

«INSPIRASJON TIL REISELYST»

DESTINASJON ÅLESUND & SUNNMØRE

TOM ANKER SKREDE
REISELIVSSJEF

Ålesund, foto Arnfinn Tønnesen



Strandfjellei, foto Raw Reklame

Destinasjon Ålesund & Sunnmøre

Destinasjon Ålesund & Sunnmøre

- På vegne av medlemmene skal vi marknadsføre området som reisemål nasjonalt og internasjonalt
- Selskapet skal bidra til å skape økt trafikk og lønnsemd

Visjon

- Inspirere til reiselyst

Reiselivsomsetning på om lag 1,7 milliard på Sunnmøre i 2015*

- Ca 2450 sysselsette

*Kilde: Menon 2015



Destinasjon Ålesund & Sunnmøre

Regional medlemsorganisasjon

- Det største kompetansesenteret innan Reiseliv mellom Trondheim og Bergen
- Næringsklynge for reiselivet på Sunnmøre
- Felles sals- og marknadsføringsorgan
- Eid av 16 kommunar og ca 180 bedrifter - 7 100% ansette

Økonomi

- Ca 10 million i årsbudsjett
- Eigenkapital ca 1,1 million

Finansiering

- Ca 50 % frå kommunane
- Ca 22 % frå medlemskap næringsaktørar
- Ca 28 % egne tiltak (annonse, provisjon, prosjekt etc)



VIRKSOMHEITSSOMRÅDE

Ferie & Fritid

Cruise

Konferanse &
Incentives

Turistinfo.

Prosjekt

Ferie & fritid

Overnatting – aktiviteter – opplevingar – transport – mat & drikke
Presseaktivitetar gir millionverdiar

Cruise gjennom Ålesund Cruisennettverk

232.000 passasjerar og 131 anløp i 2017
Landets 5. største cruisehamn

Konferanse & incentives

Det mest lønnsame segmentet i reiselivet
Omdømmebygging og synleggjering av lokale fagmiljø

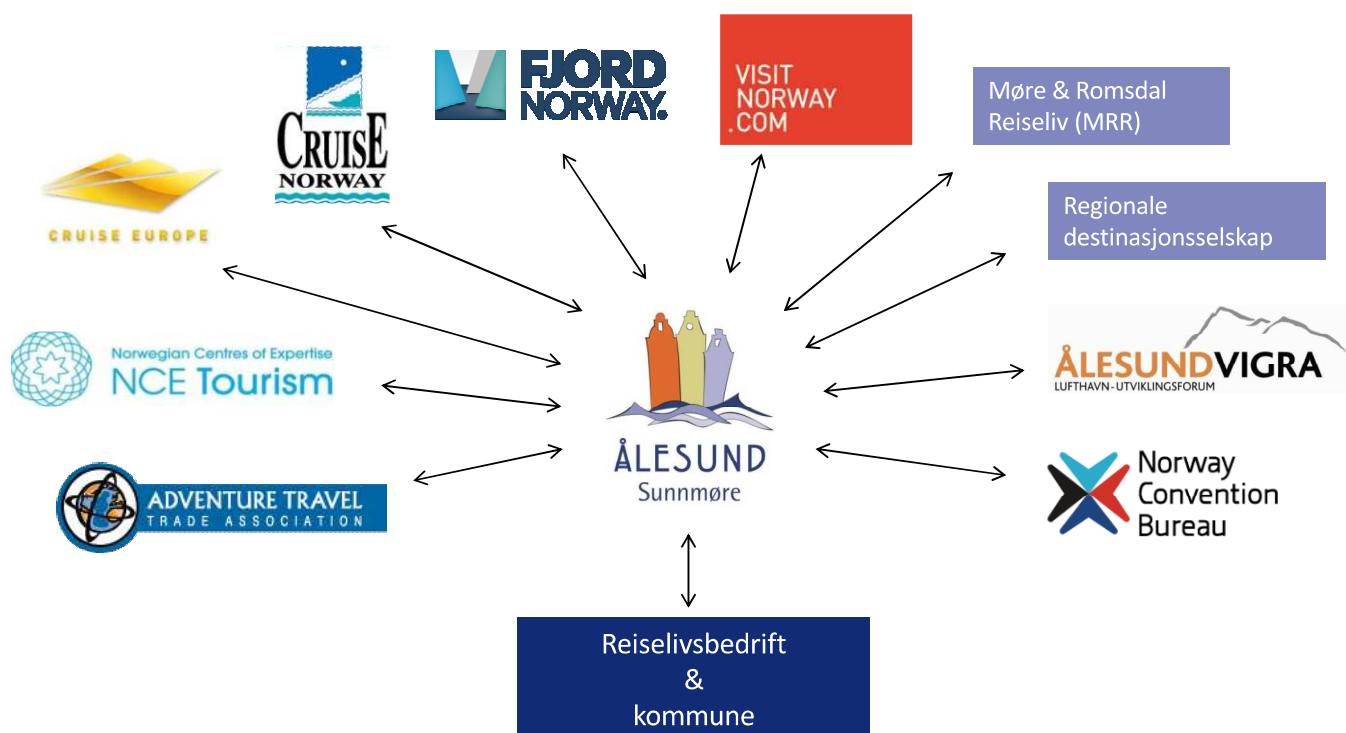
Turistinformasjon

Sisteledsmarknadsføring
Det gode vertskap

• Produktutvikling

- Giske
- Haram
- Vanylven
- Hjørundfjorden

MARKNADSALLIANSAR - BETYDELEGE SYNERGIEFFEKTER



KOMMUNIKASJONSSTRATEGI



OPERATIVE SALS- OG MARKNADSTILTAK

Nærmarknad

- Lokalt
- Regionalt
- Norge

Modne marknad

- Sverige
- Danmark
- Tyskland
- Storbritannia
- Nederland
- Spania
- Frankrike
- Italia

Utviklingsmarknad

- Russland
- Japan
- Sør-Korea
- Kina
- Asia elles
- USA
- Brasil



Workshop i Madrid

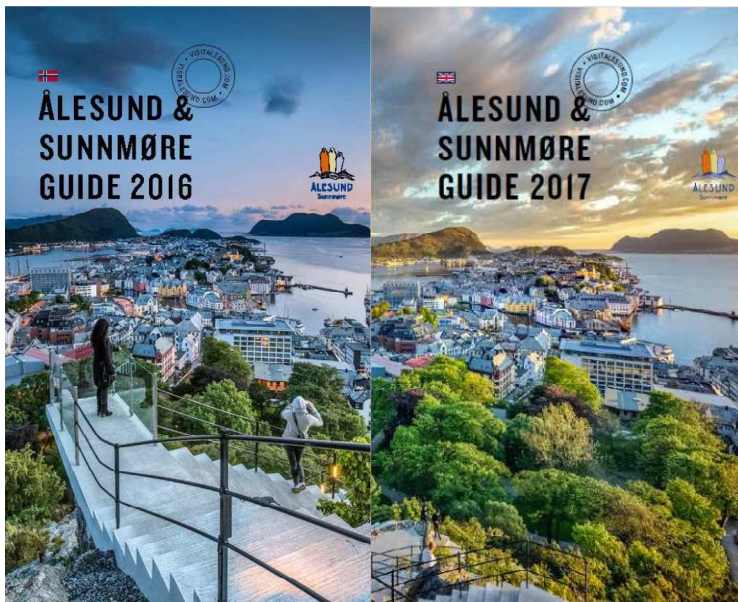
Tilstade i marknaden!

Workshops – operative salsaktivitar 2017

Workshop Asia – Taiwan/Hong Kong/Bangkok
 Norwegian Travel Workshop (NTW) – Bergen
 Workshop USA
 Workshop Tyskland
 Workshop Danmark
 Workshop Nederland
 Workshop Storbritannia
 Workshop Spania
 Workshop Kina

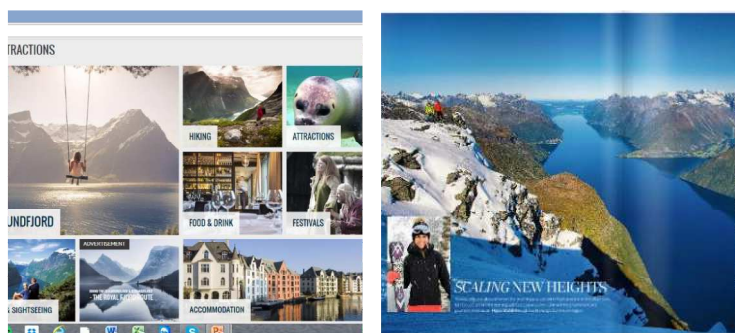
Marknadsaktivitetar konferanse
 – London/Storbritannia
 – Nederland
 – IBTM Barcelona

Seatrade cruise messe Fort Lauderdale
 Cruise Europe konferanse/møtearena
 Cruise Norway workshop London
 Seatrade cruise messe Hamburg



MARKNADSFØRING MM

- Reiseguide Ålesund & Sunnmøre
- Bykart Ålesund
- Internett www.visitalesund.com
- SOME
- Booking www.visitalesund.com
- Turistinformasjon
- Nyhetsbrev. Månedlig
 - Alle marked og segment
- Presse-/visningsturer
 - Alle marked og produkt
- Marknadsaktivitetar i både inn- og utland.



Temasatsninger

- Ski/vinter
- Fiske
- Vandring
- Arkitektur
- Sykkel
- Kajakk

PRESSEBESØK - VISNINGSTURAR



'Frozen' characters to headline Disney

CRUISE LOG



Gene Sloan, USA TODAY

10:41 a.m. EST February 18, 2015



'Frozen' will appear in a traditional Norwegian summer celebration exclusively to Disney Cruise Line passengers.

Presse- og visningsbesøk

- ✓ I overkant av 300 personer
- ✓ TV-kanalar, dagsaviser, magasin, webaviser, bloggar etc frå heile verda.
- ✓ Turoperatørar, agentar, reisebyrå, eventbyrå etc.

LAKS
HURTIGRUTEN
KALDT
LANDSKAP
FISKING
UBERØRT NATUR
SNØ
REN OG FRISK LUFT
SPENNENDE BYER
BERGEN
ROADTRIP/CAMPING
AVSLAPNING/ROLIG
VAKKERT LANDSKAP
CRUISE/BÅT
DYRT
VÆR
NORDLYS
DYRELIV
LOFOTEN

FJORDER

VAKKER NATUR

NATUR

SKI SNOWBOARD

FJELL



Runde, foto: Kristin Støylen

REISELIVSÅRET 2016

Registrerte overnattingar 2016

- Ålesund & Sunnmøre 814.000 overn. + 10,7 %
- Ålesund 335.000 hotell overnattingar + 2,7 %
 - Over 50 % (173') er turistar (+ 7,5 %)
- Stranda/Norddal 273.000 totalt overn. +20,7 %
 - Hotell FF 103.000 overn. +2,9 %
- Resten av Sunnmøre 206.000 totalt overn.
 - Hotell FF 43.000 overnattingar +20,6 %
- Årleg turistvekst over fleire år på ca 10-15 %
- Auke i turisme kvar einaste månad heile året

Forventar 2017 blir nok eit godt turistar!

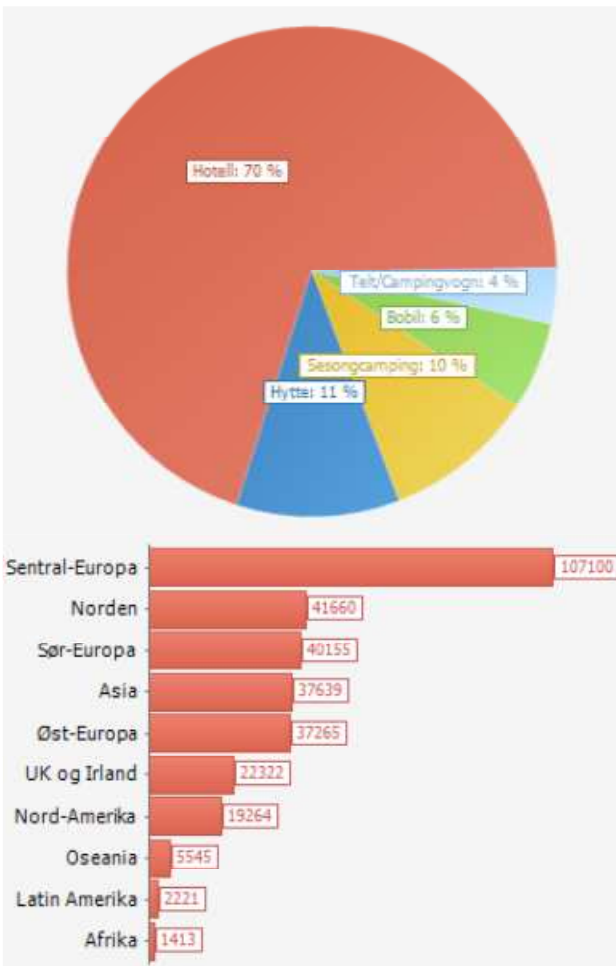
- Mai/Juni/Juli har ein vekst på ca 9% mot 2016.

Cruise dagsgjestar Ålesund

- 2016: 192.000 besøkande
- 2017: 230.000 besøkande
- 2018: 320.000 besøkande

Cruise dagsgjester Geiranger/Hellesylt 2016

- Ca. 350.000 besøkande



KVEN VAR VÅRE GJESTAR I 2016?

- Totalt 814.000 overn. +10,7 %
- Hotell 572.000 overn. + 3,9 %
- Hytte 86.000 overn. +21,2 %
- Sesongcamp. 79.000 overn. +23,1 %
- Bobil 46.000 overn. +62,5 %
- Telt/vogn 30.000 overn. +48,1 %
- Nordmenn 498.000 overn. 60 % andel
- Utland 316.000 overn. 40 % andel
- Sentr.-Europa 107.000 overn. +34,5 %
- Norden 41.000 overn. +35,7 %
- Sør-Europa 40.000 overn. +20,3 %
- Asia 38.000 overn. +0,5 %
- Øst-Europa 37.000 overn. +25,2 %
- UK/Irland 22.000 overn. +7,5 %
- Nord-Amerika 19.000 overn. +22,1 %



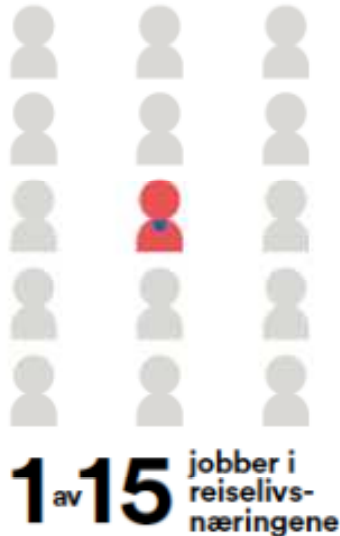
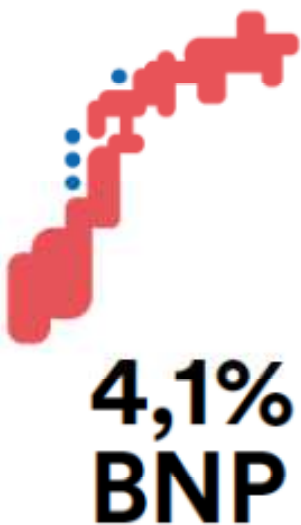
Hjørundfjorden, foto Håvard Myklebust

ÅRSÅKAR TIL REKORDÅR

1. Global vekst for ferie & fritid – ca. 4%
2. Sterk reiselyst til Norge, Fjord Norge og Ålesund & Sunnmøre bygd opp over mange år med målretta marknadsføring
3. Betre produkt, fleire har online booking og betre kopling mellom reiselyst & salg i marknadsarbeidet
4. Mange direkteflyrute til Norge
5. Norge oppfattast som ein trygg destinasjon
6. Svakare norsk krone gjer Norge billegare
 - Ingen reiser til Norge fordi det er billeg, men fordi dei har lyst og er inspirerte.

VISITALEBUND.COM

Turismens betydning for Norge

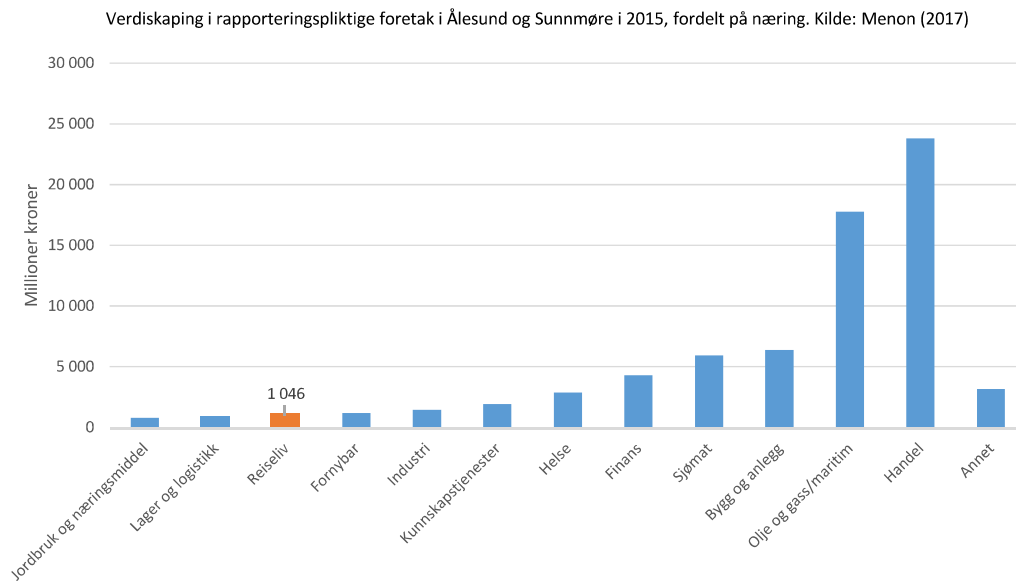


Tall for 2015 var ikke klare da brosjyren gikk i trykken

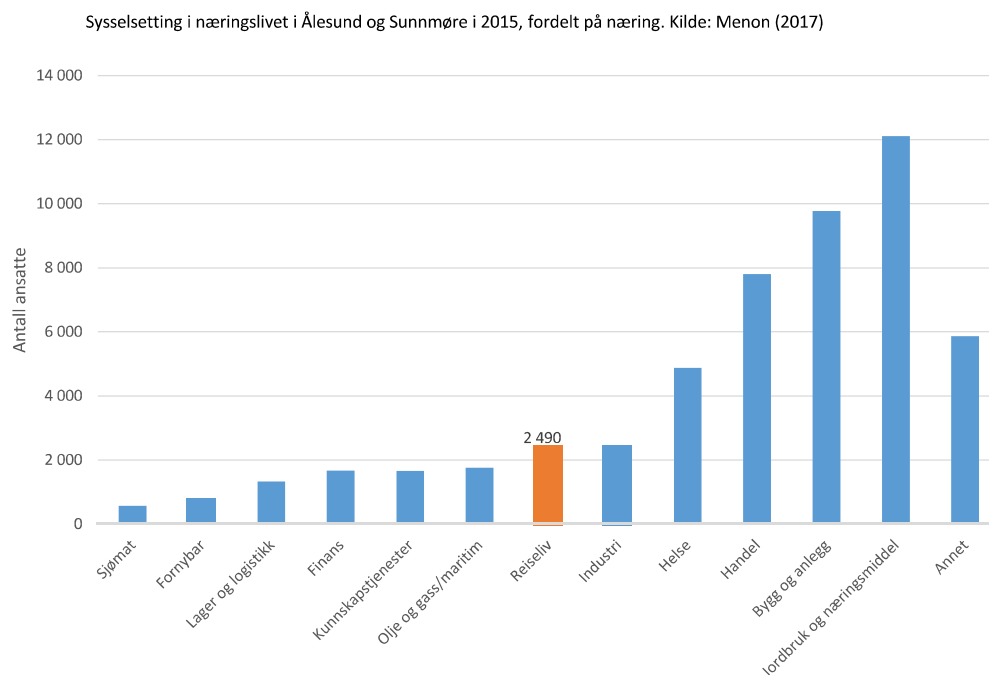
SSB

Kilde

REISELIVSNÆRINGA ER 10. STØRSTE NÆRING I ÅLESUND & SUNNMØRE MÅLT I VERDISKAPING

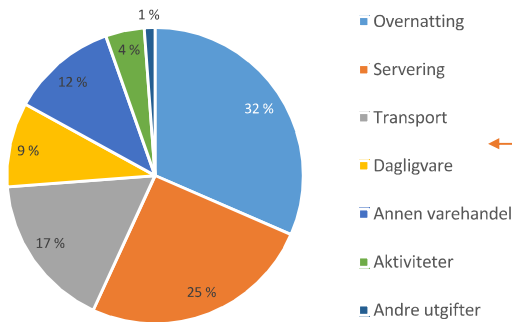


REISELIVSNÆRINGA I ÅLESUND & SUNNMØRE ER EIN SVÆRT VIKTIG ARBEIDSGJEVAR

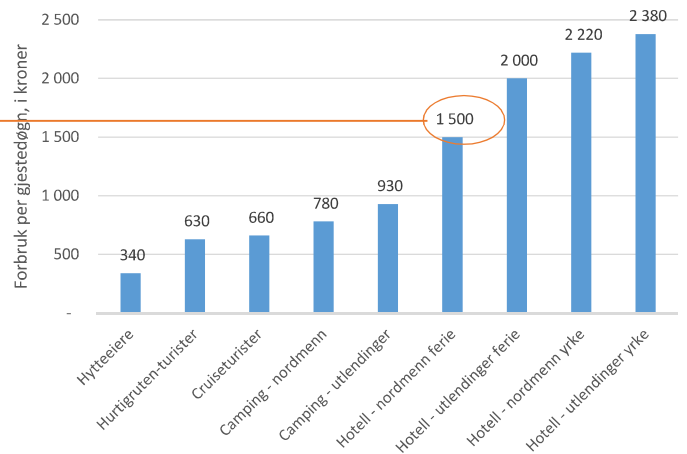


TURISTEN SOM VERDISKAPAR

Daglig forbruk, fordelt på vare- og tjenestegrupper **for norske feriegjester på hotell**. Sum = 1 500 kroner.

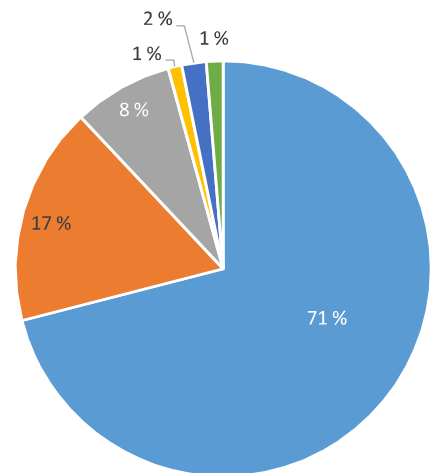
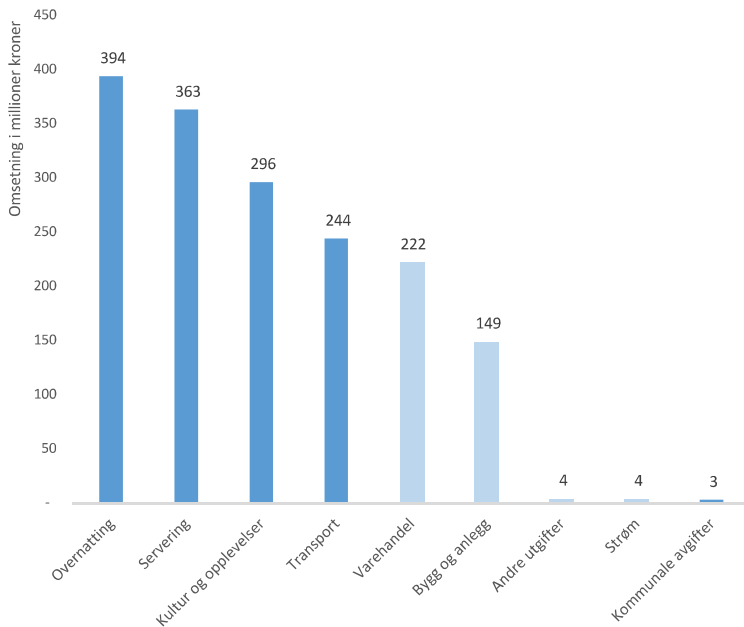


Beregnet forbruk per gjestedøgn i 2015, for utvalgte turistsegmenter om sommeren. Kilde: Epinion/Innovasjon Norge og Menon Economics (2017)



TURISTEN SOM VERDISKAPAR

Totalt turistforbruk på Sunnmøre i 2015. Kilde: Epinion/Innovasjon Norge, Statistikknett, SSB, TØI og Menon (2017)



- Kommersiell overnatting
- Cruise
- Hyttebygging
- Hurtigruten
- Faste kostnader private fritidsboliger
- Forbruk private fritidsboliger



FRAMOVER

Turismen i Herøy framover:

- Næringa og kommunen må saman sette fokus på ferie og fritidsmarknaden. Spesielt i perioden Mai-Sept.
- Viktig å tenkje region – tenk lokalt og regionalt hand i hand.
- Tenk fleire typar kommersielle punkt.
- Turistane kjem for å oppleve og utvide horisonten – hjelp dei med det!
- Herøy har alle moglegheiter til å del i veksten innan turisme.
 - Gjestane må berre vite om korleis!

VISITALEBUND.COM

SPØRSMÅL?



TAKK FOR MEG!