

Framtidens Besöksservice i Jämtland Härjedalen TIC-träff/studieresa Östersund & S Storsjöbygden 27-28 november 2019



Deltagarna från Jämtland Härjedalen vid TIC-dagar i Östersund och Södra Storsjöbygden: Besök och diskussioner på Storsjödjurscenter i Svenstavik med Kurt Johnsson.



The European Agricultural Fund
for Rural Development:
Europe investing in rural areas



Länsstyrelsen
Jämtlands län



Rapport TIC-träff/Studieresa Östersund & S Storsjöbygden 27-28 nov 2019

Projekt: Framtidens besöksservice i Jämtland Härjedalen

Östersund är en av Jämtland Härjedalens största destinationer och som en del av Storsjöbygden särskilt stort under sommarmånaderna. Inom projektet Framtidens besöksservice i Jämtland Härjedalen har deltagarna tidigare fått bekanta sig med besöksservice i Göteborg, på Irland, längs Vildmarksvägen, inom Höga Kusten, i Norge och nu även på hemmaplan. Studiebesöken har resulterat i att de TICs som deltagit plockat delar från den besöksservice vi tittat närmare på i projektet och applicerat på den egna verksamheten. Dessa egna utvecklingsinsatser har projektdeltagarna redovisat i egna rapporter inom projektet.

Bakgrund till projektet Framtidens besöksservice i JH

Dagens turistinformationer i Jämtland Härjedalen är enorma kunskapsbärare. Men mönstret hos besökaren har ändrats och vi behöver se vad framtidens besökare önskar av turistinformation. Turistinformationerna i Jämtland Härjedalen behöver i olika grad inspiration att kliva från traditionell turistbyrå till framtidens Tourist Center / Tourist Information, sammantaget "TICs" (de två begrepp som används idag av Visita som auktoriserar turistbyråer i Sverige) och det är vad vi hoppas åstadkomma med projektet "Framtidens besöksservice i Jämtland Härjedalen 2016-2019 parallellt med investeringsansökan "Framtidens besöksservice i Jämtland Härjedalen - InfoPoints".

Bland aktiviteterna finns bl a processen kring inrättandet av InfoPoints, säljutbildning, kännedomsaktiviteter, trendspaning bl a genom **benchmarking**, utveckling av informationsutbyte och ett innovationssystem för produkt-/tjänsteutveckling med hjälp av gäst-input och trendspaning.

Benchmarking - Hur gör andra?

Vad kan vi lära oss av andra? Hur gör proffsen? Vilka är proffsen?

Det finns områden inom Sverige (t ex Helsingborg) där man inte har en enda fysisk turistbyrå idag och bara jobbar med InfoPoints och det finns andra där man inte alls har planer på att ge upp den fysiska turistinformationen. Andra kombinerar den klassiska turistbyrån med en "allhus-tanke" för möten likväl inom kommunen som med gäster utifrån (se exemplet Södertälje). Hur gör andra med sin besöksapparat med ungefär samma förutsättningar som vi har i Jämtland Härjedalen?

Aktivitet:

- Vi behöver lära och "låna" arbetsmetoder av andra. Målet inom projektet var minst en studieresa inom Sverige och en studieresa utanför Sverige inom projektperioden. Vi har nu genomfört två inom Sverige och en utanför. Norderesan var den andra utanför Sverige. Denna gång passade vi på att göra en studieresa på hemmaplan.



Tidigare studieresor inför formuleringen av projektet Framtidens besöksservicear

Inför formuleringen av pågående projekt har TICs i Jämtland Härjedalen besökt Örebro för att titta på hur de jobbat fram sina InfoPoints och erfarenheter kring dem. En annan resa gick till Sundsvalls TC som även är ett Visitor Center för Stenstan Sundsvall som ett sätt att locka in besökare i lokalen och sedan kunna utöva merförsäljning på besökarna. Samma resa gick sedan vidare till Södertälje TI som utvecklat "sofistikerade fällor" i form av utställningar, informationskvällar, debatter, marknader etc för att göra Turistinformationen attraktiv för både bofasta och besökare samt att vara en förlängd arm för Södertälje kommun och deras information till bofasta. Ett annat mål de jobbar med är att spegla en positiv bild av Södertälje i motvikt till den svartmålning som annars förekommer i media.

Studieresor inom projektet

Inom projektet Framtidens Besöksservice har TICs i Jämtland Härjedalen haft möjlighet att besöka Göteborgs nyrenoverade Tourist Center vid Kungssportsplatsen för att höra mer om hur de kommit fram till nuvarande utformning och mer om hur de jobbar. Under samma resa besöktes även Västsvenska turistrådet för att lyssna hur de jobbar med Naturturism och begreppet Locals samt så besöktes ledningen för Julstaden Göteborg.

Enligt medlemmar i "European Cities Marketing" så har Irland Europas bästa Turistinformation och därför ordnades den internationella studieresan inom projektet för att titta närmare på vad som gör dem så bra. På Irland organiseras samtliga turistinformationer utifrån staten och inte som här i Sverige utifrån respektive kommun och eller destination.

Målet med besöksservicen i området **Höga Kusten** är att möta fler besökare. Därför har de traditionella fysiska turistinformationerna mitt i samhällena stängts och istället finns en sommaröppen TI vid Höga Kusten-bron och 40 InfoPoints runt om i destinationen. Samtliga InfoPoints har en designad trähylla som ger igenkänning. Här finns plats för display och broschyrer. En person jobbar heltid med destinationens InfoPoints. I tillägg finns dessutom 20 serviceplatser i t ex lanthandlar. Höga kusten satsar mycket på back office för att stötta sina InfoPoints med bra information på nätet och uppdatering av displayer. Det gemensamma varumärket via broschyrställen har gett en boost i destinationsutvecklingen som projektgruppen kunde se under studieresan våren 2019.

Under resan genom **Norge** konstaterade projektgruppen att de två länderna delar samma värderingar kring besöksservice. Även i Norge funderar man på vilka platser som är bäst för att få så många besökare att hitta in till turistinformationerna som möjligt, för att kunna ha bästa möjliga värdskap och max merförsäljning. I Norge saknas funktionen InfoPoints vilket vi på svensk sida tycker fungerar mycket bra i anslutning till de auktoriserade Turistinformationerna och Turistcentren. Norge har en liknande uppdelning i olika auktorisationsnivåer - men den känns inte tydlig för gäst. En annan likhet är att turistinformationer i Norge också kan välja försäljning som strategi för att dels locka in besökare och dels för att bekosta värdskapet, som i fallet Nasjonalparkriket där man sålde bussbiljetter och kartor i stor omfattning. Samtliga besökta Turistinformationer vittnade om besökarnas omåttliga intresse för kartor och att de fortsatt önskar tryckt material i tillägg till digital information.



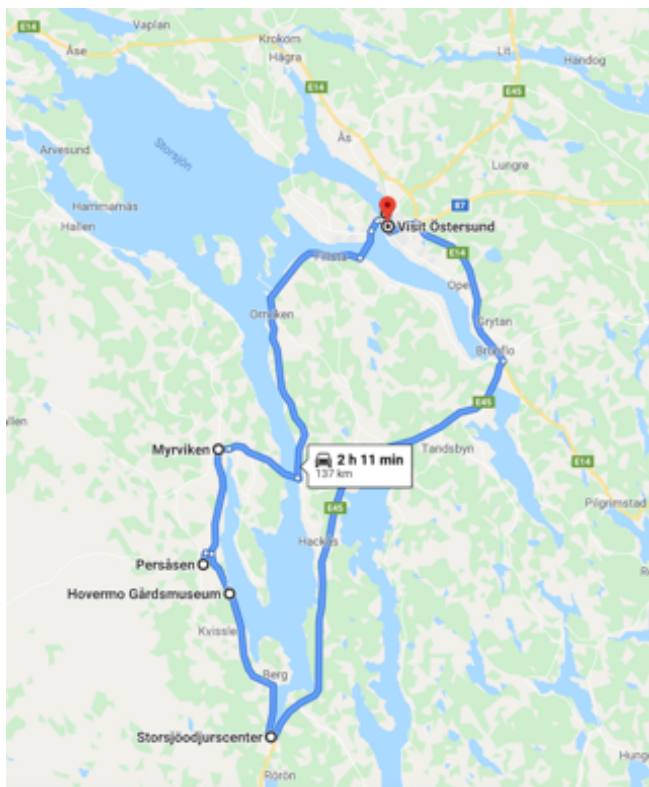
Syften med TIC-dagarna i Östersund och S Storsjöbygden:

- Input till hur vi utvecklar Framtidens besöksservice i JH. **Hur jobbar Östersund och S Storsjöbygden med sin besöksservice?** Hur finansieras den? Vilka mål har de? Vilka strategier för att nå målen? Vad kan vi ta med oss i förändringsarbete mot framtidens besöksservice i Jämtland Härjedalen?
- TICs i JH är delaktiga i **innovationsprocesser** inom respektive destinationer och har kontakt med företagare. Hur fungerar produkt- och tjänsteutvecklingen i de här två destinationerna?
- Hur arbetar man med olika aspekter kring **hållbarhet i Östersund och S Storsjöbygden?** Hur påverkar man gäster att resa hållbart?

Inbjudna inför studieresan - Framtidens besöksservice i JH

Max 2 personer per auktoriserad TIC (TI=Turistinformation och TC=Turistcenter) kan delta i studieresan. I de kommuner där det finns ett nära samarbete mellan TICs och kommun-funktion t ex i utvecklingsarbetet mot Framtidens besöksservice så är även kommunrepresentanter välkomna att delta inom projektet.

Kostnader för deltagare inom projektet Framtidens Besöksservice täcks till stor del av projektet: boende, bilersättning samt vissa måltider och entréavgifter. Varje deltagare/organisation står för transfer till/från Östersund, arbetstid inkl ev traktamente, mat och dryck utöver gemensamt program samt extraordinära entréavgifter (som ej ingår i programmet).



Kartvy över TIC-dagar/studieresa Östersund & S Storsjöbygden 27-28 nov 2019.

Besök under TIC-träff/studieresan:

- Hamngatan 12 i Östersund
- Jamtli
- Nationalmuseum Jamtli
- Storsjöteatern
- Visit Östersund TC
- Skidstadion ÖSK
- HEIM

- Best Western Hotel Gamla Teatern
- Frendo Myrviken InfoPoint
- Fjällkonditoriet, framtida IP?
- Wikners I Persåsen InfoPoint
- Hovermo Gårdsmuseum InfoPoint
- Storsjödjurscenter I Svenstavik
- Turistinformation öppen sommartid



The European Agricultural Fund
for Rural Development
Europe investing in rural areas



Länsstyrelsen
Jämtlands län



Program TIC-dagar/Studieresa Östersund & S Storsjöbygden

27 november Onsdag

Parkera gärna nära Visit Östersund TC alternativt hos Hotel Gamla Teatern eftersom vi behöver ta oss från : <https://www.ostersund.se/trafik-och-infrastruktur/trafik-och-gator/parkering.html>

- 09.00 [Hamngatan 12](#) (café och inredningsbutik). Morgonfika
09.30 Malin Savehed, Hamngatan 12 om utvecklingen av innergården.
09.35 Calle Hedman, [Destination Östersund](#) om vägen mot Årets stadskärna.
Malin Burns och Anna Borg om Östersunds utveckling av besöksservice.
Promenad till Jamtli.
11.00 Henrik Hvilvald om [Jamtli](#) som en av Östersunds InfoPoints och om museet inklusive julmuseet och Nationalmuseum Jamtli.
12.15 Lunch Jamtli Café.
Promenad till Storsjöteatern.
13.50 Camilla Hassberg om service och värdskap samt tankar kring [Storsjöteatern](#) och [Best Western Hotel Gamla Teatern](#).
Biltransport till [Skidstadion](#) från Visit Östersund TC - vi samåker.
14.30 Lisa Engman, [Svenska Skidskytteorganisationen](#), om kommande evenemang och [paratävlingar](#)
15.30 Incheckning Best Western Hotel Gamla Teatern i Östersund.
Promenad ned längs Hamngatan till [HEIM](#).
16.30 HEIM. Pernilla Svensson berättar om konceptet Heim food studios och vi får göra en prova-på-aktivitet.
17.30 Putte Eby om [St Olavsleden](#), en horisontell destination genom Bräcke, Östersund, Krokomb och Åre.
Linnea Frisk berättar om [Destination Vemdalens](#) utveckling av besöksservice.
Samtal kring besöksservice i JH.
21.30 Avslut dag 1.

28 november Torsdag

- 08.00 Gemensam frukost för samtliga på Best Western Hotel Gamla Teatern inklusive information om dagen.
09.00 Avfärd mot Myrviken. Vi samåker i bilar. *Bilersättning via projektet.*
09.45 Besök vid Myrviken InfoPoint [Frendo](#).
Besök vid [Fjällkonditoriet](#), Myrviken.
10.45 Mot Persåsen.
11.00 [Wikners i Persåsen](#), presentation av InfoPoint och verksamhet inklusive Snilleriket.
Leif, David, Mattias Wikner presenterar.
12.00 Lunch hos Wikners i Persåsen inklusive rundvandring.
13.15 Mot Hovermo
13.30 [Hovermo gårdsmuseum](#). Folke och eller Yngve berättar. (40 min stopp)
14.10 Mot Svenstavik
14.30 S Storsjöbygdens TI på [Storsjödjurscenter](#) i Svenstavik. Kurt Johnsson, ICA Supermarket berättar om platsen, turistinformationen och ställplatsen.
15.30 Avslut i Svenstavik för vidare färd söderut/norrut.

Samordnare TIC-dagar/studieresa:

Joakim Kihlberg, VisitÖstersund

Anna Hansson, Näringslivsutvecklare Bergs kommun

Mattias Wikner, Wikners i Persåsen, styrelsemedlem S Storsjöbygdens turistinformation

Anne Adsten, turismutvecklare, Jämtland Härjedalen Turism | Anne.adsten@jht.se | 070-3273909

Deltagare TIC-dagar/Studieresa Östersund & S Storsjöbygden

- Andreas Magnusson, Strömsunds TI
 - Anna Hansson, näringslivsutvecklare Bergs kommun
 - Annika Baudin, Strömsund TI (dag 1)
 - Jennifer Gresseth, Bräcke TI (dag 2)
 - Jessica Olofsson, praktikant Bergs kommun, näringslivsavdelningen
 - Joakim Kihlberg, Visit Östersund TC
 - Lina Wiklund, praktikant JHT
 - Linnea Frisk, Vemdalens TI
 - Lotta Falk, Gäddede TI
 - Malin Burns, Visit Östersund TC
 - Maria Wilhelmsson, Åre TI
 - Nettan Ljungberg, Funäsfjällen TC (dag 1)
 - Robert Falk, Ragundadalen TI / turismstrateg Ragunda kommun
 - Sara Häggström, Krokoms TI
 - Anne Adsten, JHT
- 15 personer

Destination Östersund AB

Från Destination Östersunds hemsida under texten "Varför vi finns"

"Östersund är det bästa stället att bo på, så är det bara. För oss som bor här är Östersund hemma. En plats där vi trivs och vill att våra barn ska fortsätta trivas. Därför är det viktigt att det finns vettiga saker att göra här och jobb åt alla. Destination Östersund är ett aktiebolag och vi ägs av företagen i Östersund. Allt vi gör, gör vi för att människor ska tycka om Östersund. Vi jobbar för att fler ska vilja åka till vår stad, trivas och när de åkt längta tillbaka.

Kort och gott, om vi som bor här trivs i Östersund och fler vill åka hit, så kommer företagen här att sälja mer – till fler. Det gör att företagen här inte bara överlever utan också kan växa. Och det är därför vi finns."



Årets Stads kärna 2019

Som en del i att utveckla Östersunds attraktivitet och främja samarbete startade Destination Östersund ett arbete för att utveckla staden och sikta mot att bli Årets Stads kärna 2019. Arbetet gjordes till en början inom Jämtland Härjedalen Turisms storprojekt Turism 2030 och fortsatte efter projektavslut finansierat av

Östersunds kommun. Calle Hedman, projektledare, berättade om processen där olika flöden i stadskärnan har stor betydelse för att kunna tillgodose både handlarnas och besökarnas intressen och skapa en attraktiv stadskärna. Inte bara inom den närmaste framtiden, utan även på lite längre sikt med hänsyn till trender och övrig stadsplanering inom Östersund. I slutet av maj blev det klart att [Östersund](#) vann i konkurrens med Åmål och Karlskrona!



Hamngatan 12

Ett exempel på hur aktörer arbetar för en mer attraktiv stadskärna är butiken/caféet [Hamngatan 12](#). Malin Savehed som ägde den ursprungliga inredningsbutiken berättade att hon under en period hade två inredningsbutiker, men att internetförsäljningen inneburit att besökarnas efterfrågan ändrats. Hon hade länge en dröm om att öppna upp sin butik in mot bakgården bakom, men fick avslag då lokalerna inte var detaljplanerade som butiksyta. Vid närmare undersökningar hittades dock dokument kring att lokalerna länge varit Gärdin & Perssons butiksyta och i och med det gick det lättare att få tillstånd att ta tillvara lokalerna som stått tomma länge.

Idag är många detaljer från husets historia framlyfta och den stora ändringen är att det nu sitter fönster istället för portar mot innergården. Nu sitter butiken ihop med en cafédel med juice och enklare luncher blandat med inredningsdetaljer till salu. Juicerna tillverkas av frukt och grönt som sorterats ut från en lokal ICA-butik för att de kan ha små skavanker och därför inte går att sälja - ett smart sätt att minska svinnet.

Den nya café-delen öppnade november 2018 och redan ett år senare har ytan utökats för att få till fler sittplatser och ett större kök.

Visit Östersund besökservice

Malin Burns från Visit Östersund TC berättar om utvecklingen av Destination Östersunds besökservice inklusive InfoPointen Urban på Stortorget. Destination Östersund är upphandlade av Östersunds kommun för att driva Turistcenter, sköta marknadsföring, driva verksamhet som ökar möjligheter till fler möten och konferenser i Östersund samt driva stadsutveckling.

Visit Östersund - biljettstrategi

Visit Östersund Turistcenter vill gärna att både gäster och lokalbefolkning ska hitta in för besökservice eftersom ortsborna är de främsta ambassadörerna när de i sin tur har gästande släkt och vänner. Därför har de en omfattande biljettförsäljning som även gör att arrangerer

till större del tar kontakt och berättar om kommande evenemang. Biljettförsäljningen är förhållandevis personalintensiv och ger ingen större vinst förutom att den bidrar till ökad mängd besökare som då får med sig ytterligare information. I tillägg säljer Visit Östersund TC souvenirer, Citykort och På Stan-häften.

Visit Östersund - justerade öppettider

Turistcentret öppnade tidigare 09.00 vardagar året runt. I takt med en ökad mängd arbetsuppgifter back office och ändrade vanor hos besökarna så öppnar TC numera kl 11.00.

Visit Östersund InfoPoints & kommunikation

Sammanlagt har Visit Östersund TC 10 InfoPoints på strategiska platser samt en pop-up-variant som exempelvis används i samband med Skidskyttetävlingarna i Östersund. Förutom websidan [Visit Östersund](#) och sociala media finns en sommar- och en vinterbroschyr för Östersund som till stor del är annonsfinansierad.

Branschinformation finns via web, [Destination Östersund](#), och fb samt via en intern app och via ett nyhetsbrev. En varumärkesplattform har arbetats fram tillsammans med Östersunds kommun, tillgänglig för en stor andel verksamheter i Östersund: "[Östersundspulsen](#)".

Östersunds prioriterade marknader

Svenskar utgör den största andelen besökare och bland utländska gäster är norrmännen absolut viktigast. Därefter kommer danskar, briter och tyskar.



Nationalmuseum Jamtli och InfoPoint

[Jamtli](#) är en av Östersunds InfoPoints. Henrik Hvilvald tog emot gruppen i Jamtlis hörsal och berättade kort om historik för besöksanläggningen och dagens verksamheter. Jamtli är en stiftelse med flera delar. Syftet med verksamheten är "Samla - Vårda - Visa".

Under länsmuseumchefen Sten Rentzhog myntades ledstjärnan för Jamtlis besöksverksamhet: "Lekfullt, lustfyllt lärande". Totalt har Jamtli öppet 300 dagar per år med totalt ca 240 000 besökare. Veckan för vårt besök tog Jamtli emot 43 skolklasser med ca 20 elever per klass. Jamtli julmarknad är det största årliga evenemanget med 20 000 besökare. Övriga stora evenemang är After Work som websänds och visas på många platser i hela region Jämtland Härjedalen, Tisdagsdax är ett evenemang vid fyra tillfällen sommartid för pensionärer och Jamtlidagen, en dag som visar ett axplock av Jamtlis alla verksamheter samt Jamtlinatt som kan sägas vara Jamtlis svar på vårt importerade Halloweenfirande.

Jamtli har ett STF vandrarhem inom området som genererar ca 6 000 gästnätter per år. Jamtli kafé finns i anslutning till utställningarna och på området finns Restaurang Hov. Slöjd och souvenirer säljs via Jamtli Butik med egen ingång för den som bara vill besöka butiken.

Jamtli Reception är en infopoint

Henrik Hvilvald ser gärna att Jamtlis infopoint kan verka för att intressera Jamtlis gäster att upptäcka hela region JH. Att de kan få tips på Jamtli, åka ut och titta och sedan återkomma för att lära sig mer. För att kunna bli bättre på att tipsa besökare om resmål i regionen krävs att personalen får tillfälle att själva se fler platser och kanske skulle Jamtli t o m kunna ta fram konceptresor kring olika teman, t ex vikingatidsresa i JH.

Nationalmuseum Jamtli

Utställningen just nu heter "Från gryning till skymning". Christina Wissing 1e antikvarie vid Jamtli visade gruppen genom utställningen som handlar om slutet av 1800-talet när unga konstnärer gjorde revolt mot historiemåleriet och istället hittade motiv i verkligheten, i vardagslivet. Nationalmuseum Jamtli öppnade i juni 2018.



Oknytt!

Gruppen hann även ta del av den pågående tillfälliga utställningen Oknytt! Som handlar om de underjordiska, småfolket, trolltyg och naturväsen. Jamtli arkiv innehåller många berättelser om folkstro och sägner som fått liv i utställningen som producerats av Jamtli.

Storsjöteatern & Best Western Hotel Gamla Teatern

[Storsjöteatern](#) och [Hotell Gamla Teatern](#) är nu inom Stefan Karlssons koncern och vi får höra lokala chefen Camilla Hassberg om hennes syn på värdskap, service och bemötande samt hur de tänker kring produktutveckling för att möta framtidens besökare. Camilla ser gärna till helheten och att hon nu har båda anläggningarna under en och samma bokningscentral gör att hon lättare kan hjälpa kunder att få rätt lokal till sitt event. Hon berättar vidare att

Storsjöteatern inte kommer att drivas som en restaurang bland andra i Östersund, utan som en tapasrestaurang under fredagar och lördagar samt matställe i samband med event. På Gamla Teatern väntar nu utsålda julbord med Patriks Combo som underhållning. Camilla ser tydligt att jämtar önskar lokal mat och lokal underhållning för sina julbord.

Camilla berömmar Destination Östersund/Visit Östersund för de morgonmingel som anordnas för branschinformation och där nya kontakter skapas.

Biathlon Events

Gruppen åkte vidare till Östersunds skidstadion för att träffa Lisa Engman, [Biathlon Events](#). Om



bara några dagar (30 nov - 8 dec 2019) drar årets skidskyttevärldscup igång och Lisa utstrålar ändå ett stort lugn. Hon berättar att hon ansvarar för marknadsföringen och försäljningen kring evenemangen som Biathlon Events hanterar: Skogs EM, längdskidtävlingar, skidskyttetävlingar på uppdrag av IBU och rullskidskyttetävlingar. Svenska skidskytteförbundet har sitt kontor i Östersund och de hanterar klubbupport och evenemang. Biathlon Events ägs till 100% av Skidskytteförbundet.

Biathlon Events - Volontärer

Arrangemangskommittén består av 10 personer och i tillägg engageras 900 personer för att genomföra skidskyttevärldscupen. Volontärer får köpa ett skidställ till bra pris och får mat, träffar, tillhöra en community, entré till Jamtli julmarknad samt fördelar via de sponsorer som är knutna till tävlingarna.

Biathlon Events - biljettförsäljning

För årets Skidskyttevärldscup väntas en VM-effekt med fler besökare än tidigare tack vare att vårens VM gav stora svenska framgångar. Antal förköpta biljetter är större än det brukar vara. Totalt väntas ca 20 000 besökare.

Värdeord för skidskyttetävlingarna är "Folkfest, glädje, stämning, spänning, proffsig", vilket används i kommunikationen inklusive val av bilder.

Gästerna är 50/50 kvinnor och män med medelålder 51 år. 85% är svenska gäster, 10% norska och 3% tyska. Även gäster från Finland, Frankrike, Danmark och Ryssland besöker tävlingarna. Läktarna tar 6 000 besökare och i tillägg finns 2 spårområden med specialbiljetter. VIP-biljetterna ger plats inomhus vid dukat bord.

Kommande tävlingar

Från och med 2020 kommer Östersund att ha färre tävlingsdagar: 2-6 dec och 2021: 1-5 dec. 2021 arrangerar Biathlon Events: **World Winter Games Special Olympics** med Pre-Games I februari 2020. Totalt beräknas tävlingarna 2021 omfatta 100 länder, 2000 tävlande medan tävlingarna 2020 omfattar 20 länder och 300 tävlande. Grenarna är alpint, snösco, längd, konståkning, short track och innebandy i både Östersund och Duved.

HEIM food studio - makerspace for responsible gastronomy

Pernilla Svensson har tagit över [HEIM](#) från Fia Gulliksson och utvecklar nu konceptet vidare med en lokal som ska kunna användas på olika sätt för ökad hållbarhet och ansvar. Hållbarhet kommuniceras genom deras matkoncept och via matlagningsaktiviteter med lokala, ekologiska råvaror. HEIM är dessutom en arena för företag och grupper, för enskilda presentationer och workshops med eller utan Pernilla och hennes gäng.

Gruppen delades in i tre grupper som fick instruktioner kring råvara och produktionssätt för enkla hållbara, men spännande sammansatta rätter. Under samarbetet kunde deltagarna diskutera input från dagens besök och det blev en naturlig introduktion till att beröra hållbarhet i våra destinationer.





Destination Vemdalens arbete med besöksservice

Linnea Frisk från Destination Vemdalen berättade om hur de jobbar med sin besöksservice och hur beslutet från Härjedalens kommun om att de nu avslutar köp av tjänst av Vemdalens turistinformation, kommer att påverka dem.

Destination Vemdalen har 130 delägare och partners med syfte att stärka varumärket Vemdalen året runt. Destinationsorganisationen har ett dotterbolag, Visit Vemdalen, som inkluderar ägande av tågagnar.

Turistinformationen fanns tidigare i korsningen mot Björnrike och Hede i Vemdalen by. Verksamheten flyttade sedan delvis in på Ekbergs fiske som hade generösa öppettider och stort kunnande om området. Linnea berättade att hon som student var med och genomförde en undersökning om besöksservice i området där gästerna tillfrågades om de nyttjade turistinformationen vid Ekbergs fiske eller hellre önskade att turistinformationen borde finnas på annan plats. Svaret blev att besökarna önskade information vid Vemdals skalets torg.

Vemdalen och Hede svarade tillsammans på Härjedalens kommuns upphandling av besöksservice inför 2018 och nu inför 2020 har beskedet kommit att Härjedalens kommun inte längre kommer att handla upp besöksservice för kommunen. Detta innebär ett tapp om 400 000 sek för Destination Vemdalen.

Turistinformationen på Skalets torg har nu 10 000 besökare medan den hade 2 800 besökare när den låg hos Ekbergs fiske.

Destination Vemdalen planerar att fortsätta med turistinformationen vid Skalets torg och kompensera bortfallet av intäkter via fler egna evenemang och med att försöka öka merförsäljningen. Turistinformationen är en bra sambandscentral för aktiviteter i destinationsbolaget samt ger hög kundnöjdhet och medlemsnytta. Den bidrar också i hög grad till merförsäljning för destinationen.

Framtid

Destination Vemdalen ser en framtid i det personliga mötet, i Localhood, d v s att få gästen att känna sig som en del av den lokala gemenskapen och i fortsatt utveckling som evenemangshub.



St Olavsleden

Pilgrimsvandringar längs [St Olavsleden](#) ligger i tiden och hela leden kan ses som en linjär destination som binder samman destinationerna Bräcke, Östersund, Krokom och Åre samt kommunerna på norska sidan mellan gränsen och Nidaros, nuvarande Trondheim. Marica Hamberg är projektledare för den nya satsningen på St Olavsleden tillsammans med Putte Eby vid Östersunds kommun. Projektet omfattar närmare 16 miljoner kronor med bl a planerade utbildningstillfällen för att företagen längs leden ska bli bättre på att marknadsföra sig själva och därmed även leden samt produktutveckling.

Leden sammanfaller i stora delar med den led som skapades 1982 med namnet Mittnordenleden. Satsningarna startade 2014 i modern tid med aktiviteter via Trampolin PR. 2015-2018 genomfördes ett Interreg-projekt och nu följer detta projekt med hjälp av 1:1 medel och medel från Tillväxtverket.

St Olavsleden är drabbat av ett slags moment 22, att service gör leden attraktiv för vandrare - medan avsaknaden av vandrare gör att servicen längs leden inte utvecklas...

Ett gott exempel på hur verksamheter längs leden kan utvecklas är Munkeby i Trøndelag där en före detta lantgård nu omfattar vandrarhem, matservering och butik.

Motiven för de som vandrar längs St Olavsleden kan sammanfattas med "Den längsta resan är resan inåt". Många drivs av frågan om vad som är "Meningen med livet" i samband med att de själva eller en nära anhörig omkommit eller överlevt cancer alternativt genomgått en skilsmässa eller annan livskris.





InfoPoint Frendo i Myrviken

Per-Åke Asplund tog emot gruppen vid [Frendo i Myrviken](#) som är en riktig fullservice-anläggning med mack, minilivs, fika, korv, spel, verkstad, kommuninformation och InfoPoint.

Per-Åke menar att även om de inte skulle vara en officiell InfoPoint så skulle de ändå praktiskt vara det tack vare läget i korsningen längs väg 321 med resenärer på väg mot Svenstavik, Gräftåvallen, Bydalsfjällen, Åre, Östersund och lokalbefolkningen i området. Han ser det som en naturlig del i utbudet som Frendo står för och de har en stolthet i att kunna ge god information. De känner att de idag har bra material för att kunna informera sina gäster.



Fjällkonditoriet

Mitt över korsningen från Frendo finns från oktober 2018 [Fjällkonditoriet](#). Det drivs av Ylva Mattsson och hennes man Björn Forsanker som berättar att de bakat sedan första dejten!

Även om Fjällkonditoriet inte är en officiell InfoPoint så fungerar de ofta som en sådan då de är flitiga på sociala media och fångar in besökare på väg till hyrd eller egen stuga/lägenhet som gör beställningar som de sedan hämtar upp längs vägen eller hittar in spontant tack vare läget vid korsningen. De levererar även bakverk och bröd till två caféer i Östersund och till lokala bröllop m m.

Björn är från Myrviken och Ylva kommer från Kallrör. När de såg den lediga lokalen i centrumhuset i Myrviken så slog de till och vill gärna utöka verksamheten i framtiden.



InfoPoint Wikners i Persåsen

[Wikners](#) i Persåsen vann titeln Årets Turismföretagare vid Guldkalnan 2019 och är en InfoPoint, restaurang, konferensanläggning, hotell, stuguthyrning, verkstad och utställningar. Leif Wikner tog emot gruppen och berättade om hur familjen kom att bosätta sig i Persåsen i det som en gång var en skogsbruksskola och hur verksamheten växte konstant utifrån en omätlig nyfikenhet på trä.

Wikners i Persåsen är en del av Snilleriket

[Snilleriket](#) är ett område runt södra delen av Storsjön i Jämtland där ovanligt många begåvade och kreativa människor verkat eller haft sin hemvist de senaste 200 åren. Föreningen Snilleriket är en ideell förening som har tagit som sin uppgift att sprida kunskap om den stora kulturskatt med anknytning till "Snillena", som finns i Snilleriket. Dit hör Bingstasmedjan på hembygdsgården i Hoverberg, Hovermo gårdsmuseum, Wikners i Persåsen med utställningar om flera av snillena och visning av filmen "Levande historia i Snilleriket", Gisselfors kaggfabrik och Ovikens hembygdsgård m m. Snilleriket som helhet är öppet för bokade grupper samt vid vissa enstaka tillfällen.



Time for Tellus - Klokare klot

Leif berättade även om utställningen Klokare klot där hans intresse för omöjliga svarobjekt i form av skadade grundmaterial av trä. Och hur han drivs av att se skönheten i skönhetsfelet samtidigt som han vill visa hur trämaterial speglar konsekvenserna av människans vårdslösa framfart på Moder Jord. Utställningen har tonsatts av en bekant till Leif och bilderna är tagna av Göran Strand och Mårten Wikner.



Utmaningar för ett familjeföretag

Mattias Wikner berättade om att vara ett turismföretag utanför de stora destinationerna där det inte finns någon stor aktör att gå samman med kring utvecklingsfrågor. Om att försöka ta till sig nya marknadsföringsmetoder och utmaningar i infrastruktur. Mattias är även styrelsemedlem S Storsjöbygds turistförening som driver den sommaröppna turistinformationen vid Storsjödjurscenter i Svenstavik samt så är Wikners en InfoPoint.



Hovermo Gårdsmuseum

Gårdsmuseet drivs av Folke och Yngve Eriksson, vars farfarsfar Johannes köpte gården 1867 och skapade ramsåg, smedja och kvarn. Energi kunde man ta via den närliggande ån och i slutet av 1910-talet skapades ett kraftverk. Gården växte efterhand till en familjedriven gårdsindustri som till stora delar är bevarad och nu visas sommartid. Folke och Yngve har lagt ned många timmar på att skapa vackra utställningar med föremål,

både sådana som använts på gården och som samlats från olika håll. [Museet](#) är öppet sommartid med kafé och enkel turistinformation.

Folke visade radiomuseet och utställningarna i ladugården.



Storsjöödjurscenter i Svenstavik - sommaröppen turistinformation

Södra Storsjöbygdens Turistinformation som finns i samma lokaler som [Storsjöödjurscenter](#) i Svenstaviks centrum är öppet sommartid. Resten av året är Storsjöödjurscenter öppet lördagar. Kurt Johnsson (ICA-handlare till vardags vid ICA Svenstavik) tog emot gruppen med Storsjöödjursvatten och clementiner samt tända ljus!

Centret drivs av Svenstaviks företagarförening. Budgeten är 250 000 sek årligen, varav 50 000 kommer från biljettintäkter och försäljning. 100 000 kommer från Svenstaviks företagarförening och ytterligare medel från privata företag.

Kurt är aktiv inom Svenstaviks företagarförening och Södra Storsjöbygdens turistförening (SSTF) som driver den sommaröppna turistinformationen i centret och svarar på frågor under hela året. Andra aktiva inom SSTF är Mattias Wikner och Russ Murtagh på Nordic Kiwi.

På Storsjöödjurscenter kan intresserade fördjupa sig i observationer av odjuret, se bilder från live-kameror från Storsjöns botten, se filmer om vittnen samt skapa ett eget odjur som sedan kan släppas löst i det inre rummet på centret där man sedan kan mysa bland kuddar och se sitt odjur simma bort. Här finns också en hel vägg med mystiska burkar och lådor att utforska och en souvenirshop.



Kurt visade gruppen runt i centret och därefter fick gruppen två diskussionsfrågor att titta närmare på i smågrupper: Hur ökar centret antal besökare och vad ska utvecklas på centret. Kurt filmade svaren från gruppredovisningarna för att kunna ta idéerna vidare.



Deltagarnas reflektioner efter resan

Här kommer några av deltagarnas reflektioner kring vad de tar med sig i det egna arbetet från TIC-dagarna/studieresan till Östersund och S Storsjöbygden:

Jag tar med mig budskap från Calle Hedman från Destination Östersund som berättade om utvecklingsarbetet med Östersunds stadskärna. Hur viktigt de är med samverkan och workshops. Men även hur tydligt det blir att man bör kunna presentera resultat av dessa workshops ganska direkt. Deltagarna vill se resultat ganska snabbt, vilket är viktigt att tänka på för oss destinationer. Och efter detta kommer gemenskapen och samverkan. Även viktigt hur man engagerar delägare att komma på olika viktiga möten där man bör vara tydlig med innehållet, alltså värdet som delägarna får utav ett visst möte.

Destination Östersund hade även bra förslag om att hålla delägarna informerade om evenemang under hela året där de trycker upp en liten folder med event som all personal kan titta på vid kassan eller receptionen för att ha koll på vad som händer just nu.

Tog även med mig idén om upplevelseburken där man kunde sälja eller ha en upplevelseburk i turistinformationen med idéer med små aktiviteter eller dylik att upptäcka i området.

Även de morgonmingel som Destination Östersund har, där de bjuder in delägare att prata för att skapa kontakt med andra företag.

De är alltid bra med nya idéer på hur man kan arbeta vidare, annars är det lätt att "bli blind" inom det man håller på med.

Fjällhälsningar, Linnéa Frisk

Webbadministratör|Destination Vemdalen AB

Nya Landsvägen 46b, 840 92 Vemdalen

Telefon: 070-383 24 29

linnea@vemdalen.se | www.vemdalen.se

Facebook: [Vemdalen – alla årstider](#)

Har länge velat göra ett besök på "nya" Hamngatan 12 så för mig började onsdagen på bästa sätt. Vilket fantastiskt ställe Malin Savehed skapat på inngården, och på så kort tid - imponerande och inspirerande och känns helt rätt att hon satsar på "flera verksamheter i en".

Calle Hedman bjöd på många intressanta tankeställare om utvecklingen av en stadskärna. Även om Åres utmaningar till viss del skiljer sig från Östersunds, tror jag att det är lika viktigt att vi tänker på samarbetet med företagen för att skapa ett jämt flöde genom byn, från Grädda till Coop. Även viktigt att vi tänker i ett bredare perspektiv kring hur vi utvecklar våra verksamheter, då kunden inte längre eftersöker den "traditionella" textbutiken - ska vi tänka digitalt, mer funktionellt etc? Hur säljer vi en tjänst istället för en produkt, och hur kan vi på Åre Turistbyrå tänka kring det? En annan intressant och glädjande trendspaning Calle delade med sig av var att det, om jag förstod det rätt, är stadskärnorna som i längden kommer stå sig starka, inte handelsplatserna utanför kärnorna.

Det jag tar med mig från Malin Burns och Jocke Kihlberg är bl a det dom berättade om deras arbete med InfoPoints. Vi går själv i tankarna kring att ha ngn liten filial på Åre tog under sommaren, och det var roligt att höra hur de jobbat med Urban på Stortorget.

Att lyssna till Henrik Hvilvald på Jamtli var också väldigt givande. Dom bedriver en verksamhet jag verkligen brinner för och ju mer kunskap vi får desto mer benägna blir vi att skicka folk till Jamtli och Nationalmuseet, och att skicka gäster till varandra vet vi är ett vinnande koncept:-)

Kul att få följa Camilla Hassbergs historia om hur hon varit med och byggt upp olika, framförallt hotellverksamheter. Hon verkar vara en stark och driftig kvinna.

Jättebra att få besöka Skidstadion och att Lisa Engman gav oss en inblick i skidskytte-cirkusen. Här tänker jag att vi skulle kunna bli bättre på att samarbeta i samband med arrangemang. Skulle vi på förslagsvis Åre turistbyrå ha en liten "Skidskytte-hörna" där vi inför och under pågående tävlingar i Ösd visa dessa på skärm och skapa lite stämning med tex roll-up, Birger, musik och affischer skulle säkert fler Årebor och gäster ta sig till Ösd för att uppleva tävlingarna på plats. Detsamma gäller tvärtom när vi kör alpina världscup-tävlingar i Åre tänker jag.

Glad över att vi fick höra mer om Vemdalen och hur Linnea Frisk med kollegor på Turistbyrån jobbar sig framåt. Såklart finns en rädsla att hamna i samma situation som dom gjorde så vi lyssnar och lär av deras resa.

Putte Eby, alltid lika härlig att lyssna på och det ska bli otroligt spännande att se hur Putte med kollega kan utveckla St Olavsleden. Viktigt att vi tar informationen vidare till vår näring så vi är förberedda när ketchup-effekten kommer:-)

Äntligen fick jag uppleva HEIM och lyssna till Pernilla Svensson som berättade om deras tankar och koncept. Vilket härligt ställe, och så roligt med deras (i min värld) ny-tänk kring gästkochar och evenemang. Dessutom väldigt god mat, lagad av oss själva(!) - perfekt aktivitet för att stärka och jobba ihop sig som grupp.

Efter en intensiv och otroligt givande dag kändes det Så lyxigt att krypa ner i sängen på mysiga hotell Gamla teatern. Somnade ovaggad.

TACK alla för en toppen-dag!! Som vanligt fascinerad över hur mkt vi hinner med under en studiedag. Alltid lika intressant och inspirerande och att få nätverka och utbyta kunskap med det här gänget betyder väldigt mkt<3

Vänliga hälsningar
Maria Wilhelmsson

Åre Turistbyrå
St Olavsvägen 33
837 52 Åre
+46 647 163 21
maria.wilhelmsson@are.se
www.are.se

.....

Först vill jag tacka för en fantastisk möjlighet att fått varit med och deltagit i projektet. Så mycket inspiration jag fått från alla besök vi gjort, stora som små. Det bästa med hela upplägget har varit att man kunnat bolla ideér och frågeställningar med personer i samma bransch.

Det som jag tar med mig från denna gång är Linneas presentation om att Turistinformationer behövs. Även Funäsfjällen har ökat i sommar med besökare i TC. Enkäten via projektet i somras tyder ju också på att besöksservice behövs.

Så personligen tycker att det är så tråkigt och fel att stänga ner Funäsfjällens TC. Men vi får väl se vad som händer i framtiden.

HEIM var en rolig upplevelse att vi fick laga maten själva, och gott blev det också.

Vänligen
Nettan Ljungberg

DESTINATION FUNÄSFJÄLLEN
Rörosvägen 30 | SE-840 95 | Funäsdalen
Ph: +46(0)684 - 155 80 | www.funasfjallen.se

.....

Återigen, tusen tack för en trevlig resa!

Jag tar med mig det faktum att det är så värdefullt att själv se en anläggning för att kunna "sälja" dem på bästa sätt! Även om man har hört talas om och sett bilder är det aldrig samma sak som att själv uppleva en anläggning eller ett event. Det hoppas jag att vi ska kunna implementera ännu mera i vår egen verksamhet. I dagsläget åker vi på studieresa med vår sommarpersonalen och lägger våra företagsträffar på olika anläggningar, men det skulle vara bra om man fick till ännu mera!

God Jul & Gott Nytt År!
Med vänlig hälsning/ Buerie heelsegigujmie
Charlotte Falk
Turistinformator
charlotte.falk@stromsund.se
0672-105 00
Besöksadress Storgatan 40 833 61 Gäddede
Postadress Box 500 833 24 Strömsund
Webb www.stromsund.se www.vildmarksvagen.se
Facebook www.facebook.com/stromsundskommun
Växel 0670-161 00

.....

Reflektioner från studieresan:

Intressant att höra om arbetet med Östersund city och att handlarna är med på tåget. Samarbete är viktigt och att dra åt samma håll och det kan vi använda även på mindre orter för att skapa helhet. Bra dragning av skidskyttet och det långsiktiga arbetet med evenemang. Vi kan också ta med oss lite nya idéer kring lokalproducerat genom Fjällbageriet och Heim som vi kan ta vidare på lokal nivå. Härliga dagar med massor av bra tips!

Hälsningar
Robert Falk, Näringsliv och utvecklingsavdelningen, Ragunda kommun



Länsstyrelsen
Jämtlands län

