



Nyhetsbrev från Svensk Turism AB

Oktober 2015

Vad händer på Svensk Turism AB?

Svensk Turisms uppgifter är att förvalta näringsens del av ägarskapet i kommunikationsbolaget VisitSweden, vara huvudman för "Nationell strategi för svensk besöksnäring" och att utgöra ett forum för den svenska besöksnäringens strategiska utveckling.

Svensk Besöksnäringkongress 17 mars 2016

I mars förra året samlades ca 500 deltagare till premiären av Svensk Besöksnäringkongress i Göteborg. Den 17 mars 2016 är det dags igen.

Till grund för kongressen ligger den nationella strategin. Målet är att samla näringen för att inspirera, skapa action, blanda strategi och praktik och få en samsyn kring svensk besöksnäringens fortsatta utveckling. Programmet presenteras på www.besoksnaringskongress.se under hösten men boka redan nu in den 17 mars i Göteborg.

Stort intresse för Besöksnäringens Sverigeturné

Besöksnäringens Sverigeturné rullar på för fullt och i början av nästa år kommer i stort sett varenda region ha fått besök. Intresset runtom i landet är stort och i snitt har ca 120 företagare, politiker, tjänstemän och offentliga aktörer deltagit vid varje tillfälle. Genom turnén gör Arena för Tillväxt, Svensk Handel, Svensk Turism, Tillväxtverket, Visita och Visit Sweden tillsammans med regioner och kommuner en

gemensam kraftsamling för stimulera till ökat samarbete mellan näringsliv, kommuner och regioner i syfte att utveckla besöksnäringen och därmed skapa tillväxt och fler arbetstillfällen. Dialogmötena präglas av mycket energi, vilja och många kloka tankar för hur man gemensamt kan utveckla besöksnäringen i regionen.

[Datum för Besöksnäringens Sverigeturné](#)

Svensk Turism i Almedalen

Under Almedalsveckan i Visby bjöd Svensk Turism in till ett seminarium med fokus på besöksnäringens roll i de stora samhällsfrågorna. Seminariet gick under rubriken [Vilket Sverige väljer du? - besöksnäringen utmanar den traditionella synen på tillväxt.](#)

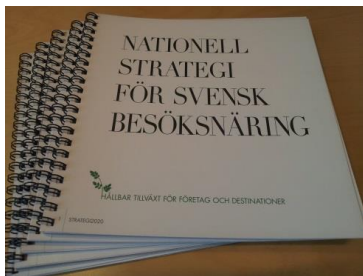
Nordeas chefsekonom Annika Winsth inledde med att tala om hur den nya samhällsekonomin byggs upp med tjänstesektorn och hur besöksnäringens roll ser ut i detta. HUI Research lyfte strukturella förändringar och nationella, regionala och lokala initiativ som tagits inom besöksnäringen sedan den nationella strategin lanserades. Seminariet avslutades med en politisk debatt om besöksnäringens möjligheter att genom rätt förutsättningar spela en än större roll i frågor om jobb, ungdomsarbetslöshet, integration, småföretagande och levande landsbygd.



Uppdaterad version av besöksnäringens film

Det finns nu en uppdaterad version av Svensk Turisms film om besöksnäringen. Filmen ligger på förstasidan på www.svenskturism.se och går även att ladda ner från [Vimeo](https://www.vimeo.com/). Använd den gärna så sprider vi tillsammans budskapet om besöksnäringens potential och betydelse i våra kontakter med beslutsfattare, politiker, tjänstemän, medarbetare med flera.

Vad händer med den nationella strategin för svensk besöksnäring?



En arbetsgrupp analyserar nu den tidigare genomförda inventering av [Nationell strategi för svensk](#)

[besöksnäring](#) samt den halvtidsutvärdering som genomfördes innan sommaren. Resultatet kommer att presenteras vintern 2015.

Sommaren i besöksnäringen

Både fjällstationer, hotell, restauranger och camping vittnar om en mycket bra sommar för besöksnäringen.

Rekordsommar i svenska fjällen

Fjällturismen är mer populär än någonsin. Tio av de största fjällstationerna rapporterar rekordsiffror för antalet gästnätter mellan juni och september. Abisko fjällstation hade nära 19 000 gästnätter under sommarmånaderna, vilken är en ökning med 15 procent från

föregående år. Samtliga av de tio största fjällstationerna ökade antalet gästnätter jämfört med föregående år.

Det goda resultatet tros bero på att en ny generation vandrare väljer att spendera semestern i svenska fjällen.

-Vi ser ett generationsskifte bland våra gäster med allt fler yngre människor som väljer svenska fjällen under sommarmånaderna. Det är inte bara vandring som lockar. Mountainbikeutflykter, löpning och tävlingar är populära aktiviteter bland de yngre, säger Helena Runeberg, platschef vid STF:s fjällstation i Abisko.

[Mer om sommaren i fjällen](#)

Stark sommar för hotell och restauranger

I september släppte Visita en färsk rapport som visar att besöksnäringen och turismen är den snabbast växande basnäringen. Rapporten visar bland annat att den totala restaurangförsäljningen ökade med 4,1 procent jämfört med motsvarande månader förra sommaren samt att det är utländska besökare som står för hela ökningen av gästnätter på kommersiellt boende.

[Sommaren 2015 i besöksnäringen](#)
[Ekonominyheter TV4](#), ca 3 min in i inslaget

Topppnotering för svensk camping

Sommaren 2015 verkar gå mot ännu en toppnotering vad gäller beläggning på svenska campingplatser. En undersökning som SCR



Svensk Camping låtit genomföra bland sina medlemmar visar att beläggningen är högre än rekordåret 2014, trots att sommaren varit utmanande vädermässigt.

Hela 65 procent av SCR Svensk Campings medlemsföretag uppger att beläggningen under juni-augusti i år varit bättre eller lika bra som förra året. Vidare uppger 78 procent att beläggningen avseende internationella gäster varit bättre eller lika bra som förra året.

[Ökad beläggning på Sveriges campingplatser](#)

Shoppingturism i Sverige

Den svenska shoppingturismen blir allt viktigare. Svensk Handels rapport Shoppingturism i Sverige 2015 visar att för många av de utländska turisterna som besöker Sverige är shopping ofta det huvudsakliga syftet med resan. Utländska gäster spenderar nästan halva reskassan i butikerna medan svenskar lägger nästan en fjärdedel på shopping. Det betyder att 74 miljarder kronor – motsvarande 11 procent av den totala detaljhandels omsättning kommer från besökare.

[Shoppingturism i Sverige 2015](#)

Stark tillväxtvilja bland turismföretagen

I Tillväxtverkets undersökning "Företagens villkor och verklighet" uppger fem procent av Sveriges små och medelstora företag att de har en stor försäljning till tillresta besökare.

Undersökningen visar att turismföretagen har en större framtidstro och vilja att växa än

genomsnittet för små och medelstora företag i Sverige, både vad gäller viljan att växa genom ökad omsättning och genom att anställa ny personal. Bland de företag som uppger att de vill växa anges i första hand åtgärder som handlar om olika sätt att nå marknaden som viktiga. Omkring en tredjedel anger också att anställa ny personal är en mycket viktig åtgärd för att kunna växa vilket ger en indikation om potentialen för framtida sysselsättningstillväxt inom näringen.

Läs mer om turismföretagens syn på sin egen tillväxt, sina utvecklingsmöjligheter och upplevda hinder på vägen i rapporten [Förutsättningar för turismföretagen i Sverige](#)

Nöjesparkernas betydelse för lokal turism

Nu visar en ny studie som presenterades under Euro Attractions Show i Göteborg hur nöjesparkerna påverkar den svenska ekonomin. Den nöjespark som påverkar den lokala turismen mest i landet är Liseberg som genererar hela 2.8 miljarder kronor till turismen i Göteborgsregionen. Det inkluderar intäkter för shopping, kaféer, restauranger och andra utflyktsmål.

För hela Svenska Nöjesparksföreningens, SNP:s medlemmar är summan 5,8 miljarder kronor. Ser man till andra stora nöjesparker – såsom Gröna Lund, Astrid Lindgrens Värld och Kolmården – har de också en mycket stor



inverkan på den lokala turismen. Detta genom att de årligen drar in mellan 230 och 247 miljoner kronor. Parkerna har också ofta en starkt varumärkesbyggande funktion, där de bidrar till att lyfta kunskapen kring och imagen för hela destinationen.

[Så viktiga är nöjesparkerna](#)

Följ oss på hemsidan och twitter

Glöm inte att hålla dig uppdaterade om vad som händer på Svensk Turism och inom svensk besöksnäring på www.svenskturism.se. Där hittar du även tidigare nyhetsbrev. Du kan också följa oss på twitter genom @besoksnaring <https://twitter.com/besoksnaring>

Kalendarium

- Besöksnäringens Sverigeturné, maj – november, [orter och datum](#)
- Svensk Besöksnäringkongress 17 mars

Svensk Turism AB

Sveavägen 25

Box 3546

103 69 Stockholm

Tel: 08-762 74 00

info@svenskturism.se