



TIC-träff Stora Blåsjön 3-4 maj 2022

Projekt: Besöksnäringens roll för regional utveckling 2.0

Bakgrund

Efter flera år av pandemi och ett stort antal digitala träffar beslutade TIC-gruppen att det var dags för en fysisk träff. Strömsunds och Gäddede Turistinformationer erbjöd sig att ordna praktiskt med träffen och föreslog nya Hotell Stora Blåsjön längs högaktuella Vildmarksvägen, ett populärt mål för sommarturister i norra Jämtland. Hotellet har totalt 10 hotellrum, restaurang och bar. Datum valdes så att TIC-gruppen kunde få exklusiv rätt till hela hotellet och därmed kunna hålla möten i de allmänna lokalerna.

TIC-träffarna är en del av Besöksnäringens roll för regional utveckling 2.0

TIC-träffarna har flera syften:

Vara ett forum för att diskutera **affärsutveckling** för framförallt de små och mellanstora turistföretag som turistinformatörer fungerar som stöd för i Jämtland Härjedalens destinationer. I de fall där en fristående destinationsorganisation saknas så är det ofta turistinformatörerna i samverkan med kommunernas näringslivsavdelning som fungerar som bollplank för mindre turistföretagare och därav finns en enkel modell för **innovation** som TICs (turistinformationer och turistcenter) kan använda sig av. Enkelt uttryckt så uppmanas turistinformatörer och InfoPoints att anteckna gästers önskemål som de behöver svara att det inte finns i området. TICs samlar upp input från InfoPoints och kan sedan vidareförmedla dessa input till berörda aktörer. T ex en fråga om det finns kanot att hyra och svaret är nej, förmedlas vidare till en aktör som skulle kunna bredda sin verksamhet med kanotuthyrning.

REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet Besöksnäringens roll för regional utveckling, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.

Kompetensutveckling är en annan del som behandlas under TIC-träffarna. Vilken kompetens känner turistinformatörerna att de saknar i sitt arbete? Vilken kompetens ser de saknas hos de turismföretagare som är verksamma i området runt omkring? Sådan input är viktig för JHT att ta till sig för att i sin tur planera workshops och regionsgemensamma kurser.

TIC-träffarna är det forum där turistinformatörer kan **dela med sig av erfarenheter** och kunskap inklusive kunskap om utländska målgrupper som besöker Jämtland Härjedalen för ökad **internationalisering**.

Deltagarlista

Av de nio anmälda deltagarna blev två tvungna att lämna återbud, de som deltog var:

- Linnea Frisk, Vemdalens TI (Destination Vemdalen)
- Stina Stein, Östersunds TC (Destination Östersund)
- Malin Bengtsson, Gäddede TI (Frostviken / Vildmarksvägen)
- Andreas Magnusson, Strömsunds TI (Strömsund / Vildmarksvägen)
- Annika Baudin, Strömsunds TI (Strömsund / Vildmarksvägen)
- Emma Bergstrand, Krokoms TI (Krokom / Ansättfjällen)
- Anne Adsten, JHT



REGION
**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet Besöksnäringens roll för regional utveckling, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.

Program

3 maj tisdag

12.00 Avfärd från Östersund

13.30 Strömsunds TI. Information om verksamheten och visning av nyfixade Visitor Center/konferenslokalerna.

14.00 Mot Stora Blåsjön, besök hos Jormvattnet IP längs vägen med info om verksamheten och frågestund om friåkningsområdet för skoter, fiske och att vara InfoPoint.

17.30 Ankomst Stora Blåsjön. Visning av hotellet och historien om hotellets tillkomst.

18.00 Middag o presentationer av deltagare. TuristQuiz med frågor som turistinformatörer i Jämtland Härjedalen bör ha koll på.

4 maj onsdag

08.00 TIC-möte. Aktuellt hos JHT och närvarande TICs, trycksaker, trender/omvärldsbevakning, produktutveckling/innovationer.

10.30 Mot Gäddede TI.

11.30 Gäddede TI / Naturum. Visning av lokalerna och info om verksamheten.

12.00 Lunch Tjeedtege Café. Visning av lokalerna och info om verksamheten.

13.00 Avfärd åter mot Strömsund, Östersund och vidare.

17.00 Ankomst Östersund



Jormvattnets fiskecamp & InfoPoint drivs av Marika Westberg Hopponen som dessutom jobbar som fiskeguide och naturvärd för Frostvikens friåkningsområde. Gruppen besökte campen på väg mot Stora Blåsjön.

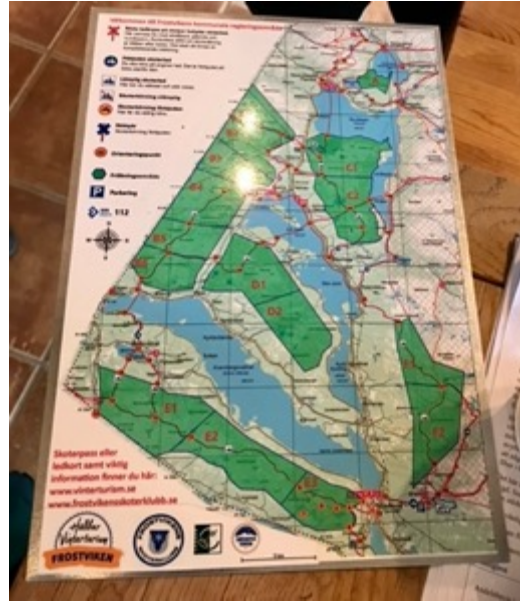
Fiskecampen har stugor, ställplatser, camping, båtar, butik, café och servering och så är det en InfoPoint där många gäster passar på att ställa frågor både om fiske och sevärigheter/aktiviteter längs Vildmarksvägen.

REGION
**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet Besöksnäringens roll för regional utvecklin, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.



Friåkningsområdet för skoter i Frostviken skapades via ett projekt som avslutades i november 2018 och har sedan dess administrerats via Frostvikens skoterklubb AB med naturvårdare som ser till att friåkningsområdet fungerar. Intresserade köper dagkort, flerdagskort, veckokort eller säsongskort och får då tillgång till 30 000 hektar.



Hotell Stora Blåsjön & Infopoint öppnade inför sommarsäsongen 2021 med 10 dubbelrum. Huset är från början ett parhus som nu byggts på med reception och utrymme så att samtliga rum kunnat utrustas med badrum. Rummen har smakfull inredning med hemsnickrade trädetaljer som sänggavlar, sängbord, elementskydd och lister. I baren har samma snickare (delägare i hotellet) snickrat speciella barstolar och bardisken och receptionsdisken kommer även de från samma designer. Gänget bakom satsningen bor i Stora Blåsjön eller har anknytning dit och har länge sneglat på huset som ligger med perfekt ski-in-ski-out

läge till de alpina backarna i byn. Hotellet är en perfekt InfoPoint med Lotta som hotellchef. Hon har tidigare jobbat på Gäddede Turistinformation och känner området utan och innan.



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet Besöksnäringens roll för regional utveckling, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.



REGION
**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet Besöksnäringens roll för regional utvecklin, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.



Strömsunds Turistinformation finns i samma lokaler som Folkets Hus Strömsund, vägg i vägg med Hotell Nordica. Under pandemin var Folkets Hus vaccinationscentral och turistinformationen stängde sin fysiska mottagning vintertid. Sommartid togs besökare emot utomhus vid entrén och med ambulerande verksamhet t ex vid Strömsunds camping.

Konferenslokalerna har målats om och belysningen har bytts ut och därmed har den planerade tematiseringen av rummen kunnat börja. Det finns nu ett Vildmarksvägenrum, ett Dunderklumpen-rum, ett samiskt rum, ett jakt- och fiskerum etc som kan fungera som visitor center när rummen inte är uthyrda.

Strömsunds turism driver även Strömsunds camping, har hand om uthyrningen av Folkets Hus och har en souvenirshop för både gäster och bofasta.

Annika och Andreas är turistinformatörer med Håkan Sandgren som chef och ansvarig för campingen. I tillägg finns Gerd Sjöberg i anslutning till turistinformationen som kommunens kommunikatör.

Gäddede Turistinformation finns i samma lokaler som Naturum Gäddede och Gäddedes bibliotek. Malin är ensam anställd turistinformatör, vilket innebär en hög stressnivå sommartid när gästerna längs Vildmarksvägen önskar råd och tips längs vägen.

Naturum drivs av en förening som underhåller utställningarna. Det finns t ex en kåta att krypa in i, uppstoppade djur och små tablåer som visar livet i fjällen genom historien.



REGION
**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet Besöksnäringens roll för regional utveckling, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.

I anslutning till turistinformationen finns en liten souvenir-/presentbutik som service för både bofasta och besökare.

Mitt emot Turistinformationen i Gäddede finns sedan någon månad tillbaka Tjeedtege Café med samisk inriktning. Här kan man ta en fika och äta lunch samt så finns en liten presentbutik och på väggarna hänger konst till salu med samiska motiv. TIC-gruppen passade på att boka in sig för ren-köttbullar med gräddsås och lingonsylt dag 2 på programmet. Kicki Stenvall som driver Tjeedtege har även hon arbetat på Gäddede Turistinformation och kan mycket om området.



Strömsunds TI & Gäddede TI har tillsammans 25 InfoPoints, varav den senast tillkomna är [Camp Stora Blåsjön](#) med 22 bäddar och 40 ställplatser centralt vid ICA-butiken i Stora Blåsjön. InfoPointsen får diplom, skylt och broschyrställ samt en anteckningsbok för att anteckna synpunkter/idéer som besökarna delger.

InfoPointsen har som i alla områden, olika intresse av gemensamma träffar och kommunikation. En behöver få informationen skickad till sig i frankerat kuvert ☺

I maj månad gör turistinformatörerna en turné för att besöka InfoPointsen för att informera, diskutera och förmedla broschyrmaterial. De fysiska InfoPoint-träffarna kommer att återupptas till hösten efter pandemi-uppehållet.

Till sommaren kommer Turistinformationen i Strömsund att vara öppen för första gången efter pandemin.

En ny Vildmarksvägen-broschyr har tryckts med utvikbar karta och fokus på både information och kunskap om rättigheter och skyldigheter t ex för fri camping och sophantering.

Strömsund producerar även en sommarguide-bilaga i samarbete med Jämtlands tidning.

REGION
**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet Besöksnäringens roll för regional utveckling, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.

Krokoms TI har ingen fysisk lokal utan verkar helt via sina InfoPoints med Emma som coach och sammanhållande kraft.

Tryckt material i en digitaliserad värld

Signalen från Krokoms InfoPoints är att besökarna trots tillgång till digitalt material ändå vill ha en fysisk broschyr och definitivt tryckta kartor och kommer därför att titta på att ta fram fysiskt material.

Bland annat finns en plan för att ta fram 5 områdesguider och kanske även en publikation om Krokoms bästa leder.

Naturguiden från Länsstyrelsen vittnar samtliga närvarande TICs om att den är mycket populär utifrån att den på ett fint sätt lyfter fram naturområden värda ett besök i hela regionen. Även *reseguiden Jämtland Härjedalen* är populär eftersom den ger en sammanfattning för hela regionen.

Emma noterade att Strömsund och Gäddede tagit fram produktblad där gästen själv kan plocka just de blad hen är intresserad av och där nya blad enkelt kan tryckas upp när de tar slut.

Flera aktörer/TICs i Jämtland Härjedalen tar idag betalt för till exempel vandringsguider och produktioner som är fleråriga. Ett bra sätt att finansiera en produkt som tar tid att ta fram och kostar en hel del att trycka och distribuera. En kostnad ökar chansen att den värdesätts av köparen och inte hamnar i pappersinsamlingen i första läget.

Emma tar fram 2-årskontrakt för sina **InfoPoints** och de får ett diplom att sätta upp i sin lokal samt skylt och broschyrställ. InfoPointsen uppskattar att få ett personligt möte med Emma så att de kan passa på att få input kring både den egna verksamheten och kring att vara InfoPoint för området/destinationen.

Emma håller med Strömsund & Gäddede om att det är svårt att få respons via mail, men att det är lättare efter ett första besök när InfoPointsen vet vem som skickar mailen.

Det finns planer kring att utöka antalet IP i kommunen med en för Krokomsporten.

Krokom kommer att samarbeta med Bergs kommuns Conny Elf kring att **utveckla kommunens fiske**. Conny har avslutat Bergs kommuns projekt "Fiska i Berg" med ett stort antal framtagna fiskeplatser som välkomnar även de med olika funktionshinder. I samband med detta kommer Fiskevägen-konceptet att dammas av för att se om det finns delar i konceptet som fortsatt är gångbara.

Emma kommer att ta tag i **Instagram** för Krokoms TI i samarbete med en nyanställd kommunikatör på kommunen och aktivt samla material i sommar inför nästa sommar. Ett tips är att följa varandras SoMe-konton och hjälpa varandra att få spridning på inlägg.

REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Bildinsamlingstips

Ett tips är att samla bilder närhelst man har möjlighet och lägga upp dem i ett system så att de är sökbara både på ort/aktivitet/säsong/år samt att bilderna är namngivna med fotografens namn så att det är lätt att ange namn i samband med publicering.

Östersunds TC har flyttat från lokalen i Gamla skolan i Östersund och finns numera i nyrenoverade lokaler i anslutning till Z-gränd och Storgatan i Östersund. De nya lokalerna motsvarar bättre dagens verksamhet med mindre besöksyta och större antal kontorsplatser.

I dagsläget har Östersund 9 **InfoPoints** som behöver aktualiseras inför säsongen. I sommar kommer sommarpersonal att finnas på välbesökta platser som Badhusparken och Jamtli för att svara på frågor och informera.

Möten med partners är en viktig funktion för DOAB, Destination Östersund AB som driver Östersund TC. Tidigare har inte Lillänge köpcenter känt att de varit en del i stadskärnan och därför görs nu en hel del aktiviteter för att båda stadsdelarna ska kännas som en helhet.

Sommarbroschyren kommer inom någon vecka och trycks i ca 20 000 ex. Den är i tjockaste laget tack vare att DOAB har ett stort antal partners som önskar vara med och synas.

Östersund har fått en ny butik längs gågatan: **Normal**, som säljer bl a skönhetsprodukter, och godis.

Malin i Gäddede önskar att Stina tar med sig en fråga kring **Isgrottan** vid Gustavsbergsbacken, Frösön, som hon upplever som omarkerad i terrängen och i avsaknad av information. Stina tar med sig frågan i och med att Frösöberget nu är aktuellt för utveckling, både gällande cykling och skidåkning. Bland annat kommer liften att hålla öppet vid fler tillfällen under hela sommaren för liftburen cykling.

Vemdalen TI sommaröppnar vid midsommar med återkommande personal, vilket är både roligt att de trivs och skönt för att befintlig personal då inte behöver introducera nya medarbetare.

Vemdalen lägger tid och kraft på att utveckla sin **butik** eftersom den både ger ett välkommet tillskott till driften och samtidigt gör att besökare hittar in och då även passar på att få information om aktiviteter i området = merförsäljning.

Exempel på varor i butiken är ledkryss-produkter, muggar, karameller och Vemdalen-the. Ute på Vemdalen Torg finns trampbilar som hyrs ut och renderade 40 000 sek under 2021. Turistinformationen är utgångspunkten för **tipspromenader** och andra aktiviteter, även det ett sätt att få besökare att hitta in och därmed öka merförsäljningen både av aktiviteter och prylar i butiken. Via ett samarbete med Fyrfasen kan de dela ut enkla priser till de som deltar i form av spork eller dry bag (liten påse för att telefonen inte ska bli blöt t ex).

REGION
**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Destination Vemdalen tar fram **nya cykel- och vandringsledskartor** efter kommunikation med berörda markägare och med syfte att försöka sprida besökarna.

Skistar satsar numera året-runt och i sommar sätter arbetet igång med att fixa ett cykelområde i barnbacken ovanför Vemdalen torg – så kallade **Flow trails**.
Liften kommer inte att vara igång i sommar p g a att det kommer att vara ett arbetsområde.

I tillägg till utvecklingen av cykling driftar Destination Vemdalen sedan tidigare två **pump tracks**.

Våffelstugorna kommer att vara öppna även sommartid i området, vilket är bra som utflyktsmål för vandring.

Broschyråtgången är hög hos Destination Vemdalen med ca **200 besökare per dag (!)** och de har gjort slut på sin pall med reseguiden Jämtland Härjedalen. **Fler reseguider Jämtland Härjedalen finns att hämta hos JHT i Östersund, hos Brücke TI och hos Strömsunds TI.**

Totalt har destinationen **7 InfoPoints** som Linnea nu tar över ansvaret för när Kristina Kristoffersson tar tjänstledigt för att arbeta i Region Jämtland Härjedalens projekt "En attraktiv region".

Konceptet [Fjällen Forever](#) fortsätter även i sommar med aktörerna Vemdalen, Funäsfjällen och Lofsdalen.

Destination Vemdalen fortsätter även i sommar med att rusta upp och förstärka **vandringsleder** eftersom det är en stor reseanledning till destinationen och hela regionen. Destinationsbolagets Magnus Larsson jobbar med att hitta bra lösningar med destinationens markägare.

Information om JHT

Gruppen fick aktuell information om JHT inklusive vision, verksamhetsområden, medlemmar och om aktuella pågående projekt, särskilt Besöksnäringens roll för regional utveckling inklusive information om pågående utveckling av mätmetoder för turism – Jämtlandsmodellen: som kommer att innefatta inte bara hårda mätvärden utan även mjukare värden som attraktionskraft.

REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Digitala tips

- *Länka till varandra* på hemsidor för att få bättre positionering hos Google-sökfunktion.
- *Tagga Jämtland Härjedalen* i SoMe om ni önskar att vi uppmärksammar era inlägg och delar vidare om möjligt.
- *Tagga varandra i SoMe* när det passar för ökad uppmärksamhet, t ex om ni nämner ett rundreseförslag.
- *Visita besökssevice* har digitala sändningar t ex inför sommaren med aktuellt kring auktorisation m m.
- Håll *kontinuitet* i SoMe för att behålla din plats i algoritmer som styr vad potentiella gäster ser i sina kanaler.
- *Blanda fakta och inspiration*. Det är större chans att ni får en like för inspiration än för fakta.
- Se till att era SoMe kanaler har ett *namn* som besökaren hittar och att ni har någorlunda samma namn i samtliga kanaler som ni använder.
- Var aktiv på *bedömningsidor* och hjälp gärna aktörer i er destination genom att lägga ut bilder t ex via Google maps, bedömningar via Tripadvisor m m.
- Uppmuntra aktörer i er destination att ansluta sig till någon typ av digital *bokningsplattform*. Ja, det kostar att lägga ut boende via t ex Booking, men det kostar ännu mer att ha ett helt eget bokningssystem för en mindre aktör.
- Se över *titlar* på dina artiklar på hemsidan. Hellre "Kajakture för barnfamiljer nära busshållplats" än "Kajakture".
- Det är numera möjligt att söka på *innehåll* i texter i Instagram-inlägg och inte bara på hashtags #
- Lägga gärna in *Alt. text* på Instagram för ökad tillgänglighet, högre prioritet i flödet och ökad sökbarhet.
- *Visa hur det ser ut i din destination just nu*. Gästen vill veta hur mycket snö det finns kvar, hur blött det är, hur soligt det är, hur långt växtligheten kommit, om höstfärgerna syns etc. Så blanda upp dit flöde med aktuella bilder (behöver inte vara perfekta).

Visit Swedens info inför sommaren

Visit Sweden har fortsatt ett uppdrag kring att marknadsföra resande inom Sverige och fortsätter med den s k [Upplevelseguiden](#) (Lofsdalen, Vemdalen och Östersund deltar) samt en ny kampanj inför sommaren som kallas [Cover Sweden](#) med filmer som presenterar Sveriges regioner utifrån skivomslag.

Via Visit Sweden är löftet: ***Tillsammans mot ett mer medvetet resande.***

REGION
JÄMTLAND
HÄRJEDALEN



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet Besöksnäringens roll för regional utveckling, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.

Potential finns att koppla sin destination till **resebyråer** för att de ska boka gäster till egna området. En potential som ökat med pandemin i och med ökad osäkerhet kring avbokningsregler, visum etc. I Sverige bokar 25% via resebyrå och andelen är högre för utländska gäster som önskar resa till Sverige.

Fördelar med att jobba med resebyråer: förlängd säsong i och med att researrangörer hellre bokar in gäster under lågsäsong, ni får nya gäster som resebyrån hjälper er att sälja till och utökad marknadsföring via dem. Ni gör bättre affärer och får ett bättre bokningsläge längre i förväg samt så kan ni ta del av resebyråns kunskaper om potentiella gäster som bokar via dem.

Om ni skapar nya hemsidor etc så tänk på att försöka ha relevant information så öppen som möjligt. **Öppen data** gör att AI-funktioner kan hitta uppgifter och lämna ut den i nya sammanhang t ex information om "hela resan" från dörr till dörr. Aktuella evenemang och öppettider m m.

Hållbarhetstankar – gäster / researrangör: Berätta om det ni gör!

Vi gör redan många aktiviteter t ex kring sophantering, informationsinsatser, samordning, markägarrelationer, förstärkningar av leder etc för en ökad hållbarhet. Var inte blyga – berätta om vad ni gör på hemsidor och i SoMe samt för media.

Trender och tips inför sommaren:

- Fortsatt en hel del Svemester utifrån världsläget.
- Jobba för att sprida gäster och undvika trängsel / överturism / slitage.
- Jobba för att er destination ska kunna erbjuda luftiga köer om köer uppstår.
- Jobba för att det ska vara möjligt att göra aktiviteter i mindre grupper, t ex boka egen guide för ett sällskap som känner varandra.
- Resa: Fortsatt kommer våra gäster att nyttja sin egen bil vid resor till oss. Tågresandet ökar och vi vill gärna att även flyg ökar för att kunna behålla möjligheten att flyga hit för gäster som bor långt borta. Vi jobbar vidare med att påverka för mer miljövänligt bränsle.
- Bo: Många önskar bo med wow-faktor. Tänk tema, annorlunda boenden med historia. Och vi kommer fortsatt att se intresse för att köpa eget fritidshus även utaför de större destinationerna. I takt med ränteutveckling blir det än mer intressant med boende längre från de turisttäta destinationerna.
- Mat/dryck: Lokalproducerat och juste. En kommande produkt är alkoholfria drycker med lokal prägel. Se t ex Fjällbrus i Bydalsfjällen och Svartbergets bryggeri som nu gör egen läsk.
- Räkna med fortsatta sista-minuten-bokningar och sena avbokningar.
- Slow travel – Det gör inget om det inte går så fort = fördel landsbygd
- Hållbarhet – Det blir allt viktigare att välja en destination som gör bra saker hållbarhetsmässigt: ekologiskt, ekonomiskt och socialt.
- Säkerhet / pålitlighet – Våra gäster vill kunna lita på leveransen, att de får det som de läst sig till och tror att de ska få. De vill ha klara besked om avbokningsregler, hur det ser ut på plats och hur de går till väga för att vara en bra och säker gäst.

REGION
**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden