



Aktivitetsrapport 2024

Foto: Kitt Grønningsæter / Visit Helgeland

- Årsregnskap 2024
- Budsjett 2025 og utvikling
- Organisasjon
- Aktiviteter

Aktivitetsrapport 2024

Forord

Aktivitetsrapporten er ment å skulle gi eiere og interessenter utfyllende informasjon om aktiviteter som ligger bak regnskapstallene, tilsvarende en årsberetning.

Det mest sentrale som pågikk gjennom i hele 2024 var at vi jobbet med å implementere den nye strategien for selskapet som ble vedtatt i januar. Gjennom første halvår hadde vi møter og inngikk nye avtaler med samarbeidspartnerne over hele Helgeland.

Ny markedssjef brukte sommerhalvåret på å etablere ny markedsstrategi, også basert på nye målgruppeanalyser fra Visit Norway. Den nye markedsstrategien ble vedtatt av styret i oktober, og danner grunnlaget for handlingsplan for marked i 2025.

Ved årsskiftet pågår arbeidet med å definere ny merkevareplattform og profil og ny verktøykasse for travel trade – begge støttet av prosjektet Go To Gate.

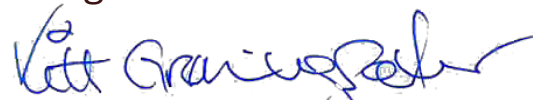
Siste halvår har vi invitert samarbeidspartnere med på Visit Helgeland academy – eksportmodning. Det har vært flere workshops og møter.

Styret har også besluttet å reetablere bookingløsning for å etablere digital tilgjengelighet for alle samarbeidspartnerne, som også etterspørres av både enkeltreisende og turoperatører. Ved årsskiftet pågår utforming forretningsplan og valg av teknisk løsning. Det finansieres ett årsverk som salgs- og bookingsjef.

I det følgende rapporteres det om regnskapet, og om de fire hovedoppgavene som er markedsføring, reisemålsutvikling, vertskap og rammevilkår.

Organisasjonen består fremdeles av 10 fast ansatte, 11 fulltid, og aktivitetsnivået er høyt.

Helgeland 17. mars 2025



Kitt Grønningsæter
Daglig leder

Resultatregnskap

	Regn. 24	Bud. 24	Avvik	Endr	Regn. 23	Avvik	Endr
Sum driftsinntekt	21 530 051	20 137 583	1 392 468	7 %	19 916 697	1 613 354	8 %
Sum varekostnad	6 004 677	6 338 914	- 334 237	-5 %	6 008 126	- 3 449	0 %
Bruttofortjeneste	15 525 375	13 798 669	1 726 706	13 %	13 908 571	1 616 803	12 %
Sum personalkost.	10 957 624	10 106 477	851 147	8 %	9 198 683	1 758 940	19 %
Sum driftskostnad	4 723 779	3 852 139	871 639	23 %	4 029 626	694 152	17 %
Driftsresultat	- 156 028	- 159 947	3 920	-2 %	680 262	- 836 289	-123 %
Sum finans	95 190	3	95 187		32 294	62 896	195 %
Årsresultat	- 60 837	- 159 944	99 107	-62 %	712 556	- 773 393	-109 %

Resultatregnskap

- Driftsinntekt var 7 % høyere enn budsjett, 8 % høyere enn fjoråret
 - Prosjektinntekter var 668 ´ høyere enn budsjett
- Bruttofortjeneste var 13 % høyere enn budsjett, 12 % høyere enn fjoråret
 - Prosjektkostnader var 51 ´ lavere enn budsjett
 - Økt egeninnsats i prosjektene (se økning personal, møter og reisekostnader)
- Personalkostnad var 8 % høyere enn budsjett, 19 % høyere enn fjoråret
- Driftskostnaden var 23 % høyere enn budsjett, 17 % høyere enn fjoråret
 - I tillegg til økt egeninnsats i prosjekt: økt regnskap og revisjon
- Driftsresultat var 2 % lavere enn budsjett, 123 % lavere enn fjoråret
- Finans var på kr 95 ´ mot kr 0 ´ i budsjett og kr 32 ´ i fjoråret
- Årsresultat var kr 99 høyere enn budsjett, kr 773 lavere enn fjoråret

Balanse

	2024	%	2023	%
Inventar, maskiner o.l.	22 815	0,4%	113 179	2,2%
Finansielle anleggsmidler	15 000	0,3%		
Sum anleggsmidler	37 815	0,7%	113 179	2,2%
Varelager	39 058	0,7%	46 410	0,9%
Kundefordringer	603 897	10,5%	1 450 181	28,1%
Andre kortsiktige fordringer	259 768	4,5%	221 759	4,3%
Bank, kasse	4 833 943	83,7%	3 334 295	64,5%
Sum omløpsmidler	5 736 665	99,3%	5 052 646	97,8%
Sum eiendeler	5 774 480	100,0%	5 165 825	100,0%
Egenkapital	3 272 441	56,7%	3 333 278	64,5%
Årets resultat		-0,0%		-0,0%
Sum egenkapital	3 272 441	56,7%	3 333 278	64,5%
Leverandørgjeld	620 893	10,8%	489 119	9,5%
Trekk ansatte	341 428	5,9%	365 222	7,1%
Merverdiavgift		0,0%	39 597	0,8%
Skyldig arbeidsgiveravgift	136 895	2,4%	123 315	2,4%
Annen kortsiktig gjeld	1 402 822	24,3%	815 294	15,8%
Sum kortsiktig gjeld	2 502 039	43,3%	1 832 547	35,5%
Sum egenkapital og gjeld	5 774 480	100,0%	5 165 825	100,0%

- Kundefordringer

- Redusert fra kr 1,5 mill. til kr 0,6 mill.
- Tiltak gjennomført – kredittgrense Hurtigruten og Havila

- Likviditet bedret

- Avviklet kassakreditt kr 2 mill.
- Høyere finansinntekter, lavere finanskostnader

- Egenkapital

- Redusert fra kr 3,5 mill. til kr 3,3 mill.
- I tråd med selskapets formål og vedtatt budsjett

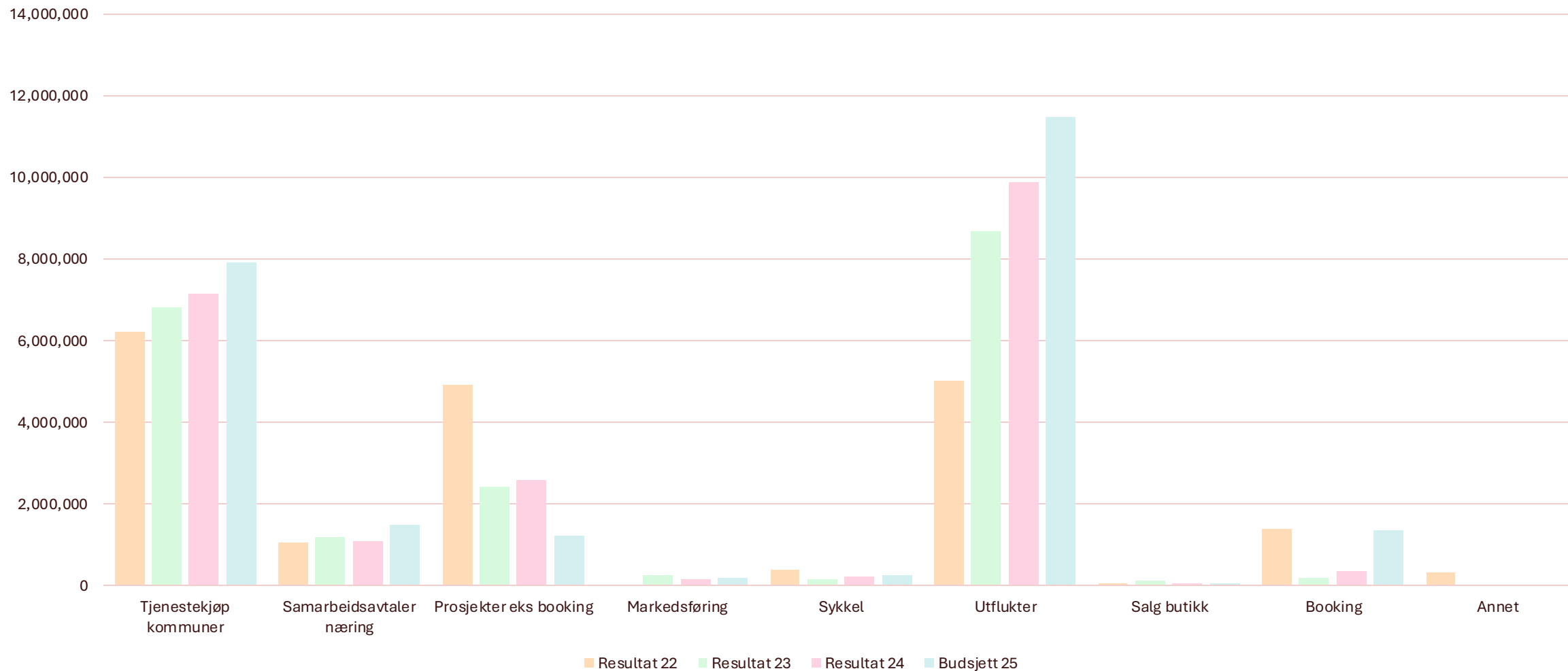
- Årsregnskap 2024
- Budsjett 2025 og utvikling
- Organisasjon
- Aktiviteter

Aktivitetsrapport 2024

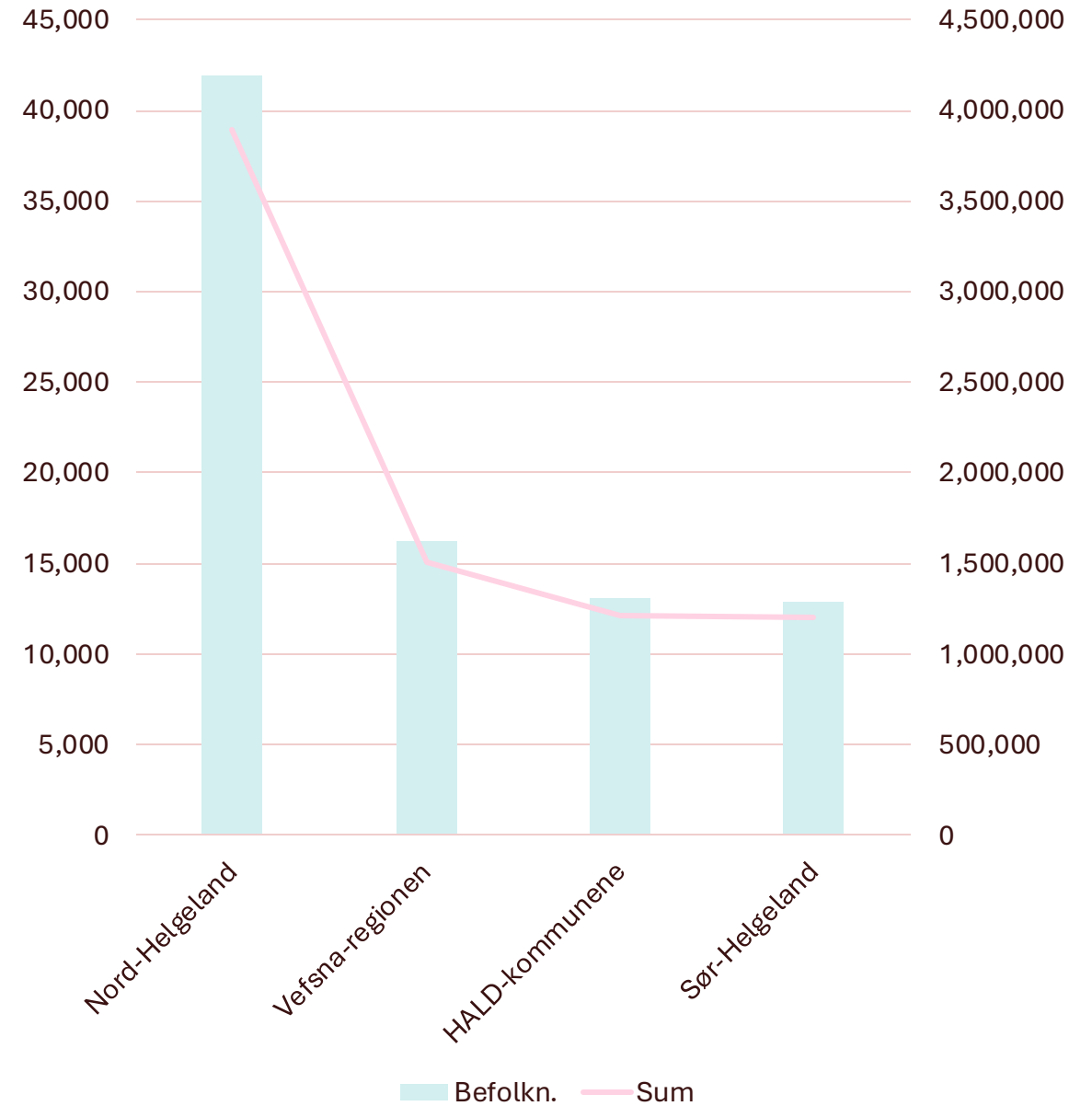
Nøkkeltall utvikling



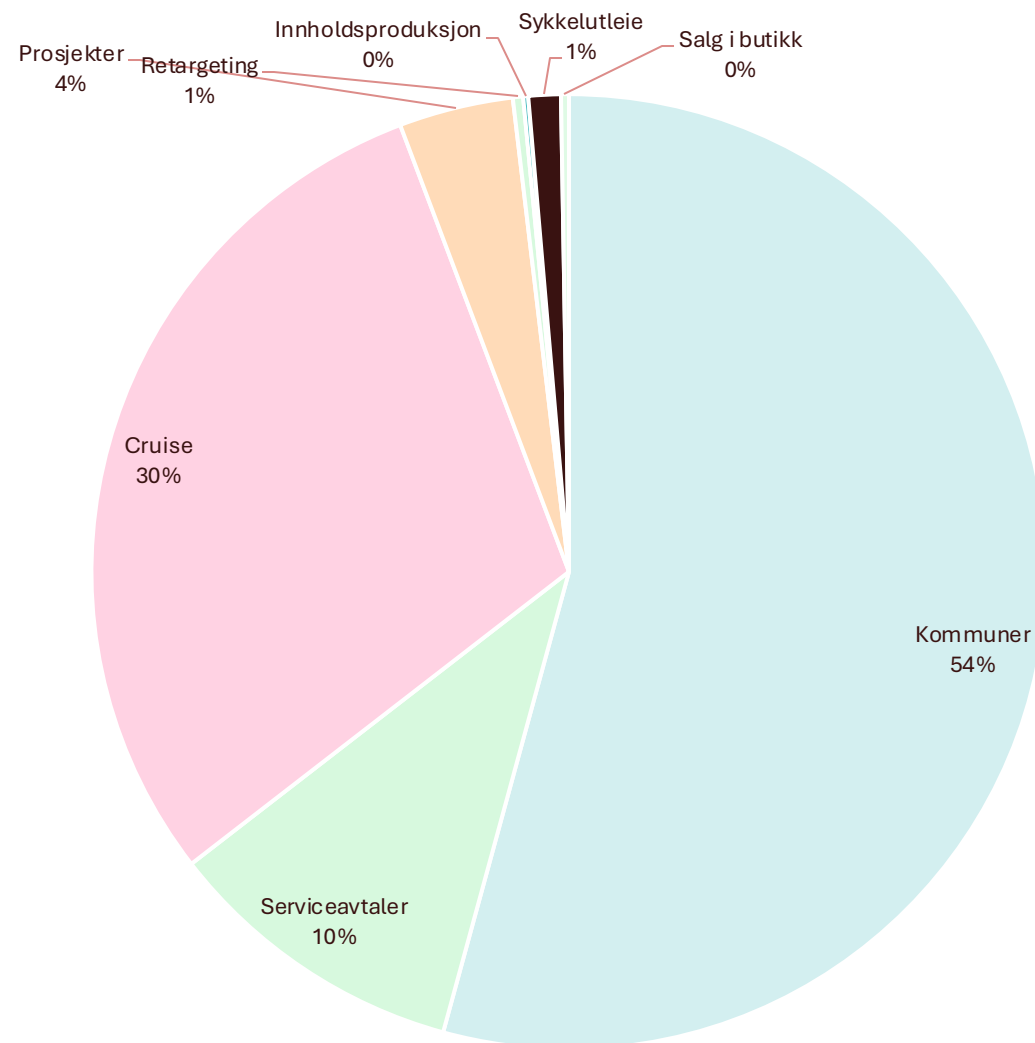
Inntekter, utvikling



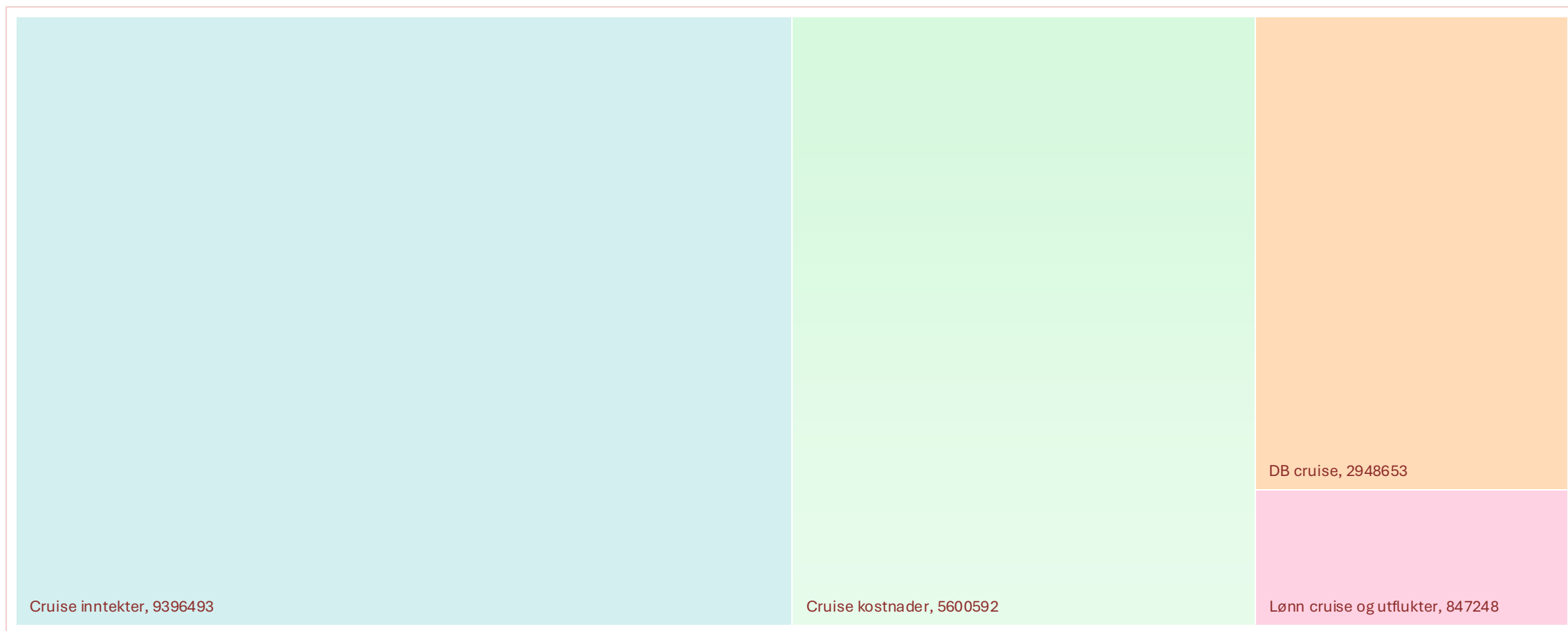
Kommunenenes tjenestekjøp 2025



Dekningsbidrag 2025



Sjørelatert 2025



Overnattinger

- Overnattingsstatistikken for Helgeland viser en nedgang på 2,9 % i 2024 sammenlignet med året før, tilsvarende 16 000 færre gjestedøgn. Hovedårsaken er en reduksjon i anleggsvirksomheten i Rana, som har ført til en betydelig nedgang i antall yrkesrelaterte overnattinger (-13,2 %).
- Nedgangen i antall overnattinger for ferie- og fritidsreisende var på 2,1 %, men sammenlignet med 2022 er det en økning på nesten 14 %.
- En gledelig utvikling er økningen i andelen utenlandske besøkende på +3,7 %, og en betydelig vekst i kurs- og konferansemarkedet.
- Til tross for nedgangen i overnattingsdøgn på hotell, har de økonomiske nøkkeltallene økt. Kapasitetsutnyttelsen på hotellene har hatt en vekst, og omsetning per tilgjengelige rom (RevPAR) har økt med 11,6 %. Totalomsetningen for hotellene økte med 6,2 %. Den positive utviklingen kan i stor grad knyttes til veksten i kurs- og konferansemarkedet.

Kommersielle overnattinger

Totalt	2023	2024	Endring
Sum overnattinger	549 463	533 287	-2,9 %
Norske	401 240	379 515	-5,4 %
Utenlandske	148 223	153 772	3,7 %

Hotell	2023	2024	Endring
Sum overnattinger	326 374	311 334	-4,6 %
Norske	273 851	254 902	-6,9 %
Utenlandske	52 523	56 432	7,4 %

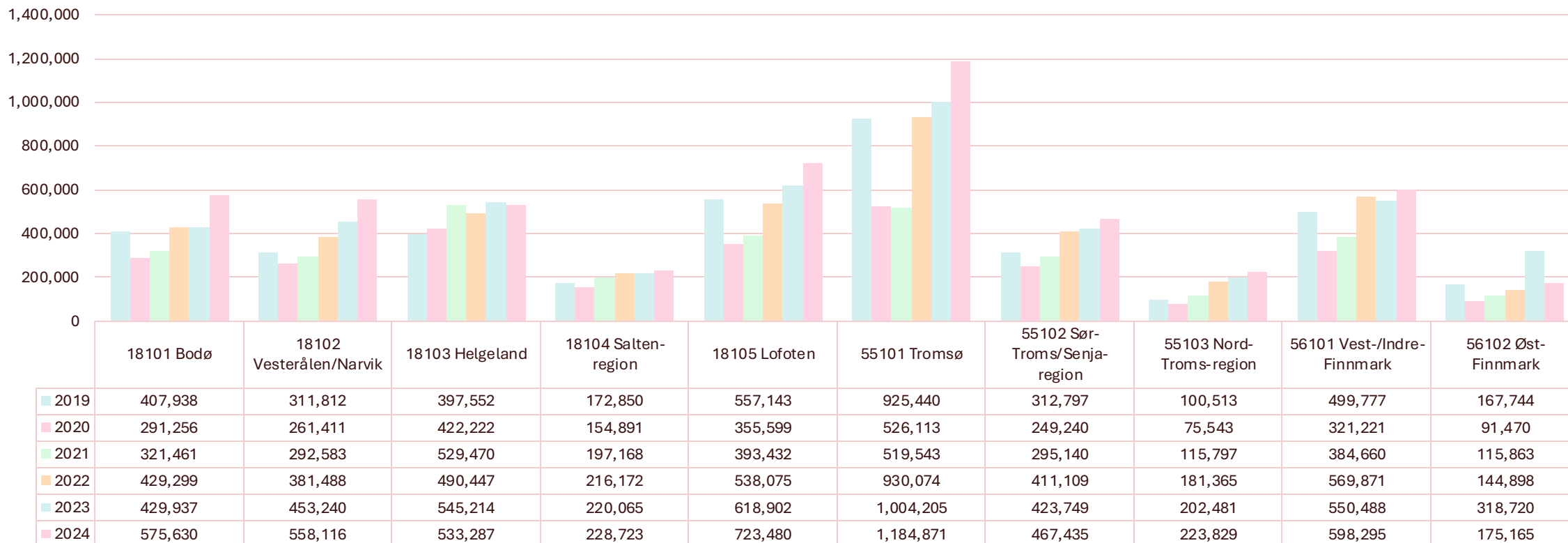
Camp., hyttegrender, vandrehjem	2023	2024	Endring
Sum overnattinger	223 089	221 953	-0,5 %
Norske	127 389	124 613	-2,2 %
Utenlandske	95 700	97 340	1,7 %

Hotellovernattinger - nøkkeltall

Formål	2023	2024	Endring
Kurs- og konferansegjestedøgn	19 069	24 943	30,8 %
Yrkesgjestedøgn	130 380	113 208	-13,2 %
Ferie- og fritidsgjestedøgn	176 925	173 183	-2,1 %
Sum forretningstrafikk	149 449	138 151	-7,6 %

Økonomiske nøkkeltall	2023	2024	Endring
Pris pr solgt rom	1 054	1 140	8,2 %
Kapasitetsutnyttelse (%)	50	51,5	1,5 %
RevPAR (losjioms. per disp. rom, kr)	527	588	11,6 %
Losjomsetning (hele 1000)	254 276	270 078	6,2 %

Overnattingsdøgn Nord-Norge per region



Nord-Norge har opplevd sterk vekst i overnattingsdøgn siden 2019. Størst prosentvisvekst har Nord-Troms regionen (122 %) og Vesterålen/Narvik (79 %). I antall overnattingsdøgn har Tromsø og Vesterålen/Narvik hatt størst vekst. Nasjonalt har veksten i samme periode vært på 31,8 %. Bodø har fått vesentlig økt kapasitet, og effekt av Bodø 2024. Andre har hatt stor vekst i helårstrafikk.

Helgeland ligger noe under snittet for Nord-Norge med 34,1% økning mot et snitt på 36,7 %, og antall overnattingsdøgn på 136' mot snitt på 142'. Veksten til 2023 var fin, men i 2024 hadde Helgeland en vesentlig nedgang i gjestedøgn fra yrkestrafikk i Rana.

- Årsregnskap 2024
- Budsjett 2025 og utvikling
- Organisasjon
- Aktiviteter

Aktivitetsrapport 2024



Kitt Grønningsæter
Daglig leder/reiselivssjef



Merethe Kvandal
Reisemålsutvikler – travel trade



Therese Moe
Reisemålsutvikler
Rana, Hemnes, Nesna,
Lurøy, Træna, Rødøy, Meløy



Solveig Svendsen
Reisemålsutvikler
Bindal, Sømna, Brønnøyg,
Vega, Vevelstad



Thea Markussen
Reisemålsutvikler (barselperm.)
Grane, Vefsn, Hattfjelldal, Dønna,
Alstahaug, Herøy, Leirfjord



Nina Berg
Reisemålsutvikler (vikar.)
Grane, Vefsn, Hattfjelldal, Dønna,
Alstahaug, Herøy, Leirfjord



Kristin Elisabeth Maasø
Reisemålsutvikler
Cruise-koordinator



Kristin Johansen
Salgs- og bookingsjef



Vakant
Administrasjon/utvikling



Tina Østrem
Markedssjef



Kristoffer Møllevik
Informasjonssjef



Andrea Drevvatne Hugvik
Digital markedsansvarlig



Foto: Emilie Solbakken / Visit Helgeland

Organisasjon

Hele årsverk

- Ny markedssjef
- Ny digital markedsansvarlig
- Ny reisemålsutvikler travel trade
- Nye reisemålsutviklere Nord-Helgeland og Sør-Helgeland
- Vikar for reisemålsutvikler Vefsna og HALD regionene
- Ny stilling salgs- og bookingsjef
- Vakant administrasjon/utvikling

Personalsamlinger

På grunn av at vi ikke sitter sammen til daglig holder vi felles todagers personalsamlinger for å koordinere blant annet strategi- og budsjettarbeid.

Dette gjør vi ute hos samarbeidspartnere - i 2024 har vi vært i

- Fjorgården, Rana
- Strandli gård, Grane
- Handelesstedet Forvik, Vevelstad
- Dønnes gård, Dønna
- Augustbrygga, Herøy

- Årsregnskap 2024
- Budsjett 2025 og utvikling
- Organisasjon
- Aktiviteter

Aktivitetsrapport 2024



Foto: Emilie Solbakken / Visit Helgeland

Premisser

- Bærekraft
- Kompetanse
- Samarbeid

Bærekraft

- Jevnlig kvalitetssikring fra lokalsamfunnene
 - Kommunemøter – nye nettsider
- Ansvarlig markedsføring
 - Turbeskrivelser, bildebruk
- Styrke og utvikle reiselivsnæringen
- Merket som bærekraftig reisemål
 - Prosess i Vefsna-regionen, pågår
 - Avventer oppstart fase 3 for Nord-Helgeland våren 2025
 - Tatt initiativ til prosesser i HALD-regionen og på Sør-Helgeland, mulig prosjektleder
- Miljøfyrtårn
 - Resertifisert 2024
 - Vårt bærekraftsarbeid

Kompetanse

- Kompetansepartner
 - Innsikt gjennom blant annet høringsuttalelser, bransjeside og nyhetsbrev
- Kunnskapsbasert opplevelsesutvikling
 - Bidrar direkte i prosesser
- Utvikler egen rolle
 - Tett på kommuner og samarbeidspartnere både i strategiprosess og i daglig arbeid ute

Samarbeid

Særlig tett samarbeid med

- Næring
- Kommuner
- Fylkeskommune
- Innovasjon Norge
- NHO
- Andre destinasjonsselskaper
- Kunnskapsmiljøer
- Lokale opplevelsesnettverk
- Næringsselskap/Næringsforeninger

Markedsføring



Foto: Emilie Solbakken / Visit Helgeland

Hovedpunkter



- Revidert markedsstrategi med nye markeder og målgrupper
- Merkebareplattform og profil under utarbeidelse (lansert mars 2025)
- Ny besøksrekord på nettsiden
- Over 70 nye produktsider
- Økt fokus på statistikk, analyser og ressurser for bransjen
- Økt satsing på presseturer gjennom Nordnorsk Reiseliv
- Økt B2B satsning på Travel Trade og MICE (konferanse- og gruppemarked)
- Stor økning i rekkevidde gjennom TikTok

Posisjonering

Reasons to go



northern
norway



Norge

- Nordlys
- Midnattssol
- Mat og drikke

Helgeland

Nord-Norge

- Midnattssol
- Nordlys
- Samisk kultur
- Lokale råvarer og gode restauranter
- Flott natur med gode muligheter for all type friluftsliv

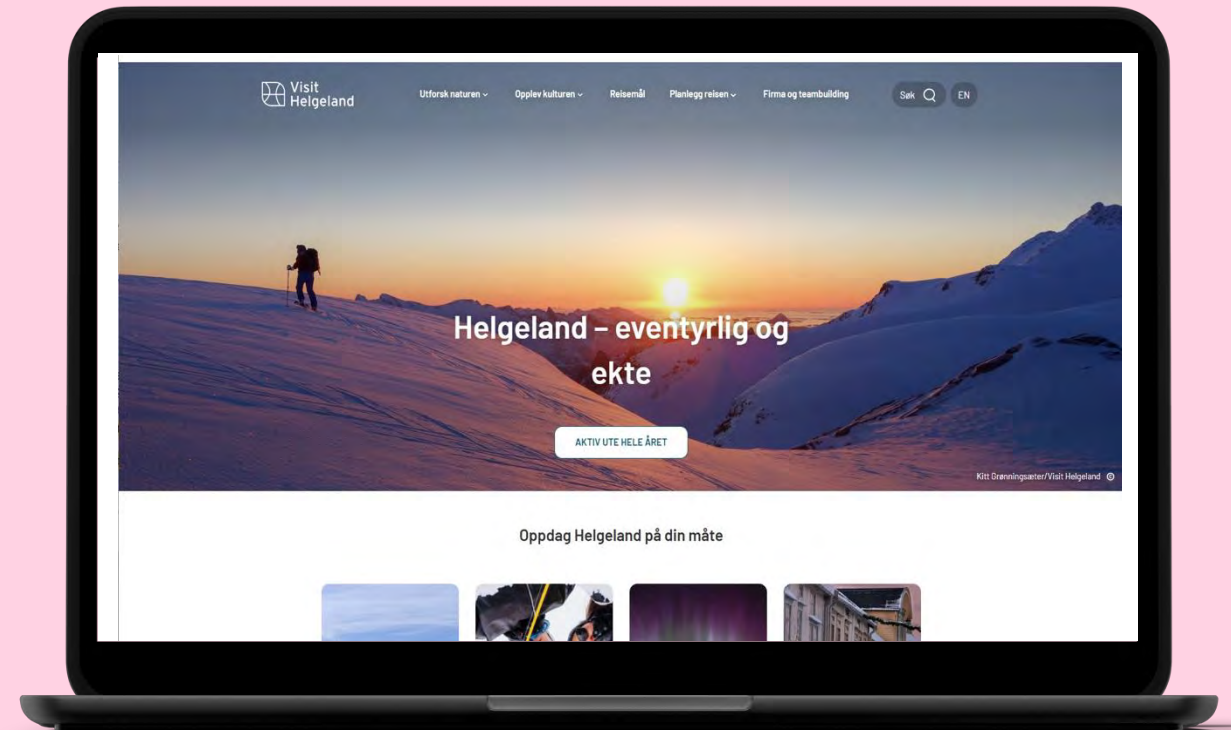
Helgeland

Merkevareplattform og profil ble lansert i mars 2025.

Dette dokumentet viser ny profil, med logo, fargepalett og skriftbruk.

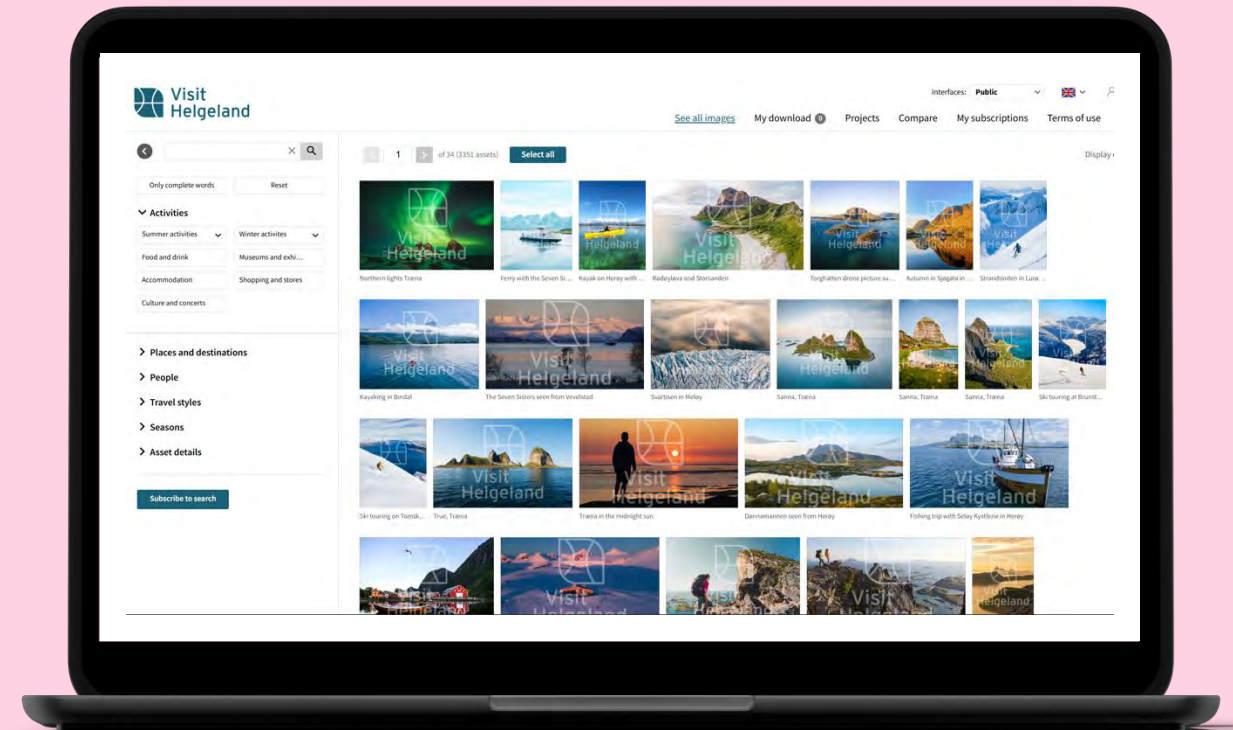
Nettside

- 467 000 besøkende +17 %
- 108 000 fra utland +34 %
- 1 145 821 sidevisninger +12 %
- 24 800 brukstimer +5 %
- 252 443 produktsidevisninger +26 %



Bildebank

- 750 nye bilder og videofiler
- 5 400 nedlastninger
- Kan brukes fritt til omtale av reiseliv, bolyst og nærings-utvikling i regionen



Presse

- 9 pressebesøk (England, Nederland, Belgia, Italia, USA, Sverige, Norge)
- Nordlandsruta i The Guardian
- Helgelandskysten i Aftonbladet
- Togreisen gjennom Helgeland i Lectura, Spania
- Støtt i danske Politiken
- Helgelandsmat i Escapism, Storbritannia
- Alstahaug i Scan Magazine, England
- Sjøgata i Trouw, Nederland



Sosiale medier

I kanalene våre har vi hatt høyt fokus på å fremme Helgeland og skape kjennskap til Helgeland som en attraktiv destinasjon. Dette har blitt gjort gjennom å dele video- og bildeinnhold, inspirasjon og informasjon som målgruppene våre er opptatt av.

Det har vært fokus på alle sesonger, med en snitt publiseringsfrekvens på 2-3 innlegg per uke. Vi har økt aktiviteten på TikTok, og med dette nådd ut til en større gruppe mennesker.

Det har blitt gjort flere samarbeidsposter med Visit Norway og Nordnorsk Reiseliv som har bidratt til å øke synligheten mot utenlandske markeder.

Nøkkeltall

- Facebook
416 000 unike personer og 560 000 visninger
- Instagram
450 000 unike personer og 1,8 mill. visninger
- TikTok
700 000 unike personer og 961 000 visninger



Kampanjer

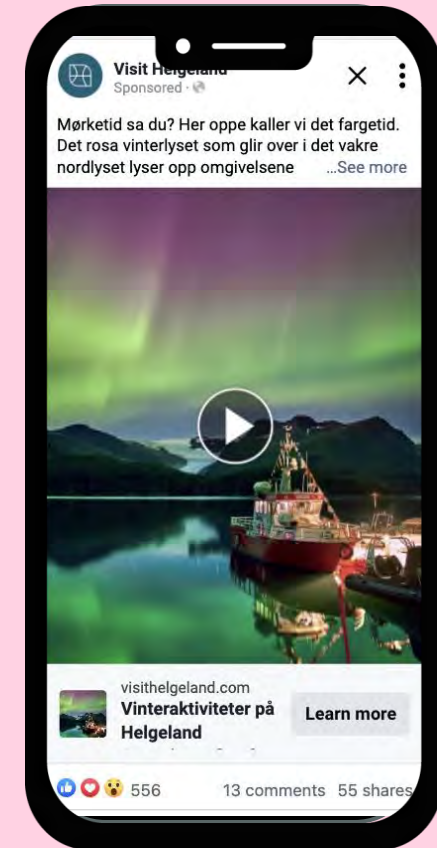
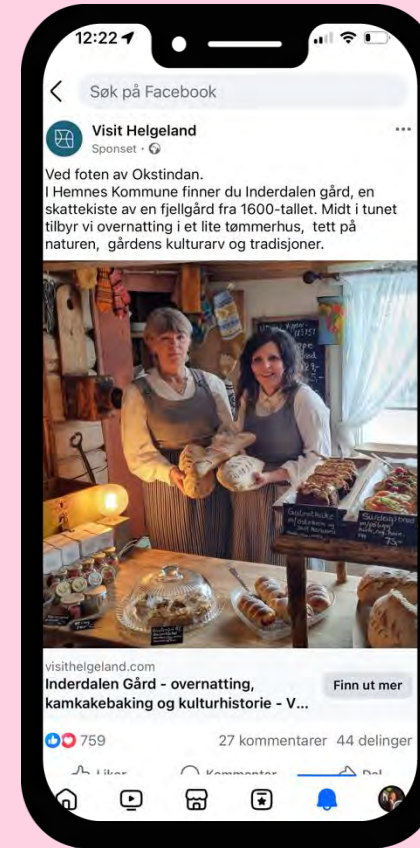
Det har blitt kjørt 13 kampanjer mot norsk og utenlandsk marked (UK, NL, FI, GE), og retargeting for 16 partnere.

Vi har samarbeidet med Nordnorsk Reiseliv om kampanjeaktivitet for å støtte flyruter mot Finland og vinter mot Tyskland.

All trafikk fra kampanjeaktivitetene ledes inn til relevante landingsmiljøer på visithelgeland.com der målgruppen kan finne mer informasjon og planlegge reisen.

Nøkkeltall

- Total kampanjesynlighet: 2 mill. unike personer og 9,6 mill. visninger, hvorav 2,4 mill. fra utenlandsk marked (UK, NL, FI, GE).
- Retargeting: 455 000 unike personer og 1,9 mill. visninger. Total investering fra partnere: kr 50 000.
- Nordnorsk Reiseliv – Finnair: 183 000 unike personer og 417 000 visninger.
- Nordnorsk Reiseliv – Vinter Tyskland: 227 000 unike personer og 516 000 visninger.



Travel trade verktøykasse

Utvikling av materiell til bruk i arbeidet mot turoperatører, reisebyråer, eventselskaper og andre salgskanaler

- Presentasjoner
 - Travel like the locals
- Video reisemåter
- Materiell til workshops
- Produktark til katalog

Markedsrådsmøter

Markedsrådsmøtene har som formål å styrke samarbeidet med Visit Helgelands partnere, evaluere gjennomførte markedsaktiviteter, og gi innsikt i vårt arbeid med å markedsføre Helgeland.

Fra 2024 har vi også inkludert kommunene, våre eiere, i disse møtene. Dette gir en enda bedre arena for både partnere og kommuner til å bidra med innspill og dermed skape en mer helhetlig og effektiv markedsføring.

Vi gjennomførte fire markedsrådsmøter i 2024.



Foto: Emilie Solbakken / Visit Helgeland

Reisemålsutvikling

- Kommuner
- Samarbeidsavtaler
- Eksportmodningsprogram
- Produktutvikling
- Besøksforvaltning
- Booking
- Andre prosjekter

Kommuner

- Kommunemøter
politisk/administrativ ledelse
- Deltagelse i
kommunedirektørforum
- Deltagelse i regionrådene
- Prosess med Meløy kommune
som en del av Helgelands-
samarbeidet
- Nord-Helgeland – merket for
Bærekraftig reisemål, avventer
oppstart Rana Utvikling
- Sør-Helgeland og HALD –
avventer politiske beslutninger

Popp-opp kontor

Vi har poppet opp i kommuner hvor vi ikke har fast kontor

- Bindal
- Vevelstad
- Vega
- Sømna
- Herøy
- Lurøy
- Nesna
- Hemnes
- Meløy
- Rødøy
- Hattfjelldal

Møteplasser

Vi har også arrangert og vært engasjert i andre møteplasser

- Bedriftsmøter med samarbeids-partnere, en-til-en
- Fornyet samarbeidsavtaler – ny strategi
- Export Academy del 1, digitalt
- Møter i opplevelsesnettverk Sør-Helgeland
- Hemavan nettverk – visningstur
- Deltakelse Vegamøtet i mai-24
- Workation Træna
- COworking hos Til Elise
- Bransjetreff på Myken
- CoWorking Handelsstedet Forvik
- CoWorking Næringsloftet Terråk
- CoWorking Hildurs Urterarium
- CoWorking Skolo
- CoWorking Langhuset Torolvstein

Konferanser og workshops

- Norsk Opplevelseskonferanse Innovative opplevelser, Bodø
- Reiselivsarena Nordland, NFK, Bodø
- Samarbeidsarena destinasjons-selskaper, NFK, Bodø
- Samarbeidsarene destinasjons-selskaper, Innovasjon Norge, Rana
- Snow25, Arktis 365, Tromsø
- Avinor, Connecting Norway, Oslo
- Reiseliv 2024, Innovasjon Norge, Oslo
- NHO Reiseliv, destinasjonsforum, Oslo
- Kick off og workshop reisemålsutvikling HALD
- Adapt2Explore, Inkluderende reiseliv
- Innovative opplevelser, kompetanseprogram

Travel trade work shops

- Nord Europa – Digital workshop
- Workshop i Brussel i samarbeide med Fjord Norge, Nord norsk Reiseliv og Widerøe
- Digital webinar for Helgeland, Bodø/Salten i samarbeide med Nord Norsk Reiseliv
- Norwegian Travel Workshop I Trondheim
- Norway Workshop i London
- Sales workshop i Harstad (AETC - Arctic European Tourism Cluster)
- Workshop og event i Madrid og Milano med Fjord Norge, Nord Norsk Reiseliv og Widerøe
- Local culture and heritage Event og studietur i Paris og Loiredalen med Innovasjon Norge

Travel trade visningsturer

- Visningstur for 12 turoperatører i samarbeide med Visit Bodø og Nord Norsk Reiseliv
- Pretur med 15 turoperatører Norwegian Travel Workshop
- Noorderhuis Travel - privat visningstur Helgeland og Bodø
- Steppes Travel - privat famtrip til Helgeland og Lofoten
- FAM Trip Brønnøysund og Vega
- Digitale workshops med Cruiseagenter/rederier

MICE

(konferanse- og
gruppemarkedet)

- Inspirasjonsforedrag for Berg Hansen reisebyrå
- Samling i bedriftsnettverket Opp Hemnes, deltager
- Visningstur for Berg Hansen Reisebyrå 3 dager
- Salgsturne i Oslo 2 dager
- Markedskampanjer SOME
- Retargeting kampanjer

Andre arenaer for reisemålsutvikling

- Destinasjonsmøte Hemavan og Helgeland
- Miljøfyrtårn, resertifiseringsprosess og ny struktur fra 2024
- Åpningstale ved åpning av nye Torghatten
- Presentasjon av Visit Helgeland og stand på Yrkesmesse – rekruttering til næringen

Samarbeidspartnere – nye i 2024

- Nordgården Pub & Spiseri
- Sømna Kro & Gjestegård
- Nye Terråk Gjestegård
- Kulturbadet
- Etcetera Botaniske Utskeielser
- Heime hos Katrine
- Løkta Museumsforening
- Dønnes Skolestua
- Mosjøen Svømmeanlegg
- Lad opp – Helgeland Kraft
- Helgeland Event
- Porten Til Nord-Norge
- Strandli Gård
- Møteplass Børgefjell
- Løyle Gård
- Julebyen/Tiendebytte
- Gildevangen Konditori
- Festspillene Helgeland
- Barthbryggo
- Freke Wilderness
- Brasserie 8622
- Baal
- Selsøyvik Handelssted
- Myken Destilleri
- Kystlaget Nesna Skøytevern
- Korgen Camping
- The Coast Coffee
- Fjordgården Hotell

Samarbeidspartnere – nye i 2024

- Buneset
- Rapp Myken
- Myken Seng og Suppe
- Adolfstua Hårek M Hansen
- Træna Rib og Safari
- MAD Mountain Guides
- Kvarøy Aktivitetshall
- Explore Svartisen
- MAX Arena
- Emaus Pub og Spiseri
- Tampen Kafe
- Lurøy Rorbuer

- Jettehuset
- Restaurant Sjyen
- Rana Spesialsport

Avsluttet i 2024

- Kystpadling
- Selvænture
- Vefsna Lodge
- Seløy Kystferie (konkurs)
- Helgeland Kajakk

Utviklingsprosjekter – egen prosjektledelse

- Matopplevelser Hemnes.
Prosjektledelse for
Okstindan Natur og Kulturpark.
- Regenerativt Reiseliv,
forprosjekt.
- Lettsekketur langs Nordlandsruta.
Prosjektledelse.

Utviklingsprosjekter – deltagelse i andres

- Go To Gate. Tre arbeidspakker for Rana utvikling. Finansiert av Sparebank 1 Helgeland.
- Reiseliv Helgeland. I samarbeid med Kunnskapsparken Helgeland, finansiert av NFK og Sparebank 1 Helgeland. Oppstart.
- EDIH. I samarbeid med Kunnskapsparken Helgeland.
- Bodø 2024 The Trail Way. Deltager i markeds- og arbeidsgrupper.
- Besøksstrategi Torghatten i forbindelse med søknad om Nasjonal Tursti
- Arctic Adventure Hub. Deltager i nettverksmøter.

Sjørelaterte utflukter

- Ny cruisemanual for Sør-Helgeland, 3 nye utflukter
- Guide og dispatch ved behov, 28 anløp i 2024
- Samarbeid mellom havnedirektører Brønnøy, Helgeland, Mo, Træna, Meløy og Bodø havner
- Oppfølging av avtaler med Havila og Hurtigruten
- Oppfølging av avtaler med underleverandører til utflukter, 4 nye
- Utvikling og oppstart for ny leverandør på båtskyss Vegautflukten mellom Sandnessjøen og Brønnøysund
- Utvikling og innsalg ny vinterutflukt for Hurtigruten, oppstart januar 2024.

Sjørelaterte utflukter – antall gjester

Kystruta	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Det norske Lakseeventyret	1904	1153	1870	1380	447	0	2551	3004	2849
Torghatten Hike	Oppstart 2020				1439	221	3380	3533	4405
Vegaøyan Verdensarv	2072	1818	1024	1071	117	0	710	687	586
Konvensjonelle cruiseskip								2148	1155
Hurtigrutens Ekspedisjonsskip	Oppstart 2022						4741	3114	1602
Explore Velfjord	Oppstart 2024								220
Historical Bike Ride Brønnøysund	Oppstart 2024								80
Gjester totalt på utflukter sjørelatert trafikk							11382	12486	10897

Vertskap

- Popp-opp kontor i 15 kommuner
 - Stenger når ute fra kontorene utenom sesong
 - Bedre næringsutvikling, skaper møteplasser
 - Reisebudsjett
- Digitale turistkontor
 - Innendørs
 - Kan plasseres hos samarbeidspartnere
- Nettsiden visithelgeland.com
 - Plakater med QR-koder
- Visningsturer
 - Presse
 - Turoperatører



Foto: Jonas Berglund / Visit Helgeland

Vertskap

- Brønnøysund
 - Schrødergården, sjørelatert trafikk helår
 - Ca. 20 guider
 - Brønnøyverter sommer
- Sandnessjøen
 - Kulturbadet, turistverter juni-august
 - Digitalt TI hos Scandic Syv Søstre
 - Kontor hos havnesjef betjent av regionansvarlig, og daglig leder
- Mosjøen
 - Sjøgato, turistverter juni-august
- Mo i Rana
 - Smørøyet, turistverter juni-august

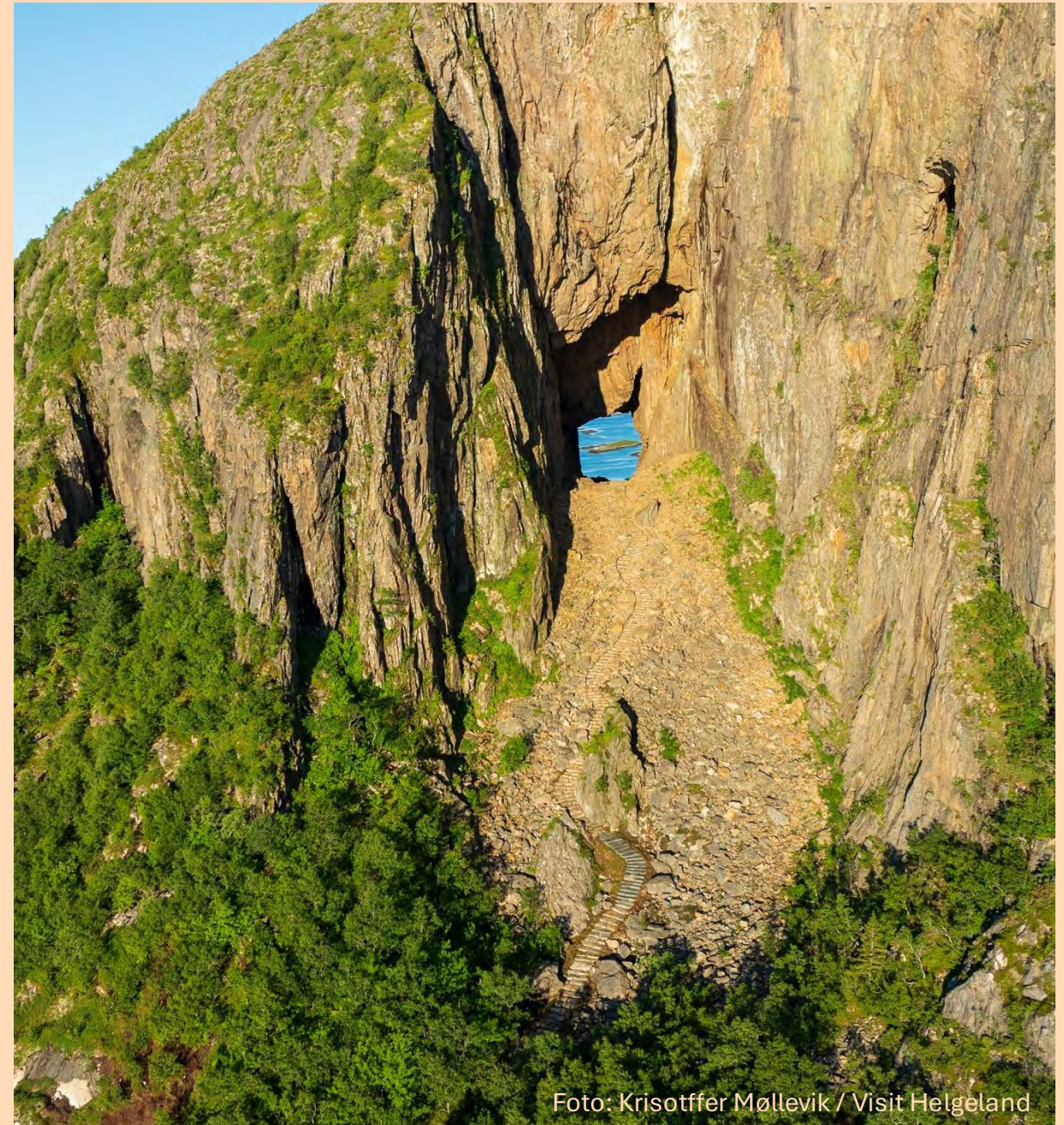
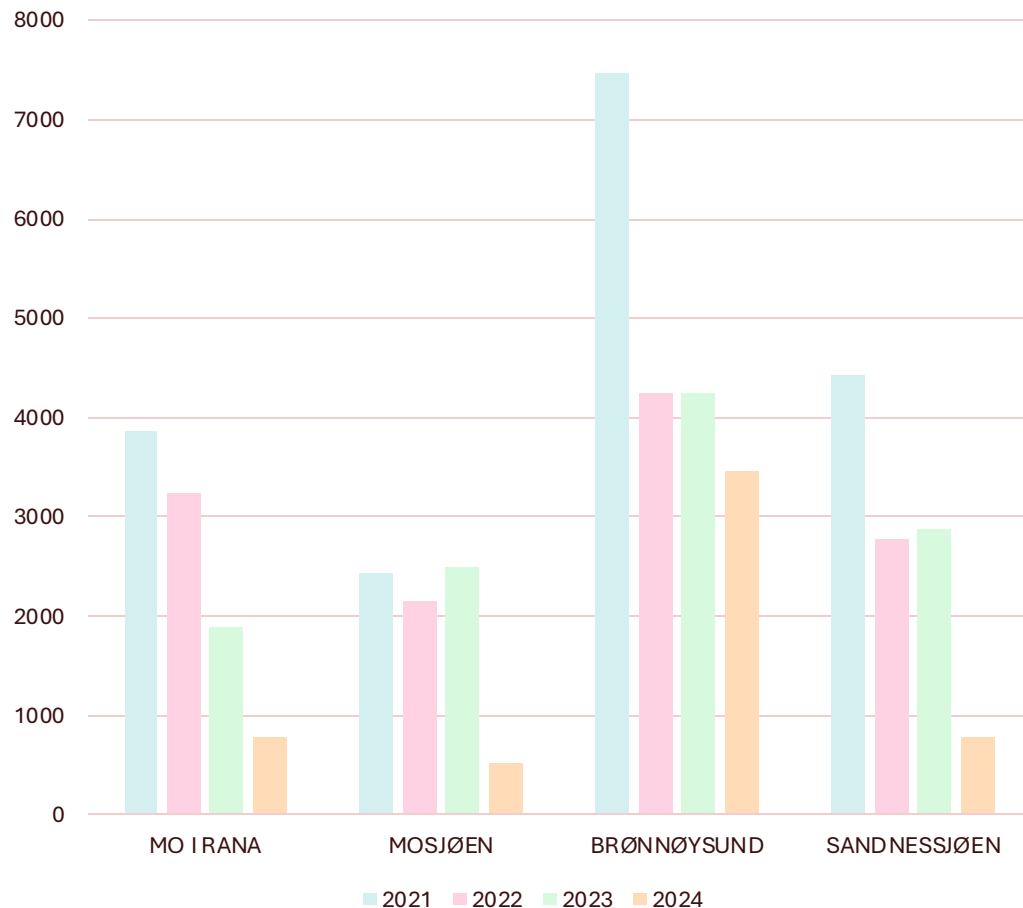


Foto: Krisotffer Møllevik / Visit Helgeland

Turistkontor



Totalt har vi omkring 5.548 henvendelser registrert per år i turistinformasjonen, og synkende.

I tillegg omkring 2.920 per telefon og epost.

Av disse spør om lag 50 % om rutetider.

Tilgjengelighet og turforslag er viktig for gjestene.

Nettsiden er største informasjonskilde, og stadig viktigere – også for AI-utviklingen.

Rammevilkår

- Besøksbidrag,
høringsuttalelse om lovforslag
- NFK samferdsel og mobilitet –
faste møter angående utvikling av
rutetilbud, informasjon, osv.
- Innsikt og statistikk
 - til kommuner, investorer og andre
 - nyhetsbrev til interessenter



59 %

Tror på positiv effekt
for lokalsamfunnene

Nullpunktmåling

Nullpunktmåling ny flyplass
ved Opinion, betalt av
Sparebank 1 Helgeland.

Presentert på
Drivkraftkonferansen.

Reisen er målet

Handlingsplan for reisemåter
inn til og rundt på Helgeland.

Bestilt av generalforsamlingen,
vedtatt av styret.

Presentert for eiermøtet og i
fylkesrådet februar 2025.

