





Visit Värmland 2020

2020 blev ett annorlunda år på många sätt för Värmlands besöksnäring med en global pandemi som slog till i början av året. Gränser stängdes och våra internationella besökare kunde inte längre välja Värmland som ett alternativ att resa till, vilket medförde förödande konsekvenser för Värmland som besöksmål. Visit Värmland som tidigare riktat in sig på en internationell marknad fick ställa om till en nationell, regional och lokal marknad. Trots problemen kan vi se att stora som små besöksnäringar visat en enorm kreativitet och styrka i att ställa om sina verksamheter.

Visit Värmlands verksamhet är indelad i fyra huvudsakliga områden men alla med ett gemensamt mål att skapa en hållbar besöksnäring både ekonomiskt, socialt och miljömässigt:

- Strategisk utveckling för besöksnäringen i Värmland (Naturen, kulturen, historien & människorna)
- Affärs & Produktutveckling (Äta, Bo & Göra)
- Marknad och kommunikation
- Statistik, analys och omvärldsbevakning

Vårt arbete under 2020 har medfört lärdomar att ställa om och tänka nytt. Vi har arbetat tätt tillsammans med Region Värmland och kommunerna för att stötta näringen i en svår tid. Information om stöd, nära kontakt genom samtal men också genom kompetensutveckling parallellt med ett fortsatt arbete att stärka Värmland som varumärke. Under året har vi påbörjat utvecklingen av [visitvarmland.com](https://www.visitvarmland.com) för att stärka Visit Värmlands, kommunernas och våra medlemsföretags digitala närvaro samt genomfört ett 10-tal kampanjer, arbetat aktivt med våra SoMe kanaler och vårt tryckta magasin.

Attraktionen för vår region kommer finnas kvar även "dagen efter imorgon" och vi välkomnar nu 2021 där vi tillsammans arbetar för en hållbar tillväxt och sysselsättning i Värmland.

Mia Landin,
Vd, Visit Värmland



Visit Värmlands specifika insatser under Coronakrisen 2020

**NYTT
PROJEKT**

LOV
Livskraftig omställning besöksnäring i Värmland
Projektet har för avsikt att hjälpa företag som blivit hårt drabbade av Covid-19-krisen att ställa om sina verksamheter från en internationell marknad till en nationell, regional och lokal marknad.

VÄRMESTER-KARTAN

VÄRMESTER-KRYSSET! Vem unik matupplevelse!

1100 samtal

100 nya paket på visitvarmland.com

VÄRMESTER skapades för den svenska marknaden

Vi har ringt drygt **1100** samtal till cirka **200** besöksnäringstillägare

Inför sommaren fanns **100** nya paket på visitvarmland.com

FÖRETAGSJOURN
RÅDGIVNING OCH STÖD

En del av

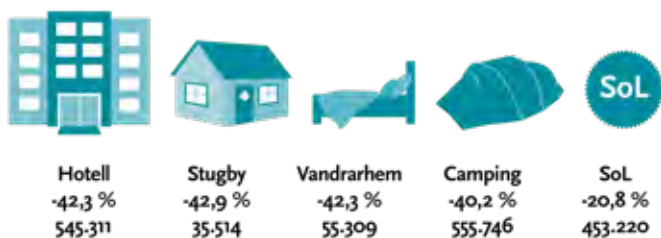
Informerade och publicerade

Omställningscheckar och stödåtgärder både regionalt och nationellt



Januari - december 2020

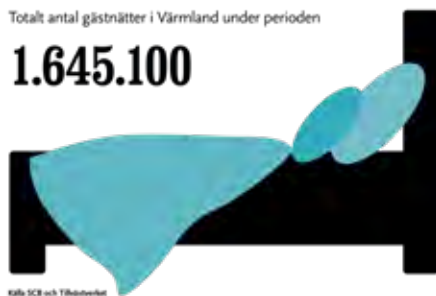
Antal övernattningsplatser och förändringar jämfört med samma period 2019



Gästnätter i Värmland 1 januari - 31 december 2020

Totalt antal gästnätter i Värmland under perioden

1.645.100



Källa: SCB och Tilläggsvärden

Utländska gästnätter	
Norge	47 878
Tyskland	40 775
Nederländerna	2 579
Danmark	3 807
Fina	1 349
Övriga länder	8 263
Totalt	104 651

Svenska gästnätter i Värmland under perioden	
Totalt	1.460.595

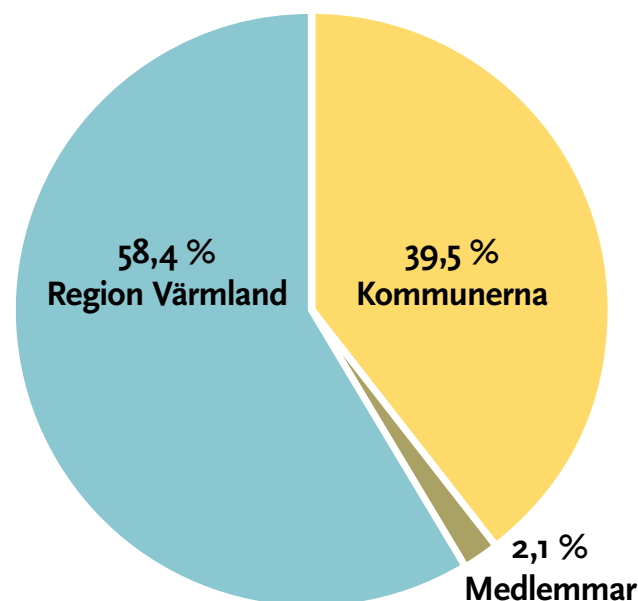
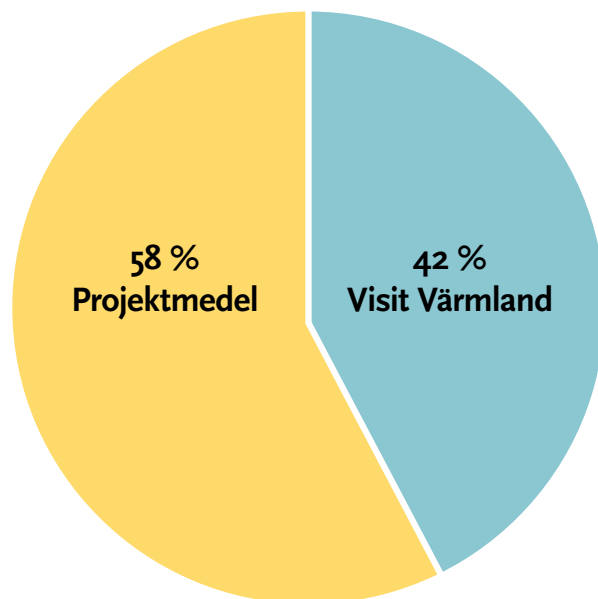
Förändring kommersiella övernattningar

Under 2020 fick Värmland 1 645 100 övernattningsplatser, som är 36,8% mindre än föregående år (-959 327 övernattningsplatser mindre). Alla boendeformer tappas gästnätter och de största minskningarna i antal övernattningsplatser har hotell och camping som tappas -400 392 respektive -373 032 gästnätter, vilket är -42,3 % och -40,2 %.

Antalet övernattningsplatser i Värmland under 2020 minskade både bland svenska besökare med -16,0 % (totalt 1 460 595 gästnätter, vilket är -277 281 gästnätter mindre mot samma period förra året) och utländska besökare med -78,7 % (totalt 184 505 övernattningsplatser, vilket är -682 046 gästnätter mindre än samma period föregående år).

Svenska besökare i Värmland under 2020 ökade sin närvaro på boendeformen camping (totalt 469 905 gästnätter, ökning med 9,4 %).

Antalet utländska gästnätter minskar på alla boendeformer under 2020 och alla Värmlands prioriterade utländska marknader minskar.



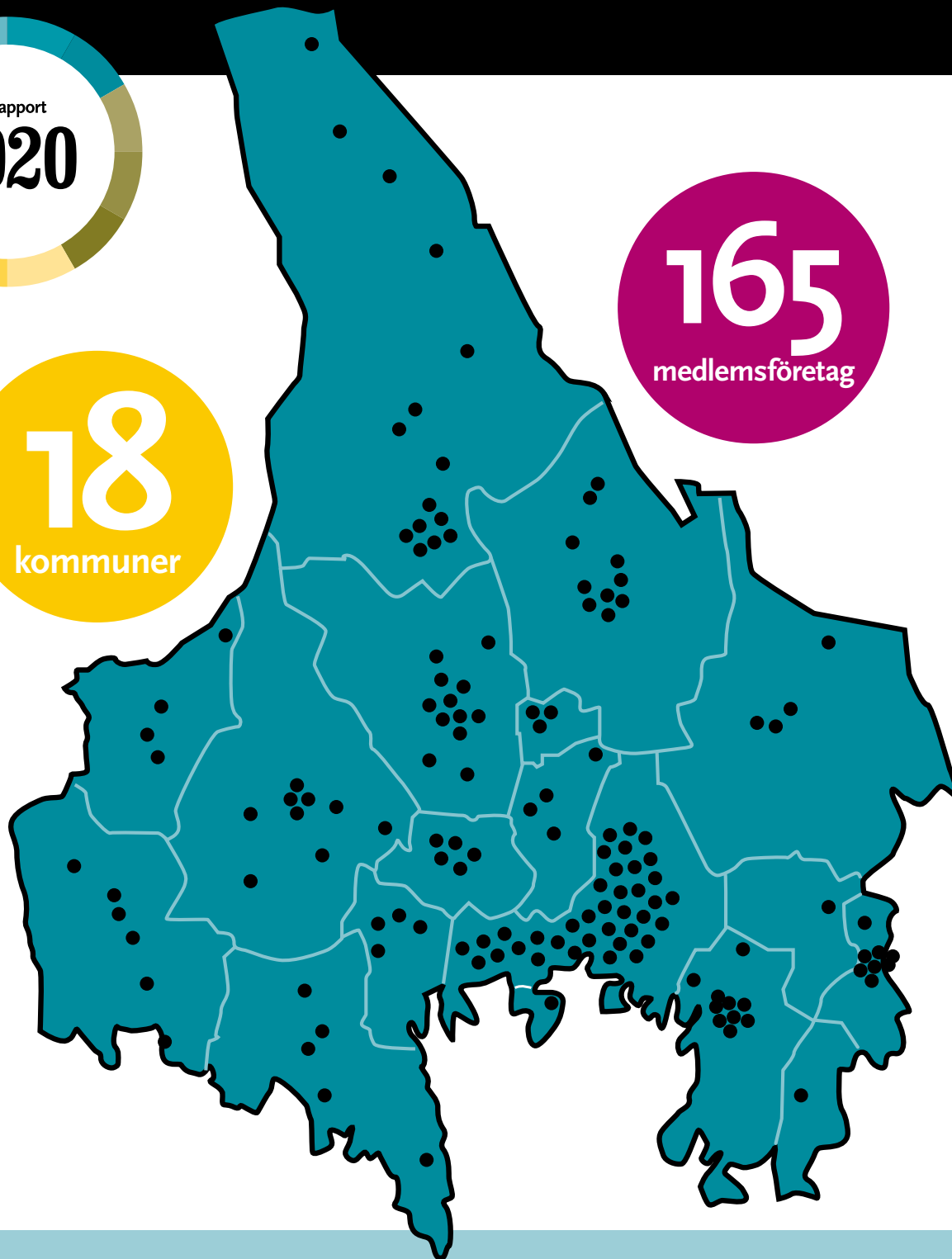
Medlemmar och finansiering 2020

När Visit Värmland stängde böckerna 2020 hade vi 165 direkt anslutna medlemmar. Det gör en nettotillväxt med 6 nya medlemmar för året. Av dessa är 144 privata företagsmedlemmar, 18 kommuner och 3 paraplyorganisationer. Dessa paraplyorganisationer har drygt 225 företag och föreningar anslutna indirekt via Camping Värmland, Centrum Karlstad, Värmlands Hembygdsförbund som tillsammans ger en medlems bas på ca 390 företag. Under 2020 erhöll Visit Värmland en basfinansiering från Region Värmland på 2956 tkr. Stämman tog 2020 beslut om att halvera service-

avgiften för medlemsföretag och i december togs beslut av styrelsen att helt slopa medlemsavgiften 2020, med hänsyn till det utsatta läget som kom av pandemin. Kommunernas del var oförändrad och påverkades inte av ovanstående beslut. Den totala intäkten stod för 2000 tkr. Övriga medlems intäkter uppgick till ca 106 tkr som erhöles genom deltagaravgifter i specifika aktiviteter och/eller utbildningar samt annonsintäkter i Magasin Värmland.

Visit Värmland drev under 2020 tre större utvecklingsprojekt; Konkurrenskraftig Besöksnäring

Värmland (KBV), Led och Evenemangsbaserad Turism (LET), Livskraftig Omställning Värmland (LOV) och två mindre projekt Tillgänglig Besöksnäring Värmland (TBV) samt Utökad Utveckling Besöksnäringen i Värmland (UUB). Interreg-projektet LET är finansierat av Region Värmland, Interreg Sverige-Norge samt Akershus, Hedmarks och Östfolds fylkeskommuner samt Västragötalandsregionen. KBV och LOV är finansierat av Region Värmland och Europeiska Regionalfonden (ERUF) och TBV och UUB av Region Värmland. Dessa fem projekt omsluter cirka 9500 tkr 2020.



Nya medlemmar 2020

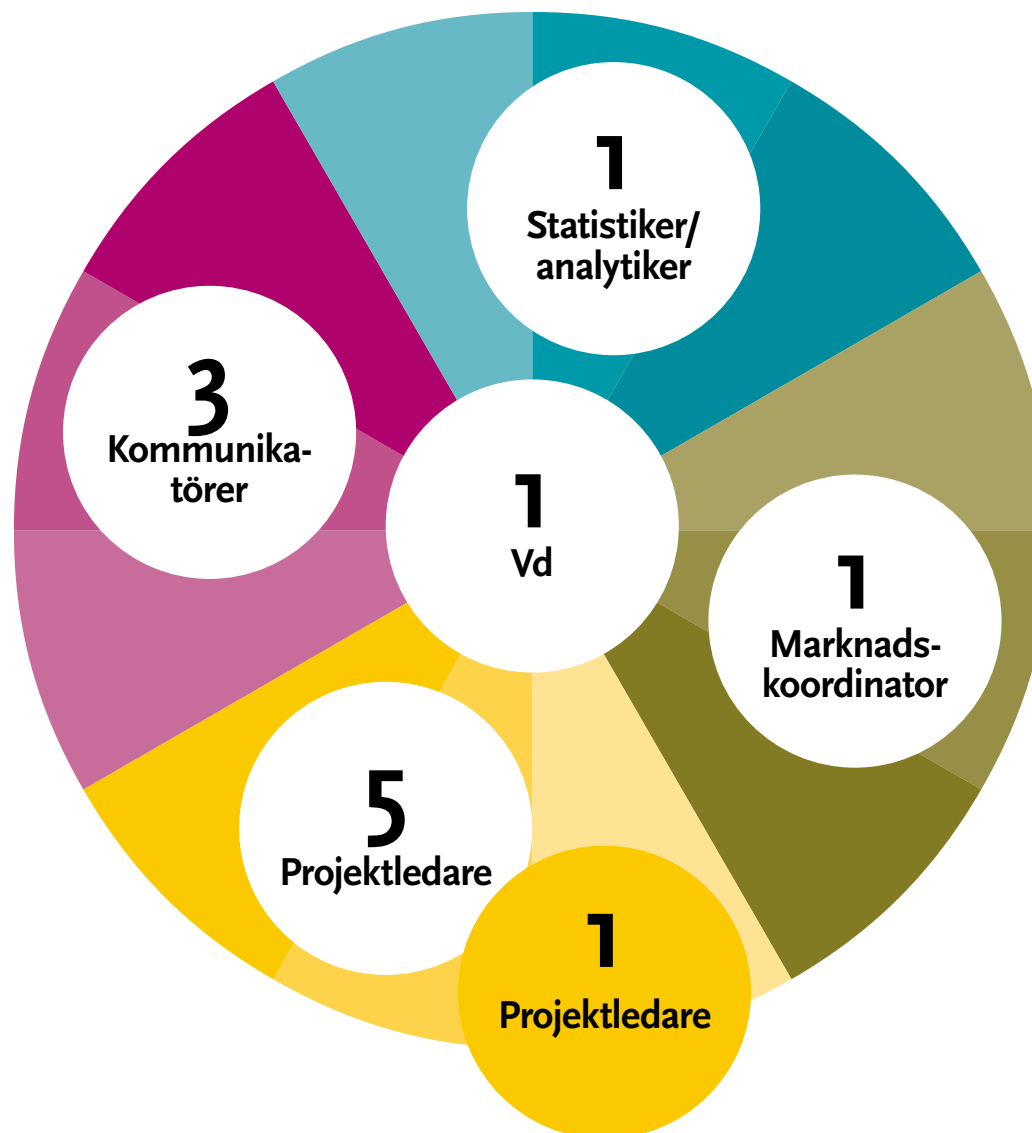
- Almars Krog/Christofer-Robins Mat AB
- Ekshärads Stugby AB
- Friendly Travel Sweden AB
- Ingestrands Camping
- Lövås Gård
- Mattila Fritid AB
- Outdoor Center Värmland
- Risberg Herrgård
- Turistgården / Töcksfors Rumsuthyrning STF
- Wiksfors Bruk AB
- Vänervård
- Villa Fryksta AB





Medarbetare 2020

Andreas Norum
 Anna Penaber
 Cajsa Jansson
 Gunn Axelsson
 Frida Klang
 Jennie Jonsson
 Jenny Nohrén
 John Zafaradl
 Linda Werme
 Linnea Harefjord
 Mia Landin
 Niclas Wikman





190
företag har deltagit

432
medlemmar som har deltagit

60 ✓
genomförda aktiviteter



40.000 ex

140
Publiceringar i print och på webb

AKTIVITETER OCH MARKNADS- AKTIVITETER 2020

44
utbildningar/
seminarium

56
företagsbesök
IRL

100
paket för svenska
marknaden

1
mässor och
workshops

1
rundabords-
samtal

6
omställnings-
möten



1
gruppressor
press

5
individuella
pressresor

2
famtrips
researrangörer



Våra projekt

Under 2020 drev Visit Värmland totalt sex projekt samt en förstudie. I KBV-projektet arbetar Visit Värmland med digitalisering, affärsutveckling och måltidsturism, i detta projekt har även vår exportmognadsprocess tagits fram. I LET-projektet arbetar Visit Värmland tillsammans med Dalslands Turist AB (DTAB) samt de tre norska fylkeskommunerna Akerhus, Hedmark och Östfold. De olika intressenterna arbetar med gränsöverskridande paketering och produktutveckling kopplat till ledbaserad och evenemangsbaserad turism.

I TBV-projektet arbetar Visit Värmland med att inventera tillgängligheten för personer med funktionsvariationer och samla det i en tillgänglighets databas för att tillgängliggöra platser för målgruppen. I LOV-projektet arbetar Visit Värmland med att utveckla attraktiva platser och på landsbygd i Värmlands kommuner, digitalisering och produktutveckling för små och medelstora företag. Inom NLS-projektet är Visit Värmland med och tar fram en kvalitetsstandard för vandringsturismleder genom exempelvis kategorisering av lederna samt tar fram en samarbetsmodell för vandringsleder i Sverige.

Visit Värmland medverkar även i en förstudie för Finnskogen för att identifiera viktiga nyckelaktörer som ska utveckla Finnskogen till en attraktiv plats inom natur- och kulturturism. I projektet UUB arbetar Visit Värmland för att stärka sin digitala närvaro. Projektet innebär en utveckling av visitvarmland.com och den nya webbplatsen beräknas vara klar i slutet av april 2021.

KBV
Konkurrenskraftig
Besöksnäring i
Värmland

LET
Led och evenemangsbaserad
turism

LOV
Livskraftig omställning
besöksnäring
i Värmland

NLS
Nationell
ledsamverkan

TBV
Tillgänglig
Besöksnäring
i Värmland

UUB
Utökad utveckling
besöksnäringen
i Värmland

Förstudie
Cykel &
Finnskog



KBV



Konkurrenskraftig besöksnäring i Värmland

Projektid 2018 – 2021

Omfattning 5 delmål

Budget 15 miljoner

Delmål 1

Ökad omvärldskunskap hos företagen

Delmål 2

Ökad affärsutveckling hos företagen

Delmål 3

Företagen bearbetar bredare marknad (*fler segment och länder*)

Delmål 4

Öka företagens synlighet via digitala verktyg

Delmål 5

Utveckla Värmland som mat och dryckesdestination (*ökad måltidsturism*)

LET



Gränsregional näringslivsutvecklingen genom led- och evenemangsbaserad turism

Projektid 2019 – 2021

Omfattning 7 delmål

Budget 17 miljoner

Delmål 1 Ledutveckling: kartläggning, kvalitetssäkring samt identifiering av möjlig utveckling/sammankoppling av leder.

Delmål 2 Utveckla standard för "cykelvänligt boende" och implementera detta.

Delmål 3 Öka andelen exportmogna och internationellt konkurrenskraftiga företag

Delmål 4 Fler exportmogna produkter inom vandring och cykel säljs på internationell marknad och är exponerade i internationella digitala marknadsföringskanaler

Delmål 5 Inventering och sammanställning av evenemangsresurser

Delmål 6 Ökad kunskap hos kommuner och arrangörer om vilka positiva effekter arrangemang kan ha för lokal ekonomi och besöksnäring

Delmål 7 Manualer och verktyg för hållbara evenemang är framtagna, kända och etablerade i projektområdet.

Delmål 8 Minst tre gränsöverskridande samarbeten inom evenemang

LOV



Livskraftig omställning besöksnäring i Värmland

Projektid 2020 – 2023

Omfattning 5 delmål

Budget 10 miljoner

Delmål 1 Företag, branschföreträdare och andra regionala aktörer står bättre rustade med aktuell och värdefull kunskap om nya målgruppens konsumtionsmönster, resvanor, behov och önskemål samt hur vår omvärld uppfattar Sverige som resmål under och efter pandemin

Delmål 2 Affärsutveckling i företagen har lett till en anpassning av befintliga produkter och tjänster till lokala, regionala och nationella målgruppers behov och önskemål, samtidigt som nya attraktiva, innovativa, erbjudanden har skapats och marknadsförts

Delmål 3 Företagen har ökat sin egen marknadsföring direkt mot lokala, regionala och nationella målgrupper och har hittat nya effektiva säljkanaler

Delmål 4 Företagens digitala mognad har ökat, och digitala lösningar och verktyg präglar allt från arbetssätt och marknadsföring till produkter och tjänster, samt upplevelser på distans och på plat

Delmål 5 Värmlands småskaliga livsmedels- och dryckesföretag har utvecklats effektiva sälj- och distributionskanaler för att synliggöra och nå både privata och offentliga aktörer med lokalproducerade varor. Efterfrågan på den värmländska lokalproducerade maten har ökat. Värmland är känd som en attraktiv mat- och dryckesdestination.



NLS

Nationellt ramverk för vandringsleder

Projektid 2020 – 2022

Omfattning Ta fram ett gemensamt ramverk för kvalitetsstandard på vandringsleder

Budget:

Övergripande mål Öka andelen internationella gästnätter i Sverige och därmed öka omsättningen och sysselsättningen hos besöksnäringens företag. Bidra till att Sverige förstärker sin position som ledande naturturismdestination i världen.

Delmål

Nationella kvalitetskriterier inom t ex:

Fysisk led, ledgradering
Organisation, markägaravtal
Kommunikation
Service
Upplevelse

Övrigt: Nationellt projekt som alla Sveriges 21 regioner står bakom. Samfinansierat av Jordbruksverket och Tillväxtverket.

TBV

Tillgänglig besöksnäring i Värmland

Projektid 2018 – 2020

Omfattning 3 delmål

Budget 1,8 miljoner

Delmål 1

Minst 30 inventerade företag

Delmål 2

Ökad medvetenhet om tillgänglighet hos företagen

Delmål 3

Alla inventerade företag ska ha utfört minst en åtgärd för bättre tillgänglighet

Förstudie

Investeringsprojekt servicestrukturcykelleder Värmland - Västra Götaland – utlysning Branschsatsning rädda besöksnäringen

Projektid 20201001-20210228

Omfattning

Budget 250 000:-

Projektet är en förstudie som syftar till att undersöka vilka investeringar och insatser i form av fysiska anläggningar och olika service- och tjänstefunktioner som är nödvändiga, för att optimera turistföretagens möjligheter att utveckla nya cykelprodukter. Denna förstudie görs inför ett följande investeringsprojekt.

Projektet adresserar några huvudområden

- Logistik runt uthyrningar av cyklar och elcyklar med tillhörande packutrustning
- Transporter av bagage, besökare och cyklar på kollektivtrafik
- Tekniska lösningar för obemannad uthämtning och inlämning av hyrcyklar
- Tekniska förutsättningar för boknings- och logistikhantering
- Förutsättningar och möjliga platser för utvecklade noder som är naturliga start- och avslutningsplatser för cykelturister där relevant service och transportmöjligheter finns samlad.
- Identifiera aktörer som via en utökad samverkan kan tillvarata den potential inom natur- och kulturturism som Finnskogsområdet besitter.



Styrelse

Mats Williams, *ordförande*

Anders Thorén, *Löfbergs*

Christer Johansson, *Ica Maxi*

Hanna Åkerstedt, *First Hotel River C*

Johan Engström, *IF Göta*

Lotta Braunerhielm, *Karlstads universitet*

Maria Westin, *Karlstad kommun*

Mikael Elford, *Branäs gruppen*

Ulrika Ganterud Evermark, *Kristinehamns kommun*

Valberedning

Birgitta Sefastsson, *Karlstad kommun*

Jonas Enström, *konsult*

Mattias Aronsson, *Torsby Sporthotell*



Norra Strandgatan 17, 652 24 Karlstad
www.visitvarmland.com • www.visitvarmland.org
info@visitvarmland.com • [#visitvärmland](https://www.instagram.com/visitvarmland)