

Turismen vid Dellen

Förstudierapport L04-222/06

Roland Hamlin/Kristina Söderbäck

*Förstudien är beställd av föreningen Dellenbygdens Framtid
och finansierad med bidrag från EU genom Leader+ Intryck Hälsingland.*

Sammanfattning

Turismen kring Dellensjöarna har enligt många bedömare en stor men underutnyttjad potential. Enstaka entreprenörer driver sin verksamhet med hygglig lönsamhet, men utbudet behöver breddas och bygden lyftas fram ytterligare genom samlad marknadsföring för att nå större genomslag.

Förstudien föreslår att turismaktörerna kring Dellen bildar en ekonomisk förening, kallad Dellenturism. Förberedelser för detta har skett under förstudien. Föreningens uppgift skall vara att verka för medlemmarnas ekonomiska intressen genom ökad samordning mellan turismaktörerna, en breddning av utbudet och gemensam marknadsföring. Föreningen skall verka dels genom egna insatser från medlemmarna, dels genom att söka externt stöd för olika samverkansprojekt.

Innehållsförteckning

Sammanfattning	1
Innehållsförteckning.....	2
Bakgrund.....	3
Problem/frågeställning	3
Syfte/målsättning	3
Metod.....	3
Fakta/undersökning.....	4
Boende	4
Äta.....	4
Besöka/göra.....	4
Mat och boende endast förbokat i samband med aktivitet	4
Tillfälliga evenemang.....	4
Marknadsföring via Internet.....	4
Skyltning och logotyp	5
Lisa Anderssons förslag	5
Lars Gustavssons förslag.....	5
Mix Hagmans förslag.....	5
Gemensam marknadsföring.....	5
Paketering av turismupplevelser	6
Analys och slutsatser.....	6
Källförteckning	6
Bilagor.....	6



*Projektet medfinansieras av
Europeiska Unionen, Utvecklings-
och garantifonden för jordbruket.*

intryck
H
Hälsingland

Bakgrund

I en konsultrapport år 2000 hävdades att ”Dellenbygden är kliniskt ren från samarbete” (Sinclair & Lager 2000). Detta är rimligtvis en överdrift och det finns goda exempel på samarbete även i turismsektorn (t ex bygdemålaren Bror-Erics initiativ till samannonsering och hans årliga påskutställning), men rapporten inledde en självrannsakan och ledde till nya initiativ. Föreningen Dellenbygdens Framtid bildades och har arbetat med samordning på flera plan. Turismen har funnits med som en av flera punkter på föreningens agenda, men ingen av de drivande har haft turismen som sin hjärtefråga. Turistgruppen i Norrbo bildades och tog initiativ till bildande av en turistgrupp för hela Dellenbygden. Denna har hittills fungerat som en undergrupp inom Dellenbygdens Framtid. Under 2007 inträdde nya aktörer på scenen med uttalad vilja till ökad samverkan, främst avses Svanbackens Strandhotell men även nya mindre aktörer.

Hudiksvalls Turistbyrå inbjöd i november 2007 till ett möte med förslag om ett gemensamt projekt för att utveckla samordnad turism i Dellenbygden. Ytterligare möten hölls i december 2007 och januari 2008. Då möjligheten öppnades att söka förstudiemedel från Intryck Hälsingland gjordes en sådan ansökan genom föreningen Dellenbygdens Framtid, med en uttalad ambition att det skulle leda till att turismaktörerna i bygden fick ett redskap att själva arbeta vidare med sin gemensamma utveckling.

Problem/frågeställning

Förstudien har sökt svaret på följande frågor:

- Vad vill turismentreprenörerna själva? Finns behov/vilja till samverkan?
- Under vilken samarbetsform skall ett sådant samarbete ske? Inom befintlig organisation eller genom eller ny förening? I det senare fallet förbereda formalia som stadgar och styrelse.
- Geografisk avgränsning av arbetet – innefattar Dellenbygden t ex Näsvisen?
- Skall arbetet bedrivas under en egen logotyp? Kan man använda någon befintlig symbol eller behöver det tas fram en ny symbol?
- Behövs en ny hemsida? Översyn av befintliga hemsidor för Dellenbygden och deras funktion för turisten.

Syfte/målsättning

Förstudien förväntas leda fram till konkreta förslag till former för förbättrad samverkan mellan turismens aktörer i bygderna kring Dellen. Bildande av ny förening förbereds och förslag till ny logotyp tas fram. Registrering av domännamn. Gemensamma paketerbjudanden med olika inriktning arbetas fram och en plan för samlad marknadsföring förbereds genom en översyn av möjliga vägar till påverkan. En enkel broschyr som presenterar bygdens samlade utbud arbetas fram och trycks.

Metod

Möten i turismgruppen

Offentligt möte med Opera-process 4 jan (mindre grupp) och 21 januari (öppen inbjudan)

Förslag har arbetats fram till gemensam marknadsföring via Hälsingland Turisms årsbok

Möte med företrädare för Dellenbygdens Framtid.

Samtal med Hälsingland Turism

Möte med Hudiksvalls Turistbyrå

Uppdrag till Cathrine Vennberg att ta fram konkreta förslag till paketupplevelser att marknadsföra.

Uppdrag till Pierre Marklund att inventera möjliga marknadsföringsvägar och ta fram förslag till samannonseringar.

Uppdrag att presentera skiss till logotyp, tre-fyra förslagsställare.

Inventering av befintliga samlingshemsidor, samtal med huvudmännen.

Möte för beslut om bildande av ny förening.

Fakta/undersökning

Det följande utgör en enkel översikt över befintliga turismaktörer i bygden. En mer heltäckande bild ges i turistbyråns årligt uppdaterade turistpärm.

Boende

Svanbackens Strandhotell, Böle gård, Ylvagården, Delsbo Gästgiveri och vandrarhem, Dellenbaden.

Bed and breakfast (Strömbacka, Rudolphis)

Bo på Lantgård (Wij i Delsbo, Erikstorp i Hålsjö, Tallbacken i Svågalen)

Bo på Hälsingegård (Ol-Ers i Västeräng i Delsbo)

Camping (Delsbo, Blodmyra, Fönebo, Sördala)

Äta

Svanbacken, Avholmsberget, Mellankvarn, Bjuråkers Gästis, Delsbo Gästgiveri
Pizzerior, gatukök m m

Besöka/göra

Bror-Eric, Avholmsberget, Delsbo forngård, Västeräng, lantbruksmuseet i Delsbo, Dellenova, Dellenbanan, Svågalens fiskecamp, Dan Marsch Spa och Massage.

Drakens Tropikhus upphör tyvärr med sin utåtriktade verksamhet 2008.

Mat och boende endast förbokat i samband med aktivitet

Tallbackens Islandshästar, Svågalens Fiskecamp, Dan Marsch Spa och Massage, Björkede, The Charcoal Experience.

Tillfälliga evenemang

Det finns ett stort utbud av tillfälliga evenemang. Ett problem är att de i hög grad är koncentrerade till en kort period, främst de två första veckorna i juli (Musik vid Dellen, spelmansstämorna etc).

För att de tillfälliga evenemangen skall bli en större tillgång turistiskt krävs att de marknadsförs utåt på ett mera medvetet sätt. Det kräver i många fall att de planeras tidigare än vad som sker idag.

Marknadsföring via Internet

Det finns minst fyra portaler för Dellenbygden. Att föreningen Dellenturism skulle bygga upp en femte vore både onödigt, dyrt och dumt. Därför har möjligheter till samordning undersökts. Den äldsta av portalerna har bara uppdaterats sporadiskt de senaste åren och är i praktiken ”död”. Den drivs av en privatperson, som saknar tid att arbeta med den. Den innehåller en del material som vore intressant att länka till, t ex en ”språklektion i dellboska”. En annan av portalerna är snarast ett embryo till en turistportal, som sannolikt blir inaktuell så snart ett bättre alternativ växer fram.

Mest ambitiösa är de båda portalerna Dellenbygden.se och Dellenbygden.com. Båda har i dagsläget mycket små resurser avsatta för uppdatering, och de ansvariga ställer sig positiva till någon form av samverkan med Dellenturism. Domännamnet Dellenturism.se har bokats upp för den nya föreningens räkning. En väl grundad förhoppning utifrån de samtal som inletts är att den nya domänen skall leda till färre, inte fler, ingångar för den som söker information om Dellen med omnejd på Internet. Vi ser också möjligheter att via sponsring och annonsintäkter finansiera löpande drift och uppdatering av webbplatsen. Översynen av hemsidorna utvecklas i en särskild bilaga till slutrapporten. (Bilaga 5)

Skylltning och logotyp

Föreningen Dellenturism behöver ha en logotyp. Inom förstudiens ram har en skick pitch gått ut, dvs inbjudan till tre utvalda leverantörer att mot en mindre ersättning (1000:-) presentera varsin skiss till logotyp. Den som väljs får sedan ytterligare ersättning med 15.000:- för att utforma en grafisk profil samt för full förfoganderätt till logotypen. Inbjudan har gått till en designer uppväxt i bygden, en inflyttad och en helt utifrån, för att få idéer ur olika synvinklar.

Lisa Anderssons förslag

Lisa Andersson (LisArt) i Strömbacka, inflyttad till bygden och med egen designbyrå, har ombetts utveckla och lägga ett förslag baserat på hennes egna upplevelser av Dellenbygden. Lisa har tagit fram en ny skiss som ingår i underlaget till logotypval inför föreningens bildande.

Lars Gustavssons förslag

Frågan om en logotyp för Dellenbygden aktualiserades under projektet Utveckling Dellenbygden 1999-2000, och en del pengar lades på att diskutera värdegrunder och budskap för att ta fram en ny logotyp. Föreningen Dellenbygdens Framtid valde så småningom att använda sig av en modifierad version av Bror-Erics lurblåsande fåbodstinta, placerad i en cirkel. Denna togs fram av delsbobördige designern Lars Gustavsson, som tillbringar mycket tid i Dellenbygden fast han nu är bosatt på annan ort. Lars har senare tagit fram en moderniserad version av logotypen, som föreningen idag använder parallellt med den gamla. Rättigheten till logotypen är delad mellan Lars och föreningen. Det är denna nya logotyp som föreslås som logotyp för Dellenturism.

Lars har även på eget initiativ arbetat fram ett förslag till hur logotypen skulle kunna användas för att höja Dellenbygdens profil genom att stora skyltar sätts upp vid infarterna till Dellenbygden, på de gamla sockengränserna. Förslaget har presenterats i olika sammanhang och väckt såväl positivt intresse som en del invändningar.

Mix Hagmans förslag

Mikael "Mix" Hagman Eller är marknadsförare med egen designbyrå i Stockholm. Han har tagit fram tre olika idéskisser till logotyp grundade på element ur material vi tillhandahållit.

Styrelsen har givit Public Event (Kristina Söderbäck) i uppdrag att slutföra upphandlingen och ta fram den slutliga logotypen till angivet pris. Skiss till logotypen bifogas förstudierapporten, men ytterligare bearbetning kommer att ske.

Gemensam marknadsföring

Pierre Marklund har på förstudiens uppdrag inventerat olika marknadsföringsvägar. Idag tar olika aktörer initiativ till gemensam annonsering och gemensam medverkan på mässor etc, men det saknas en etablerad part som kan ta på sig ansvaret att boka och bekräfta en annons

som skall betalas gemensamt av flera olika parter. Ett av syftena med föreningen är att utgöra en sådan part, vilket förutsätter fungerande samråd och ett ömsesidigt förtroende för föreningens roll att boka annonser, fakturera medlemmarna för deras respektive andel och få betalt.

Gemensam annonsering har beställts i Hälsingland Turisms idébok för 2008, en samlad sida för Dellenturismen. Konkreta planer finns på att beställa dubbla utrymmet i nästa års idébok. Den översikt över möjliga marknadsföringsvägar som tagits fram under förstudien (bilaga 3) används som underlag för en diskussion med medlemmarna om gemensam marknadsföring nästa år.

Paketering av turismupplevelser

Inom förstudiens ram har Catherine Vennberg arbetat med att ta fram ett antal paketupplevelser att marknadsföra mot utvalda grupper. (bilaga 4)

Av flera testade idéer har två kunnat arbetas fram till ”färdiga” paket:

”Ta med barnbarnen till Hälsingland” och ”En geologisk resa till Dellensjöarna”.

Ytterligare två paketidéer har bearbetats men kommer inte att kunna vara säljbara 2008. Det ena gäller ett barnkulturläger i anslutning till stämmorna, det andra gäller en multisporttävling för motionärer. Idéerna bearbetas vidare inför kommande år, då de kräver längre förberedelser och fler intressenter för att kunna genomföras.

Analys och slutsatser

Det finns tillräckligt intresse för samverkan för att det skall vara motiverat att bilda en ny förening för turismens utveckling kring Dellen. Förberedelser för detta har gjorts inom ramen för förstudien, och beslut om att bilda föreningen fattades 25 februari.

Då förstudietiden varit mycket kort har inte alla nödvändiga diskussioner kunnat slutföras, utan arbetet fortsätter även efter slutredovisningen inom den nya föreningens ram. Vår övertygelse är att förstudien bidragit till att starta eller ge extra kraft åt processer som kan påverka turismen i trakterna kring Dellen positivt under lång tid framöver.

Källförteckning

”Upp till samspel i Dellen” (Sinclair & Lager 2000)

”Kan dellbor samverka?” (K Hildingsson 2007)

www.dellenbygden.se

www.dellenbygden.com

www.dellenbygden.nu

www.dellen.nu

Bilagor

1. Sammanställning av Opera-process 4 och 21 januari 2008
2. Minnesanteckningar från möten i turistgruppen 8/1, 26/1 och 18/2
3. Översikt över marknadsföringskanaler
4. Upplevelsepaket att marknadsföra sommaren 2008
5. Översikt över existerande hemsidor
6. Vald logotypskiss
7. Protokoll från möte om bildande av ny förening 2008-02-25
8. Ekonomisk redovisning