidi Åland sammen med Terje Bøe fra Lofotr