

**Slutrappport  
LEADER-projekt  
"Hässleholm – Framtidens Outdoor Destination"  
2022–2025**

Photocredit: LWimages



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden

# Inledning och bakgrund

Projektet "Hässleholm – Framtidens Outdoor Destination" initierades av nystartade Outdoor Hässleholm Ekonomisk Förening med målsättningen att positionera Hässleholms kommun som en destination för utomhusaktiviteter och naturupplevelser. Projektet genomfördes under perioden 2022–2025 och finansierades delvis av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling via LEADER LAG PH, tillsammans med privata medel.

Syftet har varit att skapa en tydlig profilering av Hässleholm som en plats där natur och äventyr möter bekvämlighet, hållbarhet och lokal kultur. Bakgrunden till projektet låg i en tydligt identifierad potential för att främja naturturism i kommunen och dess angränsande omnejd. Efterfrågan på aktiva och hållbara reseupplevelser har ökat, inte minst som en följd av pandemins effekter, vilket öppnade möjligheter att möta nya behov hos både nationella och internationella målgrupper.



Photocredit: Dino Soldin

# Inledning och bakgrund



Projektets ambitioner har därför speglat både kortsiktiga mål, såsom att öka turismen och synliggöra lokala företag, och långsiktiga visioner som att etablera en större destinationsorganisation – en organisation som samlar kommunens resurser inom outdoor-, event och platsutveckling.

Rapporten sammanfattar arbetet inom projektet och redovisar dess huvudsakliga insatser och resultat.

Fokus ligger på hur medlemmarna i Outdoor Hässleholm Ekonomisk Förening har marknadsförts genom det gemensamma varumärket Explore Hässleholm. Här redovisas hur varumärket har exponerats i digitala och fysiska kanaler, samarbeten med researrangörer, influencers och press samt utvecklingen av paketerade erbjudanden som binder samman naturupplevelser med lokala mat-, logi- och kulturaktörer.

Vidare inkluderar rapporten en analys av projektets påverkan på besöksnäringen i kommunen, inklusive ökade intäkter för medlemmarna och en förstärkt profil för Hässleholm som turistdestination. Den avslutas med en reflektion över projektets lärdomar samt rekommendationer för fortsatt utveckling av Hässleholm som framtidens outdoor-destination.



Photocredit: LWimages

## Att bygga ett platsvarumärke och plattform

För det är ju faktiskt det som har hänt under dessa tre år projektet har varit igång. Att lokala aktörer samlats runt en gemensam satsning för att skapa något större och långsiktigt tillsammans. Många likheter dras därför med den lägerplats som för första gången såg dagens ljus för ca 14 000 år sedan vid Finjasjöns strandkant.

Nu har medlemmarna i föreningen åter samlats runt en gemensam lägereld för att fortsätta utveckla Hässleholms kommun med angränsande omnejd till en destination som jobbar i linje med målgruppen. En eld som idag glöder starkare än tidigare.

Innehållet i kanalerna som idag finns under Explore Hässleholm-paraplyet är möjligt tack vare mixen av medlemmar från olika sektorer och att de faktiskt tycker om att skapa upplevelser tillsammans.

För att förstå naturen där Sveriges historia började lite bättre så kan du se denna film **HÄR**.



## Där Sveriges historia började

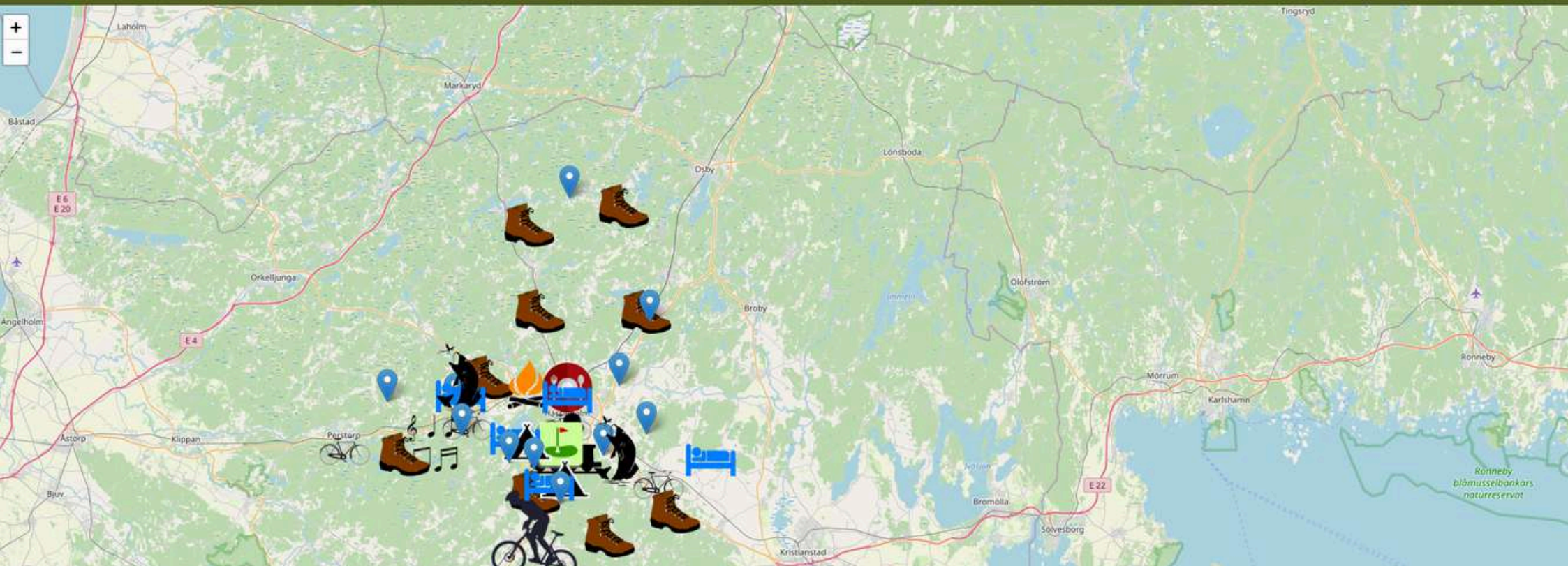
### Sökordsoptimerad hemsida

Sidoprojektet hemsidan [www.explorehassleholm.se](http://www.explorehassleholm.se) med bokningsfunktion har varit den största kanalen där föreningens medlemmar har exponerats och marknadsförts tillsammans. Huvudsyftet med hemsidan har varit att lyfta fram bokningsbara upplevelser som går i linje med målgruppens efterfrågan och som paketeras tillsammans på ett attraktivt sätt. Hemsidan lanserades i början av 2023.

Här finns samtliga medlemmar exponerade beroende på utbud och typ av medlem med vidarelänkning på olika sätt från olika landningssidor. Exponeringen sker genom kartan, kategorierna BO, ÄTA, GÖRA samt via INSPIRATION och PÅ GÅNG. Under fliken OM OSS finns även en medlemsförteckning med vidarelänkning till samtliga medlemmars egna kanaler.

Med en försiktig start kring sökordsoptimering och Google Ads under 2023 så ökades denna insats upp under 2024 där olika nya, svenska sökordsanalyser har genomförts och innehåll har optimerats av extern part för att gå i linje med efterfrågan från målgruppen.





## Interaktiv karta på hemsidan

För att kunna paketera utbudet med rätt typ av profilering skapades även en interaktiv karta [explorehassleholm.se/karta](https://explorehassleholm.se/karta), där medlemmar med profileringspaket lyfts fram tillsammans med vandringsområden och cykelnoder. Här ska besökaren även lätt kunna förstå var utbudet finns i förhållande till varandra.

För varje ikon dyker det upp en pop-up ruta med en kort text och vidarelänkning inom den egna hemsidan eller vidare till extern aktör.

Denna interaktiva karta har även marknadsförts i tryckt material för att vara komplement till varandra.



## Vinteraktiviteter för äventyraren

### Säsongsanpassade kampanjsidor

Under projektets gång valde vi att skapa 3 st olika kampanjsidor med säsongsanpassade teman för att jobba mer riktat mot utvalda sökord när det kommer till annonsering via Google Ads. Där valde vi fokus på aktiviteter som cykel, vandring och vinteraktiviteter för att gå i linje med profileringen.

Kampanjsidorna ska vara en lättöverskådlig vy av ett mindre säsongsurval av hemsidans övriga innehåll där besökaren ändå har direkt tillgång till hemsidans övriga information och kan klicka sig vidare. På så sätt lyfts olika delar av outdoor-utbudet fram beroende på sökord.

Sidorna har även skapats på danska för att kunna vara i framtiden när mer riktad marknadsföring görs mot dansktalande målgrupp.

- [Vandra i Hässleholm](#)
- [Utforska naturen med cykel](#)
- [Vinteraktiviteter för äventyraren](#)





## Cykelseptember 2023

**Cykelseptember 2023** var den egna kampanjen som skapades för att gå i linje med invigningen av Cykelleden Skåne som gjordes 2023 och lyfta fram utbud nära cykelled eller stråk.

De medlemmar som svarade att de ville delta i kampanjen med någon happening eller erbjudande lyftes fram i sociala medier och på hemsidan under information som låg live 1-30 september 2023.

Medlemmarna **Verum Event, Hotel Statt, Tykarpsgrottan, Alpacka Ekofarm Hultet, Tostarps Pensionat och Café Madrix** valde att delta, marknadsföras och exponeras tillsammans. Annons publicerades i lokala **Espresso Media** (s. 8) där även vissa av medlemmarna gjorde extra exponering av eget utbud.

**Klickbar bild**

**Cykelseptember 2023**

Utvalda företag i Hässleholms kommun

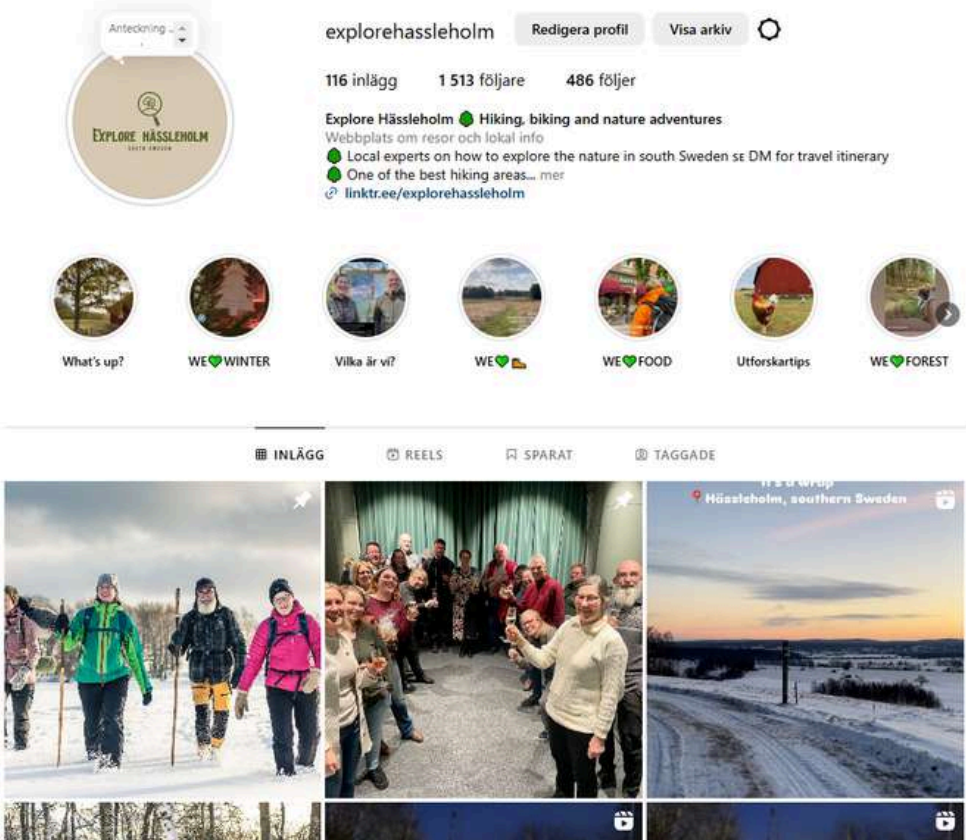
Erbjudanden på [www.explorehasselholm.se](http://www.explorehasselholm.se)

LEARN

EXPLORE HÄSSELHOLM







# Sociala medier

Projektet har bidragit med att 2 st kanaler på sociala medier har skapats och växt, Explore Hässleholm på **Instagram** och **Facebook**. Här har medlemmarna exponerats och marknadsförts både organiskt i flöde och via händelser samt influencersamarbeten.

Instagram är den kanal som har växt mest och även där flest danskar följer Explore Hässleholm, tack vare betald annonsering.

Medlemmarna har kontinuerligt exponerats och marknadsförts via sociala medier då de i en samlad kontext har lyfts upp och marknadsförts tillsammans för att på ett enkelt sätt visa på utbudet.

Både på Facebook och Instagram finns det i biografien en uppmaning att klicka in på kontots Linktree-länkar där samtliga länkar går till hemsidan med olika budskap.

Sociala medier-kanalerna har under projektets gång varit ett sätt för att skapa trovärdighet om outdoor destinationen Hässleholm samt att länka vidare till den mer utförliga hemsidan. Målgruppen för dessa kanaler är besökaren.





Photocredit: Dino Soldin

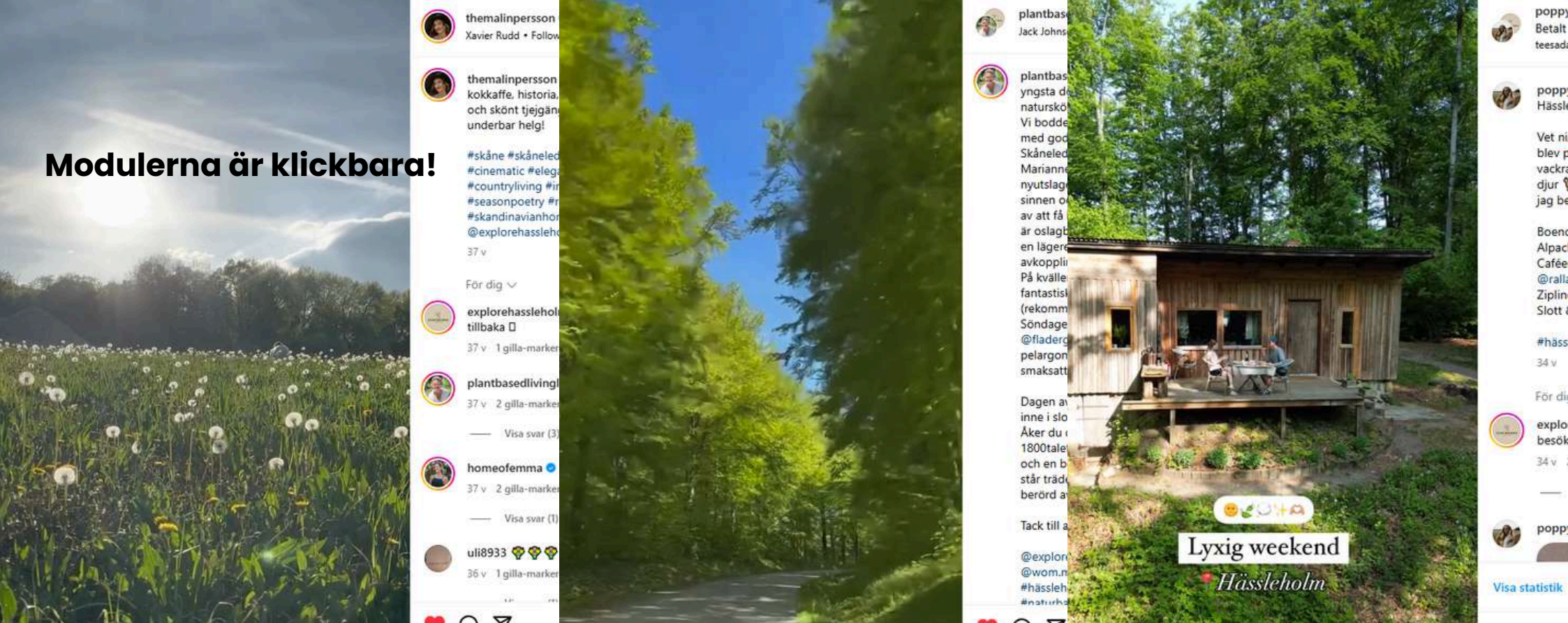
## LinkedIn - B2B

Under projektet har även B2B-kanalen LinkedIn exponerat och marknadsfört medlemmarna där projektets aktiviteter och resultat lyfts fram. På LinkedIn finns vi under **Hässleholm - Framtidens Outdoor Destination.**

The screenshot shows a LinkedIn profile for 'Hässleholm - Framtidens outdoor destination'. The profile picture features the word 'OUTDOOR' in a stylized font. The page title is 'Hässleholm - Framtidens outdoor destination'. Below the title, it states: 'LEADER-projekt: profilera Hässleholms kommun med omnejd som outdoor destination'. It also indicates 'En del av Outdoor Hässleholm Ek För'. The location is 'Resebyråer · Hässleholm' with '285 följare' and '11-50 anställda'. A member 'Annika jobbar här' is listed. At the bottom, there are buttons for 'Skicka meddelande', 'Följer', and a menu icon. The navigation bar at the very bottom includes 'Startsida', 'Info', 'Inlägg', 'Jobb', and 'Personer'.



Modulerna är klickbara!



## Influencersamarbeten

Under hösten 2023 samt våren 2024 genomfördes totalt 5 st influencersamarbeten där lokala WOM Media var byrån som höll i spakarna. Här var syftet att genom olika sydsvenska profiler lyfta fram Hässleholm som destination där boende med högre bekvämlighet samt naturupplevelser i kombination med lokal mat och kultur stod i fokus.

Hösten 2024 var det **majasmissionshus** och **homeofemma** som besökte Hässleholm. Våren 2024 var det systrarna **plantbasedlivingbylinda** samt **themalinpersson** och senare **poppysmicker** som utforskade Hässleholm. Våren 2024:s samarbeten finns också sparade som en Höjdpunkt på Instagram-kanalen Explore Hässleholm under "Magic inspo".

Samarbetet med poppysmicker genererade även en uppmärksammad **TikTok-video** där många tittare inte trodde att detta var Hässleholm samt efter besöket flera inlägg och benämningar i listningar mm. Detta samarbete producerade också högupplösta bilder samt ett bestående blogginlägg som finns **HÄR**.





## Digital annonsering på Meta

En av de största marknadsföringsaktiviteterna och budgetposter i projektet har varit annonseringen på Facebook och Instagram (Meta). Den gick live och smygtestades första gången under 2022 för att sedan dra igång med högre frekvens och annat innehåll from 2023.

Här har medlemmarna marknadsförts genom exponeringen av det gemensamma varumärket Explore Hässleholm där CTA (Call To Action) från annonserna har växlat mellan uppmaning till att klicka vidare till hemsidan eller partnerhemsida/kampanjsida, besöka instagramprofil eller ladda ner reseguide.

Fokus har varit på det geografiska området Greater Copenhagen (svenska och danska) där du ovan ser 3 exempel på rörligt innehåll som har annonserats. Vi har under projektets tid skapat annonser med outdoor-profileringen i fokus där en mix av professionellt filmat material, rörligt material filmat med mobilkamera samt stillbilder har varvats i olika annonser och budskap.



# UTFORSKA HÄSSLEHOLM



Photocredit: Dino Soldin



# UTFORSKA HÄSSLEHOLM



Photocredit: Magnus Johansson



# UTFORSKA JULEN I HÄSSLEHOLM



Photocredit: Jesper Bratfaldt



## Nedladdningsbara reseguider

Dessa tre bläddringsbara reseguider har marknadsfört och exponerat medlemmarna genom ett paketerat upplägg där besökaren i princip får en färdig helg som förslag. Guiden lanserades redan som pop-up på hemsidan under början av 2024, där denna sedan implementerades som gemensam marknadsföring via annonsering på Meta from sommaren 2024.

Syftet med guiderna har varit att skapa ett mer komprimerat, säsongsanpassat och skraddarsytt innehåll än hemsida och sociala medier kan erbjuda. Dessa guider har även skickats ut via nyhetsbrevsprogram till de personer som skrivit upp sig på maillistan via fysiska event och annonsering.



## Hike & Bike

**Hovdala Naturområde & Vandringscentrum**  
+146 km/Skåneleden S12

**Vedema Strövmråde**  
0,6-5 km/Skåneleden S12

**Ubbalts Naturreservat**  
5 km/Skåneleden S11

**Gedaryggen**  
5-ca 13 km

**Årsåbvs Messe**  
Ca 3 km

**Möllerödesjö Strövmråde**  
0,4-3,7 km

**Sanatorieskogen**  
5-10 km

**Lursjöleden**  
13 km

**Vleöleden**  
11-14 km

**Torupsjön**  
Ca 15 km

**Skåneleden**  
Skåneleden S11 & S12

**Cykelleden Skåne**  
Ångelholm-Kristianstad nr 101



## ● Göra/To do ● Bo/Stay ● Äta/Eat local

**Alpacka Ekofarm Hultet** ● ● ●  
HULTET 3261, 282 92 Västra Torup

**FCT Köpcenter** ● ● ●  
Hörjavägen 2, 282 34 Tyringe

**Flådergården & Pelargonhuset** ● ● ●  
Flådergården Vinslöv 1407, 288 90 Vinslöv

**Hovdala Skott** ● ● ●  
Hässleholm PI 6223, 281 92 Hässleholm

**Källarbacken** ● ● ●  
Hovdala 6220, 281 92 Hässleholm

**Multilevel Ziplines & Klätterpark** ● ● ●  
Sandåkra 6080, 281 92 Hässleholm

**Af Skoa - Skoa Öard** ● ● ●  
281 91 Hässleholm

**Tykarpegroten** ● ● ●  
Tykarp 7169, 281 92 Hässleholm

**Verktygsgammarna** ● ● ●  
Verktygsvägen, 282 31 Tyringe

**Hässlegårdens Golfklubb** ● ● ●  
Kommendörsgatan 15, 281 35 Hässleholm

**Lilla Oberöds Minigrisar** ● ● ●  
LILLA OBERÖD 2885, 282 91 Tyringe

**Majstad Träd och Lera** ● ● ●  
SKOGSEY 2502, 282 91 Tyringe

**Gården Damnhuset & Brännvinsdammarna** ● ● ●  
DAMMHUSET 2209, 288 90 Vinslöv

**Café Madritx** ● ● ●  
Startorget 1, 281 30 Hässleholm

**Naturnära Kärnkra** ● ● ●  
Kärnkraavägen 674, 281 50 Hässleholm

**Ottarpe Toep Gårdsbutik** ● ● ●  
OTTARP 2186, 282 79 Håstveda

**Almaön S&B** ● ● ●  
Stjärnehölmavägen 9, 281 95 Vankiva

**Asmoorp Natur** ● ● ●  
Asmoorp 6058, 281 92 Hässleholm

**Birk, Birka & Ronja** ● ● ●  
281 92 Hässleholm

**Wårdhuset Furuliden** ● ● ●  
Furuliden 1, 280 22 Vittsjö

**Hotel Stott** ● ● ●  
Frykholmögatan 13, 281 30 Hässleholm

**Rallarhustruns Veranda & Logi** ● ● ●  
Lunnahöja 6108, 281 92 Hässleholm

**Toetarps Pensionat** ● ● ●  
Stora OBERÖD 2884, 282 91 Tyringe

**Nordanå Gärd** ● ● ●  
Kålabergavägen 130-50, 288 90 Vinslöv

**Mällegården Bed & Breakfast** ● ● ●  
Verktygsvägen 7, 282 31 Tyringe

**Vinslövs Camping** ● ● ●  
Troed Nelsongatan 18, 288 33 Vinslöv

**En bondgårdström** ● ● ●  
Tullstorp 2531, Vankiva 281 95



EXPLORE HÄSSLEHOLM  
SOUTH SWEDEN



# GO OUT-kartbroschyr

Den gemensamma kartbroschyren GO OUT lanserades sommaren 2024 där medlemmar som har något bognings- eller besöksbart är med. Tillsammans med den infrastruktur i form av markerade vandrings- och cykelleder blir detta ett paketerat och kompletterande innehåll till de digitala kanalerna.

Broschyrer har QR-kod till hemsidan på flera ställen med uppmaning att scanna för att komma till digital karta på hemsidan. Broschyrer producerades i 5 000 ex och har delats ut till medlemmar och andra strategiska platser för spridning.





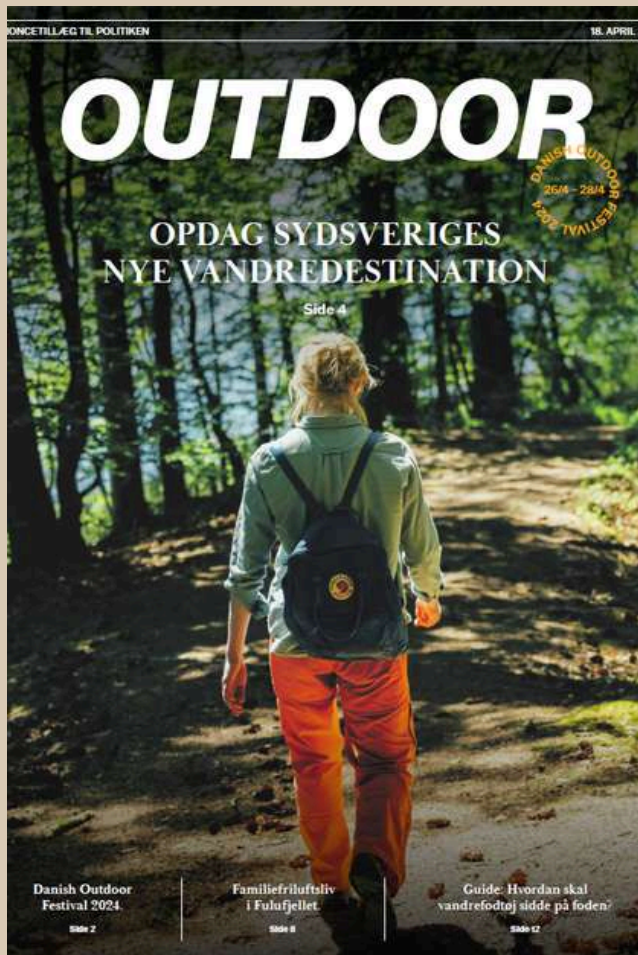
Photocredit: LWimages

## Bearbetning av press och betalda samarbeten

Flera betalda samarbeten har gjorts under projektets gång där syftet har varit att lyfta fram det gemensamma varumärket Explore Hässleholm med vidarelänkning/QR-kod till hemsidan eller sociala medier där medlemmarna finns samlade.

- [High Five Skåne](#)
- [Göingens Bästa Sida](#) s. 12-15
- [Nordic Golfers](#)





## Tre i rad under 2024 med Politiken!

Projektet har med sin marknadsföring fokuserat på det geografiska området Greater Copenhagen, där de två danska städerna Köpenhamn och Helsingör ingår. Tack vare anmälan som utställare på Danish Outdoor Festival 2024 så kom erbjudandet om att vara med i en av Danmarks största dagstidningar Politikens OUTDOOR-annonsbilaga (utg 2 ggr/år).

Där hade vi så bra material att vi frontade bilagan med budskapet om "södra Sveriges nya vandringsdestination." Tillfälle dök även upp för årets andra utgåva och även där hamnade vi på framsidan. För Politikens stora julresebilaga var Explore Hässleholm även med denna gång där medlemmar som hade tillfrågats exponerades.

**Bilderna ovan är klickbara.**







## Att vara där målgruppen är, är viktigt

Under projektets gång har föreningen och dess medlemmar deltagit på flera olika fysiska tillställningar där varumärket Explore Hässleholm stått i centrum som avsändare. Det började med en smygstart under Hovdala Skördefest 2023 där kampanjen "Cykelseptember 2023" lyftes fram för att sedan följas upp med montern "Sveriges mysigaste lägerplats" under vår och höst 2024.

Hovdala Skördefest är en av Skånes största skördemarknader och välbesökt av en köpbenägen målgrupp.

Anledningen till att vi har valt att delta under redan existerande evenemang där vi ansåg att målgruppen var rätt för projektet var för att vara mer kostnadseffektiv och sprida varumärket (och på så sätt exponera medlemmarna) i rätt forum. Detta har även resulterat i mycket lärdomar för föreningen och samarbete medlemmar emellan.





## Danish Outdoor Festival 2024

Deltagandet med montern "Sveriges mysigaste lägerplats" som är en modern outdoor-tolkning av Sveriges äldsta boplats under **Danish Outdoor Festival** var ett sätt för föreningen att samlas under en gemensam tematik. Här deltog Tykarpsgrötan, Näflinge Vandrarlag och Hässleholm Hovdala Vandrarförening på plats.

Vi fick ta del av publikströmmen på 26 000 (!) besökare som besökte Naturpark Åmosen ca 1,5 h utanför Köpenhamn 26-28 april 2024. Besökare i vår monter hänvisades att delta i tävling med att gissa trädslag på vandringsstaven för att ta del av priser och även lämna mailadress samt lära sig om vandring och scanna QR-kod för att komma in på hemsidan Explore Hässleholm för mer info.



# Hovdala Skördefest 2024



Under Hovdala Skördefest 2024 byggdes åter succén från Danish Outdoor Festival upp, nämligen Sveriges mysigaste lägerplats. Här var även uppmaningen till besökarna på Skördefesten att komma och smaka på skog och landsbygd.

Här deltog fler av medlemmarna än i Danmark och det byggdes en upp både en större lägerplats samt härligare stämning med både te-expert och levande dragspelsmusik på plats. Medlemmarna som deltog i montern hittar du [HÄR](#).





## När människor trivs tillsammans skapas magi

De sociala arenorna projektet har skapat, så som Outdoor-Onsdag, Outdoor-Dag, Outdoor Academy och olika medlemsträffar har gett alla medlemmar oavsett sektor en plattform att lära känna varandra och nätverka. Detta har lett till att nya paket, samarbeten och upplevelser har skapats och utvecklats samt intäkter har genererats.

### 5 goda exempel

- Cykelkafé med Verum Event under Cykelseptember 2023
- Smak- och njutvandring med Källarbacken och Café Madrix
- Tydligare cykelprofil hos Tostarps Pensionat
- Pizzavandring med Rallarhustruns Veranda & Logi x Näflinge Vandrarlag
- Ställplatser hos Asmoarp Natur





## Bearbetning av researrangörer

Under projektet har även kontakt etablerats med 3 st olika researrangörer, både svenska och internationella.

FAM-trips har gjorts både på plats samt digitalt där medlemmar har fått visa upp sitt utbud och destination.





# Resultat av insatserna - Google Ads och sökordsoptimering 2024

## Total Besöksstatistik:

Antalet totala besökare varierade mellan 918 i december och 2,406 i juli. Juli var den månad med högst trafik, medan december visade den lägsta.

Nya besökare följde liknande mönster med en topp i juli (2,376) och en lägsta nivå i december (894).

## Engagerade Sessioner:

Antalet engagerade sessioner var högst i juli med 1,779 sessioner, följt av juni (1,588).

Minst antal engagerade sessioner noterades i december (746), vilket ändå visade relativt stabilt engagemang.

## Trender och Insikter:

- Säsongsmissiga effekter: Trafiken ökade signifikant under sommarmånaderna, särskilt juli. Detta pekar på framgång för sommarspecifika marknadsföringskampanjer.
- Engagerade besökare: Stabilt engagemang med god genomsnittlig tid på sidan, särskilt på populära sidor som kopplade naturaktiviteter och evenemang.
- Mobilt dominerande: Mobila enheter står för en majoritet av trafiken, vilket tyder på att användarupplevelsen för mobil är särskilt viktig.





## Resultat av insatserna - Meta-annonsering 2022-2024

- **Antal exponeringar: 8 001 848**
- **Räckvidd: 1 218 632 användare**
- **Länkklick: 35 406**
- **Leads: 861**





Photocredit: Dino Soldin

## Måluppföljning av projektet

- Minst 50 % av medlemmarna med profileringspaket har ökat sin årsomsättning med minst 5 %
- Den ekonomiska föreningen har idag 36 medlemmar som deltagit i projektet
- Projektledaren fortsätter att vara anställd av föreningen och jobba vidare med bland annat projektets långsiktiga vision, att skapa en större samverkansorganisation som jobbar med handel, turism och event

### Siffror vi är extra stolta över

- Projektet har direkt bidragit till över 4 000 nya timmars sysselsättning per år
- Tillsammans omsatte medlemmarna över 300 miljoner mellan 2022-2024
- Medlemmarna har även under projektets tid haft runt 30 nyanställningar i olika tjänstegrader
- Projektet har direkt bidragit till 2 nya uppstarter av företag







# CYKELKAFÉ

## Utlåtande från medlem - Verum Event

**Inspirerande Förändring:** Åsa Håkansson, som tidigare hade svårt att bedriva sin musikerverksamhet i Hässleholm, fann en plattform för nya idéer genom medlemskap i Outdoor Hässleholm ek. för.. Detta möjliggjorde en övergång till naturturism med fokus på musik, kultur och hälsa.

**Utveckling och Samarbete:** Genom utbildningsdagar och nätverk i föreningen har hon fått både kunskap och möjligheten att etablera sig inom naturturism. Hon har deltagit i evenemang som "Cykelseptember" och knyter nu kontakter för att erbjuda flerdagars naturupplevelser för internationella gäster.

**Sysselsättning:** Arbetar nu 30 timmar per vecka inom naturturism, med fokus på hållbara och kvalitativa metoder som gynnar lokala aktörer.

*"Genom medlemskapet i Outdoor Hässleholm har jag fått både grundläggande och djupgående kunskaper inom naturturism. Detta har gett mig möjlighet att omvandla min vision till konkreta tjänster och evenemang."*

**– Åsa Håkansson, Verum Event**





Photocredit: poppysmicker /Rebecca Zetterlund

## Utlåtande från medlem – Rallarhustruns Veranda & Logi

**Stärkt Profil och Nätverk:** Genom plattformen Explore Hässleholm har verksamheten fått förbättrad exponering, med en tydlig koppling mellan lokala aktiviteter och besöksupplevelser.

**Ekonomisk Påverkan:** Ökat antal bokningar, särskilt genom föreningens kampanjer och samordning med andra aktörer i området.

**Bidrag till Besöksnäringen:** Genom att delta i föreningens initiativ och aktiviteter har de blivit en central del av destinationens erbjudanden.

*"Föreningen och projektet har hjälpt oss att knyta samman våra tjänster med lokala aktiviteter, vilket har resulterat i fler bokningar och en starkare koppling till besöksnäringen."*

**– Frida för Rallarhustruns Veranda & Logi**





Photocredit: LWimages

## Lärdomar som vi tar vidare av projektet

- Sociala arenor är det bästa
- Låt trovärdigheten vara en grön tråd när det gäller vald profilering
- Människor som trivs tillsammans, skapar magi tillsammans
- Naturturism är ett komplext område som påverkar många omedvetna
- Ambassadörskap och att känna sin destination är A och O – oavsett aktör
- Digital marknadsföring behöver optimeras på flera plattformar för att en destination ska börja rulla – destinationen Hässleholm måste finnas på olika plattformar där den enskilda aktörens digitala närvaro också är en nyckel
- Aktörers värdskap är den mest effektiva marknadsföringen – det är sen gammalt





Photocredit: Dino Soldin

## Projektets långsiktiga vision och riktning av framtiden

**Vision:** Naturturism och outdoor-aktiviteter ska vara en del av samhällsutvecklingen, landsbygdsutveckling och lösningen för att skapa en attraktiv plats att verka och bo på

**Mål:** En självklar destination för Greater Copenhagen-området inom 5 år

### Hur?

- Produktutveckling och paketering
- Kompetensförsörjning
- Gemensam marknadsföring på etablerade kanaler och nya
- En större samverkansorganisation som på lång sikt jobbar med flera verksamhetsben



# Medlemsförteckning



## Aktiva medlemmar - VILKA ÄR VI?

Almaån B&B

Alpacka Ekofarm Hultet

Asmoarp Natur

Berzerk OCR

Café Madrix

En bondgårdsdröm

FCT Köpcenter

Flädergården & Pelargonhuset

Furuliden

Gården Dammhuset & Brännvinsdammarna

Hässleholms Cykelklubb

HessleCity

Hässlegårdens GK

HeTs – Hessleholmsteatersällskap

Hotel Statt

Hovdala Slott & Boketorp

Hässleholm Hovdala Vandrarförening

Källarbacken

Rallarhustruns Veranda & Logi

MultiLevel Ziplines & Klätterpark

Möllegården B&B

Naturnära Kärråkra

Lilla Oberöds Minigrisar

Nordanå Gård

Näflinge Vandrarlag

Ottarps Torp Gårdsbutik

af Skea

STF Östra Skåne

Sösdala Kafferosteri

Tostarps Pensionat

Mejstad Träd och Lera

Torsjö Live

Tykarpsgrottan

Tyringe Sportfiskeförening

Verum Event

Vinslövs Camping

## Medlemmar som exponerats men ej längre är aktiva

- Sösdala Art & Design Room (material från hemsidan kan fås på begäran, se Facebook från 15 mars 2023, 9 augusti 2022, 5 juli 2022)
- PT Jeanette Ahlgren (material fås på begäran, Facebook från 12 augusti 2022)



Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling. Europa investerar i landsbygdsområden