



# SLUTRAPPORT

## NYA MÅLGRUPPER FÖR ÖSTERSUNDSREGIONENS BESÖKSNÄRING

MAJ 2021 – DECEMBER 2022

# OM PROJEKTET

## BAKGRUND

### Coronapandemin och behovet av förnyelse

Sedan en tid innan coronapandemin har Östersund som destination varit beroende av och förlitat sig på enskilda reseanledningar och målgrupper, exempelvis evenemangsbesökare och turister från Norge. I och med pandemin var Östersunds besöksnäring oförberedd på en minskad och ändrad efterfrågan från dessa målgrupper. Med stängda gränser och inställda evenemang blev Östersund som destination tvingad att ställa om och hitta nya, mer långsiktiga målgrupper och reseanledningar. Därav uppkom behovet av detta projekt. Behovet har dock inte enkom uppkommit genom pandemin, redan innan pandemin pekade olika undersökningar på ett behov av förnyelse i Östersunds utbud.



## TRE NYA KATEGORIER

I dialog med destinationens företag och andra aktörer identifierade Destination Östersund olika förslag på vilka målgrupper och reseanledningar som hade potential att diversifiera besöksnäringen, men som fortfarande krävde ett utvecklingsarbete.

Följande tre reseanledningar/målgrupper valdes ut:

**Long stay:** Internationella och nationella privatresenärer som arbetar på distans och bor längre perioder i olika städer/orter. Innefattar även personer som arbetar temporärt i Östersund eller besöker under längre tid av andra orsaker.

**Testmiljöer:** Företag med behov av tester och/eller lanseringar av produkter, exempelvis fordon. Innefattar även Mittuniversitetets testmiljöer såsom Nationellt Vintersportcentrum som har möjlighet att erbjuda prestations- och hälsotester för privatpersoner samt insatser inom företagshälsovård.

**Outdoor:** Östersund med omnejd har mycket att erbjuda för privatresenärer som söker stadsnära outdoorupplevelser i form av cykling, vandring, skidåkning, skridskoåkning m.m. Östersund arbetar aktivt med kontrasten mellan stad och fjäll i sin positionering. Outdoorupplevelser är även ett viktigt komplement för andra reseanledningar, som företagsresor, konferenser och evenemang.



## PROJEKTMÅL

Stärka de tre reseanledningarna: Outdoor, Long Stay och Testmiljöer genom:

1. Kunskap och analys: Kunskapsinhämtning, omvärldsanalys, identifiering av befintliga resurser och aktörer inom de olika reseanledningarna.
2. Produktutveckling/samarbeten: Ge stöd till företag och grupperingar för att stärka företagens produkter och gemensamma paket. Utarbeta ett arbetssätt för samarbete mellan företag och i grupperingar.
3. Kommunikation och sälj: Kommunicera, skapa ett relationsbyggande säljklimat och marknadsföra reseanledningarna.

## SYFTE

Syftet med projektet var att implementera förutsättningar för att sjösätta tre nya reseanledningar med tre olika målgrupper för att på så vis göra Östersund mer robust som besöksdestination med fler ben att stå på. Målet var att stärka Östersund som ett konkurrenskraftigt resmål, inte bara regionalt och nationellt utan också internationellt.

Projektet skulle på kort sikt leda till att skapa förutsättningar för en ökad tillströmning av flera nya återkommande och långsiktiga målgrupper. Detta genom att implementera underlag och processer för att underlätta ett fungerande samarbete med andra aktörer inom besöksnäringen i anslutning till de nya reseanledningarna och på så vis också skapa djupare relationer med de nya målgrupperna.

# LONG STAY

Aktiviteter och resultat

# KUNSKAP & ANALYS

## Rapport: Coliving & Long stay

Framtagen rapport "Coliving & Long stay" - en omvärldsanalys kring hur andra destinationer jobbar med long stay och co-living, drivkrafter och behov för målgruppen samt olika "undermålgrupper". Digitalt rapportsläpp januari 2022 samt presentationer på t ex Fastighetsforum.

## Rapport: Kartläggning av olika aktörer och företag i Östersundsregionen

Aktörskartläggning för Östersundsregionen (och längre ut i länet) som har produkter/tjänster med relevans för long stay-gäster. Framtagen rapport: "Behovskartläggning longstay Östersund".

## Intervjuer long stay-gäster

Intervjuer med riktiga long stay-gäster som varit i Östersund med frågor angående deras vistelse. Materialet har dels använts som utbildningsmaterial för destinationens företag för att öka förståelsen för målgruppen, samt som kommunikationsmaterial för att attrahera fler besökare.



# PRODUKTUTVECKLING & SAMARBETEN

## Kunskapsspridning av omvärldsanalys

Digitalt rapportsläpp av rapporten "Coliving & longstay" januari 2022 samt presentationer på t ex Fastighetsforum.

## Workshops

Workshops med företag våren 2022. Företagen jobbade gemensamt under workshoptillfällena med frågor om roller, samarbeten, "kärnan" med long stay i Östersund, marknadsföring och kommunikation m.m. Gruppens arbete har sedan utgjort en grund för att utveckla kommunikationsmaterialet.

## Workshop om Long Stay 3 maj



## Long Stay och Co-living



Long Stay och Co-living – Nya möjligheter för Östersundsregionens besöksnäring?

Hur kan företag i Östersundsregionen dra nytta av den växande trenden kring Long Stay och Co-living? Vad efterfrågar de och hur har andra destinationer gjort för att attrahera denna målgrupp?

Den 11 februari kl 10.00 – 11.00 välkomnar vi till en presentation av den nya rapporten "Long Stay och Co-living" – en omvärldsanalys som tagits fram i ett samarbete mellan Destination Östersund och Remote Lab.

## Välkommen på workshop om Long stay och Co-living 23 mars



Som en del av destinationens arbete med nya målgrupper anordnar vi två workshops för att etablera co-living och long stay som nya besöksanledningar för Östersund. Vi vänder oss till er som är intresserade av att starta verksamhet inom dessa områden, har tjänster som skulle kunna kopplas till long stay-boenden eller är nyfikna på att veta mer.

Workshop #1 kommer främst att fokusera på nuläge. Vi presenterar den kartläggning som gjorts av The Remote Lab kring befintliga long stay och co-livingaktörer i Östersund, potentiella kringtjänster och även tankar kring potential kring utveckling av nya boenden. Vi djupdyker i några exempel från vår rapport som skulle kunna vara intressant för framtida coliving/longstay-koncept och samlar ihop lägesbilden från aktörer som är med på workshopen.

Datum: 23 mars

Tid: 09:30-12:00

Plats: Teglet, Biblioteksgatan 9 (ingång från innergården)



# KOMMUNIKATION

## Webbsida

Arbete med innehåll för webbsida

[www.longstayostersund.se](http://www.longstayostersund.se). Sidan grundar sig i material som deltagande företag varit med och tagit fram kring hur vi ska lyfta "kärnan" för long stay i Östersund).

## Stories

Intervjuer med tidigare long stay gäster som varit i Östersund som omarbetats till filmklipp och artiklar som finns på longstay-webbsidan



## LONG STAY – SAMMANFATTNING RESULTAT

- Nya kunskapsmaterial: omvärldsanalys av long stay och co-living samt kartläggning av Östersunds nuläge och long stay-relaterade aktörer. Även inspelade intervjuer med tidigare long stay-gäster.
- Nya kommunikationsmaterial i form av filmklipp och artiklar med tidigare long stay-gäster för inspiration som publicerats på webbsidan.
- Kunskapsspridning av long stay som målgrupp i olika sammanhang såsom digitalt rapportsläpp med panelsamtal, presentation på Fastighetsforum samt i workshops med företag.
- Nytt "mini-nätverk" kring long stay-utvecklingen i Östersund med de aktörer som har produkter/tjänster som är relevanta för målgruppen.
- Kunskap om nya kommunikationsytor för livsstilsrelaterade long stay-gäster, såsom communities och webbsidor där vi framåt kommer titta på riktade kampanjer.
- Integrering av kommunikation av long stay, workations etc i Östersund i destinationsbolagets ordinarie verksamhet.
- Nytt koncept (Östersund Included) för integrering av long stay-gäster och nyinflyttade som lanseras under 2023. Konceptet syftar till sociala aktiviteter för ökad trivsel och integrering i "Östersundslivet".
- Förväntade resultat som ännu inte uppnåtts: Kampanjarbete kring workacations och long stay i Östersund i nya sammanhang och communities. Under 2023 kommer long stay integreras i destinationens sommarkampanj i en del som riktar sig mot yngre målgrupp. Mätmetod för att se hur många long stay-gäster som finns i Östersund och följa utvecklingen över tid. Fortsatt utveckling av "Östersund Included".

# TESTMILJÖER

Aktiviteter och resultat

# KUNSKAP, ANALYS OCH SAMARBETEN

## Tidigare material

Analysarbete utifrån från tidigare framtaget material, såsom Coldtech testmiljöer, Business Region Mid Sweden samt dialoger med olika aktörer och anläggningar.

## Kunskapsspridning

Kunskapsspridning om testmiljö-kunder i olika forum, såsom vid två hotellgruppsmöten under 2022. Syftet var att öka hotellens kunskap och förståelse för hur man tillgodoser målgruppens behov och hur testmiljö-kunder kan vara en affärsmöjlighet i att vara boende-noder för grupper som testar produkter på andra platser i länet. En presentation gjordes även vid ett frukostmingel för destinationens företag i december 2022 för att informera om processen i projektet, höja förståelsen hos företagen om varför grupperna kommer hit samt budskap om att företag med fördel kan samarbeta med eventbolagen eller destinationsbolaget i Östersund kring sådana förfrågningar eftersom det kan vara tidskrävande att på egen hand arrangera hela deras vistelse och kringtjänster.



## KOMMUNIKATION

### Filmklipp om testmiljöer

Projektets processledare för testmiljöer deltog under däcktest med Bridgestone under vårvintern 2022 runt Frösön/Rödön. Under testet samlades bild/filmmaterial och intervjuer med Bridgestones personal som klippts ihop till en kort film. I filmen har även andra outdoor-inslag klippts in för att ytterligare förstärka Östersunds positionering, samt andra perspektiv som närhet mellan testplats, flygplats och hotell.

### Bearbetning av företag

Projektet har varit delaktig i bearbetning av olika företag som visat intresse för att etablera testverksamhet i regionen. Bland annat företag med behov av test-/lanseringsplats för elektriska fordon och vätgas. Ett flertal olika aktörer har involverats, såsom hotell, förarinstruktörer, restauranger, eventbolag och aktivitetsbolag. Arbetet har även innefattat enskilda möten och företagskontakter avseende prestationstester inom idrott.

### Företagsbesök Stockholm

Företagsbesök i Stockholmsområdet för att skapa relation till de eventbyråer som arbetar med event för produkttester och/eller upplevelser inom outdoor.



# TESTMILJÖER – SAMMANFATTNING RESULTAT

- Nya affärer inom testverksamhet för Östersundsregionen där projektpersonalen haft en roll: BMW Driving Experience samt Skodas lansering av elbilar (båda 2023).
- Förbättrad insikt i Östersundsregionens nyckelfaktorer till varför den är attraktiv som testmiljö. Dessa faktorer handlar mycket om infrastruktur (närhet mellan flygplats – testplats – hotell – aktiviteter) samt kompetens (från olika aktörer såsom eventbolag och aktivitetsbolag för att koordinera testverksamheten).
- Insikter om att vi behöver bygga Östersunds testmiljö-positionering kring rätt aspekter som särskiljer sig från t.ex. Arjeplog och destinationer som inriktar sig mot "hemlig" testverksamhet för produkttester.
- Framtaget kommunikationsmaterial i form av casefilm med Bridgestone som påvisar möjligheterna med Östersundsregionens testmiljöer.
- Förstärkt samarbete med Mittuniversitetet / Nationellt Vintersportcentrum vad gäller prestationstester för privatpersoner. Dialogen har resulterat i bättre kunskap kring hur det kan vara möjligt att exempelvis sälja in satsningar med företagshälsovård mot andra städer för att generera tillresta som genomför prestations- och hälsotester i Östersund.
- Nya relationer till eventbolag i Stockholmsområdet som arbetar med testmiljökunder som kan bearbetas vidare efter projektslut.
- Förväntade resultat som ännu inte uppnåtts: Fler affärer för Östersundregionen inom produkttester och lanseringar.

## Premiumbilmärke flyttar sin förarutbildning från Luleå till Östersund



Under vecka 4 och 5 nästa år kan besökare ta del av BMW Winter Driving Experience, en unik och komprimerad förarutbildning med testkörning på is. Det blir en helhetsupplevelse med iskörning i den senaste versionen av M340. I programmet ingår körupplevelse/förarutbildning med certifierade instruktörer på speciellt utformade isbanor, middag och övernattnig på Frösö Park Hotell. I körupplevelsen får föraren en fartfylld och utmanande utbildning, samt möjlighet att utveckla sina färdigheter som bilförare på snö och is.

# OUTDOOR

Aktiviteter och resultat

# OUTDOOR – KUNSKAP & ANALYS

## Analys och idéskiss

Analys av Östersunds utvecklingsmöjligheter inom outdoor (av företaget Misterkite). Baserat på intervjuer med olika nyckelpersoner för stadens outdoorutveckling och spaning på andra destinationer. Analysen har resulterat i en idéskiss som också använts framåt i projektet på olika sätt, exempelvis som grund till fortsatta destinationer att studera samt beslutet att använda Östberget i projektet som ett case för att driva utveckling hos både företag och föreningar.

## Aktörskartläggning

En mindre kartläggning över olika aktörer i och utanför Östersund med koppling till outdoorupplevelser. Även en mindre kartläggning av olika aktörer med anknytning till Östberget.

## Studiebesök till Järvsö och Billingen

Studiebesök till Järvsö för att bidra med kunskap i projektet och dra lärdom av deras framgångsrika utveckling inom outdoorupplevelser. Även studiebesök till Billingen, Skövde som också haft en framgångsrik utveckling som outdoorområde. Besöket genomfördes även i samband med Sweden Outdoor Festival som hålls årligen för att dra lärdomar av det konceptet och träffa olika aktörer inom outdoorbranschen.

## Övrigt

Deltagande på olika konferenser med anknytning till friluftsliv och naturturism. Delaktighet i Östersunds kommuns utredning om Fritidsbank, där projektpersonalen har samlat in synpunkter från lokala företag inom uthyrning för att få input på kring hur detta kan göras utan att konkurrera med aktörer som hyr ut kommersiellt.





# OUTDOOR – PRODUKTUTVECKLING & SAMARBETEN

## Östberget – samarbete och utveckling

Under 2022 genomfördes dialogmöten som samlade företag, föreningar och andra aktörer med utvecklingsintresse kring Östberget. I gruppdiskussionerna lyftes ett antal idéer, förslag och möjliga åtgärder. För projektet har syftet med Östberget-gruppen varit att främja en utveckling som möjliggör för fler företag att använda Östberget som outdoor-arena för sina aktiviteter, exempelvis cykling, guidade turer och evenemang. Genom att samla företag och föreningar och skapa samsyn kring Östbergsprocessen ville vi bädda för långsiktig affärs- och produktutveckling inom exempelvis cykling, skidåkning och evenemang. Slutsatserna från analys av både Järvsö och Billingen presenterades även på ett möte med representanter från Destination Östersund och politiker och tjänstemän från Östersunds kommun samt har tagits vidare med företagsgruppen i Östbergsfrågan.

## Produktutveckling outdoor

Utifrån analysmaterialet från Misterkite har ett antal möjliga områden för affärsutveckling bearbetats. Exempel är positionerande evenemang inom outdoor (exempelvis outdoormässa). En process med att vidareutveckla eventet Sustainable Outdoor som sedan tidigare anordnas i Östersund med en branschdag för outdoorföretag påbörjades i projektet, som sedan togs vidare i Destination Östersunds andra projekt, Omställning för besöksnäringen OSD, som ett testkoncept.

Analyser av upplevelser och resmål med anknytning till outdoorupplevelser utanför staden och i andra kommuner resulterade i behovet av att titta på transferlösningar. Transferkonceptet "Äventyrsbussen" har sedan tagits vidare i projektet Omställning för besöksnäringen OSD. Projektet har bidragit med urvalet av resmål, som i vintertestet blev Almåsa skidanläggning (Krokoms kommun), Löfsåsspåren/Svartsjöarnas längdskidspår, Persåsens källbacke (Bergs kommun) och Vikbergets skidanläggning (Strömsunds kommun). I sommartestet blev resmålen bl.a. Moosegarden, Högforsleden och Forsaleden (Bräcke kommun).



# OUTDOOR – SAMMANFATTNING RESULTAT

- Framtagen vision/idéskiss kring Östersunds potential, positionering och utvecklingsområden inom outdoor.
- Insikter om Östersunds positionering, exempelvis att satsa på "enkla" outdoorupplevelser snarare än sådant som kräver fördjupade kunskaper och avancerad utrustning.
- Kartläggning av existerande starka outdoorupplevelser i Östersund samt i närliggande kommuner.
- Sammanställning av olika utvecklingsförslag för Östberget som ligger till grund för ett förslag kring utvecklingsplan för berget som ska beslutas politiskt i Östersunds kommun under 2023. Bearbetning av privata finansärer för eventuella investeringsbehov för infrastruktur är också en del som kommer tas vidare efter projektslut.
- Förstärkt aktörsnätverk kring Östbergets utveckling (företag, föreningar och andra aktörer med utvecklingsintresse för berget). Förslag kring att bilda en ekonomisk förening, vilket är rekommendation från personer vi haft kontakt med kring Billingens utveckling, processen kring det tas vidare under våren 2023.
- Förstärkt samverkan och utvecklingsvilja kring företagens produktutveckling kopplat till Östberget.
- Projektet har bidragit till nya produkter i form av Sustainable Outdoor Professionals och Äventyrsbuss (båda har dock tagits vidare till testverksamhet i destinationens andra projekt Omställning för besöksnäringen OSD).
- Nya insikter och arbetssätt, exempelvis vikten av att inkludera outdoorupplevelser längre bort från Östersund, att outdoor är en grund i det mesta i Östersunds attraktivitet (spelar även stor roll för long stay-gäster och testmiljökunder) samt att branschöverskridande samarbeten är nödvändiga (som i Östbergfallet där föreningarna inom cykling och skidåkning spelar en stor roll för utvecklingen).
- Förväntade resultat som ännu inte uppnåtts: Formande av ekonomisk förening för Östbergets outdoorutveckling samt handlingsplan och investeringar på berget som positionerar Östersund ytterligare som outdoor-nod. Produktutveckling i form av fler evenemang kring cykel (exempelvis planerad Cykelfest 2023), vandring, skidåkning och evenemang.

# PROJEKTETS FÖRVÄNTADE EFFEKTER

# FÖRVÄNTADE EFFEKTER PÅ LÅNG SIKT

Utifrån uppnådda resultat bedömer vi att projektet på lång sikt kommer generera följande effekter:

## **Bestående reseanledningar**

Vi bedömer att de reseanledningar vi arbetat kring kommer vara bestående. Outdoor är en viktig grundsten i Östersunds attraktivitet och genom att både arbeta med Östberget som stadsnära nod i kombination med att fortsatt samarbeta med upplevelser utanför Östersund bygger vi vidare på Östersunds positionering inom outdoor. Distansoberoende arbetslivet i kombination med Östersund som plats för en mängd nationella arbetsplatser som myndigheter, eventuell försvarsetablering samt byggprojekt beräknas sammantaget generera allt fler long stay-gäster kommande år. Kombinerar vi ökad efterfrågan från omvärldsfaktorer med att aktivt jobba för positionering och trivsel Östersunds long stay-gäster bör det bli en bestående attraktivitet. Vad gäller testmiljöer pekar mycket på att Östersund kommer få se en allt större efterfrågan på tester som följer med klimatomställningen, främst vad gäller fordon och alternativa drivmedel som el och vätgas. Det arbete som gjorts i projektet kommer kunna bidra till kortare vägar för att ta hand om de förfrågningar och gäster som kommer.

## **En mer robust destination**

Som en följd av projektets insatser bedömer vi att Östersund tagit några steg framåt mot att bli en mer robust destination som inte förlitar sig på ett fåtal målgrupper. Framför allt bidrar arbetet med long stay och testmiljöer att destinationen står starkare rustad vid framtida förändringar i efterfrågan genom att man spridit kundbasen. Dock är det för tidigt att veta vilken omfattning dessa reseanledningar kommer ha på längre sikt. Arbetet med outdoor och utvecklingen kring Östberget bedöms även vara en viktig framgångsfaktor i att bygga en mer robust destination eftersom det positionerar Östersund med en stadsnära outdoor-nod som vi ser varit framgångsrikt i flera andra städer. En gemensam nämnare för samtliga reseanledningar är att de inte är årstidsbundna, vilket även bör bidra till ökad året runt-verksamhet för de företag som jobbar mot dessa kunder.

## **Effekter för företag**

Sammantaget bör projektets resultat på lång sikt bidra till ökad konkurrenskraft och lönsamhet för de företag som drar nytta av de målgrupper som projektet arbetar med.



## REGIONAL UTVECKLING OCH SMART SPECIALISERING

Projektets resultat bedöms bidra positivt till de tre långsiktiga prioriteringarna för regionens hållbara regionala utvecklingspolitik:

- *Förutsättningar för utvecklingskraft i hela länet:* Genom projektets inkluderandeperspektiv av upplevelser och platser utanför Östersund och förstärkning av arbetssättet av att "förstora" Östersund för ökad gemensam konkurrenskraft. Har varit särskilt påtagligt inom arbetet med testmiljöer och outdoor och kommer integreras alltmer i utvecklingsarbetet för Östersund som besöksmål.
- *Hållbar utveckling med hänsyn till olika intressen:* Genom projektets fokus på nya målgrupper och reseanledningar som har potential att diversifiera besöksnäringen och bidra till öka året runt-verksamhet. Samtidigt bidrar arbetet med miljömässig utveckling (t ex testmiljöer för hållbara bränslen, miljömässigt hållbar platsutveckling av Östberget) och sociala värden (t ex mångfald och inkludering i integreringsinsatser av utländska long stay-gäster, Östberget som plats för hälsa och rörelse för invånare).
- *Utveckla våra styrkeområden:* Projektet bidrar långsiktigt till styrkeområdet upplevelser genom att bidra till upplevelseutveckling inom outdoor, long stay och testmiljöer.

# FN:S GLOBALA MÅL FÖR HÅLLBAR UTVECKLING

- 3. Hälsa och välbefinnande: Outdoorupplevelser bidrar till hälsa och välbefinnande. Östberget ska bli en plats för hälsa och rörelse för både invånare och besökare. Prestations- och hälsotester tillgängliggörs för fler vid Nationellt Vintersportcentrum på Mittuniversitetet.
- 7. Hållbar energi för alla: Projektet främjar nyttjande och efterfrågan av testmiljöer för utveckling av icke-fossila fordonsbränslen.
- 8. Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt: Övergripande syftar projektet till att Östersunds besöksnäring ska få en bredare bas av målgrupper. Detta bidrar till långsiktig ekonomisk tillväxt och fler arbetstillfällen inom besöksnäringen året runt.
- 12. Hållbar konsumtion och produktion: Delningsekonomiperspektiv i både long stay-arbetet och Fritidsbank. Främja samåkning i arbetet med Äventyrsbuss.
- 13. Bekämpa klimatförändringarna: Projektet främjar nyttjande och efterfrågan av testmiljöer för utveckling av icke-fossila fordonsbränslen.

3 GOD HÄLSA OCH  
VÄLBEFINNANDE



7 HÅLLBAR ENERGI  
FÖR ALLA



8 ANSTÄNDIGA  
ARBETSVILLKOR  
OCH EKONOMISK  
TILLVÄXT



12 HÅLLBAR  
KONSUMTION OCH  
PRODUKTION



13 BEKÄMPA KLIMAT-  
FÖRÄNDRINGARNA



## KONTAKT

Lina Lif, Projektkoordinator Destination Östersund  
[lina.lif@destinationostersund.se](mailto:lina.lif@destinationostersund.se)

Mikael Jonsson, VD Destination Östersund  
[mikael.jonsson@destinationostersund.se](mailto:mikael.jonsson@destinationostersund.se)