

Närturism - ett måste i glesbygd

Ljustorp har sedan många år arbetat med att skapa en grund för turism i bygden. Där finns en mängd sevärdheter, aktiviteter och naturligtvis lokala entreprenörer. Just detta projekt bygger på ett arbete och insatser som bedrivits i Ljustorp under minst 10 år bakåt. Nu gäller det att nå ut med budskapet som visar turister, men även närboende, vad Ljustorp har att erbjuda.

Då nyttan av projektet framförallt tillfaller de lokala näringsidkarna och de lokala föreningarna är det även dessa som ses som den stora målgruppen i projektet **Utåtriktad kampanj för närturism.**

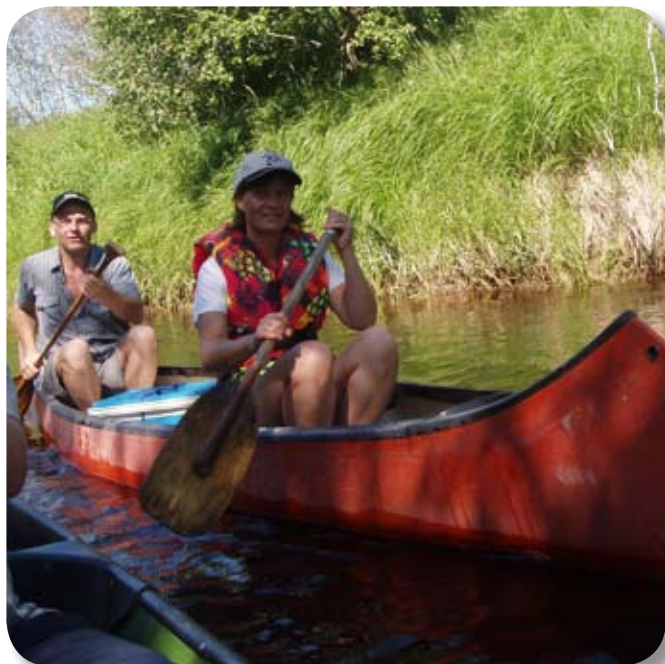
Tittar man utanför bygden kan man naturligtvis se tillresande turister som en målgrupp. Projektet har haft som mål att öka besöksunderlaget för näringsidkare i Ljustorp. Att få fler turister till Ljustorp och att göra Ljustorp som varumärke känt i ett större sammanhang.

Under tiden maj 2009 till december 2010 - pågick projektet och arbetet inleddes med att framställa ett masskorsband inför Öppet Hus i Ljustorp.

En större insats för att marknadsföra Ljustorp gjordes på Friluftsmässan och Skogens dag i

Sundsvall 2010. Projektet deltog vid båda tillfällena med två personer som hade eget bord, informationsmaterial, bildspel och utställnings-skärmar till sin hjälp att marknadsföra Ljustorp.





Annonsering - Projektet har annonserat i ett flertal tidningar av olika storlek från maj till augusti både år 2009 och 2010. Man har även delat ut masskorsband under samma perioder. Efter varje annonsperiod har projektet gjort en utvärdering av kampanjen.

Erfarenheterna av annonsering och masskorsband är att masskorsband är en bra metod att nå ut, även om projektet ser att kostnaden är relativt hög.

Projektet kan också konstatera att annonsering i dagspress i många fall är bättre än annonsering i lokala blad.

Vad blev resultatet - 2009 blev det inte så stort utfall av marknadsföringen. Detta berodde till viss del på att

vägen till Ljustorp via Stavreviken byggdes om under hela sommarperioden vilket bidrog till att få besökare hittade till Ljustorp.

Desto bättre blev siffrorna för 2010. De flesta entreprenörer upplevde det som om man haft fler besökare än vanligt under samma period. Många av besökarna hade frågor runt en Turistinformation och det var stor efterfrågan på informationsmaterial.

Positiva effekter av projektet har varit ett ökat samarbete i bygden. Fler besökare till Ljustorp under 2010 och framförallt - det finns en modell att arbeta vidare efter för kommande år.



Projektnamn

Utåtriktad kampanj för närturism

Projektägare

Ljustorp socken ek. förening

Leaderområde

Leader Timråbygd

www.leadertimra.se

Projektets kostnader

161.255 kr varav 4.375 kr i ideellt arbete

Projektid

2009-04-28 - 2010-12 31

Kontaktperson

Niclas Andersson 073-076 46 02

niclas.andersson@ljustorp.se

Mer information

www.ljustorp.se/sockenförening

