



Destinasjonsutvikling Innherred

Oppdag skjulte skatter

- Årsrapport 2024

Visit Innherred AS / Explorative AS

Visit Innherred AS – Explorative AS

Explorative AS

Best på bærekraftige opplevelser

Visit Innherred AS

DESTINASJON INNHERRED
OPPDAG – SKJULTE SKATTER

Overordna mål

Innherred skal bli Norges mest interessante reiselivsdestinasjon på mat og historieformidling.

Visit Innherred skal være en samlende aktør for små og store reiselivsaktører på Innherred. Det skal jobbes målrettet mot å gå bort fra den tradisjonelle oppfatningen av å være kun en gjennomfartsregion til å bli et konkret reisemål. Det skal kontinuerlig jobbes for å øke våre markedsandeler.



Samarbeidspartnere

Visit Oppdal

Visit Røros og
Østerdalen

Visit Trondheim

Visit Namdalen

Visit Fosen

Visit Hitra og Frøya

Innovasjon Norge

- Trøndelag Reiseliv
- Oi Trøndersk Mat og drikke
- Regionalt pilegrimssenter
Stiklestad
- Sintef

INNHERRED

- Proneo
- Tindved Kulturhage
- NordUniversitet

LEVANGER

Aktiviteter

- Presse/influensere
- Visiningsturer
 - for turoperatører
- Prosjekter
- Kompetanseheving
- Produktutvikling
- Produkt – pris – marked
- Kampanjer digitalt
- Messedeltakelse

Messedeltakelse / Works shop

Nettsidene

– bygge felles synlighet
Jobbe med nye versjoner av artikler,
tilpasse synlighet. Skaffe bilder fra
andre eller midler til å ta bilder selv.

Facebook sider

- visitinnherred – oppdag skjulte skatter
- kommunevise
- Instagramkonto



ANSVARET VÅRT

- Leverandør skal ha det overordnede ansvaret for vertskapsrollen for regionen.
- Være kobling til - og samarbeide med andre destinasjonsselskap for opplevelsesutvikling
- Bidra til utvikling av pakker med markedsføring og distribusjon til markedet
- Utvikling og operasjonalisering av årlige markedsplaner
- Markedsføring av reiselivsregionen
- Salg av regionen som destinasjon
- Være regionens ansikt utad



Trøndersk Matfestival 2024



Norwegian Travel Workshop
2024





Overnatting

Ankomne

Oppholdstid

Innkvarteringstype

Formål

Nøkkelindikator

Tallene fra januar 2024 -
desember 2024

RESET



Periode

2024

Reiselivsregion

Innherred

Innkvarteringstype

Alle

Landsdel

Alle

Vis månedlig endring over tid

Andel overnattinger per innkvarteringstype etter region

● Hotell og lignende overnattingsbedrifter ● Campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem

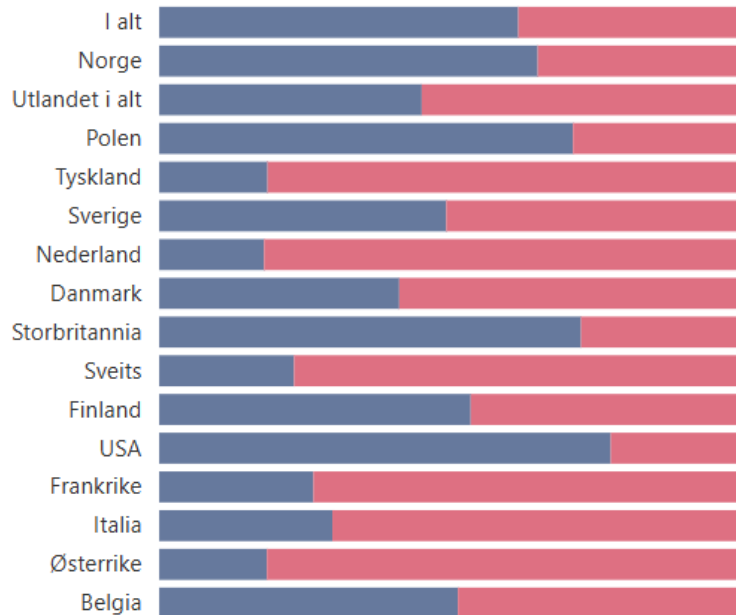
Innherred



Andel overnattinger per innkvarteringstype etter nasjonalitet

Se alle

● Hotell og lignende overnattingsbedrifter ● Campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem



Antall og andel av overnattinger etter region

Region	Overnattinger	%-andel
Innherred	225 145	100%

Sammenligne periode

Alle

	Overnattinger	Antall	Sammenligne periode	%-endring	%-andel
I alt		225 145	221 016	2 %	100 %
Norge		187 462	185 608	1 %	83 %
Utlandet i alt		37 683	35 408	6 %	17 %
Polen		9 286	8 227	13 %	25 %
Tyskland		8 269	8 019	3 %	22 %
Sverige		5 764	5 630	2 %	15 %
Nederland		3 158	2 997	5 %	8 %
Danmark		1 638	1 762	-7 %	4 %
Storbritannia		1 478	827	79 %	4 %
Frankrike		1 478	1 478	0 %	4 %

Data merket som konfidensiell i noen Reiselivsregioner vises ikke i denne tabellen

NORGE

Overnatting

Ankomne

Oppholdstid

Innkvarteringstype

Formål

Nøkkelindikator

Tallene fra januar 2024 - desember 2024

RESET

Periode

2024

Reiselivsregion

Flere valg

Innkvarteringstype

Alle

Landsdel

Trøndelag

Vis månedlig endring over tid

Andel overnattinger per innkvarteringstype etter region

● Hotell og lignende overnattingsbedrifter ● Campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem

Trondheim	
Innherred	
Namdalen	
Oppdal	
Fosenregion	

Antall og andel av overnattinger etter region

Region	Overnattinger	%-andel
Trondheim	1 644 248	59%
Innherred	225 145	8%
Namdalen	205 955	7%
Oppdal	165 293	6%
Fosenregion	119 621	4%
Hitra/Frøya	110 088	4%
Værnesregion	107 577	4%

Andel overnattinger per innkvarteringstype etter nasjonalitet

● Hotell og lignende overnattingsbedrifter ● Campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem

Se alle

I alt	
Norge	
Utlandet i alt	
Tyskland	
Sverige	
USA	
Nederland	
Polen	
Tsjekkia	
Danmark	
Belgia	
Storbritannia	
Frankrike	
Sveits	
Finland	
Italia	

Sammenligne periode

Alle

+ Overnattinger	Antall	Sammenligne periode	%-endring	%-andel
I alt	2 771 805	2 782 106	-0 %	100 %
Norge	2 205 702	2 245 464	-2 %	80 %
Utlandet i alt	566 103	536 642	5 %	20 %
Tyskland	175 471	172 194	2 %	31 %
Sverige	76 916	68 136	13 %	14 %
USA	51 979	47 915	8 %	9 %
Nederland	48 226	36 329	33 %	9 %
Polen	27 489	26 040	6 %	5 %
Tsjekkia	27 075	24 015	13 %	5 %
Danmark	26 417	25 462	35 %	5 %

Data merket som konfidensiell i noen Reiselivsregioner vises ikke i denne tabellen

Kjennetegn på utenlandske sommerturister

Utenlandske
sommerturister



I gjennomsnitt reiser utenlandske feriereisende ca. 5 personer sammen, og en fjerdedel reiser med barn.



De aller fleste er **svært godt fornøyd** med ferien i Norge, og anbefaler mer enn gjerne Norge som reisemål.



Mer enn en tredjedel av de utenlandske feriereisende **undersøkte bærekraft** når de planla ferien i Norge. Disse er også mer opptatt av å ta hensyn til natur og klima på reisen.



Halvparten **kommer til Norge i bil**, og det store flertallet bruker bil på reisen i Norge.



Utenlandske feriereisende er interessert i mange ulike friluftaktiviteter, **de fleste vil gå på fotturer og oppsøke naturopplevelser.**



2 av 3 er interessert i å **oppleve kultur, kunst og historie** og/eller stedenes kultur, mat og livsstil.



Halvparten er i Norge for første gang, og 15 prosent er her en gang i året eller mer.



Topp motivasjon for å oppleve norsk natur og kultur er **stillehet og ro (66%)**, å oppleve **spektakulær natur og naturfenomener (62%)**, være fysisk aktiv og bruke kroppen (51%) og å bli kjent med stedene de besøker (50%).



Innovasjon

Kjennetegn på norske sommerturister

Norske
sommerturister



I gjennomsnitt reiser norske feriereisende ca. 3 personer sammen, og nesten 4 ut av 10 reiser med barn.



De er opptatt av å oppleve kvalitetstid sammen med andre.



De er **veldig godt fornøyd** med ferien, og **anbefaler gjerne Norge** som reisemål.



En fjerdedel overnatter minst en natt hos familie, venner eller bekjente.



De fleste vil ha med seg **naturopplevelser, fotturer eller strand, sol og badeliv.**



Nesten halvparten er interessert i å **oppleve kultur, kunst og historie eller kultur, mat og livsstil.**



Levangerfokus i 2024

- Koordineringsgruppen for Trehusbyen Levanger
 - Marsimartnan og Kulturnatt i Levanger 2024
- Byutviklingsverkstedet for Trehusbyen Levanger
- Kulturminnemiljø som ressurs for attraktiv og bærekraftig stedsutvikling
 - fulgt møtene og samarbeider med byantikvar Tove Nordgaard for Levanger om en vertskapskveld før sommeren 2025. Deltok sammen på Riksantikvaren sin årlige konferanse i Haugesund oktober 2024 for å framsnakke vårt arbeid.
- Innherred mat og reiseliv mot 2030
 - Samarbeider med næringssjef Håkon Okkenhaug om innhold i arbeidspakke 4 – destinasjonsutvikling. Prosjektet har varighet 3 år og hadde oppstart september 2024.

Konkrete tiltak er:

- koordinering for deltakelse på Trøndersk Matfestival
 - gjennomføring av kurset SMAK63 i regi Kompetansenavet for lokalmat på Mære
 - opprette samarbeid eller bidra til videreutvikling av nye bookbare matopplevelser
 - utvikle matkonsepter for store arrangement
 - koordinere felles årshjul som synliggjør satsninger gjennom hele året
- Eventyrlig seilas – gjennomført i august



Levangerfokus i 2024

Interreg-prosjekter

- Værdier langs vegen - Sammen med Levanger kommune og Verdal kommune jobber vi med hvilke kulturarv ressurser kan vi løfte og jobbe med sammen for å tydeliggjøre felles historie og utvikle nye opplevelser.
- SAMSPEL63
I dette interregprosjektet er Visit Innherred med som partner på norsk side samme med Tindved Kulturhage. Stiftingen Hilmar Alexandersen er prosjekteier.

Produktutvikling

- Den Fagre Fjordvei inviterte flere med i nettverket
- Ytterøy som reisemål
- Pilegrimsleden
- Workation og bærekraftige transportløsninger
- TALE nettverket
Stiftinga Hilmar Alexandersen er prosjekteier
Historiefortelling i reiselivsnæringen

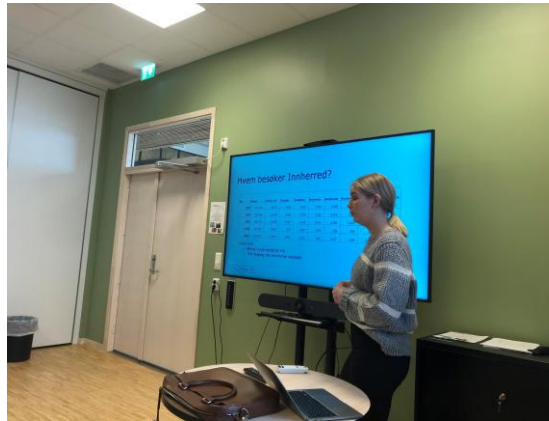


Vertskap i konstant utvikling

- Visit Innherred skal etablere lokale og regionale nettverk som jobber med godt vertskap.
- Vi velger å dele dette inn i tre hoveddeler:
 - digitalt vertskap
 - møte med menneskene
 - trykt markedsmateriell - [INNHERRED GUIDE 2022, 2023, 2024](#)



Ytterøy 2024 omstillingsprosjekt

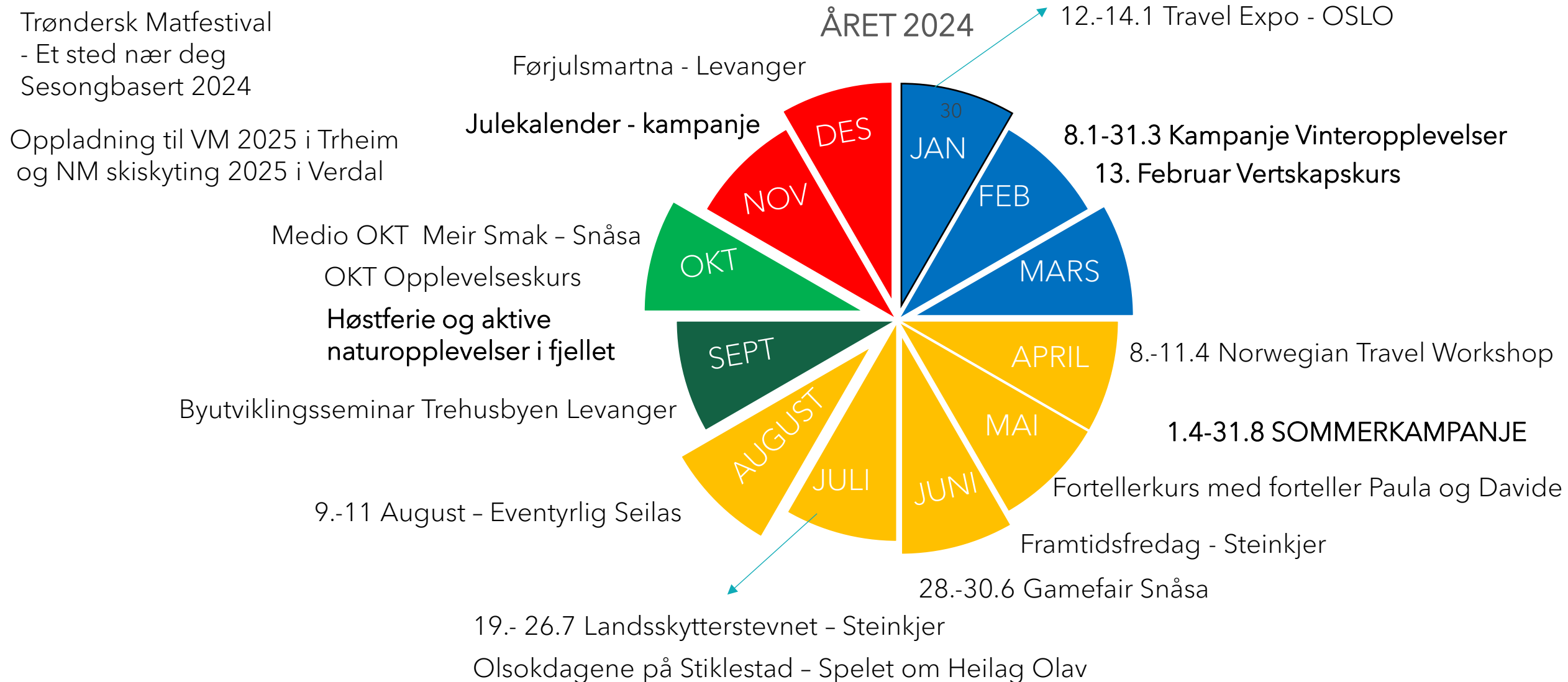


Felles digital portal med Trøndelag Reiseliv (big data)



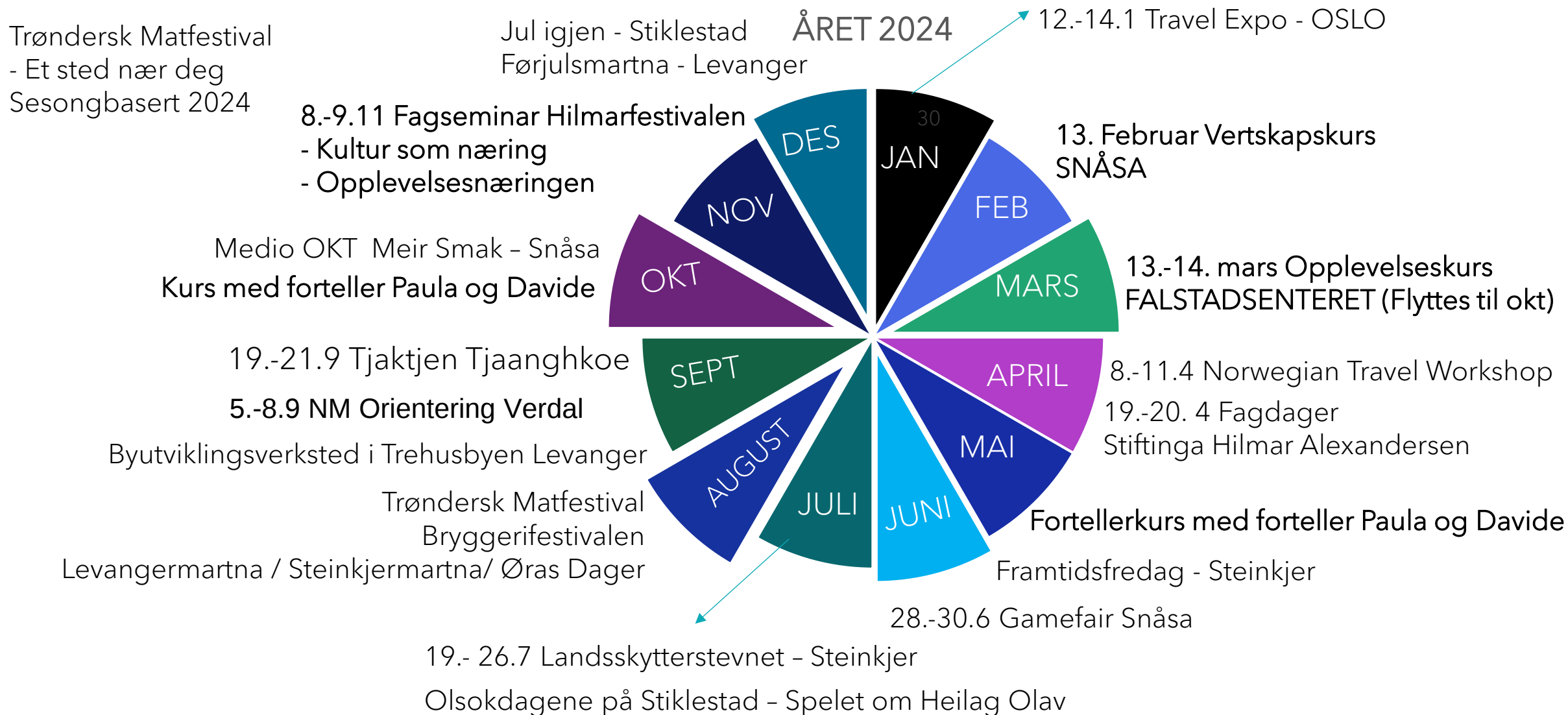
ÅRSHJUL AKTIV FERIE

AKTIVITETER – kurs, møteplasser, markedsføring og salg



ÅRSHJUL HISTORISK SUS ++

AKTIVITETER – kurs, møteplasser, markedsføring og salg



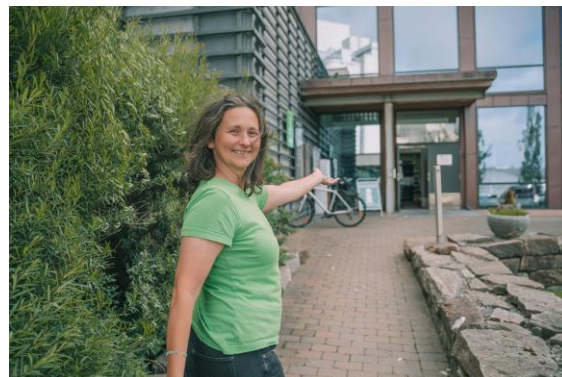
Takk for meg

Anne Haga
daglig leder

Explorative AS – Visit Innherred AS

anne@visitinnherred.com

mobil: 995 73 854



VISIT INNERRED
WWW.VISITINNERRED.COM

