

ÅRSRAPPORT FOR 2018



Visit Lyngenfjord AS

Org nr. 911 611 538

www.visit-lyngenfjord.com

En hilsen fra reiselivssjefen

2018 ble året hvor Visit Lyngenfjord kunne feire sitt fem årsjubileum. At selskapet nå har blitt fem år, er ikke en selvfølge og fortjener noen betraktninger.

Takket være en samlet innsats av de tre kommunene Lyngen, Kåfjord og Storfjord ble det utarbeidet en reiselivsplan for Lyngenfjordregionen. Et av tiltakene i planen var å etablere et destinasjonsselskap som skulle gjennomføre tiltak som var oppført i planen.

Fra starten har det vært størst fokus på å selge medlemsbedriftene sine produkter (overnatting, aktiviteter, pakker) for å generere egne inntekter til selskapet, ved siden av støtten man får fra kommunene og medlemsbidrag.

Etter fem år har vi klart å komme dit at halvparten av inntektene til selskapet kommer fra provisjonsinntekter/næringen og den andre fra kommunene. Dette er en god utvikling, til tross for at kommunene hadde håpet at selskapet ville være selvfinansiert etter tre år. Om man ser på hvordan Visit Lyngenfjord arbeider, og samtidig hvilke vanlige oppgaver alle destinasjonsselskaper har, blir det tydelig at det er mange oppgaver som ikke gir inntekter, men likevel er svært viktige for å kunne utvikle regionen på en bærekraftig måte.

Siden 2017 har vi utvidet antall medlemskommuner fra tre til fem, og nå er Nordreisa og Skjervøy med. I tillegg har regionen fått merket for bærekraftig reisemål, en tildeling som har sørget for mye oppmerksomhet – også internasjonalt. Merket innebærer et viktig ansvar for å ta utvikling av reiselivsregionen på alvor og ikke kun arbeide med markedsføring og salg. På den måten vil reiselivet også i framtida være en positiv del av samfunnet, og ikke et problem!

For å bedre kunne styre utviklingen har Visit Lyngenfjord utarbeidet en reiselivsstrategi for Lyngenfjordregion, som også inkluderer en handlingsplan med konkrete tiltak for de neste tre årene. Dokumentene kan dere laste ned på vår bransjeside: <https://visit-lyngenfjord.com/no/bransjenett> og vi er takknemlig for innspill.

Vi har sikkert ikke rett svar på alle spørsmålene som dukker opp underveis, men vi er overbeviste om at regionen har et stor potensial innen reiselivet, om vi klarer å utvikle regionen på en bærekraftig måte på lag med reiselivsaktørene, kommunene og våre naboer rundt om!

Med vennlig hilsen



Georg Sichelschmidt
Reiselivssjef

Visit Lyngenfjord AS

Innholdsfortegnelse

En hilsen fra reiselivssjefen	2
Utvikling	5
Strategisk arbeid	5
Ny reiselivsstrategi	5
Utkast til handlingsplan	6
Kommunikasjonsplan	6
Prosjekter	7
Fylkeskommunalt prosjekt	7
Bærekraftig Stisykkeldestinasjon Lyngenfjorden	7
Experience Tromsø region – The Arctic Route:	7
Arctic Visitors Center:	8
Arctic 365	8
Sommer i Nord	8
Visit Arctic Europe II:	8
Lyngenfjordregion – Et bærekraftig reisemål:	9
Gjesteundersøkelse for Nord-Norge	9
Kurs og utdanning	9
Workshop: Lag film med mobilen	9
Stisyklingguideutdanning	9
Vertskapskurs	10
Strategisk Kompass/Personas	10
Produktutvikling	10
Annet	10
Markedsføring	11
Hjemmeside	11
Nyhetsbrev	12
Sosiale medier	12
Visit Lapland	13
Visit Nordic	13
Digitale turistinformasjoner	13
Reiselivsmesser	14
Preseturer	14
Brosjyrer og guider	14
Reiseguiden	14
Vandreguiden	14

Stisykkelguiden	15
Salg	16
Booking	16
Visningsturer	16
Vedlegg	17
Nye medlemsavtaler	17
Medlemsavtale hos Visit Lyngenfjord	17
Medlemmer 2018	19

UTVIKLING

En av de viktigste oppgavene for Visit Lyngenfjord er å arbeide aktivt med å utvikle reiselivet i regionen på en bærekraftig måte. Dette gjør vi gjennom vårt daglige arbeid, ulike prosjekter og innspill fra reiselivsarenaene.

Strategisk arbeid

Ny reiselivsstrategi

I 2011 ble det utarbeidet en reiselivsplan for Lyngen, Kåfjord og Storfjord kommune. En av forutsetningene i denne var at disse tre kommunene skulle gå sammen om et reisemålsselskap (Visit Lyngenfjord AS) som skulle arbeide med tiltakene i reiselivsplanen. Visit Lyngenfjord har siden høsten 2013 vært operativt og gjennomført tiltakene i planen.

I 2017 ble Visit Lyngenfjord utvidet til de to nordligste Nord-Troms-kommunene: Nordreisa og Skjervøy. Dette førte til et behov for en plan for utviklingen av reiselivet i større destinasjon. I 2018 startet man arbeidet med en slik plan og innkalte til arbeidsmøter i alle fem medlemskommunene, slik at man kunne få innspill.

Dette dannet grunnlaget til det første utkastet av reiselivsstrategien som ble lagt ut på høring i november 2018. I utkastet forsøkte man å skape forståelse av reiselivet i destinasjonen og hvordan man i fellesskap skal utvikle destinasjonens reiseliv.

Arbeidsmøtene ble avholdt følgende datoer:

28.05.2018 – Skjervøy: Hotell Maritim Skjervøy
30.05.2018 – Skibotn: Nordkalottsentret
31.05.2018 – Lyngseidet: Magic Mountain Lodge
01.06.2018 – Olderdalen: Rådhuset
05.06.2018 – Sørkjosen: Reisafjord Hotel

Dette resulterte i en SWOT-analyse med utgangspunkt for destinasjonen, bedriftene og kommunene og administrasjonen.

I møtene ble det også bestemt at vi skal revidere vår tidligere visjon til: «Lyngenfjordregionen skal være mest foretrukket i Nord-Norge innen bærekraftige opplevelser». I tillegg er det bestemt at vårt hovedmål i framtida skal være «økt lønnsomhet for våre medlemsbedrifter på en bærekraftig måte». Bakgrunnen for dette valget innebærer at bedrifter skal kunne drives på helårsbasis, få flere av de rette gjestene som betaler for de rette tjenestene og ikke ender opp med å overforbruke ressursene.

Våre delmål i strategien er:

- Øke omfanget av bærekraftig samferdsel
- Fremme kultur, historie og lokalmat
- Bli en helårsdestinasjon gjennom produktutvikling
- Tilrettelegge for gjennomføring av bærekraftige aktiviteter
- Ha en samkjørt reiselivsnæring



Møte på Reisafjord Hotel

- Økt synlighet og bedre informasjon intern og eksternt
- Økt lønnsomheten gjennom salg
- Sikre kvalitet i leveransen

Et viktig poeng med strategidokumentet er at det skal være levende og ikke være som et permanent dokument, som leses, arkiveres i skuffen og går ut på dato. Den nye reiselivsstrategien skal være i kontinuerlig endring – slik at det kan oppdateres og endres på lik linje som reiselivsnæringa gjør. Arbeidet blir finansiert med midler fra Troms Fylkeskommune.

Du kan lese mer om dette på bransjesiden: <https://visit-lyngenfjord.com/no/bransjenett>

Utkast til handlingsplan

Som et vedlegg til reiselivsstrategien har man også utarbeidet et utkast til en [handlingsplan](#), som gir en beskrivelse av de tiltakene og aktivitetene som skal prioriteres i framtiden.

Du kan lese mer om dette på bransjesiden: <https://visit-lyngenfjord.com/no/bransjenett>

Kommunikasjonsplan

I forbindelse med den nye reiselivsstrategien ble det også laget en strategi for kommunikasjonsarbeidet innad i selskapet. Denne tar utgangspunkt i målene i reiselivsstrategien og Nordnorsk reiselivs plan «[Vår vei til framtiden](#)». Dette gjør at markedskommunikasjonen skjer på helhetlig måte og er et verktøy for en effektiv og målrettet kommunikasjon.

Vårt budskap er at vi skal være «mest foretrukket i Nord-Norge innen bærekraftige opplevelser», og målet er å øke vår synlighet ovenfor de rette personene og markedsføre oss som en bærekraftig destinasjon. Vårt slagord vil fortsatt være «Lyngenfjorden – Naturally Exciting».

Kommunikasjonen vil ta utgangspunkt i travel styles:

- The Great Outdoor – Naturlig påfyll
- Togetherness in Lyngenfjord – Felleskap
- Local Life by Lyngenfjord – Kultur og læring
- The Unique Lyngenfjord – Attraksjonsjakt

De som er innom hjemmesiden, Instagramprofilen, Facebook-siden, nyhetsbrevene eller leser guidene skal lett kunne finne den informasjonen som passer dem og deres ønsker. Vi har også laget et årshjul som bestemmer hvilke produkter og aktiviteter vi skal fokusere på gjennom året og laget retningslinjer for språk- og bildebruk i kanalene. Vi har også laget en tiltaksplan for kommunikasjonen i våre kanaler som vil oppdateres jevnlig.

Prosjekter

Fylkeskommunalt prosjekt

Fra 2016 – 2018 gjennomførte Visit Lyngenfjord et prosjekt, som prosjekteier med finansiering fra Troms Fylkeskommune), hvor formålet var å avklare framtidig satsing og organisering av Visit Lyngenfjord og etablere samarbeidsmodell med eierkommunene.

Gjennom prosjektet ble Visit Lyngenfjord utvidet til de to nordligste kommunene, Skjervøy og Nordreisa, hvorav Nordreisa også valgte å gå inn på eiersiden av Visit Lyngenfjord i 2018. Det ble utarbeidet nye tjenesteavtaler med alle kommunene, som detaljert beskriver hva selskapet kan levere til kommunene og næringslivet. Det ble også laget en **reiselivsstrategi** som omfatter hele regionen, samt en handlingsplan for de neste tre årene og en kommunikasjonsstrategi for selskapet.

Utvidelsen av regionen har også ført til at det har blitt arbeidet med å oppdatere informasjonen om regionen på hjemmesiden, i vandreguiden og reiseguiden. I tillegg blir de rundt 20 nye medlemsbedriftene innlemmet.

Du kan lese mer om prosjektet under bransjesiden: <https://visit-lyngenfjord.com/no/bransjenett>

Bærekraftig Stisykkeldestinasjon Lyngenfjorden

Visit Lyngenfjord gjennomførte et seks måneders prosjekt, som prosjekteier, for å utvikle bærekraftig stisykling i Lyngenfjordregionen. Målet med prosjektet var å heve den lokale kunnskapen om stisykling, kartlegge bærekraftige stier, jobbe med produktutvikling og kunnskapsheving hos bedrifter. Det ble laget en handlingsplan for videre arbeid. Prosjektet ble gjort i samarbeid med 13 lokale bedrifter og fire kommuner. Innovasjon Norge, samarbeidsbedriftene og Storfjord kommune stod for finansieringen.



Felles sykkelturn i Skibotn

Du kan lese mer om prosjektet under bransjesiden:

<https://visit-lyngenfjord.com/no/bransjenett>

Experience Tromsø region – The Arctic Route:

Dette er prosjekt som foregått allerede siden 2016/2017 og som har hatt som mål å gjøre det enklere for turister i vintersesongen å komme seg ut i distriktene og til de ulike aktivitetsleverandører. Det har blitt etablert en bussrute som går fra Tromsø til Narvik og en fra Tromsø til Lyngen. Prosjekteierne er Bussring AS, og Visit Lyngenfjord er prosjektdeltaker og sittet i styringsgruppa fram til våren 2018.

Navnet på merkevaren ble endret fra «Experience Tromsø Region» til «The Arctic Route» og en egen hjemmeside ble lansert i 2018. I vår destinasjon er følgende bedrifter med i prosjektet: Aurora Spirit Distillery, Lyngen Adventure, XLyngen og Lyngen Experience. Prosjektet er åpent for å ta inn nye medlemmer. Lyngen Adventure sitter nå også i styret til prosjektet.

Det har kommet inn innspill om en tilsvarende bussrute fra Tromsø via Storfjord til Finland. For å få dette til, har Visit Lyngenfjord engasjert seg og tatt kontakt med Enontekiö kommune i Finland for å utrede hvilke muligheter som finnes. Det har blitt arrangert en rekke møter knyttet

til dette, blant annet i Rovaniemi med selskapet Eskelinen, som i dag kjører sommerruta mellom Rovaniemi og Tromsø.

Arctic 365 gjennomførte en undersøkelse for Visit Lyngenfjord hos reiselivsbedriftene fra Storfjord og Tromsø for å se om det finnes potensial for å starte opp med en slik rute. Det ble forventet at vi får en avgjørelse i løpet av 2019.

Du kan lese mer om The Arctic Route her: www.thearcticroute.com

Arctic Visitors Center:

I forbindelsen med flyttingen av Visit Tromsøs turistinformasjon til den nye havneterminal, søkte Visit Tromsø Region om midler fra Troms fylkeskommune til et prosjekt for å etablere et bedre samarbeid mellom alle destinasjonsselskapene i fylket. Så sent som i desember 2018 kom man i gang og Visit Lyngenfjord er representert i styringsgruppa.

Målet med prosjektet er å forenkle brukeropplevelsen til gjestene. Man arbeider med å finne en løsning slik gjesten kan reise rundt om i fylket, og enkelt handle og bestille aktiviteter på tvers av destinasjonsselskapene. Samarbeidet skal skje på tvers av destinasjoner og det er forventet at prosjektets hovedarbeid gjennomføres i løpet av 2019. Dette vil ha en stor påvirkning på det arbeidet Visit Lyngenfjord vil gjøre i tiden framover.

Arctic 365:

Tidligere navn på prosjektet var «Vinter Troms» og her arbeides det med helårlig lønnsom reiselivsutvikling i regionen. Visit Lyngenfjord er prosjektdeltaker og deltar på årlige konferanser og blir markedsført gjennom prosjektets ulike markedsaktiviteter.

Under konferansen SNOW 18 i Alta, 14-15. mai, presenterte Visit Lyngenfjord i to foredrag sine erfaringer med arbeidet for å bli bærekraftig reisemål.

Les mer om Arctic 365 her: <https://www.arctic-365.no/>

Sommer i Nord:

Prosjektet har som mål å utvikle sommersesongen, som i hvert fall i Tromsø, har blitt den nye lavsesongen. Sammen med syv bedrifter fra vår destinasjon, har vi deltatt på ulike produktutviklingskurs og konferanse i løpet av 2018. Prosjektet fortsetter i 2019 med ulike markedsaktiviteter, som f.eks. leveranse av bildemateriale og støtte/organisering av visningsturer.

Visit Arctic Europe II:

Visit Lyngenfjord har nå vært med i den andre fasen av «Visit Arctic Europe»-prosjektet. Prosjektet målsetning er å sørge for et mer og bedre grenseoverskridende samarbeid og markedsføring av hele Norden (Nord-Norge, Nord-Finland og Nord-Sverige).

Du kan lese mer her: <https://visitarcticeurope.com/>

Lyngenfjordregion – Et bærekraftig reisemål:

I 2017 ble Lyngenfjordregionen tildelt «Merket for bærekraftig reisemål». Merkeordningen er laget slik at man hele tiden må oppdatere og utvikle seg, og ikke stå på stedet hvil med tanke på bærekraft. Derfor jobber vi fremdeles med å gjennomføre tiltak slik at vår destinasjon blir enda mer miljøvennlig og bærekraftig.



Fra venstre: Marie Kr Angelsen, Dan Håvard (ordfører Lyngen Kommune), Torbjørn Røe Isaksen (næringsminister), Georg Sichelschmidt (Reiselivssjef Lyngenfjordregion)

I juni 2018 kunne vi endelig reise ned til Oslo for å få tildelt diplom og merket fra selveste næringsministeren Torbjørn Røe Isaksen. Dette er et bevis på vårt arbeid med destinasjonen. Vi deltok også på et seminar om «Bærekraftig reisemål» i Lysefjorden. I løpet av året har vi også utviklet en handlingsplan for tiltak for å økt bærekraft som vi ønsker å gjennomføre i framtida, slik at vi vil være klare for re-merkingen om tre år.

Les mer: <https://visit-lyngenfjord.com/no/bransjenett/?Article=241> eller på <https://www.innovasjon norge.no/no/tjenester/reiseliv/merket-for-barekraftig-reiseliv/>

Gjesteundersøkelse for Nord-Norge

Sammen med Arctic 365, Sommer i Nord og NordNorsk Reiseliv har vi laget en gjesteundersøkelse for hele Nord-Norge, som skal gjennomføres året rundt. Her har vår destinasjon en egen bolk av spørsmål til tilreisende, i forbindelse med arbeidet som et bærekraftig reisemål.

Åpne gjesteundersøkelsen her:

<https://response.questback.com/isa/qbv.dll/ShowQuest?QuestID=5153579&sid=x7DEMBU1qE>

Kurs og utdanning

Mesteparten av utdanningene innenfor reiselivsnæringen er det ikke Visit Lyngenfjord selv som står for. Her samarbeider vi tett med Innovasjon Norge, NordNorsk Reiseliv og Nord-Troms Studiesenter (NTSS). Vi vil særlig fremheve det arbeidet NTSS gjør, da de er veldig proaktive med å sette opp kurs på forespørsel og Visit Lyngenfjord er derfor en aktiv samarbeidspartner.

Workshop: Lag film med mobilen

NTSS stod for gjennomføringen av et kurs om hvordan man enkelt kan lære å lage filmer med mobilen sin den 6. september i Olderdalen. Jon Terje Hellgren Hansen var kursinstruktør.

Stisyklingguideutdanning

I forbindelsen med vårt arbeid for å utvikle og kommersialisere stisykling i Lyngenfjordregionen, har vi samarbeidet med Innovasjon Norge om å gjennomføre den helt nye norske sykkelguideutdanningen i Skibotn.



Sykelguideutdanning i Skibotn

Utdanningen er delt inn i tre nivåer og det første nivået hadde elleve deltakere og ble gjennomført fra 22-25. august 2018 i Skibotn.

Les mer om utdanningen her: <http://www.mynewsdesk.com/no/visit-lyngenfjord/pressreleases/foerst-ut-i-nord-norge-med-lokal-utdanning-for-stisykkelguider-2655379>

Vertskapskurs

Kurset ble planlagt med et utfluktsprogram og webinars, men ble ikke gjennomført pga. for få påmeldte.

Strategisk Kompass/Personas:

I forbindelsen med den nye reiselivsstrategien arrangerte vi, sammen med Lena Nøstdahl fra NordNorsk Reiseliv, en workshop om [strategiske kompasset og personas](#) i Sørkjosen den 11. september og på Lyngseidet 12. september. Workshopen var todelt, og i den første delen diskuterte vi utkastet til den nye reiselivsstrategien, mens det i den andre delen ble en gjennomgang av trender i reiselivet og praktisk arbeid med personas.

Produktutvikling

I forbindelsen med stisykkelprosjekt arrangerte vi to produktutviklingsworkshoper i regionen. Den første var 7. september på Lyngseidet og den andre 29.oktober i Skibotn.

Annet

- 26.juni: Foredrag om bærekraftig arbeid i Lyngenfjordregion av Visit Lyngenfjord på Nordisk Råd sin konferanse i Tromsø.
- Sustainable Destinations Top 100: Lyngenfjordregion ble i 2018, som eneste destinasjon i Norge, satt på en internasjonal liste med de topp 100 mest bærekraftige destinasjoner i verden. Les mer om det her: <http://sustainabletop100.org/dest/lyngenfjord-region/>
- Webinar SalesAgent: Den 9., 10. og 23. januar 2018 gjennomførte vi et webinar for bedrifter som ønsket å ta i bruk Citybreak SalesAgent.
- Forberedelse til toppturprosjektet: Den 27. april gjennomførte vi to møter, både på Skjervøy og i Nordreisa, for å diskutere med lokale reiselivsbedrifter hvordan vi kan få flere toppturgjester til Skjervøy og Nordreisa. Resultatet ble et prosjekt sammen med kommunene Nordreisa og Skjervøy, og Kvænangen omstillingsprosjekt. Planlagt oppstart i løpet av 2019 og det er søkt om midler fra Troms Fylkeskommune.
- 21. august: Holdt vi en presentasjon av Visit Lyngenfjord sitt arbeid foran Sametingets nærings- og kulturkomite på Halti.
- 2.– 4.mai: Deltakelse på strategisamling for reiselivssjefer og NordNorsk Reiseliv.
- 4.– 5.september: Deltakelse på markedsrådsmøte med NordNorsk Reiseliv.
- 23.oktober: Holdt foredrag på Nordnorsk Sykkelkonferanse 2018 i Tromsø om Visit Lyngenfjord sitt arbeid med stisykling i regionen.
- 5. november: Holdt foredrag om Visit Lyngenfjord sitt arbeid for næringskonsulenter i Troms fylke.
- 29.november: Avholdt medlemsmøte for Visit Lyngenfjord i Olderdalen.

MARKEDSFØRING

Hjemmeside

Visit Lyngenfjords hjemmeside skal være den fremste informasjonskilden for alle tilreisende til regionen. Samtidig ønsker man at denne kan inspirere til å besøke vår destinasjon og gi praktisk informasjon til de som allerede er våre gjester. Dette er også en salgskanal for reiselivsprodukter og tjenester. All informasjon og innhold skal være tilgjengelig på norsk, engelsk og tysk.

Innholdet skal være en blanding av bedriftspresentasjoner, salgbare produkter, praktisk informasjon og inspirerende artikler om de ulike sesongene, arrangementer, lokalmat, kulturtilbud og lokalhistorie. Siden 2017 har Rakel Lund Heggelund arbeidet med å oppdatere innholdet og produsere nye artikler, mens eksterne har oversatt tekstene til engelsk og tysk. Vi har også arbeidet med å få presentert medlemsbedriftene i Nordreisa og Skjervøy, samt naturattraksjoner, kulturtilbud og øvrig informasjon om de nye medlemskommunene.

I 2018 har vi blant annet laget en helt ny fane for spisesteder. Dette ble gjort i forbindelse med lokalmat-satsingen i bærekraftprosjektet. Nå finner man oppdatert informasjon om hvor man kan handle, oppleve og spise lokalmat rundt Lyngenfjorden.

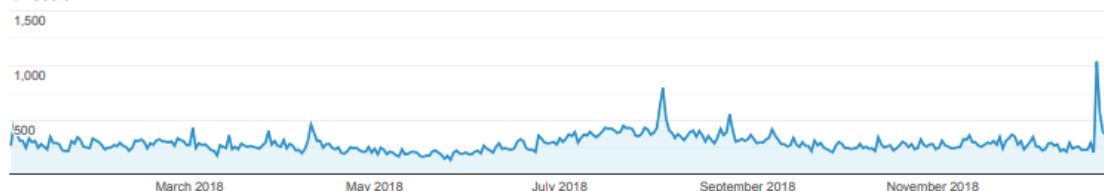
Les mer på: <https://visit-lyngenfjord.com/no/nordnorsk-mat>

Audience Overview 2018



Overview

Users



Users

c language removed
84,019



New Users

c language removed
83,599



Sessions

c language removed
121,321



Number of Sessions per User

c language removed
1.44



Pageviews

c language removed
656,943



Pages / Session

c language removed
5.41



Avg. Session Duration

c language removed
00:12:25

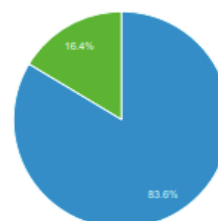


Bounce Rate

c language removed
51.79%



New Visitor Returning Visitor



Ifølge oversikten ovenfor så har vi hatt to besøkstopper. I august sendte NRK programmet «Monsen minutt for minutt» og mellom 2-5.08 vandret han fra Gappohytta og via Treriksrøysa til Helligskogen. Dette gav oss en boost på artiklene om turen til Treriksrøysa, Manddalen og Birtavarre. Den 25.12 var 50 % av besøkende på hjemmesiden fra Tyskland, noe som forklares av at serien «Jakten på nordlyset» ble sendt på tysk TV den dagen.

Oversikt over artiklene og sider som har hatt flest besøkende i 2018 (utenom inngangssider og DTUI):

1. Skitouring Norway (en)
2. Blåvatnet (no)
3. Hiking (en)
4. Accommodation (en)
5. Jan Baalsrud (no)
6. Blåvatnet (en)
7. Aurora Spirit (no)
8. Activity search (en)
9. Northern lights packages (en)

Nyhetsbrev

Visit Lyngenfjord sender jevnlig ut to ulike nyhetsbrev med de siste nyhetene fra regionen.

1. Et nyhetsbrev sendes ut til reiselivsinteresserte i regionen og Nord-Norge (356 kontakter). I 2018 sendte vi ut ni slike nyhetsbrev.
2. Et nyhetsbrev sendes ut til turoperatører i hele verden (1,835 kontakter). I 2018 sendte vi ut syv nyhetsbrev.

Sosiale medier

Visit Lyngenfjord har arbeidet målrettet med aktiviteten i kanalene våre på sosiale medier og har følgende profiler i sosiale medier:

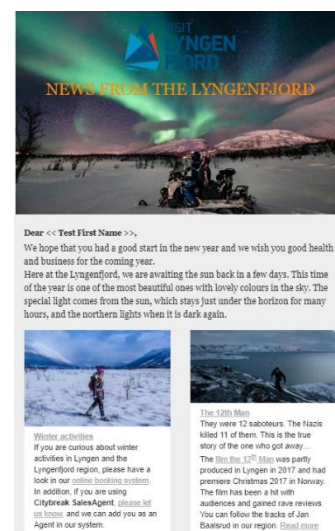
Facebook: <https://www.facebook.com/visitlyngenfjord>

På Facebook markedsfører vi både produkter, arrangementer og deler innhold til informasjon/inspirasjon for våre gjester. Vi deler også mange innlegg fra bedrifter og andre aktører knyttet til reiselivet.

- Antall følgere: 2.700
- Antall personer/bedrifter som har likt siden: 2.642

Instagram: www.instagram.com/visitlyngenfjord

Vi har hatt en jevn økning av følgere på vår Instagram, ifølge [statistikk](#). I slutten av 2018 hadde vi nærmere 4.000 følgere. I år har benyttet oss av «story»-funksjonen i større grad enn tidligere. En annen ting vi har lagt merke til at #visitlyngenfjord blir mer brukt og at vi blir tagget av flere og flere som besøker regionen men også av lokale som bor her. Visit Lyngenfjord tok over



Nyhetsbrev Januar 2018

NordNord Reiseliv sin konto noen dager i sommer 2018. Dette inspirerte oss til å gjøre det samme med våre medlemsbedrifter i noen uker – og dette ble en stor suksess.

- Antall innlegg: 1.236
- Antall følgere: 4.332
- Antall vi følger: 1.122
- Engasjements rate: 2.77 %
- Gjennomsnitt antall likes på delinger: 119

Twitter: <https://twitter.com/Lyngenfjord>

På Twitter deler vi mest innhold fra reiselivsbransjen, og bruker ikke denne kanalen i så stor grad mot gjestene.

- Antall egne Tweets: 1.064
- Antall følgere: 892
- Antall vi følger: 603
- Antall likes: 543

Visit Lapland

Visit Lapland er en svensk/engelsk turoperatør som drifter hjemmesiden <https://www.visitlapland.com/>. Denne skal presentere bookbare produkter fra utvalgte steder i hele Lapland. Visit Lyngenfjord har arbeidet for å få presentert destinasjonen og etablere en mikrobutikk på siden deres, slik at besøkende kan bestille alle aktivitetsproduktene i Lyngenfjordregionen, som er online bookbare, via denne kanalen.

Les mer på: <https://www.visitlapland.com/destinations/norway/lyngenfjord/>

Visit Nordic

Visit Nordic er et dansk selskap som drifter en hjemmeside med informasjon om nordiske land i Kina. Hjemmesiden finnes både på engelsk og kinesisk. Formålet deres er å presentere de ulike destinasjonene i Norden og sørge for direkte bookinger via deres hjemmeside.

Visit Lyngenfjord har i 2018 sendt inn riktig og oppdatert informasjon til Visit Nordic og det er også planlagt at det skal installeres en mikrobutikk på siden, slik at kinesiske gjester kan bestille direkte gjennom vårt bookingsystem på kinesisk. Det jobbes fremdeles med å få implementert kinesiske betalingsløsninger som WeChatPay og Alipay.

Les mer på: <https://www.visitnordic.com/en/attraction/lyngenfjord>

Digitale turistinformasjoner

I 2018 kjøpte Lyngen kommune en digital turistinformasjon hos Visit Lyngenfjord. Denne står i dag plassert i bibliotekets lokaler på Lyngseidet.

Her kan du besøke denne: <https://visit-lyngenfjord.com/en/touristinformation-lyngseidet>

I tillegg har finnes det digitale turinformasjoner i Birtavarre, Manndalen og Olderdalen.

Reiselivsmesser

NTW

Visit Lyngenfjord deltok på Norwegian Travel Workshop i Stavanger mellom 16.-18.04.2018. Her hadde vi møter med 27 turoperatører. [Her kan du laste ned rapporten \(PDF-fil 316 kb\).](#)

ITB

Visit Lyngenfjord besøkte ITB Berlin fra 8. - 9.03.2018. Vi hadde ikke egen stand, men hadde møter med flere turoperatører i løpet av messen.

Lyngenfjord meets Kilpisjärvi

Den 16. november inviterte bedrifter fra Kilpisjärvi og Enontekiö kommune reiselivsbedrifter fra Lyngenfjordregionen til en visningstur. Det ble gjennomført to utflukter, besøk av glassigloer og fatbiketour, og en workshop for å bli bedre kjent med hverandre.



Finske og norske reiselivsbedrifter

Presseturer

Vi har gjennomført følgende presseturer i 2018 for å markedsføre regionen generelt:

- 22.– 24.januar: Eva Fernandez, frilansjournalist fra Spania
Pressetur «Explore the Arctic» med: Reisafjord Hotel, VILT, ihana!, Riverland Husky, Kronebutikken, Hurtigruten og Widerøe
- 24.– 31.januar: Lucas Huber med www.lucashuber.ch, frilansjournalist fra Sveits
I samarbeid med: Solheim Gård, Aurora Spirit Distillery, Lyngenfjord Reker, Lauksletta Overnatting, Reisafjord Hotel, Riverland Husky og ihana!
- 10.– 11.juni: Bloggerne Silvia og Dan med bloggen HeartMyBackpack.
<https://www.heartmybackpack.com/norway/two-week-northern-norway-trip/>
<https://www.heartmybackpack.com/norway/glass-igloo-norway-lyngen/>
I samarbeid med: Lyngen North

Brosjyrer og guider

Reiseguiden

Reiseguiden er en gratis nedlastbar PDF-fil som Visit Lyngenfjord har tilbudt sine tilreisende på hjemmesiden. Denne har i 2018 blitt oppdatert og utvidet med informasjon om Nordreisa og Skjervøy. Dette er gjort med utgangspunkt i personasene som Visit Lyngenfjord har valgt å satse på. Arbeidet med reiseguiden er ikke ferdigstilt, men den vil bli lansert til sommeren 2019.

Les mer om Reiseguiden her: <https://issuu.com/visit-lyngenfjord/docs/585096177>

Vandreguiden

I 2015 produserte Visit Lyngenfjord den første flerspråklige vandreguiden for regionen med turer i Lyngen, Kåfjord og Storfjord. I løpet av årene har man delt ut over 30.000 eksemplarer på norsk/engelsk og tysk/finsk. Høsten 2018 startet vi arbeidet med å oppdatere guiden ytterligere med spennende turer fra Nordreisa og Skjervøy. Den nye guiden vil ha totalt 44 ulike turer fra hele Lyngenfjordregionen og opplaget er på hele 20.000 eksemplarer. Guiden er gratis og kan også lastes ned som PDF eller bestilles på hjemmesiden.

Les mer om Vandreguiden her: <https://issuu.com/visit-lyngenfjord/docs/898974768>

Stisykkelguiden

I forbindelse med stisyklingsprosjektet utarbeidet man en guide med hele 25 stisykkelturer i Nordreisa, Storfjord, Lyngen og Kåfjord. Denne vil bli trykket opp i norsk/engelsk-versjon i 10.000 eksemplarer. Guiden presenterer turer med forskjellig vanskelighetsgrad – slik at den både skal passe for de som ikke er så kjent med stisykling og de mer erfarne. Den gir også informasjon om stisykkelvennlige tjenester og servicetilbud i regionen.

Denne kan bestilles på vår hjemmeside eller leses gratis som PDF-fil.

Les Stisykkelguiden her: https://issuu.com/visit-lyngenfjord/docs/mtb_guide_lyngenfjord



SALG

Booking

Oversikt viser brutto salget av produkter fra våre medlemsbedrifter.

2018	Booking manuelt	Online	Microbutikk	Total Sales	Endring fra 2017
Total	1 891 619	460 029	515 146	3 326 625	4 %
Jan	223 493	41 805	123 843	389 141	-9 %
Feb	353 921	128 455	154 836	637 212	-18 %
Mar	823 358	93 092	25 541	941 991	63 %
Apr	127 117	51 798	1 792	180 707	-56 %
Mai	23 490	200	5 392	29 082	-77 %
Jun	28 730	16 140	26 247	71 117	124 %
Jul	11 305	23 365	70 838	105 508	-6 %
Aug	36 225	15 468	28 428	80 121	-2 %
Sep	23 792	7 816	26 966	58 574	190 %
Okt	0	700	26 006	26 706	75 %
Nov	8 180	22 300	5 670	36 150	-51 %
Des	232 008	58 890	19 587	770 316	44 %

* Booking manuelt: Bestillinger som legges inn «back office» og som kommer som forespørsel via telefon, epost eller chat.

* Online bookinger: Bookinger gjestene gjør selv

* Mikrobotikk: Medlemsbedrifter som bruker Citybreak mikrobotikk for å selge produkter via sin egen hjemmeside.

Visningsturer

Visningsturer blir gjennomført for å utløse salg og gjøre turoperatører bedre kjent med våre medlemsbedrifter:

- 11. – 16.02. Besøk av Kontiki Reisen (Sveits). Visningstur i samarbeid med Reisafjord Hotel, ihana!, Riverland Husky og VILT.
- 15. – 16.02. Besøk av Frozen Planet (Kina). Visningstur i samarbeid med Hurtigruten, Reisafjord Hotel, Riverland Husky, VILT, Widerøe og Hotel Maritim Skjervøy
- 02.03: Kontiki Reisen (Sveits): Reisafjord Hotel, ihana!, Riverland Husky og Aurora Spirit Distillery
- 03.– 04.03. Ni turoperatører fra hele verden kom i forbindelse med Innovasjon Norges vinterkampanje. Visningstur i samarbeid med NordNorsk Reiseliv. Bedrifter vi samarbeidet med under besøket: XLyngen, Lyngen Experience Lodge, Aurora Spirit Distillery, Koppangen Brygger og Lyngen Adventure.
- 28.02.: Visningstur i forbindelse med Visit Arctic Europe 1 hvor ni turoperatører fra USA opplevde arctic swimming hos Lyngen Tourist.
- 26. – 27.08. Visningstur med turoperatøren Trans Nordic Tours. I samarbeid med: Aurora Alps, Riverland Husky, Lyngen Experience Lodge, Aurora Spirit Distillery, Arctic Panorama Lodge, ihana!, Svartfoss Adventure, Hotel Maritim Skjervøy og Hurtigruten.
- 14. – 15.09. Turoperatøren "Where the wild is" ved Emma Durkin. I samarbeid med: Lyngen Experience Lodge, Lyngen Outdoor Experiences, Aurora Spirit, Lyngen North, Koppangen Brygger og Lyngen Lodge.

VEDLEGG:

Nye medlemsavtaler

Styret i Visit Lyngenfjord vedtok å forenkle medlemsavgiften. Det ble innført en fast medlemsavgift på 8.000 kr eks. mva. Bedrifter med en omsetning på under 1 mill., kan betale en redusert medlemsavgift på 5.000 kr eks. mva.

De nye medlemsavtalene ble laget med utgangspunkt i utviklingen til dagens standard og krav. Avtalene er svært lik avtalene til Visit Tromsø og vil forenkle et mulig samarbeid.

Det har også kommet på plass nye avtalekontrakter for online booking. Dette har tidligere vært en del av standardavtalen, men måtte tas ut da det var ikke god nok og manglet en flere opplysninger om hvem som har ansvaret ved bookinger. Avtalene finnes vedlagt.

Medlemsavtale hos Visit Lyngenfjord

Samarbeid og medlemskap er inngått mellom Visit Lyngenfjord AS (heretter kalt VL) og:

Denne avtalen har som formål å definere forventninger, oppgaver og ytelser fra de enkelte partnerne. Avtalen inngås som en samarbeids- og medlemsavtale, der VL jobber med markedsføring, salg- og produktutvikling for å oppnå økt lønnsomhet for reiselivsbedriftene som har inngått en medlemsavtale. I tillegg skal VL utvikle Lyngenfjordregionen som et bærekraftig reisemål, slik at når vår visjon som «**mest foretrukket i Nord-Norge innen bærekraftige opplevelser**».

Rollene:

VLs rolle er å markedsføre regionens tjenestetilbud, på vegne av den enkelte reiselivsbedrift, og forestå oppgaver som tilrettelegger for økt salg, forbedret inntjening, synlighet og bidra til kvalitetssikring av den enkelte tjenestetilbyders produkter.

Medlemsbedriftenes rolle er å drifte de tjenestene som Visit Lyngenfjord AS skal markedsføre. Dette skal gjøres på en slik måte at disse fremstår som attraktive, kvalitetssikret og etterspurt i markedet.

Visit Lyngenfjords oppgaver:

- Presentasjon av bedriften på Lyngenfjords offisielle webside: www.visit-lyngenfjord.com.
- Synlighet på www.visitnorway.com.
- Utvikling av markedsføringsmaterialer for hele regionen.
- Markedsføring i henhold til VL sin kommunikasjonsstrategi.
- Arrangere og tilrettelegge for presseturer (journalister) og visningsturer (turoperatører, agenter).
- Drifte bookingtjenesten for Lyngenfjordregionen og gi bedriften mulighet å bli bookbare på nett (se egen avtale).
- Håndtere bookingsforespørsler.
- To timer gratis rådgivning i markedsføring og produktutvikling per år.
- Arbeide aktivt mot turoperatører og utvikling av nye produkter for turoperatører.
- Veilede, forespørre og selge mer komplekse produkter som omfatter flere medlemsbedrifter med flere tjenestetilbud.
- Tilrettelegge kurs og gi faglige oppdateringer innenfor områder som er etterspurte fra medlemmene og/eller som VL anbefaler.
- Avtalen gir eksklusiv tilgang til deltakelse i VLs prosjekter og markedsaktiviteter, samt markedsaktiviteter sammen med Visit Norway og Nordnorsk Reiseliv (oppføringer i trykksaker, web, messedeltakelse, prosjekter)

Medlemsbedriftenes oppgaver:

- Etablere og drifte tjenester og produkter med den avtalte kvalitet og gjøre disse tilgjengelige.
- Egen kvalitetssikring i tråd med krav og forventinger fra markedet.
- Tilrettelegge for rimelig overnatting/tjenester mht. tilrettelagte visningsturer for turoperatører og presse.
- Regelmessig oppdatering av produkter mht. innhold, korrekt informasjon, bilder, kvalitet, pris mm.
- Enkeltstående produkter som presenteres i markedet må ha samme salgspris hos VL og hos bedriften.
- Lenke til VL fra egen webside med Visit Lyngenfjords sin logo.
- Levere overnattingsstatistikk og gjesteundersøkelse månedlig til VL.
- For alt salg gjennom Visit Lyngenfjords kanaler, gjelder VLs betalingsvilkår.
- Markedsføre og presentere fellesskapet på en positiv måte.
- Akseptere å motta informasjon fra VL elektronisk.
- Bedriften forplikter seg til å følge de, til enhver tid, gjeldende lover og regler, samt sørge for påkrevde forsikringer, godkjenninger, tillatelser, løyver, sertifikater m.m. I motsatt fall kan VL heve avtalen med umiddelbar virkning.
- Virksomheten til bedriften skal være registrert i Brønnøysundregistrene

Medlemsavgift og bookingavgift:

Medlemskapet er et spleiselag mellom VL, delfinansiert av det offentlige virkemiddelapparatet og kommunene, og den enkelte medlemsbedriften.

Medlemsbedriftene skal betale en årlig avgift for deltakelse i samarbeidet, samt en variabel avgift (provisjon) når overnatting, opplevelser eller annen tjeneste bookes via nett eller gjennom manuell booking (Se egen avtale for provisjon og online booking).

Medlemsavtalen trer i kraft etter at avtalen er signert av begge parter og betaling er mottatt.

Årlig fast avgift:

- Årlig medlemsavgift: 8 000,- kr eks. mva.
- Årlig medlemsavgift: 5 000,- kr eks. mva. for bedrifter med omsetning mindre enn 1 mil.
- Støttemedlemskap for mindre arrangement, restaurant og handel: 1 500,- kr eks mva.

Variabel avgift:

I tillegg til ovennevnte, skal det betales en variabel avgift når bookingen gjøres gjennom de web- og bookingtjenester som er etablert av VL (Se separate avtaler).

For bookinger som gjøres, helt og fullt, av den enkelte medlemsbedrift per e-post eller per telefon i direkte kontakt med kunden, betales det ingen variabel avgift til Visit Lyngenfjord.

Personvern

VL gis rett til å informere bedriftene om reiselivsrelaterte nyheter og andre viktige saker knyttet til medlemskapet gjennom ulike kanaler (e-post, Facebook, annet).

Personvernerklaring til VL kan tilsendes etter behov.

Om avtalen

Avtalen løper inntil oppsigelse. Oppsigelsesfrist for det påfølgende år er 1. oktober og må sendes VL skriftlig. Prisen gjelder pr. kalenderår, og reguleres i henhold til konsumprisindeksen pr. 01.01. hvert år. VL står likevel fritt til å justere prisen pr. kalenderår dersom innhold i avtalen endres. Dette vil bli informert om før 01.09 for påfølgende år.

Etter utløpt oppsigelsestid forsvinner alle bindinger som partene gjennom denne avtalen har etablert. Denne avtalen erstatter eventuelle tidligere samarbeidsavtaler mellom VL og bedriften.

Skulle det oppstå uenighet om forhold knyttet til denne avtale, skal dette løses gjennom forhandlinger.

Fører ikke forhandlinger frem, skal dette løses gjennom voldgiftbehandling og i tråd med voldgiftslovens standardbestemmelser.

Medlemmer 2018

Her er en oversikt over medlemsbedriftene våre i 2018.

Bedrift	Web	Kontakt Person
1 Adventure by Design	www.adventurebydesign.fi	Gareth Hutton
2 Arctic Panorama Lodge	www.arcticpanorama.com	Svein Jacobsen
3 Artic Lyngen Sjøcamp	www.artic-lyngen.no	Jens Ivar Simonsen
4 Ascent Descent AS	www.ascentdescent.com	Jimmy Halvardsson
5 Aurora Alps AS	www.auroraalps.com	Asbjørn Rygh
6 Aurora Spirit AS	www.auroraspirit.com	Tor Petter Christensen
7 Bergbjørn Bergservice	www.bergbjornfjellservice.no	Tore Bergbjørn
8 Bios Café AS	www.bioscafe.no	Jane Johansen
9 Camp Birtavarre AS	http://eng.high-north.com/camp-birtavarre/?lang=nb	Øyvind Kristian Johansen
10 Elektro Sport		Tore Larsen
11 Green Gold of Norway	www.greengoldofnorway.com	Francisco Damm
12 Henriksen Gjestestue	www.henriksengjestestue.no/	Johnny Henriksen
13 Hotell Maritim Skjervøy AS	www.hotell-maritim.no	Marianne Berg
14 ihana! As	www.ihana.no	Inger Birkelund
15 IMA tursenter	www.ima-tursenter.no	Eiolf Steinvik
16 Johs. H. Giæver AS	www.lyngen-havannes.no	Hege Bergfalk Jacobsen
17 Koppangen Brygge	www.koppangenbrygger.no	Alf Fagerborg
18 K-Punktet Kafé	https://www.facebook.com/groups/474421969243009/	Kari.E.Berglund
19 Lauksletta Overnatting	https://www.facebook.com/LaukslettaOvernatting/	Elin Johannessen
20 Lenangen Brygger AS		Per Halvard Hansen
21 LHL Klinikken Skibotn		Stine Jakobsen Strømso
22 Lyngen Adventure AS	www.lyngen.com	Mats Fagerborg Kvien
23 Lyngen Apartments		Kjell Lundvall
24 Lyngen Experience Apartment	www.lyngenexperience.no	Reidun Nilsen
25 Lyngen Experience Drift AS	www.lyngenexperience.no	Reidun Nilsen
26 Lyngen Fjordbuer	www.lyngenfjordbuer.no	Ingar Lyngmo
27 Lyngen Fjordcamp	www.lyngenfjordcamp.no	Reidar Gangsø
28 Lyngen Mountain Holidays	www.lyngemountainholidays.com	Colin Carver
29 Lyngen North	www.lyngen-north.com	Ola Berg
30 Lyngen Outdoor Center	www.lyngen-outdoor.com	Artur Pasczak
31 Lyngen Outdoor Experiences	http://www.lyngenoutdoorexperiences.com/	Tom Frode
32 Lyngen Reker AS	www.lyngenreker.no	
33 Lyngen Sea Lodge	https://www.facebook.com/lyngensealodge/	Trude Antonsen
34 Lyngen Tourist	www.lyngentourist.com	Hallgeir Naimak
35 Lyngseidet Gjestegård	www.gjestegaarden.no	Kristina Gjæver
36 Lyngsfjord Adventure	www.lyngsfjord.com	Morten Pettersen
37 Magic Mountain Lodge	www.mmlodge.no/	Henrika Lønngren
38 Mandalen Sjøbuer	www.sjobuer.no	Henrik Solberg
39 Nord-Troms Museum	www.ntm.no	Kaisa Maliniemi

North of Lyngen Apartments

40	AS	www.northoflyngen.no
41	North Sailing	www.northsailing.no
42	Olderdalen Ski Camp	www.olderdalenskicamp.no
43	Olderelv Camping	www.olderelv.no/
45	Reisa AS	www.reisa.no
46	Reisa Skinnprodukter	www.rundtnestesving.no/reisa-skinprodukter
47	Reisafjord Hotel	www.reisafjord-hotel.com
48	Riverland Husky	
49	Senter for nordlige folk	www.nordligefolk.no
50	Seppalatunet	
51	Skibotn Husky	www.skibotnhusky.com
53	Skjervøy Fiskecamp AS	www.skjervoy-fishecamp.com
54	Solheim Fritidsgård	www.solheimgard.com
55	Solhov	www.solhov.com
56	Strandbu Camping	www.strandbu.no
57	Svartfoss Adventure	www.svartfoss.com
58	Svensby Tursenter	www.svensbytursenter.no
59	Syttigradernord AS	
60	Sørheim Brygge	www.sorheimbrygge.no
61	Take me away	www.facebook.com/Take-Me-Away
62	Vilt AS	
63	Visit Årviksand	www.visitarviksand.no
64	Xlyngen	www.xlyngen.no

Line Bertelsen Løvoll
Høskuldur Jonsson
Tom Trøbraten
Geir Johnsen
Linda Fjellheim
Hilde Lund
Johanne Hansen
Tom Einar Vang
Terje Olsen
Birgit Paulsen
Tomas Nyheim
Manta Mitrike
Ole Anton Teigen
Ingunn I. R. Vatne
Stein Are Engstad
May Helen Vangen
Inge Storsteinnes
Jan F. Fjære
Stein-Erik Eliassen
Ann Karina Sogge
Øystein Sandelin
Roy Ander Albrigtsen
Miriam Johansen