



*Let's
create*
Norrköping



Handlingsplan för besöksnäringen i Norrköping 2023

Bilaga till Strategi för besöksnäringen i Norrköping

 norrkoping.se

 facebook.com/Norrkopingskommun



NORRKÖPING



Inledning

Handlingsplanen är bilaga till Strategi för besöksnäringen i Norrköping KS2020-0666-1. Den beskriver vilka aktiviteter som genomförs inom respektive strategiskt område. Handlingsplanen revideras årsvis, men innehåll och aktiviteter kan justeras efter behov.

Bakgrund

För att vara framgångsrik och skapa en hållbar tillväxt inom besöksnäringen, så har nio prioriterade strategiska områden identifierats. Varje område har en ansvarig tjänsteperson från Norrköpings kommun som är sammankallande och leder processen framåt. Varje område har representanter från näringslivet med relevant sakkunskap i ämnet. Minst fyra gånger per år sker möten inom respektive område och minst två gånger per år sker gemensamt möte med samtliga grupper. En gemensam handlingsplan arbetas fram och revideras årsvis.

Syfte

Handlingsplanen ligger till grund för aktiviteter som ska bidra till att nå målen i besöksnäringstrategin.

Område	Aktiviteter	Målgrupp
Destinationsutveckling	Jobba aktivt med utbudet inom natur och äventyr.	Besökaren, målgrupp-Upptäckaren
	Bidra till utveckling av Industrilandskapet som reseanledning/besöksmål.	Besökaren, målgrupp-Livsnjutaren
	Nyttja vattnet mer, Östgötaskärgården, båturer (Projekt Ostkusten).	Besökaren, målgrupp-Livsnjutaren
	Nyttja Inre Hamnen som kommande besöksmål.	Besökaren, målgrupp-Upptäckaren
	Bidra till utveckling av vandringsleder – Arbeta med Region Östergötland kring Östgötaleden.	Besökaren, målgrupp-Livsnjutaren
	Nationell cykelled längs Göta kanal invigs i juni.	Besökaren, målgrupp-Upptäckaren
	Bidra till utveckling av cykelleder generellt.	Besökaren, målgrupp-Upptäckaren
	Bidra till möjliggörande av ställplats för husbilar i Norrköping.	Besökaren, målgrupp-Livsnjutaren
Evenemang	Värvningsgruppen värvar evenemang kopplat till eventpyramiden. Tydliga mål och uppföljning.	Arrangörer
	Aktivt säljarbete, regelbunden uppföljning.	Arrangörer
	En effektiv mottagarorganisation vid externa förfrågningar.	Tjänstepersoner i kontakt med arrangörer
	Paketera evenemang och aktiviteter efter säsong.	Besökaren, alla målgrupper, norrköpingsbor
Hållbarhet	Skapa medvetenhet bland besökare om hållbarhet. Paketera och synliggöra restauranger, butiker, aktiviteter/ reseanledningar. Ta tillvara på det vi har.	Besökaren, alla målgrupper
	Hålla checklista för hållbara evenemang som finns på visit.norrkoping.se uppdaterad.	Arrangörer

Område	Aktiviteter	Målgrupp
Marknadsföring	Locka fler möten till Norrköping året om.	Besökaren, målgrupp-Affärsresenären
	Helhetstips på visit.norrkoping.se , ha ett aktuellt utbud.	Besökaren, alla målgrupper
	Arbeta med influencers och ambassadörer.	Besökaren, alla målgrupper
	Ha aktuella budskap på de digitala infartsskyltarna.	Besökaren, alla målgrupper
	Nå ut med visit.norrkoping.se och gör det enkelt att länka till sidan samt mäta och utvärdera.	Besökaren, alla målgrupper
	Digitala kampanjer.	Besökaren, alla målgrupper
	Marknadsföra internationellt (närmarknad, Tyskland/Inga Lindström samt Norge).	Besökaren, alla målgrupper
Möten och affärsturism	Kartläggning av vilka möten vi ska satsa på.	Besökaren, alla målgrupper
	Synliggöra Norrköping, en väg in för mötesarrangören.	Arrangörer
	Förstärk samverkan med näringslivet, universitetet, BHRF (Bråvikens Hotell och Restaurangförening) mötesanläggningar, handeln och hotell.	Arrangörer, näringslivet
Platsvarumärket	Marknadsföra oss mot studenterna.	Studenter
	Mer säljande bilder av Norrköping.	Besökaren, alla målgrupper
Reseanledningar	Kommunen i samverkan med näringsliv, föreningar och organisationer värvar evenemang som är en reseanledning.	Arrangörer
	Nyttja Norrköpings redan starka varumärken som attraktiva reseanledningar bättre. Samverka, bygga på samt förstärka.	Besökaren, alla målgrupper
	Nyttja årligen återkommande evenemang bättre i samverkan med fler.	Besökaren, alla målgrupper
	Bidra till återkommande evenemang. Skapa temaveckor och paktera dem (till exempel: mat, musik, konst/historia, friluftsliv) Nyttja sportevenemangen som redan finns.	Besökaren, alla målgrupper

Område	Aktiviteter	Målgrupp
Reseledning (fortsättning)	Insatser för att öka aktiviteten på livescenerna som ofta står tomma. Nå ut med Fenix-fonden och stimulera näringslivets insatser.	Arrangörer
	Mäta värdet av tillfälliga reseanledningar på ett nytt sätt.	Tjänstemän, politiker
	Hitta förebilder nationellt och internationellt.	Näringslivet, tjänstemän
	Nyttja filmer inspelade i Norrköping som reseanledning.	Besökaren, alla målgrupper
Samverkan	Hålla en tät dialog med befintliga samverkansparter inom besöksnäringen. <ul style="list-style-type: none"> • Bråvikens Hotell- och Restaurangförening (BHRF) • East Sweden Business Region (ESBR) • East Sweden Convention Bureau (ESCVB) • Göta Kanal • Kolmårdens djurpark • Kommunerna längs E4:an (från Södertälje till Linköping) • Granssamverkan (Linköping, Örebro, Västerås, Karlstad) • Kulturmarknadsgrupp • NKPG City • Norrköping Handel • Region Östergötland/Visit Östergötland • Stockholm Business Alliance (SBA) • Swedish Network of Convention Bureaus (SNCVB) • Swedish Network of Destination Management Organisations (SNDMO) • UNESCO Creative Cities Network • Visit Sweden • Visita • Östgötaskärgården • Östsvenska Handelskammaren 	Näringslivet, tjänstemän
	Möten med näringslivet inom respektive strategiskt område samt två större inspirationsträffar. Datum för strategiska områdesmöten och större inspirationsträffar: Besöksnärringsforum med värdsföreläsning 22 mars, God morgon Norrköping 28 april.	Näringslivet
	Våga prioritera ett par konkreta koncept med stor påverkan och koppla Norrköpings utbud till andra möjligheter. Utnyttja "flaggskepp" som kan spilla över på andra delar av kommunen/närliggande kommuner eller regionen.	Näringslivet
	Bredda samarbete med olika aktörer och försök hänga på andra aktiviteter som kan nyttjas i en helhet. Samarbetet bör sträcka sig även utanför kommungränserna.	Näringslivet

Område	Aktiviteter	Målgrupp
Värdskap	Fortsatt arbete med Infopoints - löpande miniutbildningar till de avtalade InfoPointsen, hålla värdskapssidan på visit.norrkoping.se aktuell. Kommunen tillhandahåller broschyrställ, skyltmaterial och relevanta broschyrer och kartor.	Anställda på Infopoints
	Värdskapet och det personliga mötet är viktigt. Ha ambulerande turistinformation i samband med evenemang.	Besökaren, alla målgrupper
	Stadsinformationstavlor (JC Decaux) på stan används för att markera infopoints.	Besökaren, alla målgrupper, norrköpingsbor
	Nå ut med Evenemangskalender på visit.norrkoping.se - Enkelt att se vad som är på gång i staden för att kunna ge relevanta tips till besökare.	Besökaren, alla målgrupper, norrköpingsbor
	Erbjuda regelbundna värdskaputbildningar och inspirationstillfällen med fokus på bemötande.	Näringslivet, tjänstemän



Vision 2035

FRAMTIDSTRO I ETT FÄRGSTARKT NORRKÖPING

År 2035 är Norrköping en av landets främsta miljökommuner med 175 000 invånare. Här har alla barn och ungdomar framtidstro. I en innovativ miljö stimuleras entreprenörskap och näringsliv som med bredd och spets attraherar talanger och studenter. Helt enkelt ett näringsliv och universitet i toppklass.

Här skapar vi livskvalitet genom upplevelser och stolta miljöer. Vi är en ledande kulturstad och Sveriges musikhuvudstad.

Med respekt för stadens själ och med mod och kreativitet skapar vi vårt färgstarka Norrköping tillsammans.

NORRKÖPINGS KOMMUN

Adress: Kontaktcenter, 601 81 Norrköping

Tel: 011-15 00 00

E-post: norrkoping.kommun@norrkoping.se



NORRKÖPING