



Destinasjonsutvikling Innherred

- Oppdag skjulte skatter
- Levanger formannskap - næringsseminar

Visit Innherred AS / Explorative AS

Visit Innherred AS – Explorative AS

Explorative AS

Best på bærekraftige opplevelser

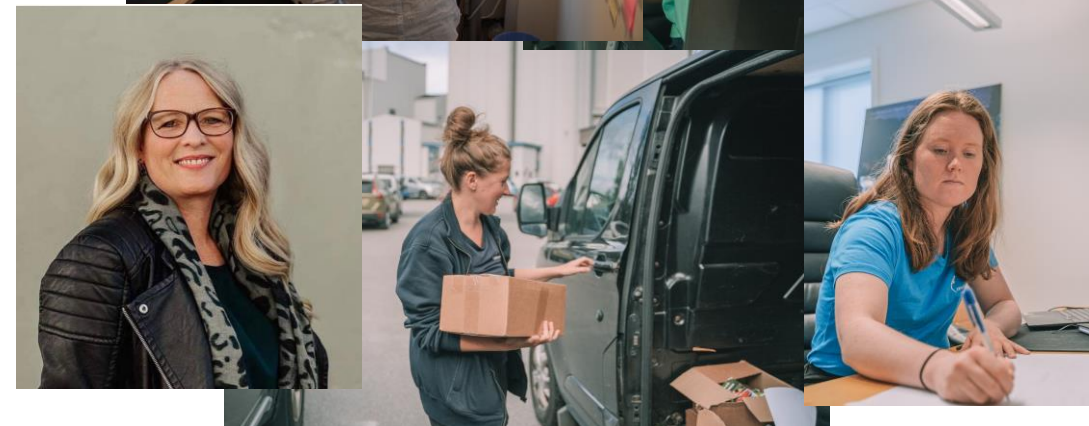
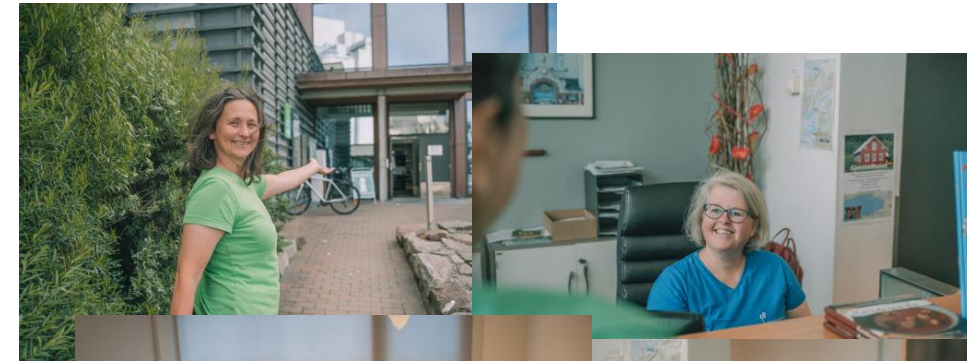
Visit Innherred AS

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.



Krav til leverandør

- 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 2023



Norwegian Travel Workshop
2023



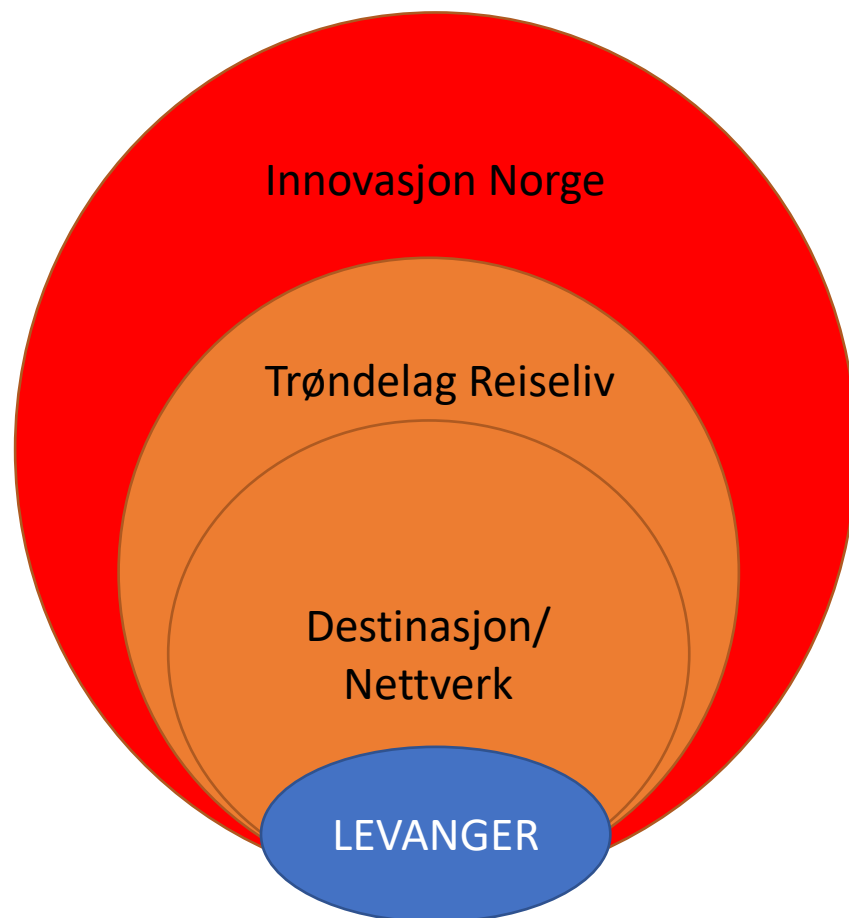
Samarbeid i Trøndelag

Visit Oppdal

Visit Røros og
Østerdalen

Visit Trondheim

Visit Namdalen



Aktiviteter

- Presse
- 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



Nettverk, møteplasser og strategisk markedssamarbeid

NOU 2023:10 - Leve og oppleve
- Reisemål for en bærekraftig fremtid

Senario prosjekt Trøndelag
Fylkeskommune

- Strategisk kompass for Trøndelag
- Felles markedsstrategier og jobbing mot ulike målgruppe

Bygge Trøndelag som lokalmat og drikke region NR 1 i Norge

- rekrutering til kokkeyrket
- arrangere Trøndersk Matfestival / Bryggerifestivalen
- arrangerte siden pandemien Trøndersk Matfestival – et sted nær deg



Petra Sestak – Fagråd Trøndelag Reiseliv

Innovasjon Norge
[Visitnorway.com](https://www.visitnorway.com)

Nasjonalt Pilegrimssenter

Trøndelag Reiseliv
trondelag.com

Oi Trøndersk Mat og Drikke
matriketmidt.no



Langsiktighet i samarbeid

- Samarbeidet skal bygge på Nasjonal Reiselivsstrategi fra 2021 og Kunnskapsgrunnlag og scenarioprojekt for Trøndelag som opplevelsesdestinasjon mot 2030.

Med menneskene som drivkraft skal vi utvikle opplevelser innenfor de 3 scenariene:

- Gjestebud
- Underverk
- Naturglede

Kontaktpunkt:

Næringsavdelingene har kobling til og samarbeid med destinasjonsselskapet for hvordan vi tilrettelegger videre opplevelsesutvikling og tilbud/ pakker med markedsføring og distribusjon til markedet for besøkende.



Møte med ny reiselivsdirektør i Innovasjon Norge sammen med destinasjonsselskaper og Trøndelag reiseliv i Trondheim sept 2022.



Samling sommersesong sammen med Trøndelag reiseliv i mai 2022 .

Lokale – regionale samarbeid

Innherred Regionråd

Regionalt pilegrim-
senter Stiklestad

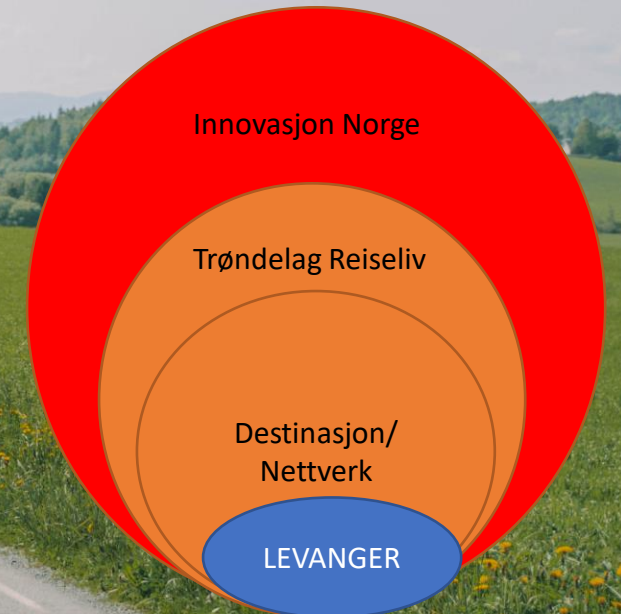
Den Gyldne Omvei

Smaken av Snåsa
Opplev Markabygda
Ytterøy

Tindved
Næringsforum/foreninger
Proneo
Mære Landbruksskole

Aktiviteter

- Prosjekter
- Kompetanseheving
- Digitale meet-up 4-6 pr år
- Destinasjonsutviklingsdager
- Kampanjer
- Innholdsproduksjon
- Facebook, instagram, tik-tok



Formålet med destinasjonsutvikling

- Økt reiselivsrelatert verdiskaping, sysselsetting og bosetting i Innherred
- Økt attraktivitet for Innherred som helårs reisemål overfor prioriterte kundegrupper
- Økt opplevelseskvalitet for prioriterte kundegrupper
- Økt kompetanse i reiselivet (spesielt med fokus på re-start etter pandemien)
- Leverandøren skal levere:
 - felles vertskapsfunksjoner
 - felles markedsføring
 - drive salg av regionen

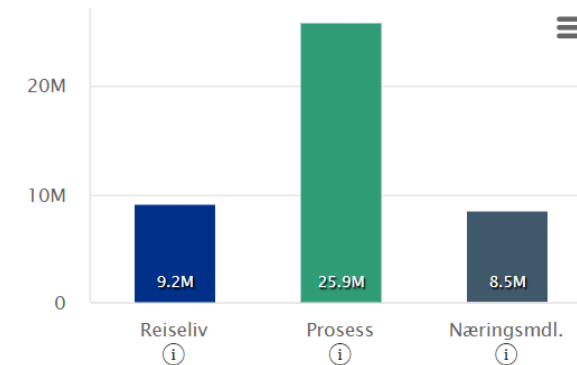
88 bedrifter
i Levanger
kontaktes
årlig

I snitt ca. 15-20
som deltar pr år
i ulike
sammenhenger

LEVANGER

Antall sysselsatte i reiseliv: 377

Kommunale inntekter fra personskatt fra syssel-
satte innen:



Viktig om tallene

Levanger kommune har netto innpendling av reiselivsansatte. Som en følge av utpendlingen er skatteinntektene til Levanger kommune 53,3%. Totalt 14,1 millioner kroner.



Arctic Village Trondheim



Destinasjonsutvikling – november 22



Vertskap i konstant utvikling

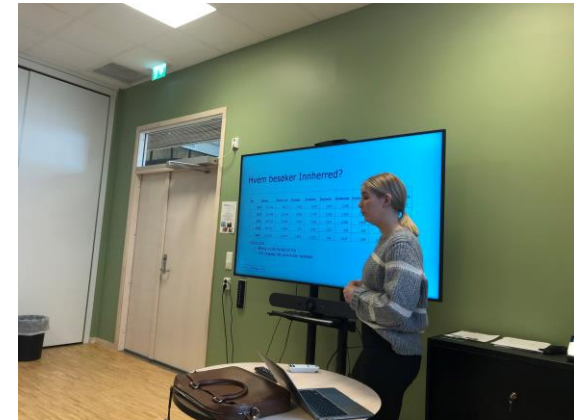
- Visit Innherred skal etablere lokale og regionale nettverk som jobber med godt vertskap.
- Vi velger å dele dette inn i tre hoveddeler:
 - digitalt vertskap
 - møte med menneskene
 - trykt markedsmateriell - [INNHERRED GUIDE 2022, 2023,2024](#)



Ytterøy 2024 omstillingsprosjekt



Bli kjent tur i Steinkjer + Spise sammen



Felles digital portal med Trøndelag Reiseliv (big data)



Eksempler: Visit Innherred - Visitnorway



AKTIV LANGHELG I LEVANGER

Velger du å legge en langhelg i Levanger, kan du oppleve mye på kort tid, med hvilepuls i behold! Opplev Ytterøy med El-sykkel, fjelltopper og Trehusbyen - Se våre tins under!

← Opplev Levanger [Bytt profil](#)



OPPLE
LEVANGER

Opplev Levanger

1,5 k liker · 1,5 k følgere



Levanger sentrum kom på plass så tidlig som på 1500-tallet da Jämtene fra Sverige trakk hit for å bytte varer med Trønderne. Man kan si at hovedtrekkene i Levangers historie forteller om utstrakt handelsvirksomhet.

Promoter

5



The Great Outdoors

Fishing i Levanger

THE LEVANGERELVA RIVER: The Levangerelva river landowners' association manages resources...



Attraction & Culture

The City Museum in Levanger

Experience Levanger's history, historic buildings and places. Several historic buildings,...



Tours & Sightseeing

Hiking suggestion: Hårskallen mountain top in Levanger

Is this Innherreds best view? Hårskallen mountain top is Levangers highest point with a...



Attraction & Culture

Street art in Levanger

I Levanger har det vært tre store bybranner, i 1846, 1877 og 1897. Høsten 2020 kom...

Top attractions in Innherred

Blåfjella - Skjækerfjella Låarte-Skæhkere National Park

Bølareinen Nature Park

Egge museum

Falstadsenteret - museum and war memorial

Hiking route: the geographical midpoint of Norway

Levanger Photo Museum

Lykkeland - Indoor play area in Steinkjer

Nils Aas's Art Workshop



Steinkjer

Package: Cycling from Steinkjer to Stiklestad



Inderøy

Borgenfjorden round trip by bike



Levanger

The Island Ytterøy by bike



VISIT INNHERRED
WWW.VISITINNHERRED.COM



Julekalender 2023 – Hvor er Nissene på tur?



Basis i satsinger for hver kommune og fellesskapet

DEL A)

1. Mat og reiseliv

Gjennomføring av ERG i 2022 og videre markedsbearbeidelse med tydeligere og flere koblinger mellom mat og opplevelser vil bidra til å styrke Innherred sin posisjon i Trøndelag, Norge og internasjonalt.

2. Aktiv Ferie

Her skal det jobbes med tilgjengelighet, infrastruktur og tilbud før vi er en helhetlig destinasjon.

Flere overnattingsbedrifter føler de mangler tilbud for å kunne selge inn - en natt til.

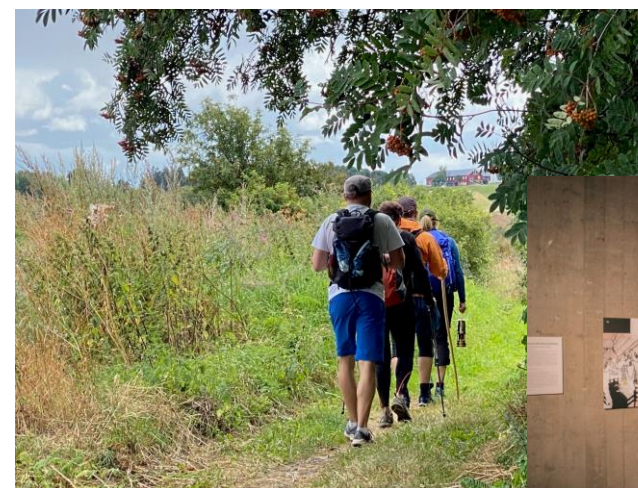
Vi trenger utvikle flere kommersielle tilbud for å bygge skuldresesonger og tilbud mot kurs og konferansesegmentet.

Vårt arbeid i tjenestepakken er å skape samarbeid for felles utviklingsprosjekter.

Vi mener samarbeidet er tjent med å avklare etablering av et eget Friluftsråd for å kvalitetssikre eksisterende rutetilbud hele året. Vi vil bistå i en slik prosess gjennom tjenestepakken for destinasjonsutvikling.

3. Historisk sus over Innherred

I denne satsingen legger vi både arbeid med forberedelse av markedstilpassede tilbud med tanke på 1000 års markeringen i 2030, samt deltakelse i møter for utvikling av Bergkunstreisen og tilgjengeliggjøring av flere kulturminnemiljø. Pilegrimsledene og sør-Samsik kultur på Innherred skal også kunne knyttes til denne satsingen.



Basis i satsinger for hver kommune og fellesskapet

4. Bærekraft og ansvarlig markedsføring.

Innherrred kan bli et utstillingsvindu fra Trøndersk reiseliv når det gjelder hvordan lokalbefolkningen involveres i reiselivsutviklingen. Vi skal jobbe for å synliggjøre de relevante resultatene fra Innherrredsby-prosjektet, kartleggingsarbeid og attraktivitetsprosjektet i Steinkjer, bærekraftarbeidet i Inderøy og By-lab aktivitetene med markedsorienterte utviklingsløp ovenfor overnatting, servering og aktivitetstilbydere i regionen. Gjennom synliggjøringen skal vi ha fokus på muligheten dette gir næringen for bærekraftig utvikling.

Gjennom skreddersydd satsinger i hver kommune skal vi bidra til å bygge et sterkt lag i løpet av de neste tre årene.

5. Arrangementsturisme

Videreutvikle SteinkjerVert og InderøyVert.

Avklare tilsvarende løsning i alle kommuner avstemt mht ønsker og ambisjoner.

I denne satsingen ligger det muligheter for alle festivaler og kulturarrangementer.

Gjennomføring av de ulike satsingene i hver enkelt kommune må skreddersys og tilpasses på bakgrunn forventningsavklaringer og rolledeling. Vi ønsker at prosessene har fokus på nettverksbygging og ønsket om grad av samarbeid. For alle de 5 satsingene vil graden av suksess og måloppnåelse kunne synliggjøres deretter i tiltak og ev nye utviklingsløp som finansieres opp av eksterne midler.



ÅRSHJUL AKTIV FERIE

AKTIVITETER – kurs, møteplasser, markedsføring og salg

Trøndersk Matfestival
- Et sted nær deg
Sesongbasert 2024

Oppladning til VM 2025 i Trheim
og NM skiskyting 2025 i Verdal

Medio OKT Meir Smak – Snåsa
OKT Opplevelseskurs
**Høstferie og aktive
naturopplevelser i fjellet**

Byutviklingsseminar Trehusbyen Levanger

9.-11 August – Eventyrlig Seilas

19.- 26.7 Landsskytterstevnet – Steinkjer

Olsokdagene på Stiklestad – Spelet om Heilag Olav

Førjulsmartna - Levanger

Julekalender - kampanje

ÅRET 2024

12.-14.1 Travel Expo - OSLO

8.1-31.3 Kampanje Vinteropplevelser

13. Februar Vertskapskurs

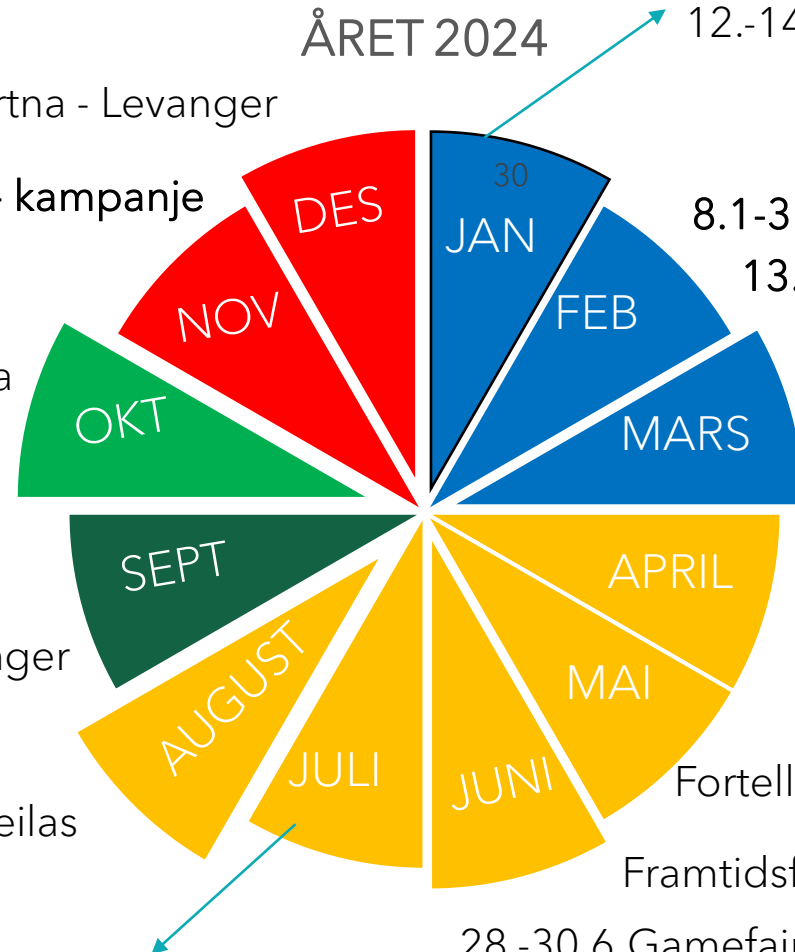
8.-11.4 Norwegian Travel Workshop

1.4-31.8 SOMMERKAMPANJE

Fortellerkurs med forteller Paula og Davide

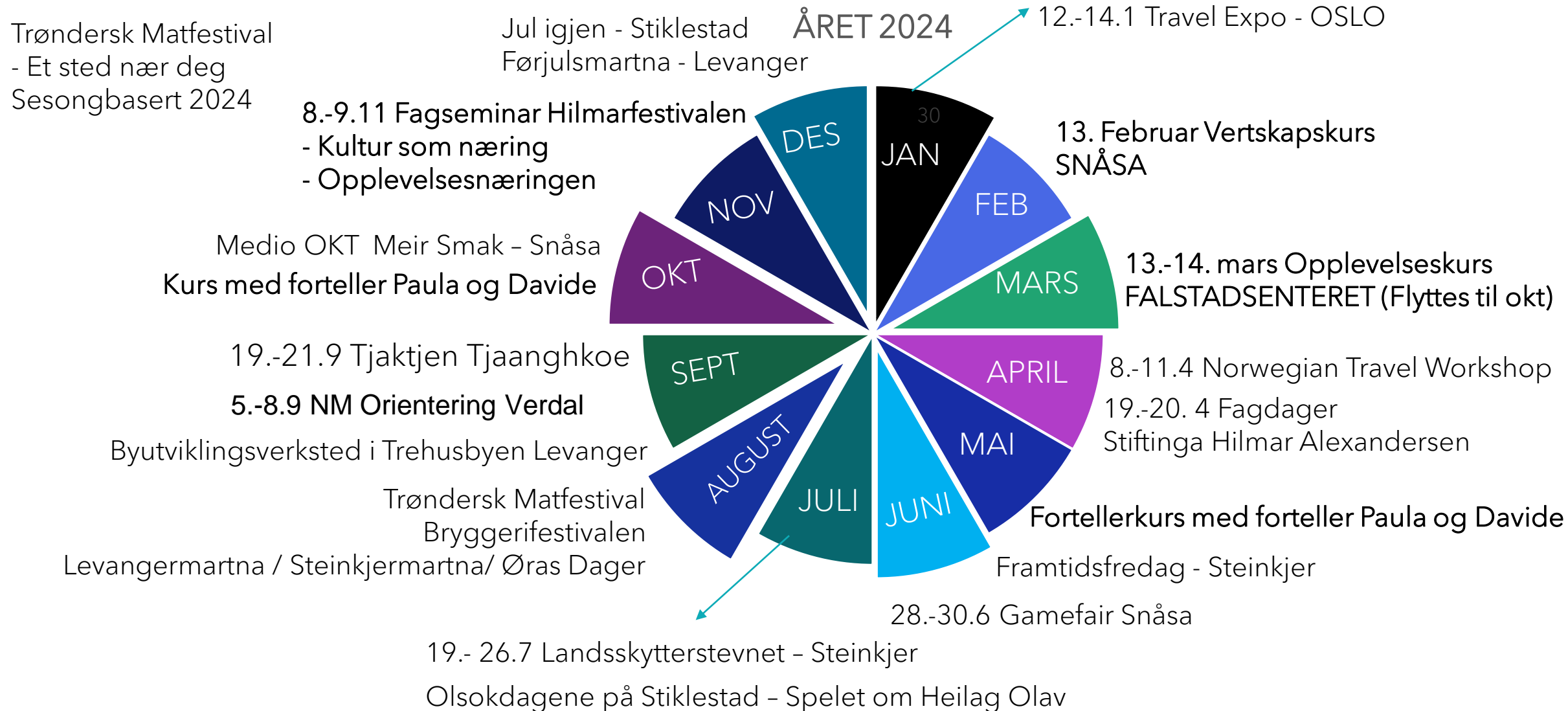
Framtidsfredag - Steinkjer

28.-30.6 Gamefair Snåsa



ÅRSHJUL HISTORISK SUS ++

AKTIVITETER – kurs, møteplasser, markedsføring og salg



Basis i satsinger for hver kommune og fellesskapet

DEL B)

Det som vil være en felles tjenestepakke som er krevende å splitte opp mellom enkeltkommunene og definere enkeltvis velger vi å sette opp slik her:

Vertskap

- Drift av turistkontor med tilgjengelighet hele året.
- Drift av informasjonsportalen www.visitinnherred.com - herunder arrangementskalender
- Drift av kommunevise facebooksider som trafikkdrivere inn til fellesportalen + en facebookside hvor budskapet varierer fra destinasjon til enkeltbedrifter.

- Etablere digitalt fellesskap med hver enkelt kommune sine turistkontorsider (som leverandør skal vi ha egne møter hvor informasjonen kvalitetssikres og oppdateres etter nærmere avtale). Det skal være en tydelig kobling til fellesportalen www.visitinnherred.com hvor alle kommuner er presentert.

Markedsføring

- Ansiktet utad ovenfor Trøndelag Reiseliv
- Deltar i Fagråd reiseliv sammen med andre aktører og destinasjonsselskaper i Trøndelag
- Involverer oss når det er naturlig i markedsutviklingsprosjekter ledet av Trøndelag reiseliv for å posisjonere og selge Innherred som opplevelsesregion.
- Revidere og videreutvikle årlige markedsføringsplaner i samarbeid med næringslivet.



Trøndelag

Overnattinger totalt 2 832 153

(norske + utenlandske)

Hvorav topp 5 bostedsland for utenlandske overnattingsgjester og antall overnattingsdøgn:

- 1.Tyskland **177 317**
- 2.Sverige **69 599**
- 3.USA **48 079**
- 4.Nederland **38 683**
- 5.Danmark **36 163**

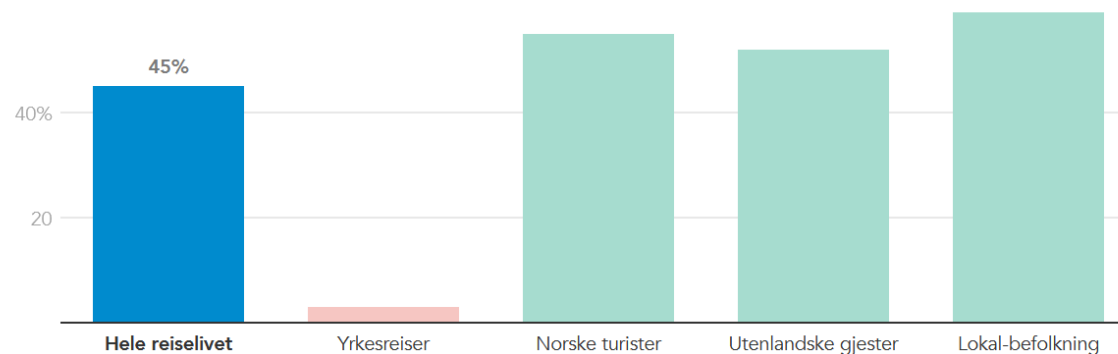
2023

Antall og andel av overnattinger etter region

Region	Overnattinger	%-andel
Trondheim	1 590 165	57%
Innherred	221 016	8%
Namdalen	201 732	7%
Oppdal	173 997	6%
Fosenregion	142 659	5%
Hitra/Frøya	140 433	5%
Værnesregion	119 812	4%

Prognoser for vekst i omsetning fra 2019 til 2030

Forventet omsetningsvekst for reiselivet totalt og for reiselivets fire kundesegmenter



50 prosent forbruksvekst

Det er forventet mer enn 50 prosent forbruksvekst i alle kundesegmenter unntatt yrkesreisende.

Den sterkeste veksten er ventet blant lokalbefolkningen, men det vil også være høy vekst blant norske og utenlandske gjester.

INNHERRED 2023 MOT 2022

Oppholdstiden har økt jevnt fra oppstart i 2006 da dette tallet var 1,1 samlet sett til 1,9 i fjor

Totalt ankomne gjester

Land	Ankomne	Antall året før	%-endring	Gjennomsnitt antall netter
I alt	118 492	122 726	-3 % ▼	1,9
Norge	98 459	103 985	-5 % ▼	1,9
Utlandet i alt	20 033	18 741	7 % ▲	1,8

Ankomne gjester på hotell og lignende overnattingsbedrifter

Land	Ankomne	Antall året før	%-endring	Gjennomsnitt antall netter
I alt	80 577	85 481	-6 % ▼	1,7
Norge	71 513	78 158	-9 % ▼	1,6
Utlandet i alt	9 064	7 323	24 % ▲	1,9

Ankomne gjester på campingplasser/hyttetrender/vandrerhjem

Land	Ankomne	Antall året før	%-endring	Gjennomsnitt antall netter
I alt	37 915	37 245	2 % ▲	2,3
Norge	26 946	25 827	4 % ▲	2,6
Utlandet i alt	10 969	11 418	-4 % ▼	1,6

Takk for meg

Anne Haga
daglig leder

Explorative AS – Visit Innherred AS

anne@visitinnherred.com

mobil: 995 73 854



VISIT INNHERRED
WWW.VISITINNHERRED.COM

