Reiselivsutvikling til beste for lokalsamfunnet

Sted: Bakgården Kultur, Strandgata 38, Mosjøen
Dato: 6.-7. oktober 2026



Foto: Lars Erik Martinsen / Visit Helgeland

Tirsdag 6.oktober

11:30–12:00 Registrering, Bakgården Kultur
12:00–13:00 Lunsj

13:00 Åpning og program

Visit Helgeland
Bærekraftig utvikling av reiselivet på Helgeland
Statskog
Erfaringer og perspektiver fra nytt utviklingsprosjekt
Kvarøy Sjøhus
Med naturen som råvare, erfaringer og fremtidsutsikter
Innovasjon Norge
Nytt fra Innovasjon Norge Nordland
Tømmervika Opplevelsessenter
Erfaringsdeling og FoU i praksis

17.00 Opplelvelse i Mosjøen sentrum
18:30 Middag, Bakgården Kultur

Onsdag 7.oktober

08:00–08:30 Kaffe og mingling
08:30 Åpning og program:

SPOR
Trender og bærekraftig utvikling i reiselivet
Workshop med SPOR
Kunnskapsparken Helgeland
Hvordan inkubatoren kan bistå reiselivsbedrifter
Adventure Helgeland
Samarbeid og utvikling av opplevelsestilbud
Fru Haugans
Hvordan vi håndterer økt vekst i reiselivet
Per Theodor Tørrissen
European Region of Gastronomy: muligheter for Helgeland

12:30 Avslutning

Spor.

Haaken Christensen og Trygve Kolderup

Trender og bærekraftig utvikling i reiselivet

Trender og bærekraftig utvikling i reiselivet



Mosjøen – 7.oktober

Spor.

OM SPOR:

- SPOR er et rådgivningsselskap som er opptatt av å ta vare på naturen og friluftstradisjonene våre.
- Med et sterkt miljøengasjement og lang erfaring fra reiselivet, vil vi bidra til å utvikle flere grønne og klimasmarte alternativ som er positive for lokalsamfunnene de er en del av.
- Vi bidrar til å finne balansen mellom ivaretakelse av natur, besøksforvaltning og reiselivets verdiskaping.
- Jobber blant annet med tåleevneanalyser og mulighetsstudier for ulike reisemål.





Trender og utviklingstrekk



Foto: Sverre F. Hjørnevik / Fjellandsby / Visit Norway

Trender og utviklingstrekk





Intrepid Destinations Ways to travel Deals About

30 new trips across Europe



Intrepid Travel launches over 30 new trips across Europe

August 2025

After another summer dominated by headlines of overtourism and heatwaves, Intrepid's new trips showcase a different side of Europe.

Intrepid Destinations Ways to travel Deals About

30 new trips across Europe



Intrepid Travel launches over 30 new trips across Europe

August 2025

After another summer dominated by headlines of overtourism and heatwaves, Intrepid's new trips showcase a different side of Europe.


Dear visitor,
this area is the bathing spot of the local inhabitants, and the littering from people camping on this site is becoming a problem.
In the "Right to Roam" it says that you must respect the interests of people who live and work in the countryside, therefore we beg you to use the camping sites or the campground 2,5 kilometres into the valley if you want to camp.
We hope that you respect our interests! Thank you.
The Landowners


Vennligst ikke sett opp telt/ overnatte på stranden.
Eller ved stien
No overnight camping at the beach please.


WARNING/ADVARSEL
WE DO NOT LIKE TOURISTS
TURISTER INGEN ADGANG


VIS HENSYN!
IKKE GÅ PÅ DO HER
NO HUMAN POOPING
OR OTHER BODILY FLUIDS
KEIN STUHL ODER
KÖRPERFLÜSSIGKEITEN




Besøksforvaltning er å planlegge og styre hvordan mennesker besøker et sted, slik at reiselivet gir størst mulig nytte og minst mulig negative konsekvenser for natur, lokalsamfunn, kulturmiljø og de besøkende selv.







Foto: Scott Sporleder/ Matador Network / Fjordnorway


Foto: Heidi Widerøe / visitnorway.com

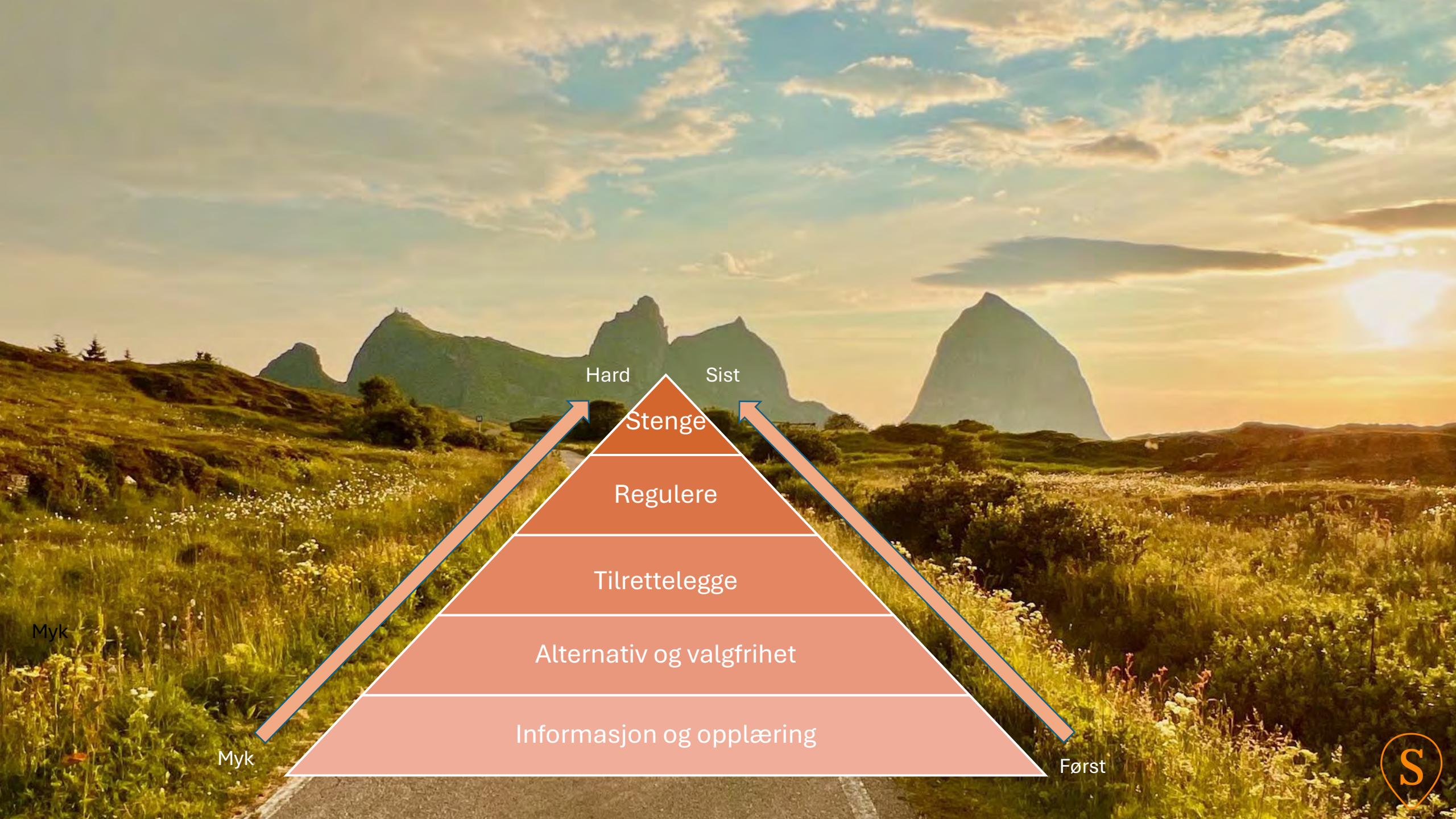

«Norsk naturforvaltning går på sparebluss. Hadde Lofotodden nasjonalpark ligget i utlandet, ville det vært ti ganger så mange som jobbet med naturforvaltningen her.»
Ole Jacob Kvalshaug,
Nasjonalparkforvalter Lofotodden Nasjonalpark
Foto: Heidi Widerøe / visitnorway.com





«Nå er det brukerne på sosiale medier som styrer hva som blir den neste attraksjonen. Det gir oss dårligere forutsetninger for å forberede oss på antall som kommer og hvem som kommer. Det eneste forutsigbare i utviklingen er at det er uforutsigbart.»

Gaute Svensson, Førsteamanuensis UiT


Hard
Sist
Stenge
Regulere
Tilrettelegge
Alternativ og valgfrihet
Informasjon og opplæring
Myk
Myk
Først

SPØRSMÅL:

- Hvilke steder på Helgeland man har lykkes best med besøksforvaltning?
- Finnes det steder på Helgeland som allerede er i ferd med å bli for populære?




Sårbar vegetasjon
Vulnerable vegetation
Følg merket sti for å unngå at nye stier etableres.
Follow the marked trail to avoid creating new trails.
Lofotodden nasjonalpark
Lofotodden nasjonalpark


FREDET BERGKUNST
I området nedenfor fotballbanen er det helleristninger fra forhistorisk tid som er fredet ved lov.
Det er strengt forbudt å tegne, risse, hakke eller på andre måter skade bergflatene.
Sykling og motorisert ferdsel er forbudt.
Ikke gå på de lyse, lavfrie bergflatene. Der er det helleristninger.
Har du spørsmål?
Kontakt Alta Museum
Tlf: 41756330
E-post: post@altamuseum.no
Kalkering: R. Normann, Alta Museum
VERDENSARV • WORLD HERITAGE • MÁILMMIÁRBI








Photo: Thomas Rasmus Skaug / visitnorway.com





Foto: Till Daling



SPØRSMÅL:

- Presenterer vi Helgeland på rett måte til turistene som kommer?
- Forbereder vi dem på det de faktisk møter?
- Kan vi kommunisere på en annen måte for å få turistene til å oppføre seg bedre?




VICENTIMA




Fjærland Fjordstove



SPØRSMÅL:

- Hva er de mest vellykkete eksemplene på sesongutvidelse på Helgeland?
- Hva skal til for at dere kan ha et tilbud i oktober eller februar?




TÅLEEVNE:
En systematisk vurdering av hvordan reisemålet tåler presset som følger av turisme


XC90





Foto: Kristoffer Møllevik / Visit Helgeland



SPØRSMÅL:

- Hvem har ansvar for besøksforvaltningen på deres reisemål?
- Hvem skal ta regningen for besøksforvaltningen?







Takk for oss!

SPOR Natur og Reiseliv AS
www.spor.eco
hei@spor.eco

Foto: Jarkko Autero / NordNorge





kvitnes.gaard Hva er egentlig bærekraft? Hvor mye et menneske kan bære?

– Da jeg skjønte at jeg ikke var alene om å føle meg alene, skjedde det noe med meg, sier Heidi Aspli Røreng.

Heidi har bodd på Kvitnes store deler av sitt voksne liv, og stilte opp sammen med naboene på en av de første dugnadene på Kvitnes Gård.

– I åtte år lå jeg på sofaen, uten å klare å komme meg opp. Jeg hadde gitt opp og var hundre prosent ufør. Jeg turte ikke å søke på jobber, greide ikke å stå i det. Så plutselig var det bruk for meg, forteller hun.

Nå jobber hun full stilling med å holde orden på rommene på Kvitnes.
Heidi har ansvar for de 15 gjesterommene, og styrer dagene sine selv. Noen ganger varer arbeidsdagen i to timer, andre ganger i åtte. Det hender hun trør til i åkeren også.

– Det går ikke an å beskrive hvor mye det har betydd for meg at noen har vist meg tillit og hatt tro på meg, sier Heidi.

Før var Kvitnes "bare en plass man kjørte forbi", forteller hun. Nå opplever hun at lysene tennes i nabohus som har stått tomme i årevis.

– Man tenker kanskje ikke på hva det kan medføre av ringvirkninger å etablere noe slikt i distriktet, men for oss fastboende har denne etableringen vært som en drøm som har endret livene våre og gitt bygda liv, sier hun.

Filmskaper Andrea White Hveding har fulgt Heidi og laget langfilmen "Jorden hvisker til deg" som hadde premiere på Festspillene i Nord-Norge i juni. En film om psykisk helse, tilhørighet, og et alternativt portrett av den nordnorske kulturen.

– Alle har ei psykisk helse. Mange med angst gjemmer seg ofte bare bort. Her kan du bare være deg selv, gjøre ting i ditt eget tempo og bidra der du kan, sier hun.

Det er en arbeidsdag og en oppgave Heidi er i stand til å bære.



kvitnes.gaard Hva er egentlig bærekraft? Hvor mye et menneske kan bære?

– Da jeg skjønte at jeg ikke var alene om å føle meg alene, skjedde det noe med meg, sier Heidi Aspli Røreng.

Heidi har bodd på Kvitnes store deler av sitt voksne liv, og stilte opp sammen med naboene på en av de første dugnadene på Kvitnes Gård.

– I åtte år lå jeg på sofaen, uten å klare å komme meg opp. Jeg hadde gitt opp og var hundre prosent ufør. Jeg turte ikke å søke på jobber, greide ikke å stå i det. Så plutselig var det bruk for meg, forteller hun.

Nå jobber hun full stilling med å holde orden på rommene på Kvitnes.
Heidi har ansvar for de 15 gjesterommene, og styrer dagene sine selv. Noen ganger varer arbeidsdagen i to timer, andre ganger i åtte. Det hender hun trør til i åkeren også.

– Det går ikke an å beskrive hvor mye det har betydd for meg at noen har vist meg tillit og hatt tro på meg, sier Heidi.

Før var Kvitnes "bare en plass man kjørte forbi", forteller hun. Nå opplever hun at lysene tennes i nabohus som har stått tomme i årevis.

– Man tenker kanskje ikke på hva det kan medføre av ringvirkninger å etablere noe slikt i distriktet, men for oss fastboende har denne etableringen vært som en drøm som har endret livene våre og gitt bygda liv, sier hun.

Filmskaper Andrea White Hveding har fulgt Heidi og laget langfilmen "Jorden hvisker til deg" som hadde premiere på Festspillene i Nord-Norge i juni. En film om psykisk helse, tilhørighet, og et alternativt portrett av den nordnorske kulturen.

– Alle har ei psykisk helse. Mange med angst gjemmer seg ofte bare bort. Her kan du bare være deg selv, gjøre ting i ditt eget tempo og bidra der du kan, sier hun.

Det er en arbeidsdag og en oppgave Heidi er i stand til å bære.

08:44

Flåmsbrygga · Følg
16 t ·

Vi lanserer Aurlandskortet!

Brødrene Wangen lanserer no Aurlandskortet, ein ny app som gir alle innbyggarane i Aurland kommune eksklusiv tilgang til gode fordelar heile året.

NB! Viktig informasjon:

For å ta i bruk appen må du bruke din unike kode, som kjem i brevet som er på veg i posten.
Appen kan ikkje opnast eller aktiverast før du har denne koden.

Innbyggarane får:

30 % rabatt på varer i Mall of Norway, Outlet og Sweatershop samt butikken på Wangen Apartments
30 % rabatt på mat og alkoholfri drikke i Furukroa Kafé, Flåmstova Restaurant og Ægir BryggeriPub

Dette er vårt bidrag for å gi litt ekstra tilbake til lokalsamfunnet, og for å styrke handel og serveringstilbodet for alle som bur i kommunen.
Vår sal- & marknadssjef Monna Kjos, besøkte i dag ordførar Kjell Bøe Bjørgum som tok imot nyheita med stor entusiasme og likar tiltaket veldig godt.

Alle husstandar i kommunen får detaljert informasjon i posten i dagane framover.

Vi ser fram til å ønske dykk velkomen til våre butikkar og serveringsstader – og håpar Aurlandskortet vil gi mange hyggelege opplevingar! ❤️





Foto: Lofotposten,

Var alene hjemme på julaften – nå åpner han dørene for andre

Fra han var tenåring var Preben Moen alene hjemme på julaften. Nå åpner han hotelldørene til gratis julefeiring for alle som ikke vil være alene.




ΜΙΚΡΟ ΚΑΡΑΒΙ
ΤΗΝΟΣ
84200
ΤΗΛ. 6972396635
plus4u.gr


Vollpension
Vollpension
Vollpen


stay open-minded
SOWAS VON
OPEN MINDED




CLOSED
FOR
MAINTENANCE







NRK Nyheter



Her kan du bo gratis i sommer – hvis du rydder stranda

NRK Nyheter



Her kan du bo gratis i sommer – hvis du rydder stranda

Kunne du tenkt deg å være dugnadsturist?

Ja	94%
Nei	6%

31270 stemmer totalt

The New York Times

6 Remote Places for a Volunteer Vacation

The burgeoning volunteer tourism sector lets travelers help maintain the natural beauty of the places they explore, from Patagonia to the Caucasus.



The volunteer program at House by the Sea was introduced two years ago. Moa Björnson



Volunteers at House by the Sea stay in cabins that offer a view of the area's unique island formation. Kristoffer Møllevik

About 40 miles off Norway's Helgeland coast, roughly in the middle of the country, Traena is one of the country's smallest municipalities, but one of the richest in history. The archipelago of about 500 islands is home to the oldest fishing village in Norway and the Traena Festival, a music event held annually where visitors enjoy concerts under the midnight sun or raves in a cave.

House by the Sea, a secluded accommodation with a view of the unique island formation around Traenstaven peak, introduced volunteer tourism two years ago. Guests receive free accommodation in exchange for helping community environmental protection projects.

In 2023, volunteers improved hiking trails on the island of Sanna through a partnership with Traena Municipality and the Hurtigruten Foundation, a nonprofit established by the Norwegian cruise company Hurtigruten Group. In 2024, three coastal cleanup weekends welcomed 24 participants to Traena.

This year, House by the Sea is organizing coastal cleanups from Sept. 3 to Sept. 7, inviting 25 volunteers to spend about 10 to 15 hours during their stay on litter cleanup, boathouse restoration and social activities. No prior experience is required, but participants should be prepared for physical work in rugged terrain.

Accommodation is in House by the Sea's cabins and other local guesthouses. While the stay is free, participants must cover their own travel and some of the food. Volunteers will be able to apply through the development company's website, Traena 365, once the 30-day application period begins on May 17.



S

stefan Nufer <stefannufer... ons. 11. okt. 2023, 08:03

Dear.
We are a Swiss couple (43 and 44 years old) dreaming of going to Svalbard/ Spitsbergen next year. We haven't decided if we would like to travel in March/ April or August/September but were wondering if you could help us with some suggestions on suitable programs?
We are outdoor-people (experienced skiers and hikers) and have previously hiked Kungsleden in Sweden and been on Iceland.
How many days would you recommend us to stay and do you have any pacakges/fixed programs we could take part in?

Best regards,
Stefan Nufer

Svalbard:

Hi again Stefan,

Here is a suggestion for a program.
Since I don't know the exact dates, I cannot guarantee the program will be just the same if you would like to book. March and April are the most popular months to visit our lovely island.
I took an example for some dates for now.

19.03 Arrival
19.03-20.03 Doubleroom at Radisson and wilderness evening av Camp Barentz from 19:00-22:00
20.03-21.03 Wilderness adventure with snowmobile at the Juva-cabin or staying at Radisson in Longyearbyen and do a snowmobile trip to the east coast – where the polar bears live 08:15-18:15
or snowmobiling to Tempelfjorden 10:00 – 17:00
21.03-23.02 Doubleroom at Radisson
22.03 Dog sledding with ice cave visit from 09:00 – 15:30
23.03: Hike to Blomsterdalshøgda and the global seed vault 09:00 – 13:00

Have a look at it, and maybe have a look at suitable flight tickets. When you have checked, please come back to me so I can send you a proper offer.

Looking forward to hearing from you 😊

Forslag på fire dagers program

Island:

Hello Stefan,

Thank you for reaching out to us here at Arctic Adventures.

I am sure you would be interested in the 7-Day Complete Iceland Tour.
This tour will show you the most majestic sights and scenery around the famous Ring Road and the delights of the Snæfellsnes peninsula. We will take you to steep fjords with ragged-toothed mountains reaching into the sky, black sand beaches, lava fields, and charming fishing villages. This tour includes whale watching, glacier hiking, visiting ice caves, and hot springs, and steaming geothermal areas.
This tour is available all year round, and the level of difficulty is easy, so it's suitable for most people in fair condition. The tour price includes a hotel room with a private bathroom for 6 nights, and breakfast each morning at your hotel.

Please feel free to contact us if you have any further inquiries or need help with your reservation.

We are here to make sure you have a smooth and pleasurable trip across Iceland!

Forslag på syv dagers program







Takk for oss!

SPOR Natur og Reiseliv AS
www.spor.eco
hei@spor.eco

Foto: Jarkko Autero / NordNorge

Kunnskapsparken Helgeland

Joachim Hjartøy

Hvordan vi hjelper reiselivsbedrifter fremover

Kunnskapsparken Helgeland

- Samspill skaper vekst

Kunnskapsparken Helgeland

Har du en idé?

Nordland Fylkeskommune · Innovasjon Norge · Oceanopolis

Kunnskapsparken Helgeland

En idé

Nordland Fylkeskommune · Innovasjon Norge · Oceanopolis

Kunnskapsparken Helgeland

Hvordan utvikler vi bedriften når hverdagen allerede er full?

Hvordan tester vi markedet før vi investerer?

Hvordan får vi flere gjester utenom høysesongen?

En idé

Tar vi riktig pris?

Hvordan gjør vi en god idé til noe kundene vil bestille?

Hva tjener vi egentlig penger på?

Vil kundene kjøpe det?

Kan det bli lønnsomt?

Hvordan får vi det til?

Nordland Fylkeskommune · Innovasjon Norge · Coin Oceanopolis

Kunnskapsparken Helgeland

Hvordan utvikler vi bedriften når hverdagen allerede er full?

Hvordan tester vi markedet før vi investerer?

Hvordan får vi flere gjester utenom høysesongen?

En idé

Tar vi riktig pris?

Hvordan gjør vi en god idé til noe kundene vil bestille?

Hva tjener vi egentlig penger på?

Vil kundene kjøpe det?

Hvem kan vi samarbeide med for å skape et attraktivt tilbud?

Kan det bli lønnsomt?

Hvordan får vi det til?

Nordland Fylkeskommune · Innovasjon Norge · COIN Oceanopolis

Kunnskapsparken Helgeland



Nordland FYLKESKOMMUNE

Innovasjon Norge

OCEANOPOLIS


Kunnskapsparken
Helgeland
Nordland
FYLKESKOMMUNE
Innovasjon
Norge
OCEANOPOLIS


Kunnskapsparken
Helgeland
Nordland
FYLKESKOMMUNE
Innovasjon
Norge
EDIH
OCEANOPOLIS


Kunnskapsparken
Helgeland
OCEANOPOLIS


Kunnskapsparken
Helgeland
Nordland
FYLKESKOMMUNE
Innovasjon
Norge
EDIH
OCEANOPOLIS


Kunnskapsparken
Helgeland


Kunnskapsparken
Helgeland
Nordland
FYLKESKOMMUNE
Innovasjon
Norge
OCEANOPOLIS

Kunnskapsparken Helgeland

En idé



Rådgivning



Økonomi



Nettverk



Kapitalplan



Kommunikasjon



Digitalisering

Nordland Fylkeskommune · Innovasjon Norge · Oceanopolis

Kunnskapsparken Helgeland



Vi snakkes over kaffekoppen

Nordland Fylkeskommune · Innovasjon Norge · Oceanopolis

Kunnskapsparken Helgeland

Takk for meg!

Joachim Hjartøy
jh@kph.no
tlf. 99 10 66 67
Kunnskapsparken Helgeland





Nordland Fylkeskommune · Innovasjon Norge · Oceanopolis

NORDLANDSFORSKNING

Daniel Weiss

Hvordan kan en kompetansemegler bistå reiselivsbedrifter

NORDLANDSFORSKNING

Kompetansemegler for Reiseliv

Daniel Weiss
dwe@nforsk.no
98468198

Kompetansemegling/rådgivning

En kompetansemegler er en kvalifisert rådgiver som diskuterer prosjektideer og muligheter med bedrifter.

Kompetansemegleren hjelper bedrifter til å:

- se hvordan forskning kan brukes til å utvikle bedriften
- identifisere behov for forskning og kompetanseheving
- finne riktig forskningsmiljø og koble disse opp mot bedriften
- orientere seg i virkemiddelapparatet og ulike støtteordninger

Ta gjerne kontakt med en kompetansemegler for en uformell prat. Dette er en gratis tjeneste.

NORDLANDSFORSKNING

ADVENTURE HELGELAND

Odd-Petter Leknes og Terje Røren Johansen

Samarbeid og utvikling av opplevelsestilbud

Helgeland vinner når reisen henger sammen.

Fra enkeltprodukter til en regional DMC-modell

Mer kapasitet · høyere verdi · bedre gjesteopplevelser



UTGANGSPUNKT

Markedet kommer. Spørsmålet er om vi er rigget sammen.

01

Ressursene finnes

Helgeland har natur, historier og aktører nok til å bli et sterkere reisemål.

02

Helheten mangler

Kapasitet, transport, paketering og vertskap må i større grad bli salgbart som én helhet.

03

Ingen lykkes alene

Vårt utgangspunkt er enkelt: verdien verdien øker når aktørene kobles sammen.

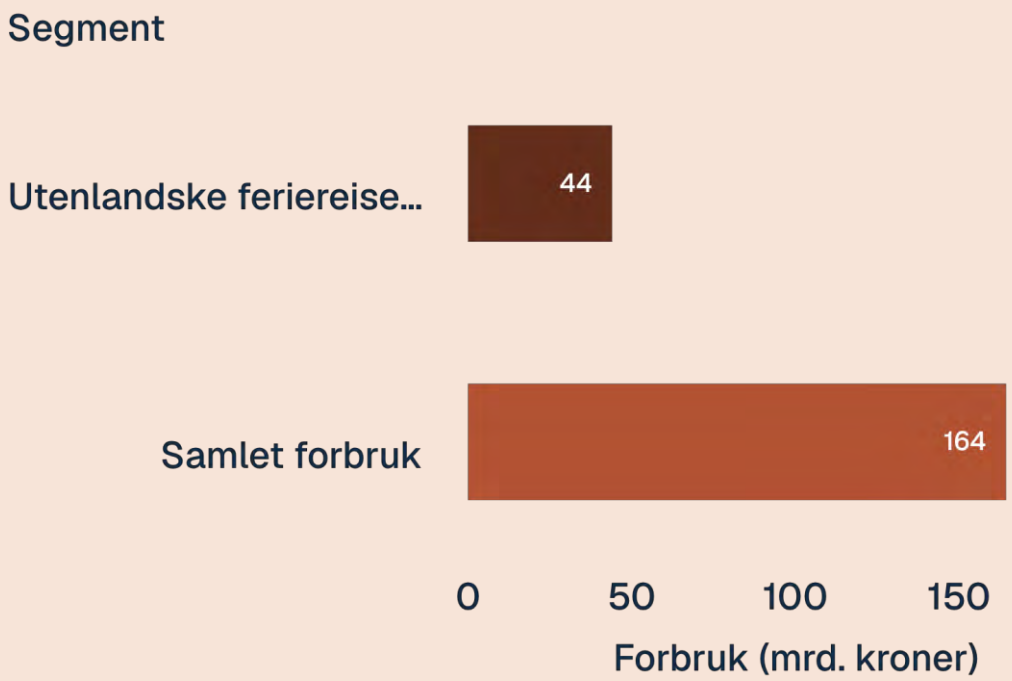
Veksten må måles i verdi, ikke bare volum.

113,3M

overnattinger i norsk reiseliv i 2025

164,4 mrd.

kroner i samlet forbruk i 2025



Kilde: Innovasjon Norge / NHO Reiseliv, 2025. Forbrukstall som kontekst.

For oss betyr det: pakk mer verdi inn i tiden gjesten faktisk er her. Veksten drives drives primært av flere overnattinger, mens oppholdene blir kortere.

01

Del 1 · OP

De lange perspektivene: tilgjengelighet, kunde og regional regional posisjon.

Flyplassene gjør Helgeland mer tilgjengelig – nå må reisen bli mer sammenhengende.

01 **370 000+**

passasjerer gjennom fire flyplasser i 2025

Flyet åpner døren. DMC-en må få gjesten til å bli, bevege seg og kjøpe mer.

02 22 % · 19 % · 14 % · 10 %

vekst ved Mo i Rana, Sandnessjøen, Brønnøysund og Mosjøen

Kilde: Visit Helgeland. Alle fire var blant Norges 15 sterkest voksende lufthavner.

Kunden kjøper ikke tre aktiviteter. Kunden kjøper en god reise.

01

Før

Internasjonale gjester planlegger totalreisen, ikke kommunegrenser.

02

Under

Vi er ofte inne med 3–6 dager i en reise på 2–3 uker.

03

Etter

Helgeland må kobles enkelt på Lofoten, Troms og Trøndelag (Øvrige (Øvrige regioner).

Vår jobb er å gjøre regionen til et naturlig kapittel i en større større fortelling.

Den regionale konkurransen er utenfor Helgeland.

INTERNT

Flere gode partnere

Vi krangler ikke om ordren internt mellom gode partnere.

EKSTERNT

Om kundens tid

Vi konkurrerer om kundens tid, rutevalg og budsjett mot Lofoten, Troms og Trøndelag Øvrige regioner).

Et samlet tilbud øker sjansen for at flere dager og flere kjøp legges igjen i regionen.

Samspill er ikke snillisme. Det er markedsstrategi.

Vi har allerede sydd sammen kjøpbare reiser.

Tre anonymiserte oppdrag viser hvordan etterspørsel blir til verdi på tvers av partnerne.

Oppdragsgiver	Ankomst	Hvor kom de fra?	Omfang og brutto leveranseverdi*	Rute og varighet	Partnerkategorier i leveransen
ESCAPE **Kunde: XX**	Direktefly Gardermoen–Brønnøysund	Oslo/Norge	22 personer 16 900 kr per person **371 800 kr**	2 netter / 3 dager Rute ikke oppgitt	Båt-safari, Vega-trappa, kajakk, sauna, overnatting, frokost, lunsj og middag **8 leverandører** **Partnere med:** NBuss · Himmelblå Brygge · Lovund Skyss · Havkanten Gjestehus · Helgeland Catering · Sea Adventure Helgeland · Vega Trappa · Guide/SAH
BRAVE **Kunde: XX**	Direktefly fra Gardermoen, København og Stockholm til Trondheim Værnes	Norge/Sverige/Danmark	90 personer 16 700 kr per person **1 503 000 kr**	3 dager Eget cruiseskip levert inn Øvrig rute ikke oppgitt	Catering, transport, kajakk, sykkel, vandring, museum, musikk, topptur og fiske **22 leverandører** **Partnere med:** NBuss · Vega Basecamp · Vega Havhotell · Vega Delikatesser · Tømmervika Opplevelsessenter · Tanghuset · Herøy Brygge · Helgeland Havn · Herøy Sykkel og Kajakk · Helgeland Taxibåt · Skolo · Petter Dass Museum · Fluekroken · Sea Adventure Helgeland · Svang · Vega verdensarvsenter · Lovund Skyss · Havkanten Gjestehus · Helgeland Catering · Rana Spesialsport · Alstahaug Damekor · Sjokoladebrygga
Nord DMC **Kunde: XX**	Gardermoen–Bodø	New Delhi, India	16 personer 28 500 kr oppgitt verdi per person **456 000 kr**	Fra Bodø til Helgeland VIP-segment Varighet ikke oppgitt	Transport, catering og aktivitet **6 leverandører** **Partnere med:** NBuss · Helgeland Catering · Helgeland Taxibåt · Ytri · Raus Bryggeri · Bodø Havn
Stortinget **Kunde: Samferdsel**	til Mosjøen lufthavn	Oslo, Stavanger, Bergen, Trondheim og Tromsø	15 personer 14 600 kr per person **219 000 kr**	1 natt / 2 dager	Middag, frokost, transport, guidet tur på Torghattfjellet og safari **6 leverandører** **Partnere med:** Sea Adventure Helgeland · Havkanten Gjestehus · Helgeland Catering · Helgeland Taxibåt · NBuss · Guide/SAH

*Brutto leveranseverdi basert på oppgitte kundeverdier — ikke vår omsetning. Der detaljer ikke er oppgitt, lar vi dem stå åpne fremfor å gjette.

Nye case viser bredden i leveransen

Tre nye oppdrag der partnerverdien blir synlig i en samlet, kjøpbar reise.

Oppdragsgiver	Ankomst / marked	Omfang, varighet og oppgitt totalverdi	Leveranse	Partnere / leverandører
Regnskap/revisjon, Nord-Norge	Opprinnelse/ankomst ikke oppgitt	25 personer 1 dag **Oppgitt totalverdi: 125 000 kr**	3-retters middag hos Raus Bryggeri + ølsmaking	NBuss · Lovund Skyss · Helgeland Catering · Raus Bryggeri **4 leverandører**
Aker Solution	Stokka lufthavn Oslo, Stavanger, Stockholm	28 personer 1 natt / 2 dager **Oppgitt totalverdi: 1 250 000 kr**	Overnatting, frokost, 3-retters middag, kokkekamp og havfisketur	Remi Ketil · Helgeland Catering · Havkanten Gjestehus · Gammel Kinoen · Scandic Syv Søstre · NBuss · Helgeland Taxibåt **7 leverandører**
Statnett	Til Stokka lufthavn	24 personer 2 netter / 3 dager **Oppgitt totalverdi: 225 000 kr**	Petter Dass Museum og havfiske med Havung	NBuss · Havkanten Gjestehus · Sea Adventure Helgeland · Helgeland Taxibåt · Vega-trappa · Vega verdensarvsenter · Vega Delikatesser · Havung **9 leverandører**

Oppgitte totalverdier er beholdt som oppgitt — ikke beregnet på nytt.

DEL 1 · OP · SLIK SKAPER EN DMC PARTNERVERDI

DMC-en gjør mange behov til én god reise.

Vi har arrangert over 60 grupper. Verdien oppstår når vi kobler etterspørsel, kapasitet og vertskap i én kjøpbar leveranse.

1 · Etterspørsel

Oppdragsgiver og kunde kommer kommer med et behov.

2 · Reise

Vi setter sammen rute, transport og ankomst.

3 · Vertskap

Overnatting, mat og mottak blir én én helhet.

4 · Opplevelser

Aktiviteter og lokale tilbud fyller reisen med innhold.

5 · Koordinering

Flere leverandører leverer som ett lag.

6 · Partnerverdi

Etterspørselen fordeles på mange aktører.

DMC-effekten: Vi selger ikke bare én aktivitet. Vi kobler etterspørsel, transport, overnatting, mat, aktiviteter, vertskap og flere vertskap og flere leverandører — og skaper brutto leveranseverdi på tvers av partnerne. Utfordring vider- 8-10 fungerer, 10 fungerer, partenere/eierskap.

Eksemplene viser samlet leveranseverdi på 2 549 800 kr, basert på oppgitte kundeverdier.

Kapasitet er en investering i hele verdikjeden.

1,5	1,2	1,6
MNOK	MNOK	MNOK
12-PAX-båt	RIB	Større båt · 25–45 passasjerer passasjerer

Vi investerer ikke bare i (Partnere) båter. Vi investerer i muligheten muligheten til å ta imot flere kundetyper, gruppestørrelser og og sesonger.

02

Del 2 · TRJ

Fra strategi til drift: kapasitet, paketering, teknologi og tilbud.
tilbud.

Husvær / Havkanten Gjestehus	Vega / Skogsholmen Gjestehus	Sandnessjøen
Herøy (under oppbygging)	Hemnes / Remi Ketil +	Mosjøen / Blåfjell Hundesenter

Aktivitetshuber: fra 1 til 6 destinasjoner.

Transport og opplevelser forlenger gjestens **reise**.

Antallet B2B samlinger viser hvor markedet beveger seg.

Mange B2B-leveranser krever et samlet varehus for opplevelser, tjenester, kapasitet og partnerutbud.

Adventure Helgeland fungerer som varehus og grossistledd: bredden samles, koordineres og blir én kjøpbar leveranse.





Paketering gjør kapasitet kjøpbar.

01

Kundens anledning

MICE, rundreise, incentive eller naturbasert opphold.

02

Bygg en reise

Koble transport, opplevelser, mat, overnatting og tid.

03

Gjør den enkel

Én brief, én prislogikk, ett ett ansvarspunkt.

04

La partnerne levere

Tydelige roller, standarder standarder og deling av verdi.

DAY 1 · ARRIVAL IN OSLO

Oslo opens the journey

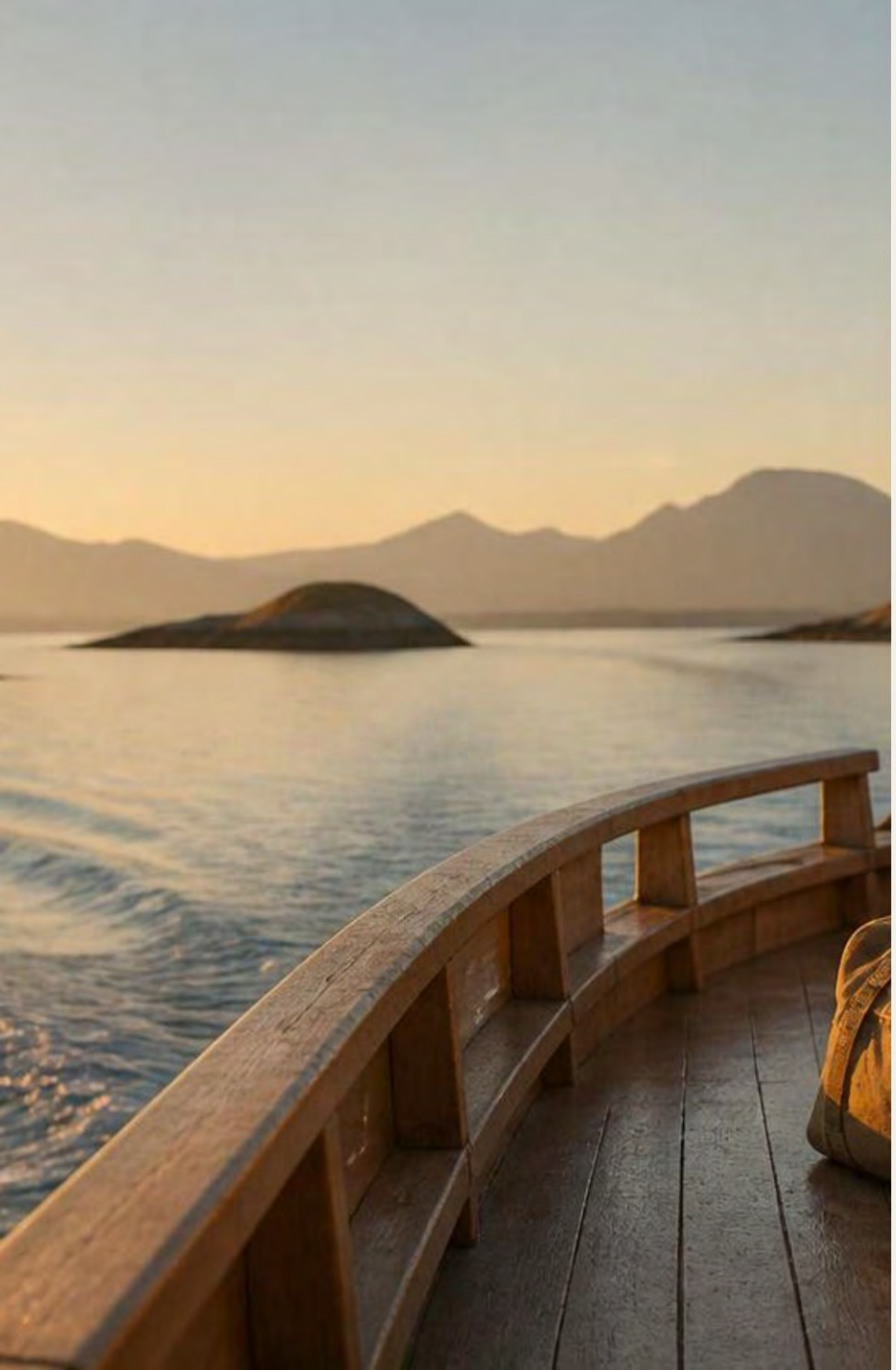
Time and route: 14:00–21:30. Arrival at Gardermoen, the Airport Airport Express Train to Oslo Central Station and check-in at Hotel at Hotel Savoy. At 18:30.

Activity and level: City walk and welcome gathering. Easy (1/5), approximately 2 hours.

Meals: Shared welcome dinner at Savoy/Cafè WATT included (breakfast and lunch are not included on the arrival day).

Tour leadership: A dedicated tour leader meets the group and accompanies the guests throughout the journey.





FLAGSHIP PRODUCT · MOUNTAINS & HERITAGE

Final Oslo–Oslo net price

Mountains & Heritage, inkludert hele reisen fra ankomst i Oslo via Helgeland Helgeland til Gardermoen, med enkeltrom som standard.

Group size	Final net price per person (including single room)
8 gjester	NOK 79 859
10 gjester	NOK 77 185
12 gjester	NOK 75 403

Gjentagende gruppe plan, mai - september/2027 Verdi, 4,6MNOK

Scandic Syv Søstre viser hva som skjer når etterspørselen samles.

190+

rom bestilt ved hotellet i hotellet i forbindelse med med våre leveranser.

Rom

Overnatting fylles.

Transport

Bevegelse kobles på.

Opplevelser

Aktivitet, mat og vertskap aktiveres.

Én leveranse gjør ringvirkningene synlige i partnernes drift — ikke bare i vår omsetning.

Vi må bli synlige før kunden har valgt ruten.

Før valget

Kunden velger ofte en større nordnorsk reise før Helgeland er detaljert planlagt.

Inn i bildet

Vi må selge regionen som et sterkt kapittel i totalreisen, ikke vente på at kunden finner oss alene.

Flere dager

Salget må koble seg på fly, hotell, cruise, turoperatører, DMC-er og regionale partnere.

MODELLEN I ETT BILDE

Modellen vår er enkel å forklare.

Adventure Helgeland er det partnerseide varehuset for opplevelser, opplevelser, tjenester og tilbud.

1 · PARTNERE

Fyller varehuset

Partnerne eier og fyller varehuset med lokale tilbud.

2 · ADVENTURE HELGELAND

Samler tilbudet

Et felles grossistledd gjør tilbudet kjøpbart.

3 · DMC / PAKETERING

Setter sammen helheten helheten

DMC-en pakker og selger reisen.

4 · KUNDE

Får én god reise

Kunden møter én helhet, bygget lokalt.

Partnere → Adventure Helgeland → DMC / paketering → kunde

ADVENTURE HELGELAND



Partnernes varehus

Partnerne eier og fyller varehuset. DMC-DMC-en bruker det til å pakke og selge selge helheten.

Vi trenger ikke flere enkeltaktører. Vi trenger flere forbindelser.

Helgeland blir sterkere når gjesten kan bevege seg sømløst mellom sømløst mellom steder, opplevelser og partnere — og når verdien verdien av reisen fordeles bredere enn før.

Del 3 · OP

03

Fra samspill til skalering: nyheter, kapasitet og eierskap.

Helgeland blir sterkere når gjesten kan bevege seg sømløst mellom steder, opplevelser og partnere — og når verdien av reisen fordeles bredere enn før. Det er slik vi møter veksten med kvalitet, kapasitet og lokalsamfunn i behold.

Det vi prioritere nå.

01

Pakker

Flere salgbare helårspakker på tvers av tvers av kommuner og regioner. og og inn/ut av regionen.

02

Kapasitet

Samordne kapasitet, transport og tilgjengelighet før etterspørselen topper seg.

03

Standarder

Felles nivå for tilbud, vertskap, kvalitet kvalitet og bærekraft.

04

Oppholdstid

Bruke flyplassveksten til mer lokal verdiskaping.

05

Reisebildet

Invitere Lofoten, Troms og Trøndelag inn der totalproduktet styrkes.

LANSERES NOVEMBER 2026

Helgeland Connect gjør reisen levende.

For oss i Adventure Helgeland -et konkret konkurransefortrinn: Kunden får ikke bare et reiseprogram, men en levende reise som oppdateres når virkeligheten endrer seg.

Én samlet operasjon

Helgeland Connect samler partnere og leverandører – priser, kapasitet, tilgjengelighet, ressurser og økonomi – med inn- og utmeldinger i sanntid.

Én levende gjesteopplevelse

Fra før avreise til «takk for oppholdet» får kunden reiseprogram, endringer og og sanntidsmeldinger – for for eksempel ved forsinkelser forsinkelser eller andre endringer.

Vi går fra å koordinere enkeltleveranser til å følge hele reisen, mens den skjer.







DEN STORE NYHETEN

Adventure Helgeland vokser i rekordfart.

Adventure Helgeland planlegger å gjennomføre en rettet emisjon for å kunne ta inn flere av våre partnere på eiersiden, i tillegg til flere øvrige investorer og eiere.

Vi bygger neste fase sammen — med flere partnere rundt samme bord og større kraft til å utvikle Helgeland.

Fru Haugans Hotel

Simon Wågøy Syversen

Hvordan vi håndterer økt vekst i reiselivet

FRU HAUGANS
HOTEL

ANNO 1794

FRU HAUGANS HOTEL

ANNO 1794

Tatt vare på reisende siden 1794







Høysesong







Hvordan stimulere til økt vekst?

Ringvirkning lokalt

Nordland FYLKESKOMMUNE

Per Theodor Tørrisen

European Region of Gastronomy for 2028 – muligheter for Helgeland

Nordland
FYLKESKOMMUNE



Katrine Remmen Wiken,
prosjektleder NKMAT



Foto fra OKHRT

IGCAT oppfordret Nordland til å søke

- Prestisjetung tittel, tildeles én–to regioner per år
- Global variant: World Region of Gastronomy

Eksempler på tidligere regioner

- Aarhus & Central Denmark (2017)
- Galway, Irland (2018)
- Trondheim & Trøndelag (2022)
- Saimaa, Finland (2024)



Nordland
FYLKESKOMMUNE

EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY

NORDLAND AWARDED 2028

- **European Region of Gastronomy:** en tittel som hedrer europeiske regioner som bruker mat som drivkraft for kultur, næring og bærekraft.
- Forprosjekt 2024-2025
- Nordland Fylke tildelt status i desember 2025
- Bygger videre på ECoC - Bodø2024
  (komplementær satsing i flere europeiske regioner)

IGCAT

INTERNATIONAL INSTITUTE OF
GASTRONOMY, CULTURE, ARTS AND TOURISM

IGCAT

- Europeisk organisasjon for regional matkultur, bærekraft og kreativ næringsutvikling på tvers av regioner

IGCATs Mål:

- Bygge sterke nettverk
- Sikre tilgang til sunn, lokalprodusert mat
- Styrke reiselivsutvikling og livsgrunnlag for lokalbefolkning
- Skape synergier og internasjonal markedsføring
- Legge grunnlag for videre næringsutvikling



Forprosjekt ERG-Nordland 2028

Vedtatt i fylket (vår 2024) for å:

- Vurdere grunnlaget for regional satsing
- Samsvar mellom IGCATs føringer, NFK strategier og næringens behov
- Sikre bred forankring, innspillsrunder og orienteringer
- Forberede BidBook (mål, budsjett, finansiering)
- Finansiering forprosjekt: NFK og IN

Organisering

- **Styringsgruppe:** NFK, Statsforvalteren, IN, Næringsliv, Nordlandsforskning, Bodø 2024
- **Prosjektgruppe:** NFK, Statsforvalteren, IN + NKMAT som prosjektleder

Internasjonal deltakelse

- IGCAT medlemsskap: plattformmøter i Saimaa 2024 og Sicilia 2025
- Jury: European Young Chef



1



2



3



4


5


6


7


8


9


10


11


12


13


14


15



16


17


18



19



20


21


22


23


24


25



26


27



28



29



30


31



32


33



34


35



36



46


47



48



49

50

51

52

53

54

BidBook

As the Minister of Food and Agriculture of Norway, I am excited that we have a Norwegian candidate for European Region of Gastronomy 2028 by the International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism (IGCAT).

The northern part of Norway has a unique food culture and produces world-class ingredients. The farmers and fishers provide unique ingredients, including lamb, fish, berries and root vegetables grown under the midnight sun, and combine modern and traditional methods to ensure high quality and sustainability.

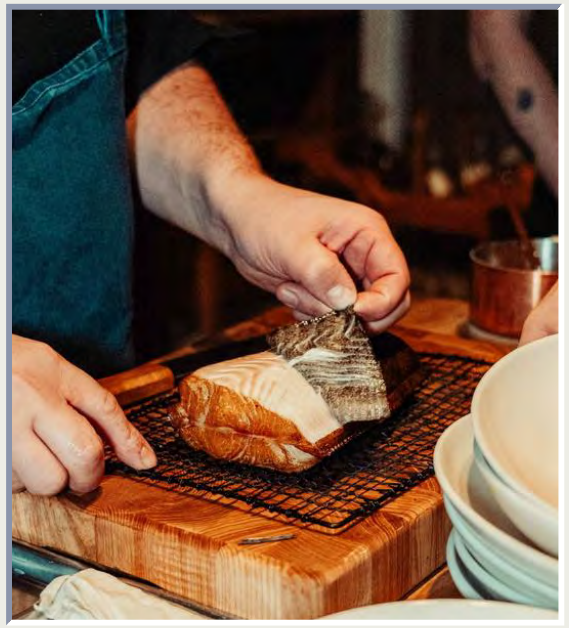
Norway has a differentiated geography including both mountains and fjords. Our farmers in the northern part are good ambassadors for our culture. Food from both land and sea is refined to world leading products.

Minister of Food and Agriculture
Nils Kristen Sandtrøen



Foto: Torgeir Haugaard, Forsvaret

Norwegian Ministry
of Agriculture and Food









Jurybesøk

I november 2025 møtte IGCAT-juryen over 50 engasjerte aktører fra hele Nordland og berømmet regionens brede samarbeid og strategiske arbeid.

Etter fem dager på reise gjennom Lofoten og Vesterålen, Helgeland og Bodø konkluderte juryen med at Nordland har potensial til å bli en global referanse innen gastronomi.

Dette ble lagt fram som juryens innstilling på en pressekonferanse i Bodø, med anbefaling om at Nordland tildeles tittelen for 2028.

Tildelingen ble formalisert på IGCATs styremøte i desember 2025.



"Jeg gratulerer Nordland med utnevnelsen. Dette viser at Nordland står sterkt som matdestinasjon, også utenfor Norge. Jeg håper dette kan åpne nye dører for næringslivet i nord i årene fremover – særlig med tanke på reiseliv"

Næringsminister Cecilie Myrseth
(TV2, 14.nov.25)



Foto: VisitSaimaa_Hoisko

RESULTATER

Økt synlighet og medieomtale

- Større nasjonal og internasjonal profilering
- Eksempel: Saimaa 2024 – markedsføring verdsatt til €14 mill

Nye mat- og reiselivsstrategier

- Regionene viderefører og utvikler strategier etter statusåret

Fokus og stolthet

- Økt engasjement og lokal stolthet gjennom aktiviteter og mediedekning

Ungdom og rekruttering

- Samarbeid med skoler og studenter
- Populære tiltak som European Young Chef



Nordlands BidBook -
4 Hovedmål

Mål 1:

Øke kvaliteten og interessen for matopplevelser som en del av reiselivet i Nordland. Tiltrekk ønskede gjester året rundt med bærekraftige matopplevelser basert på lokale råvarer, kultur og natur.



Mål 2:

Inspirere unge til å velge utdanning og karriere innen landbruk og mat, og tiltrekk kvalifiserte fagfolk til regionen.



Mål 3:

Styrke Nordlands rolle som en internasjonalt anerkjent matregion ved å utvikle og fremme lokal mat og matopplevelser.



Foto: Simon Almaås

Mål 4:

Løfte frem hverdagsmat basert på lokale råvarer, og skap aktiviteter og møteplasser for samarbeid og kunnskapsdeling, med mål om økt trivsel, mangfold og inkludering.

EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY

NORDLAND AWARDED 2028

Nordland FYLKESKOMMUNE

Totalt budsjett: 51 mill. kroner (2025-2029)

Utarbeidet med utgangspunkt i erfaringer, budsjetter og dokumenterte effekter fra andre europeiske regioner.

- **Aktiviteter og arrangementer** (30 mill. kroner)
  - Kulturarrangementer
  - Inkluderings- og lavterskelaktiviteter/tiltak
  - Kompetanseheving, bl.a. European Young Chef og fagkonferanser
- **Internasjonalt samarbeid** (5,7 mill. kroner)
  - Deltakelse på obligatoriske plattform- og nettverksmøter med andre ERG-regioner
  - Tilrettelegging for deltakelse i Food Gift Challenge
  - Internasjonale roadshows med produsenter og reiselivsaktører fra Nordland
  - EU-prosjekt
- **Markedsføring og kommunikasjon** (5 mill. Kroner)
  - Utvikling av planer for intern og ekstern kommunikasjon
  - Etablering av digitale plattformer (nettside, sosiale medier m.m.)
  - Produksjon av profil- og promofilm for regionen
  - Presse- og visningsturer
  - Design og produksjon av materiell
- **Medlemskap, søknadsprosess og evaluering** (2 mill. kroner)
- **Prosjektledelse og prosjektgruppe** (9 mill. Kroner)

EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY

NORDLAND AWARDED 2028

Nordland FYLKESKOMMUNE

Veien Videre

- Sikre finansierng
- Etablere monitorering og følgeforskning
- Ferdigstille markeds- og kommunikasjonsplan
  - Orienteringer, forankring, engasjement
  - Etablere samarbeidsavtaler på flere nivå
  - Se på muligheten for å etablere en sertifiseringsordning for produsenter og vertskap
  - Opprette webside og andre digitale flater
- Sette opp tiltaks- og aktivtetsplan



Nordland - European Region of Gastronomy 2028 organiserer seg i tre nivåer, fire mål og fire sesonger.

Winter Lights
The Swift Spring
Summer Nights
Amber Autumn

1. Kjerneaktiviteter

Kjerneaktiviteter er tiltak og aktiviteter

som ERG har finansielt og organisatorisk totalansvar for.

2. Formelle samarbeid

Arrangementer som gjennomføres av andre hvor ERG er formell prosjektpartner.

3. Tilknyttede arrangementer

Arrangementer i regi av andre som vil være en naturlig del av ERG, som allerede finnes, eller som bruker ERG som springbrett og kompetanseutviklingsarena.

EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY
NORDLAND AWARDED 2028

Nordland
FYLKESKOMMUNE

EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY
NORDLAND AWARDED 2028

Nordland
FYLKESKOMMUNE

Kjerneaktiviteter i regi av IGCAT

- **European Young Chef Award :**

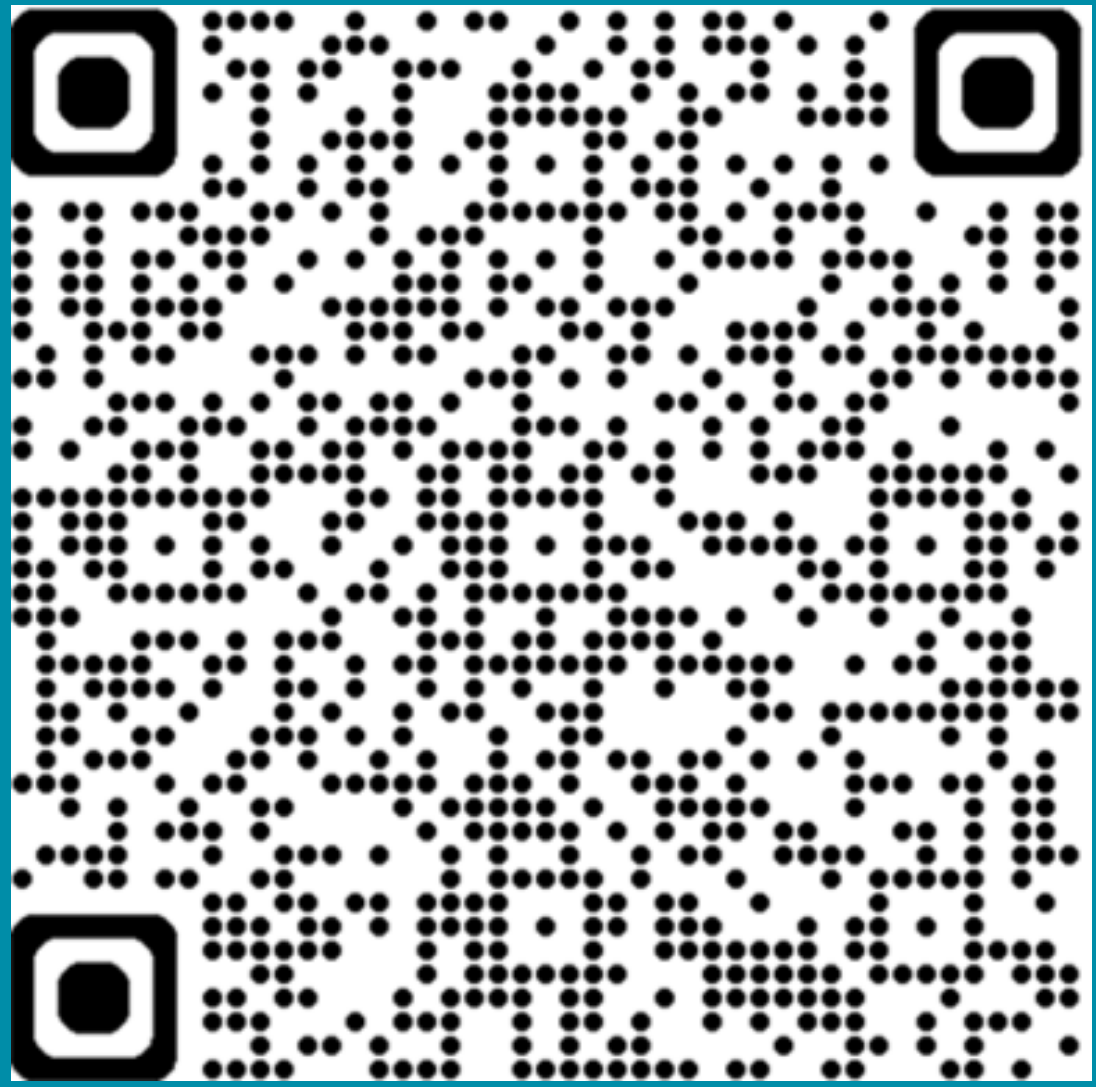
En internasjonal konkurranse og utviklingsarena for unge kokker. Målet er å fremme nye kokketalenter gjennom bruk av lokale råvarer, tradisjonelle teknikker og moderne kreativitet. Deltakerne representerer sin region med retter som formidler kultur, stedstilhørighet og bærekraft. Finalen er også en viktig møteplass for læring og nettverksbygging.

- **Food Gift Challenge :**

Er en internasjonal konkurranse som løfter frem matbaserte gaveprodukter fra ulike regioner. Fokuset er ikke bare på smak, men på:

- Historiefortelling og identitet
- Bruk av lokale råvarer
- Bærekraft og emballasje
- Innovasjon i produktutvikling

Produktene skal være «ambassadører» for regionen – noe man kan ta med seg hjem som en autentisk opplevelse av stedet.



EUROPEAN REGION OF GASTRONOMY

NORDLAND AWARDED 2028

Nordland
FYLKESKOMMUNE

Finn oss på
www.nkmat.com / Facebook

Kunnskapsparken Helgeland

Visit Helgeland

SpareBank 1

Nordland Fylkeskommune

Takk og vel hjem!

