

DESTINATION KVARKEN

Two countries, a world of contrasts



Interreg
Botnia-Atlantica
European Regional Development Fund

Allmänna uppgifter	
Projektets namn	Destination Kvarken (Kvarken Destinations)
Ärendereferens (ärende-ID)	20 201 596
Projektperiod	2018-08-01 t.o.m. 2021-12-31
Insatsområde	Näringsliv
Specifikt mål	Ökad kapacitet för gränsöverskridande affärssamarbeten
Samordnande stödmottagare	Kvarkenrådet EGTS / 3176207-5
Övriga stödmottagare	Kvarkenrådet r.f. / 2148670-8 Umeå kommun / 212000-2627 Vasaregionens Utveckling Ab (VASEK) / 1850796-9 Hanken Svenska Handelshögskolan / 0245907-7 Höga Kusten Destinationsutveckling AB / 556961-4067 Visit Umeå AB / 556870-2343
Norska partners	N/A

PROJECT PARTNERS



Financiers: The European Regional Development Fund via the Botnia-Atlantica INTERREG programme, Regional Council of Ostrobothnia, Västerbotten County Council, Västernorrland County Council, Umeå municipality, Kvarken Council EGTC, Vaasa Region Development Company (VASEK), Hanken School of Economics, County Administrative Board of Västernorrland, Höga Kusten Destinationsutveckling AB, City of Vaasa/Vaasa Region Tourism Ltd. Visit Vaasa, NLC Ferry Ab Oy, Visit Lakeus Oy, Kokkola Tourism Ltd., Jakobstad Region Development Company Concordia Ltd., Kristinestads Näringslivscentral Ab

DESTINATION KVARKEN

Two countries, a world of contrasts



Interreg
Botnia-Atlantica
European Regional Development Fund

Sammanfattning av hela projektgenomförandet

Beskriv vad som genomförts under projektet, hur dessa kopplats till det "programspecifika mål" som gäller för projektet, samt vilka resultat det har lett till. Stäm av gentemot "Projektets huvudsakliga mål" och "Förväntat resultat" i ert beslut. Redogör också för resultat som inte varit förväntade och eventuella goda exempel.

Med utgångspunkt i det *programspecifika mål* som gäller för projektet, innebärande **ökad kapacitet för gränsöverskridande affärssamarbeten**, har vi på ett innovativt sätt kontinuerligt och systematiskt jobbat med att knyta samman vår huvudsakliga målgrupp, SMF och destinationerna som ingår i projektet, till en ny innovativ marknadshelhet. Helheten kunde man kalla för ett nytt sätt att organisera verksamheten, där vi möjliggjort att SMF inom besöksnäringen, som inte själva har tillräckliga resurser att ensamma nå ut till nya och större marknader, faktiskt har gjort det nu genom projektet.

Genom samverkan över gränsen har vi skapat ett nytt gemensamt produktutbud, en "ny destination" som omfattar sju underliggande destinationer och deras utbud främst i form av företag/produkter som ingått i projektet. Men man bör även beakta ett spillover för destinationerna som sådana, vilket ger en synergieffekt som även gynnar helheten sett på ett allmännyttigt plan.

Tillsammans är vår destination Kvarken Destinations, tack vare projektet, med och konkurrerar om den internationella gunsten när det gäller besöksdestinationer. **Vi har därmed skapat en mera konkurrenskraftig verksamhetsmiljö för företagen.**

Hanken Svenska handelshögskolan har för projektets målgrupp producerat ett omfattande material inom ramen för arbetspaketet *forskning och utveckling* samt *digitalisering*. Samtliga undersökningar och forskningsrapporter har kommunicerats till målgruppen och lämnas dessutom över i resultatform på projektets officiella webbsida <https://www.kvarken.org/projekt/destination-kvarken/>

Materialet ska, i enlighet med förväntat resultat om ett närmare samarbete mellan näringsliv och universitet, ytterligare ses som fortbildning och kompetensutveckling av mervärde som kan kopplas till det programspecifika målet.

Avstämning gentemot projektets huvudsakliga mål:

Projektets huvudsakliga mål var att ta fram koncept för gemensamma intensifierade marknadsbearbetningsinsatser för att öka antalet researrangörer som tar med området i sitt

PROJECT PARTNERS



Financiers: The European Regional Development Fund via the Botnia-Atlantica INTERREG programme, Regional Council of Ostrobothnia, Västerbotten County Council, Västernorrland County Council, Umeå municipality, Kvarken Council EGTC, Vaasa Region Development Company (VASEK), Hanken School of Economics, County Administrative Board of Västernorrland, Höga Kusten Destinationsutveckling AB, City of Vaasa/Vaasa Region Tourism Ltd. Visit Vaasa, NLC Ferry Ab Oy, Visit Lakeus Oy, Kokkola Tourism Ltd., Jakobstad Region Development Company Concordia Ltd., Kristinestads Näringslivscentral Ab

DESTINATION KVARKEN

Two countries, a world of contrasts



programutbud. Vidare skulle det mediala intresset väckas för vår destination, vilket skulle resultera i större synlighet, både bland researrangörer vi ville bearbeta, men även hos slutkund på våra prioriterade marknader. Det huvudsakliga målet hade syftet att öka antalet besökare i området.

Koncept för marknadsbearbetningsinsatser har rent praktiskt gått ut på att samla ihop och koordinera innehållet till en helhet och att vid olika workshops genomföra direkta möten med researrangörer och resemedia för att presentera och sälja in Kvarken Destinations' företag och produkter. En viktig aspekt i sammanhanget var att skapa efterfrågan.

Det avgörande har varit att identifiera och lyfta USP:s (*unique selling points*) och besöksanledningar som redan finns, men också att uppmuntra företag till nya kringaktiviteter och att foga samman dessa till en helhet som lockar till besök i båda länder under en och samma resa. Grundkomponenterna har varit produkter som kan erbjuda olika aktiviteter för att skapa ett innehållsprogram för besökaren. Vi har valt att jobba utifrån olika teman för att möta olika intressesegment och målgrupper.

För detta behövdes ett gemensamt framtaget marknadsmaterial, som samlades i en gemensam gränsöverskridande plattform, som med sitt omfattande och prisbelönta innehåll utgjort/utgör ett viktigt säljverktyg både under, men i högsta grad även efter projektiden. Den gemensamma plattformen som skapades är <https://kvarkendestinations.com> och den riktas till målgruppen researrangörer och resemedia.

Sidan introducerades som en inspirationskälla för att locka till produktion av resor till området och har rönt mycket stor uppskattning. En internationell jury, bestående av researrangörer och andra turismexperter, utsåg sidan till vinnare inom kriteriet *Best Inspiration* i den internationella tävlingen *Scandinavian Outdoor Award 2020*. SOA är det emblem vi stolt bär på ingångssidan.

Webbsidan *kvarkendestinations.com* är ett bestående resultat, som lever kvar efter projektslut ett rimligt antal år (för en webbsida) t.o.m augusti 2024. Den kan framöver användas i promotion- och samarbets syfte av i projektet medverkande företag, destinationsbolag samt Wasaline samt researrangörer och media. Alla sju destinationsbolag som ingår, samt färjeförbindelsen Vasa-Umeå genom Wasaline, lyfter även sidan på sina egna webbsidor, vilket i sin tur skapar en win-win situation och ger mervärde för

PROJECT PARTNERS



Financiers: The European Regional Development Fund via the Botnia-Atlantica INTERREG programme, Regional Council of Ostrobothnia, Västerbotten County Council, Västernorrland County Council, Umeå municipality, Kvarken Council EGTC, Vaasa Region Development Company (VASEK), Hanken School of Economics, County Administrative Board of Västernorrland, Höga Kusten Destinationsutveckling AB, City of Vaasa/Vaasa Region Tourism Ltd. Visit Vaasa, NLC Ferry Ab Oy, Visit Lakeus Oy, Kokkola Tourism Ltd., Jakobstad Region Development Company Concordia Ltd., Kristinestads Näringslivscentral Ab

DESTINATION KVARKEN

Two countries, a world of contrasts



samtliga parter i det gränsöverskridande samarbetet. I förväntade resultat ingår, att det material som tagits fram används av destinationsbolag, researrangörer och företag i marknadsbearbetningssyfte, vilket härmed uppfylls.

Genom webbsidan synliggör vi samarbetet inom besöksnäringen samtidigt som vi stärker konkurrenskraften i hela regionen. Detta korrelerar även med det förväntade resultatet att företag mer effektivt ska kunna utnyttja de möjligheter som finns, när det gäller marknadsbearbetning och kommunikation mot kund i olika digitala kanaler.

Resultaten hittills har varit som mest, ca 15 researrangörer som har tagit området till försäljning och marknadsfört Kvarken Destinations via sina webbsidor. Dock har Covid-19 situationen med reserestriktioner satt käppar i hjulet och produktionerna har inte kommit igång på allvar, knappt ens gått att genomföra. Precis som en reseproduktion, som även kräver viss tid att förverkligas, är vi också medvetna om att det arbete vi gjort kommer bära frukt och bli synligt först när omständigheterna tillåter. Som förväntat resultat överlämnar projektet till destinationsbolagan ett brett kontaktnät av researrangörer, som etablerats under projektiden, för att man ska kunna fortsätta och vidarutveckla produktionssamarbetet.

Resemedier utgör en viktig länk för att nå ut till researrangörer och konsumenter. I det avseendet har projektet, i enlighet med huvudsakligt mål, lyckats väcka ett intresse för Kvarken Destinations, som redan under projektiden gett utdelning i form av stor synlighet.

Ett av **de mest betydelsefulla och samtidigt kanske mest oväntade resultat** som projektet uppnått är, att en svensk incomingbyrå (*Destination management company*, eller DMC) i projektets slutfas, efter visning i området, redan lanserat en produkt för rundresa i området. Det handlar om en lokal aktör, Best of Scandinavia, som paketerat och prissatt en rundresa som redan nu marknadsförs. **Detta är det bästa som kunde hända!** Projektet har lyckats med att skapa efterfrågan, men saknade framtill nyligen en lokal återförsäljare. **I projektets slutfas har vi lyckats engagera en DMC som i sin tur säljer vidare** till andra researrangörer ute på kontinenten. Byrån har redan nu planer på fler rundresor med varierande teman.

PROJECT PARTNERS



Financiers: The European Regional Development Fund via the Botnia-Atlantica INTERREG programme, Regional Council of Ostrobothnia, Västerbotten County Council, Västernorrland County Council, Umeå municipality, Kvarken Council EGTC, Vaasa Region Development Company (VASEK), Hanken School of Economics, County Administrative Board of Västernorrland, Höga Kusten Destinationsutveckling AB, City of Vaasa/Vaasa Region Tourism Ltd. Visit Vaasa, NLC Ferry Ab Oy, Visit Lakeus Oy, Kokkola Tourism Ltd., Jakobstad Region Development Company Concordia Ltd., Kristinestads Näringslivscentral Ab

DESTINATION KVARKEN

Two countries, a world of contrasts



Projektiden och genomförandet har på ett märkbart sätt präglats av Covid-19 pandemin, som för övrigt haft stora effekter på speciellt besöksnäringen. Naturligtvis påverkades även våra planerade och tilltänkta åtgärder och möjligheter att uppnå utlovat resultat i tidigare skede. Trots detta hinder, som denna icke tidigare skådade och upplevda situation åstadkommit, har projektet ändå lyckats ställa om och lösa problem på ett sätt som i slutändan måste ses som positiva, med tanke på förutsättningarna. Vi gjorde det bästa möjliga av situationen.

PROJECT PARTNERS



Financiers: The European Regional Development Fund via the Botnia-Atlantica INTERREG programme, Regional Council of Ostrobothnia, Västerbotten County Council, Västernorrland County Council, Umeå municipality, Kvarken Council EGTC, Vaasa Region Development Company (VASEK), Hanken School of Economics, County Administrative Board of Västernorrland, Höga Kusten Destinationsutveckling AB, City of Vaasa/Vaasa Region Tourism Ltd. Visit Vaasa, NLC Ferry Ab Oy, Visit Lakeus Oy, Kokkola Tourism Ltd., Jakobstad Region Development Company Concordia Ltd., Kristinestads Näringslivscentral Ab