

2016

FAKTA OM TURISMEN

Samlad statistik från Jämtland Härjedalen



Snabba fakta

– om turismen i Jämtland Härjedalen

- Turismen i Jämtland Härjedalen omsatte 4,94 miljarder kronor 2016. Jämfört med 2015 en ökning med 300 miljoner kronor.
- Liftkortsförsäljningen (482 miljoner kronor) står för nästan en tiondel av den totala omsättningen. Antalet skiddagar vintern 2015/16 var nästan 2,5 miljoner. En ökning med 6% jämfört med 2014/15.
- Totalt 10,7 miljoner gästnätter (+4%), varav 3 miljoner i kommersiellt boende (+4%).
- Turismen genererar skatteintäkter (kommun och landsting) på cirka 650 miljoner kronor.
- Norge är den i särklass viktigaste utlandsmarknaden, 365 000 av totalt 622 000 utländska kommersiella gästnätter, en marginell ökning. Det totala antalet utländska kommersiella gästnätter ökade med 3% jämfört med 2015.
- Totalt knappt 1,2 miljoner dagsturister.
- Totalt genereras motsvarande knappt 7 000 årsarbeten av turismen.



Innehåll

Foto: Niclas Vestefjell

2	Sammanfattning
3	Innehållsförteckning
4	Jämtland Härjedalen Turism
5	Fakta och definitioner
6	Turismen i siffror
6	Turismen omsätter 4,65 miljarder
7	Turismens ekonomiska betydelse
8	10,7 miljoner gästnätter/år
9	Kommersiella gästnätter
10	Arbetsstillfällena och Skatteintäkter
11	Den svenska gästen
12	Bilden av Jämtland Härjedalen
13	Mer vinter än sommar
14	Gästen i Jämtland Härjedalen
15	Vintergästen i JH
16	Sommargästen i JH
18	Resanledningar
19	Skidåkning
20	Vandring och Cykling
21	Fiske
22	Gastronomy
23	Evenemang
24	Sevärdheter
25	Den internationella gästen
26	Vad attraherar utländska gäster?
28	Resan hit
28	Tåg, flyg, bil och buss
29	Framtidens gäster
30	Hur hittar nya besökare till regionen?
31	Ett gott värdskap ger fler gäster





Turister på Åreskutan. Foto: Sigvard Lindé

Jämtland Härjedalen Turism

**Turism är en basnäring i Jämtland Härjedalen och har varit så i långa tider.
De första besökarna var jägare som besökte regionen för ca 8 000 år sedan.**

De första jägarna följdes av pilgrimer, förbönder, blomsterherrar, luft- och brunnsgäster, jaktlorder och nationalromantiker fram till idag då det är svårt att tänka sig Jämtland Härjedalen utan turister.

I Jämtland Härjedalen finns oändliga möjligheter till naturbaserade aktiviteter både på sommaren och vintern, boende i allt från slott till koja, smidiga kommunikationer med resten av Sverige och världen och lokalproducerad mat när hungern sätter in. Besöksnäringen är idag en basnäring i Jämtland Härjedalen! Jämtland Härjedalen Turism, JHT, är en samverkansplattform som företräder regionens besöksnäring i nationella och internationella sammanhang samt verkar som projektorganisation. Medlemmar är destinationer, kommuner, Region Jämtland Härjedalen, STF, Inlandsbanan, Jamtli och Handelsbanken. Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen har tillsammans formulerat mål, vision och strategi som går hand i hand med den Regionala Utvecklingsstrategin, RUS.

Vi vill tillsammans fortsätta att utveckla besöksnäringen och vår vision är att Jämtland Härjedalen år 2030 ska vara en ledande region för naturbaserade upplevelser. Våra mål är att öka den årliga omsättningen inom besöksnäringen från 4,94 (2016) till 7,6 mkr/år år 2030. Antal årsarbeten ska öka från dagens 7 000

till 7 700 och antalet utländska gäster i kommersiella bäddar ska öka från dagens 622 000 till 1,1 miljoner år 2030.

JHTs projekt och projektmedverkan 2016 är steg på vägen mot de mål som finns för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen:

- Turism 2030, 2015-2018 med fokus affärsutveckling och kommunikation.
- Export 3.0, 2016: Underlätta en etablering av ett internationellt reguljärflyg, easyJet London Gatwick -Åre/Östersund airport.
- Framtidens destination, 2016-2017: Ta fram förslag på affärsmodell för destinationer respektive den gemensamma regionala delen.
- SPRIT, 2016-2017: Hur besökarnas utlägg/besöksnäringen påverkar andra branscher inom en destination, exemplet Funäsfjällen och Vemdalen.
- Deltagande: CRG – Creative Region of Gastronomy som ägs av Torsta 2015-2018.

Mer om JHT och pågående projekt: www.jht.se



*”Undersökningar och fakta
pekar mot ett högre intresse
för kortare resor mätt i tid
vilket ställer högre krav
på rikare innehåll,
högre tillgänglighet
och kortare restid.”*

Fakta och definitioner

**Turism omfattar människors aktiviteter när de reser till
och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare
tid än ett år, för fritid, affärer eller andra syften.**

Uppgifter om övernattningar är hämtade dels från Tillväxtverket/SCB:s inkvarteringsstatistik (redovisar hotell, vandrarhem, stugbyar, camping och förmedlat boende). Övriga övernattningar, liksom de turistiska utläggerna hämtades tidigare från TDB (Turistdatabasen) som är en rikstäckande resvaneundersökning bland Sveriges befolkning. För siffrorna som gäller 2016 har dessa uppgifter skattats, baserat på tidigare utfall och med hänsyn taget till utvecklingen av kommersiella gästnätter.

Att beräkna ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av turism är förknippat med metodologiska problem. Jämtland Härjedalen har använt den så kallade Turistekonomiska modellen (TEM) i ett flertal år och därigenom finns en jämförbarhet bakåt i tiden. Som vid alla undersökningar som baseras på stickprovsurval uppstår statistiska felmarginaler, vilket innebär att resultaten inte kan tas för absoluta sanningar utan är att betrakta som ungefärliga resultat. 2016 års siffror när det gäller ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter är skattade baserade på tidigare års utfall och med hänsyn taget till utvecklingen av kommersiella gästnätter.

I några av kapiteln, till exempel texten som handlar om vad som attraherar utländska gäster, finns smakprov från undersökningar som genomförs i Jämtland Härjedalen.

Visste du att...

Det finns många olika definitioner av ordet turism men den som JHT använder sig av är FN:s definition: ”Turism omfattar människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år, för fritid, affärer eller andra syften”. Från och med 2013 omfattar antal dagsbesök även kortare resor än 100 km.

Undersökningar och fakta pekar mot ett högre intresse för kortare resor mätt i tid vilket ställer högre krav på rikare innehåll, högre tillgänglighet och kortare restid. Turism är en mycket komplex företeelse. Det är den som konsumerar som bestämmer vad som är turism, inte den som producerar.

Turismen i siffror

Turismen omsätter 4,94 miljarder kronor

Den inresande turismen till Jämtland Härjedalen omsatte under år 2016 nästan 5 miljarder kronor. En ökning med nästan 300 miljoner kronor jämfört med 2015. Turistkronans fördelning är mycket stabil sett till de senaste 5 åren, med endast små förändringar.

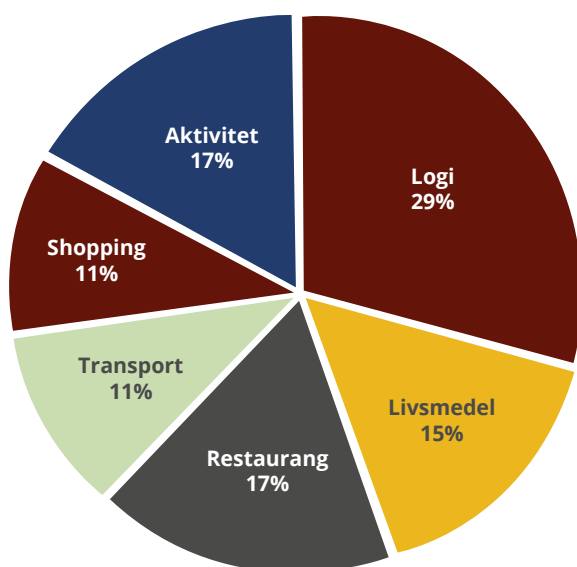
Logi, handel, restaurang och aktiviteter

Den samlade handeln; shopping och livsmedel står för 26% av omsättningen, logi 29% och restaurangerna 17%. Transport 11% och aktiviteter 17%, vilket är en förhållandevis hög andel jämfört med många andra områden (riksgenomsnitt 7%). Den främsta anledningen är stora intäkter från liftkortsförsäljningen, som säsongen 2015/16 uppgick till 482 miljoner kronor, vilket är en ökning med 28 miljoner kronor (+6%) jämfört med föregående säsong.

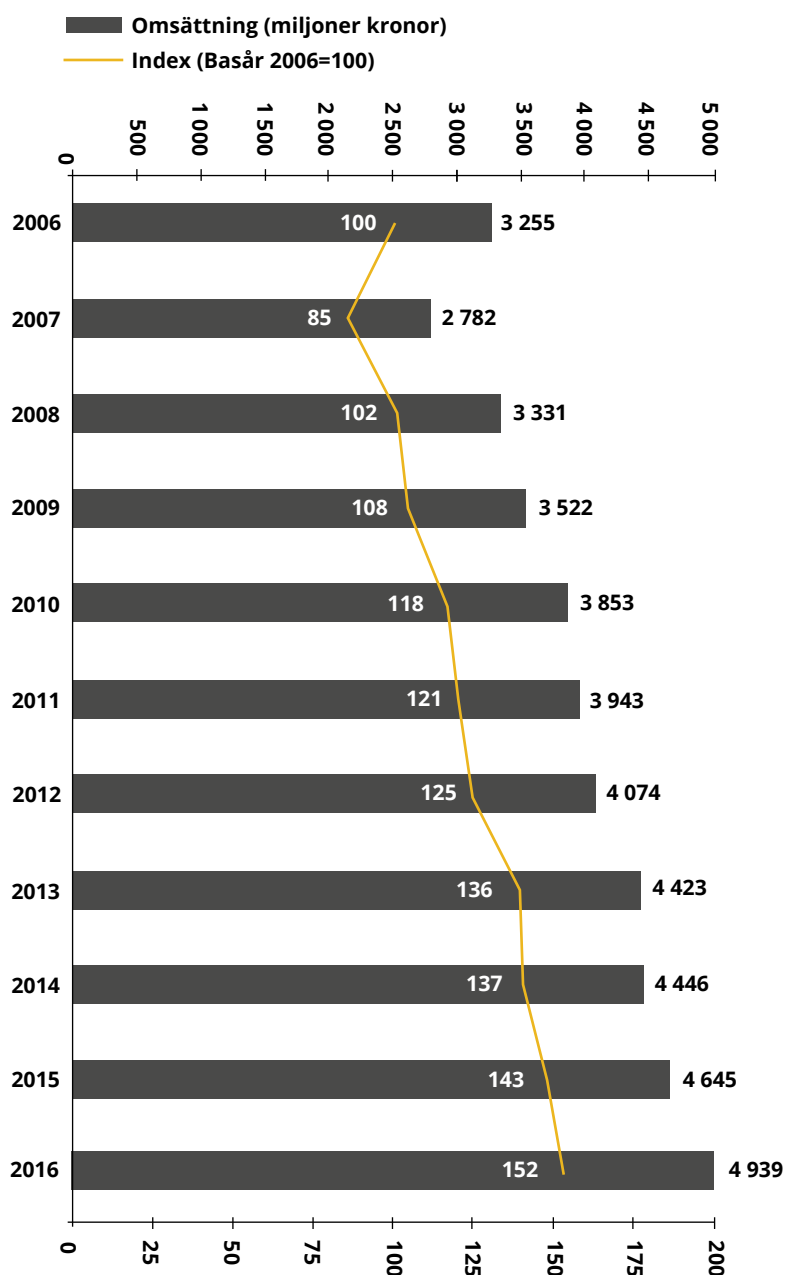
Jämtland Härjedalen - En turismberoende region

Sett i ett 10-årsperspektiv uppvisar Jämtland Härjedalen totalt sett en stadig omsättningsökning. Mellan 2006 och 2016 är ökningen 52%. Jämtland Härjedalens andel av den samlade svenska turismen är ligger strax under 4%. Som jämförelse så bor 1,3% av Sveriges befolkning i Jämtland Härjedalen. Detta understryker turismens betydelse för regionen. Jämtland Härjedalen är en av de mest "turismberoende" regionerna i Sverige.

Turistkronans fördelning av 4,94 miljarder kronor



Omsättningsutveckling 2006-2016



*"Jämtland Härjedalen är en av de mest
"turismberoende" regionerna i Sverige."*

Turismens ekonomiska betydelse

Kommersiellt boende ger drygt hälften av turistintäkterna

56% av de totala turistintäkterna kommer från besökare som bor kommersiellt, vilket är en något högre andel jämfört med 2015. Hyrd stuga/lägenhet/stugby är fortsatt den ekonomiskt viktigaste boendeformen och står totalt sett för 29% av omsättningen. Vinterturismen är en viktig förklaring. Den andra stora kommersiella boendeformen är hotellen med en andel på 17%, en liten ökning jämfört med 2015. Överlag handlar det om marginella förändringar jämfört med 2015, med som mest en procentenhet upp eller ner.

Det icke kommersiella boendet svarar sammantaget för ca 35% av

”Hotellgästerna spenderar mest, 1030 kronor per person och dygn, drygt 4 gånger så mycket som de som bor hos släkt och vänner och drygt 3,5 gånger så mycket jämfört med fritidshusboende.”

de totala utläggerna. Jämfört med riket som helhet så är fritidshusen en betydligt viktigare boendeform ekonomiskt sett i Jämtland Härjedalen, medan motsatsen gäller för boende hos släkt och vänner. Dagsbesök står för 9% av de totala utläggerna, samma andel som 2015.

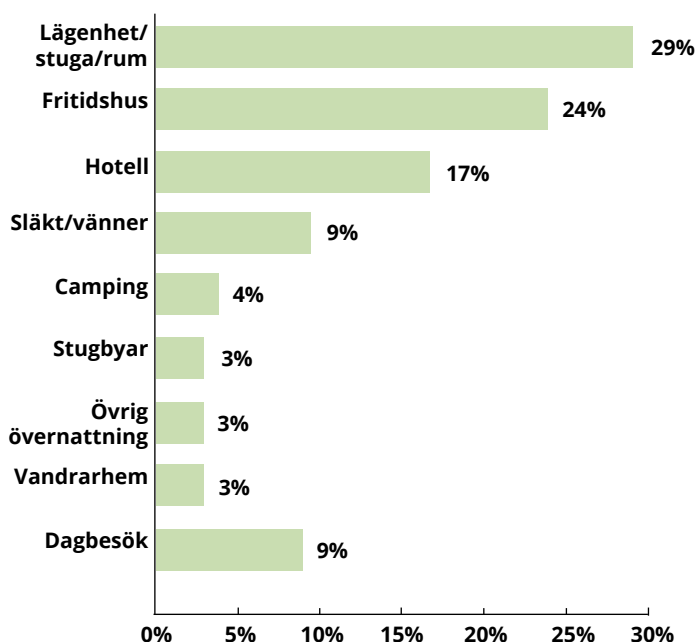
Genomsnittligt dygnsupplägg - hotellgäster spenderar mest

Det genomsnittliga dygnsutlägget ökar något, från 450 kronor (2015) till 459 kronor per person och dygn. Hotellgästerna spenderar mest, 1 030 kronor per person och dygn, en ökning med ca 60 kronor jämfört med 2015, och drygt 4 gånger så mycket som de som bor hos släkt och vänner och drygt 3,5 gånger så mycket jämfört med fritidshusboende.

Dagsbesökaren spenderar 360 kronor per person och dag, shopping är en viktig förklaring. Snittutlägget är i princip oförändrat jämfört med 2015.

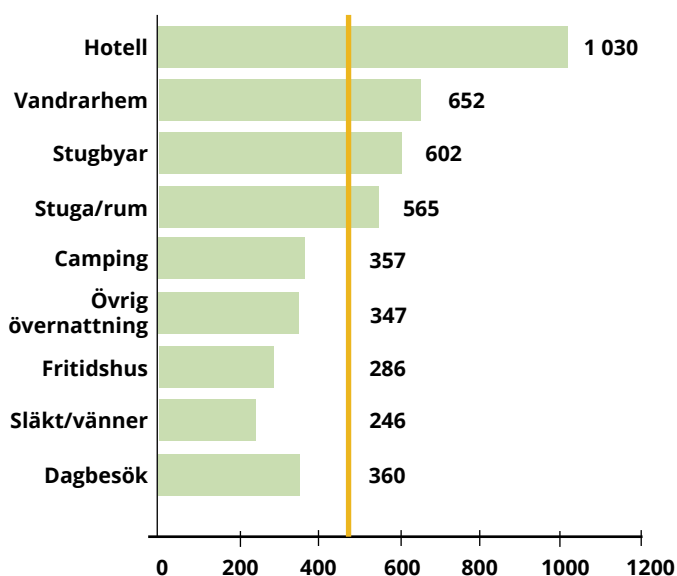
Utläggerna varierar stort beroende på besöksmål och årstid. Generellt sett spenderar vintergästen betydligt mer än sommar-gästen (liftkort, skidhyra etc). Den största volymtillväxten av kommersiella gästnätter skedde under vintermånaderna (ca +120 000 gästnätter), medan barmarkspérioden ökade med ca 15 000 gästnätter.

Utläggerna fördelade efter boendekategori



Andel av turismens totala omsättning. Hyrd lägenhet/stuga/rum betyder mest tack vare vinterturismen.

Genomsnittligt dygnsutlägg efter boendeform



Genomsnitt 459 kronor per person och dygn. Hotellgäster spenderar mest.

10,7 miljoner gästnätter/år

Sammantaget visar producentstatistik (SCB) tillsammans med skattningar att det totalt förläggs ca 10,7 miljoner övernattningar i länet. Det är en ökning med drygt 400 000 gästnätter (+4%) jämfört med 2015.

För de kommersiella boendeformerna som mäts via producentstatistik ökade förmedlade stugor/lägenheter med 58 000 gästnätter till 1,2 miljoner gästnätter (+5%) och merparten av volymökningen är kopplad till länets större skidorter under vintern. Hotellen ökade med 3%, i volym mätt (+26 000 gästnätter) och den totala volymen uppgår nu till ca 810 000 gästnätter. Vandrarhemmen ökade med 28 000 gästnätter (+17%), medan campingen redovisade +43 000 gästnätter vilket motsvarar +9%. Stugbyarna minskade däremot med 10%, motsvarande -31 000 gästnätter. Sammantaget ökade de kommersiella övernattningarna med 123 000 gästnätter (+4%).

Uppgifterna för fritidshus, boende hos släkt och vänner och privat uthyrning är skattade, med utgångspunkt från utfallet i tidigare stickprovsundersökningar. Här finns en inte obetydlig osäkerhet, både utifrån tidigare stickprovsundersökningar och för den skattade förändringen för 2016, vilken i stort är baserad på utvecklingen för det kommersiella boendet.

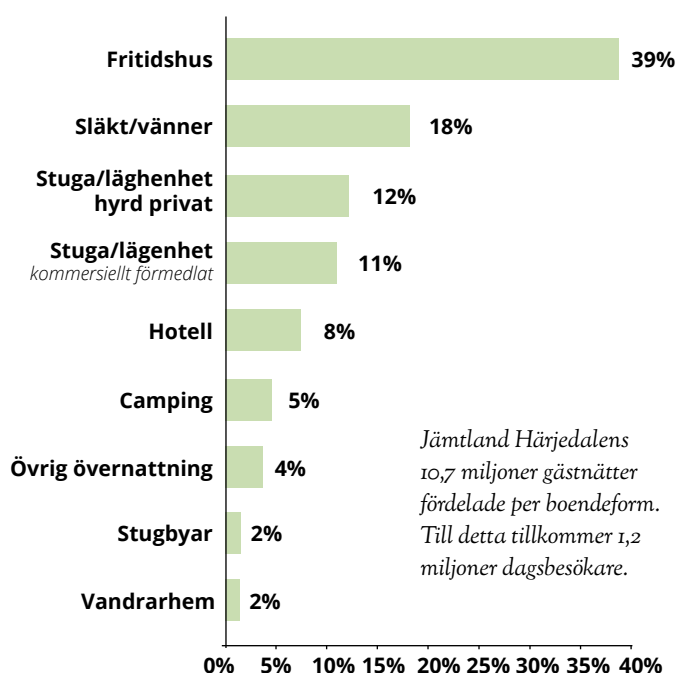
Under vintersäsongen sjunker andelen av det icke kommersiella boendet medan i första hand stuga/rum/lägenhet och hotell ökar sin andel. Sommartid ökar campingen.

Trenden när det gäller gästnätter är sedan 2007 tydligt positiv efter en nedgång under första hälften av 2000-talet. En del av förklaringen till att siffrorna fluktuerar en hel del är att siffrorna för de icke kommersiella boendeformerna, som också står för merparten av gästnätterna, beräknats utifrån en stickprovsbaserad konsumentundersökning. Men trenden de senaste 10 åren är otvetydigt positiv. Noterbart är också att antalet kommersiella övernattningar har ökat med 560 000 gästnätter sedan 2013, vilket motsvarar +23%.

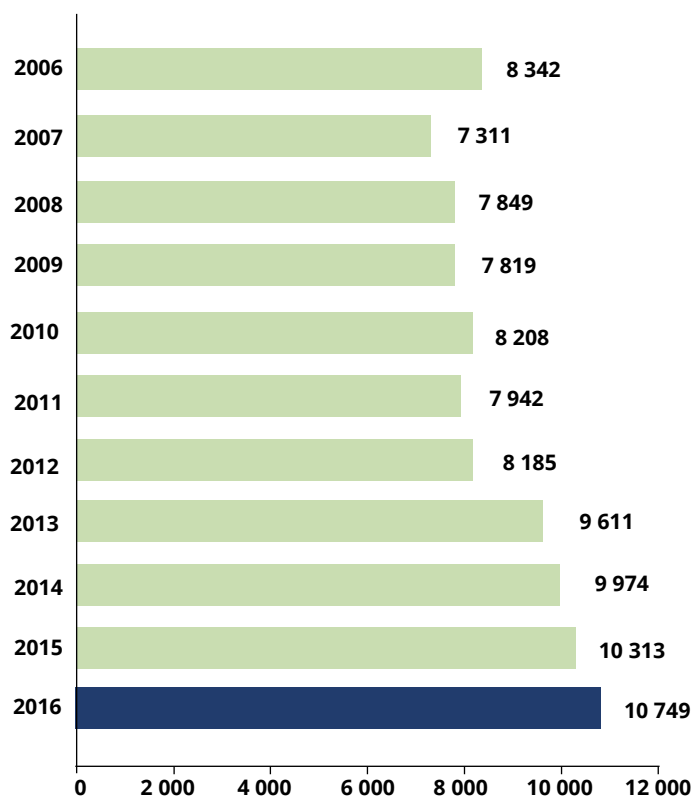
Sammantaget, sett över den senaste 10-årsperioden, innebär det att den totala omsättningsökningen är en effekt av både ökat antal gästnätter och att snittutläggen per gästnatt har ökat.

Antalet dagsturister uppgår med den nya mätmetoden, som även omfattar kortare dagsresor än 100 kilometer, till knappt 1,2 miljoner, en liten skattad ökning jämfört med 2015, men även dagsturismen mäts med osäkra metoder, vilket ger upphov till stora felmarginaler och därmed svängningar i siffrorna.

Totalt 10,7 miljoner gästnätter - 1,2 miljoner dagsturister



Gästnätter 1000-tal



Kommersiella gästnätter

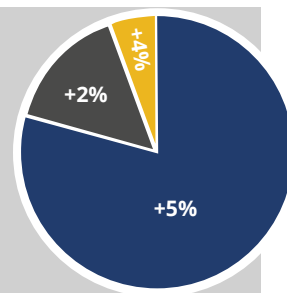
Det totala antalet kommersiella gästnätter (hotell, stugby, vandrarhem, camping och kommersiellt förmedlade stugor/lägenheter) uppgick 2016 till 3 miljoner.

Den svenska marknaden stod för 2,38 miljoner, Norden för 453 000, medan övriga utlandet genererade 169 000 gästnätter.

Jämfört med 2015 så är det en ökning med +4%, motsvarande +123 000 gästnätter. Den svenska marknaden ökade med +5% (+106 000 gästnätter), medan övriga Norden redovisade +2%, motsvarande +10 000 gästnätter. Övriga utlandet ökade med 7 000 gästnätter (+4%).

Fakta

Antal kommersiella gästnätter 2016 på hotell, stugby, vandrarhem, camping, kommersiellt förmedlat boende samt procentuell förändring jämfört med 2015:



 Sverige	2 378 488 (+5%)
 Övriga Norden	452 992 (+2%)
 Övriga utlandet	168 684 (+4%)
 Totalt	3 000 164 (+4%)

Foto: Sandra Lee Pettersson, Buustamons Fjällgård



Arbetsstillfällena och skatteintäkter

Turismen skapar arbetsstillfällena

Totalt genereras motsvarande 4 534 direkta helårsarbeten av turismen i Jämtland Härjedalen. Utöver detta skapas också ett stort antal arbetsstillfällena indirekt, exempelvis bagerier som förser butiker och restauranger med bröd och revisionsbyråer som hjälper turistföretagen med redovisning och bokslut. Detta ger totalt knappt 7 000 helårsarbeten baserat på regionens inkomster från turismen. Med hänsyn till säsongvariationer och deltidsarbete är det betydligt fler som arbetar med turismen. Under högsäsong står uppskattningsvis direkt sysselsättning i turismbranschen för minst 10% av regionens samlade sysselsättning.

Kurvan över sysselsättningsutvecklingen följer i stort den som gäller för omsättningsökningen. Nedgången under 2012 beror främst på vissa förändringar i turistikronans fördelning, där omsättningen i personalintensiva branscher som logi har minskat något till förmån för transport, där sysselsättningseffekten är lägre. Före 2013 räknades heller inte de korta dagsresorna med. Sett till den senaste 10-årsperioden är ökningen 23%, vilket är lägre jämfört med omsättningsökningen, men i omsättningsförändringen är inte hänsyn taget till inflation/prisökningar.

Besöksnäringen – en motor för Jämtland Härjedalen

Det finns även andra sätt att belysa och analysera turismens betydelse ur ett ekonomiskt och sysselsättningsperspektiv. En analys av registerdata i kombination med enkäter till företag i destinationerna Funäsfjällen och Vemdalen genomfördes 2016 med uppgifter för år 2014. Resultatet visar på ett eftertryckligt sätt besöksnäringens betydelse som motor för dessa destinationer.

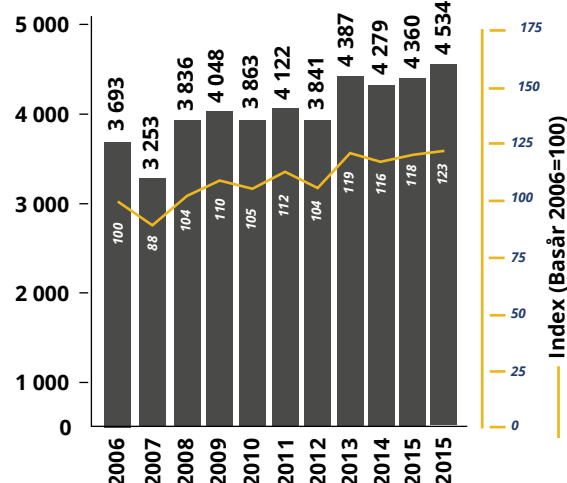
Exemplet Funäsfjällen

Totalt genererade företagen i Destination Funäsfjällen en omsättning på knappt 810 miljoner kronor 2014. Nästan 3/4 (600 miljoner kronor) beräknas vara en direkt eller indirekt effekt av turismen i området. Totalt sysselsattes drygt 1 300 personer i området under 2014 och ungefär 3/4 av dessa var direkt eller indirekt beroende av turismen. Den sammanlagda utbetalda lönesumman som ett resultat av turismen uppgick till drygt 130 miljoner kronor av den totala lönesumman på 184 miljoner kronor. Drygt 8 av 10 tillfrågade företagare i Funäsfjällen anger att besöksnäringen har stor till helt avgörande betydelse när det gäller förutsättningarna för företagets verksamhet/existens.

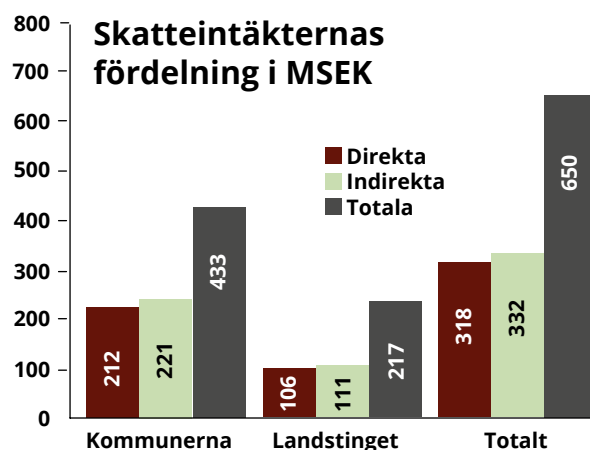
Exemplet Vemdalen

Totalt genererade företagen i Destination Vemdalen en omsättning på drygt 605 miljoner kronor. Nästan 80% (470 miljoner kronor) beräknas vara en direkt eller indirekt effekt av turismen i området. Totalt sysselsattes drygt 1 000 personer i området under 2014 och knappt 8 av 10 av dessa var direkt eller indirekt beroende av turismen. Den sammanlagda utbetalda lönesumman som ett resultat av turismen uppgick till drygt 100 miljoner kronor av den totala lönesumman på 129 miljoner kronor. Drygt 8 av 10 tillfrågade företagare i Vemdalen anger att besöksnäringen har stor till helt avgörande betydelse när det gäller förutsättningarna för företagets verksamhet/existens.

Antal årssysselsatta inom besöksnäringen i JH 2006-2016



Skatteintäkternas fördelning i MSEK



Många arbetsstillfällena innebär stora skatteintäkter

Direkta skatter kommer från sysselsättningen i de företag som direkt påverkas av besökarnas utlägg. Indirekta skatter avser de företag som fungerar som underleverantörer till de företag som berörs direkt. Nya beräkningsmodeller från och med 2013 medför att jämförelser med tidigare års siffror inte kan göras.

Sysselsättningen som genereras av turismen ger löneskatter till Jämtland Härjedalen på totalt ca 650 miljoner kronor per år. Två tredjedelar tillfaller kommunerna medan landstinget får en tredjedel. Skatteintäkterna följer i stort sysselsättningen, men kan på grund av ändrade beräkningsgrunder inte rakt av jämföras med tidigare årsserier.

En utmaning inte minst för fjälldestinationerna och de berörda kommunerna är att stimulera säsonganställda att skriva sig inom kommunen. En analys av registerdata för Åre kommun (2015) visar till exempel att av de 7 360 som under 2015 fick lön utbetalt av något företag i Åre kommun, så var 2 870 (39%) inte skrivna i Åre kommun, vilket innebär att de skattar i någon annan kommun. En tredjedel av dem som inte var skrivna i Åre kommun (950 personer) var skrivna i övriga Jämtlands län. Men 1 920 personer av de som jobbar i Åre skattar utanför Jämtland Härjedalen. Samma mönster gäller för såväl Funäsfjällen som Vemdalen, där ca 4 av 10 är skrivna utanför Härjedalens och Bergs kommuner.

Den svenska gästen

Under vintern är Stockholms-marknaden dominerande och viktig, vilket gäller för samtliga stora vinterdestinationer i Jämtland Härjedalen.

4 av 10 svenska vintergäster kommer från Stockholms län, vilket i relation till befolkningsunderlaget är en kraftig överrepresentation.

Marknaden från Götaland står totalt för ungefär en fjärdedel och här börjar det ökade resavståndet "ta ut sin rätt". Lofsdalen har dock en mycket stark position i Götaland, med en andel på drygt en tredjedel, medan å andra sidan andelen gäster från Norrland är mycket låg, vilket också gäller för Funäsfjällen, om än inte lika tydligt. Övriga Mellansverige är viktigast för Funäsfjällen och Lofsdalen, följt av Vemdalen. Resavstånd och kommunikationer har en stor generell påverkan på var marknadstyngdpunkten ligger.

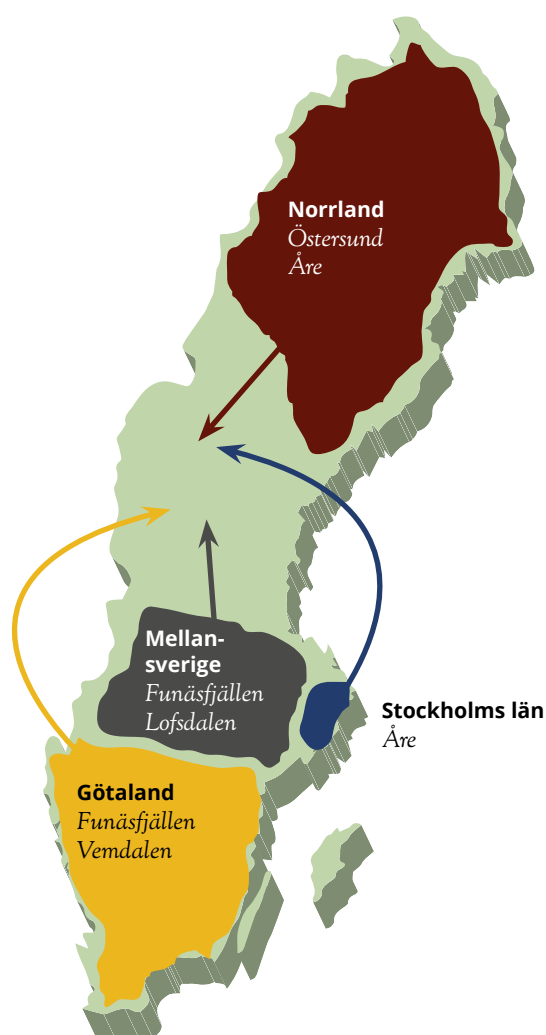
Sommargästen är inte densamma som vintergästen

Under sommaren minskar betydelsen av Stockholmsmarknaden, även om den fortfarande är mycket viktig, med en andel på en knapp fjärdedel. Övriga marknader flyttar fram sina positioner, framförallt Mellansverige, som är nästan lika stor som hela Götaland, mellan 25-30%. Även Norrland är något mer betydelsefull på sommaren jämfört med vintern. Norrland har störst betydelse framförallt för Östersund, men även Åre. Götaland är viktigast för Funäs- fjällen och Vemdalen, medan Stockholmsmarknaden är utmärkande för Åre. Övriga Mellansverige har en särskilt stark position i Funäsfjällen och Lofsdalen.

Vintergästen



Sommargästen



Bilden av Jämtland Härjedalen

Under november 2014 intervjuades 500 slumpmässigt utvalda svenskar (18-74 år) om vilken bild/uppfattning de har om Jämtland Härjedalen (Bilden av JH 2014).

Jämtland Härjedalen är totalt sett tämligen välkänt bland den svenska allmänheten och hamnar högt på listan över geografiska associationer (platser/orter) som man förknippar med norra Sverige. Samtidigt har Jämtland Härjedalen tappat lite position, framförallt till Västerbotten, jämfört med motsvarande undersökning som genomfördes 2009. Umeå som kulturhuvudstad har naturligtvis bidragit till att positionera Umeå. När undersökningen gjordes 2009 var det tämligen tätt inpå alpina VM i Åre och skidskytte VM i Östersund, evenemang som bidrog till stor medial exponering. Östersund och Åre är de orter som hamnar högst på listan över orter som associeras med Jämtland Härjedalen.

Jämtland Härjedalen

– ett starkt potentiellt resemål sommar som vinter

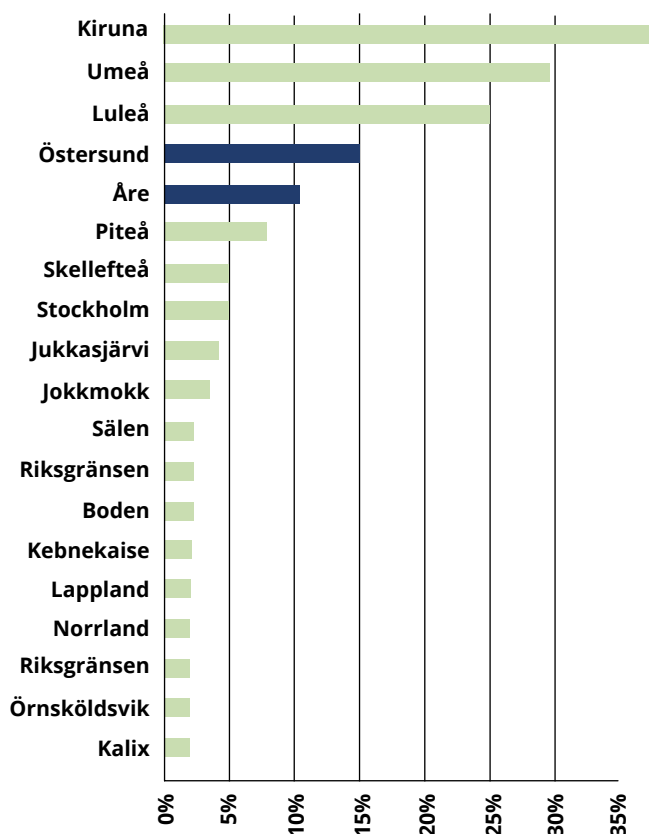
När det handlar om potentiella resmål inom norra Sverige så har Jämtland Härjedalen en ännu starkare position än vid en

jämförelse över hela Sverige. Det gäller både sommar och vinter, men allra tydligast på vintern, då Jämtland Härjedalen toppar listan. Sommartid hamnar Jämtland Härjedalen på en delad andraplats (Bilden av JH 2014).

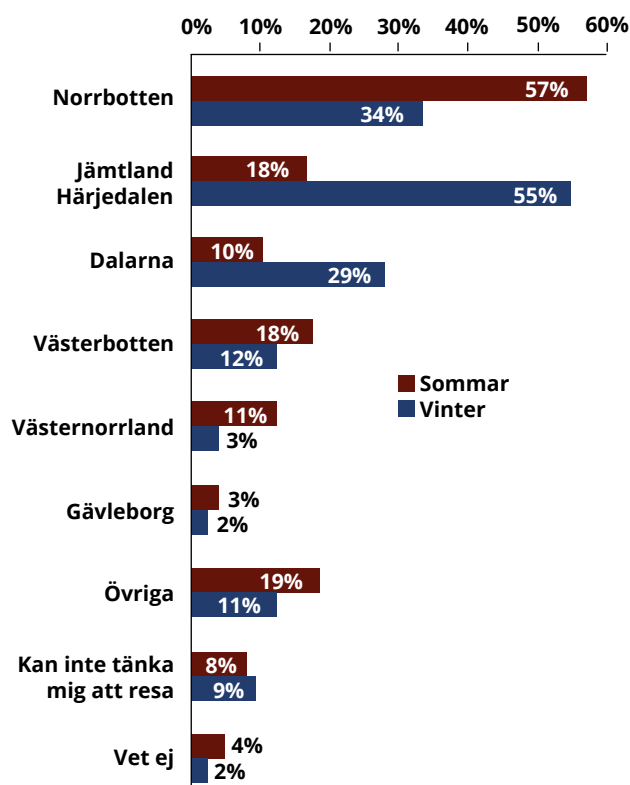
Östersund sommaretta och Åre vinterretta

Sommartid toppar Östersund bland enskilda orter i Jämtland Härjedalen, endast slagen av Kiruna och Umeå och med Åre på en 10:e plats. Vintertid är det omvänt förhållande där Åre utmärker sig mycket starkt med en tydlig 1:a plats med en svarsandel på 37%, följt av Sälen på 21%. Vemdalen har stärkt sin position jämfört med 2009 och hamnar nu på 4:e plats. Även Östersund och Funäsdalen finns med på topp 15-listan (Bilden av JH 2014).

Spontana associationer - orter/platser i norra Sverige



Efterfrågade resmål vid en resa till norra Sverige



Mer vinter än sommar

Turism, vintersport, friluftsliv och natur

Jämtland Härjedalen har sammantaget en stark position bland den svenska allmänheten, men utmärker sig allra tydligast som ett område som sammankopplas med vinter. Det gäller såväl allmänt som när det handlar om resande.

Bidragande är naturligtvis de många och starka vinterdestinationerna med Åre i spetsen och de starka traditionerna till skidsport i allmänhet och de många lyckade tävlingsarrangemangen i alpint, längdåkning och skidskytte (Bilderna av JH 2014).

Utöver vinter och vinterupplevelser märks att Jämtland Härjedalen i hög grad förknippas med natur/naturupplevelser, uttryckt både som konkreta naturtyper, men också i termer av vacker natur, ren oförstörd miljö etc.

Jämtar och härjedalingar är gästvänliga

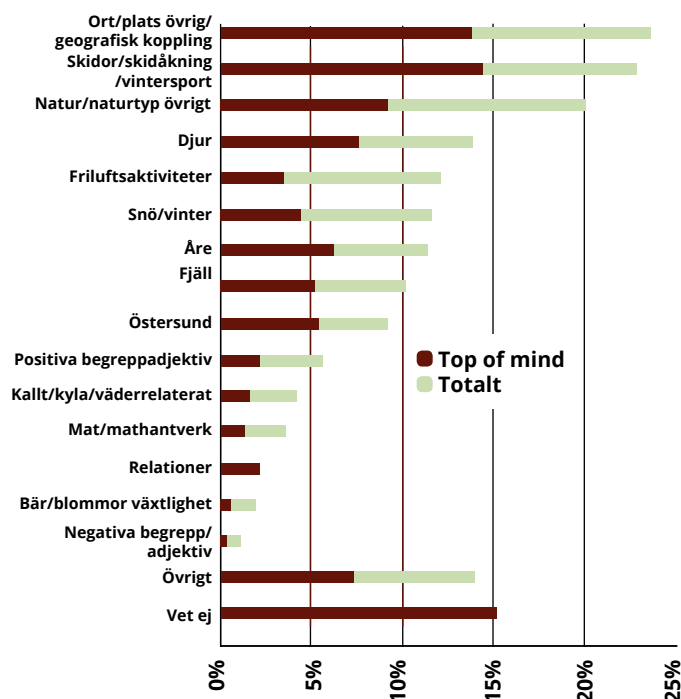
Synen på befolkningen är också positiv, beskriven både som öppen och gästvänlig, vilket också märks i olika gästundersökningar, samt i termer av en sund och aktiv livsstil (Bilderna av JH 2014).

Fortfarande okänt om Jämtland Härjedalen

Områden som ytterligare behöver stärkas är i hög grad kopplade till företagande, arbetsmarknad, forskning och utbildning enligt undersökningen.

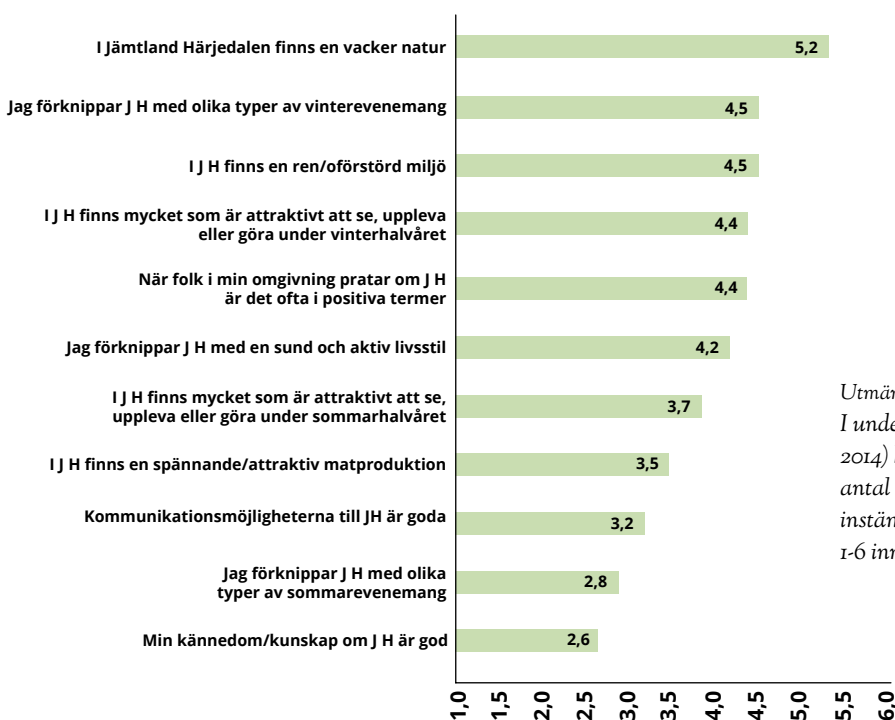
Näringslivet i Åre kommun är t ex mycket livaktigt. I kommunen finns mer än 2 200 aktiva företag. Turismen är självklart en dominerande näringsgren, andra framgångsrika företag finns inom handel, design, tillverkningsindustri och jordbruk (are.se).

Spontana fria associationer till Jämtland Härjedalen – kategoriserade svar



Antalet nystartade företag i Åre kommun är mycket högt och kan mäta sig med storstadsregionerna. 10,7 nystartade företag per 1 000 invånare vilket innebär en 2:a plats i Sverige (are.se). Att Östersund är en del av Mittuniversitetet är inte allmänt känt bland Sveriges befolkning (Bilderna av JH 2014) och inte heller att Vintersportcentrum i Östersund erbjuder en unik forskningsmiljö med grunden i en stark forskning inom idrott, prestation och hälsa, med en absolut spetskompetens inom vinteridrott.

Påståenden om Jämtland Härjedalen



Utmärkande för Jämtland Härjedalen I undersökningen från 2014 (Bilderna av JH 2014) har de svarande fått ta ställning till ett antal påståenden och ange i vilken grad de instämmer till dem. Ett högre värde på skalan 1-6 innebär högre instämmeelsegrad.

Gästen i Jämtland Härjedalen

Med jämna mellanrum genomförs gästundersökningar på olika destinationer runt om i Jämtland Härjedalen.

Vinterundersökningar har genomförts på fem olika destinationer; Bydalsfjällen, Funäsfjällen, Lofsdalen, Vemdalen och Åre. De fyra sistnämnda ingick även i en gemensam sommarundersökning 2011, vilket tillsammans med en separat undersökning som genomfördes av Östersund sommaren 2015 och Åre Destination 2015 och 2016, ger en bra bild av Jämtland Härjedalens sommarturism.

Från sommaren 2012 finns dessutom en mindre undersökning som genomfördes i området runt Storsjön.

Vinterundersökningarna omfattar totalt nästan 4 000 (2011) respektive 6 000 svar (2012), knappt 5 000 svar 2013 (3 destinationer) samt 5 700 svar 2014 (3 destinationer), medan sommarundersökningen 2011 handlar om knappt 1500 svar samt 940 svar för Östersund 2015 och 1 890 respektive 1760 svar för Åre 2015 och 2016.

Sommargästen reser runt

- vintergästen besöker en destination

Sommarturismen i Jämtland Härjedalen skiljer sig en hel del åt jämfört med vinterturismen. Vintertid utgörs en absolut merpart av destinationsspecifikt resande, men även fjälldestinationerna har under sommaren en tämligen hög andel destinationsspecifika besök. Från Östersunds undersökning framgår att 66% har haft Östersund som resans huvudmål, även om det i den gruppen är en relativt stor andel som också besöker andra platser/områden under resan.

Foto: Mark Going Columbia Sportswear



Vintergästen i Jämtland Härjedalen

Barnfamiljer dominerar i Lofsdalen och Bydalsfjällen

Under vintern ökar barnfamiljernas betydelse bland Jämtland Härjedalens besökare och ligger totalt strax under 60% med en särskilt tydlig dominans i Lofsdalen och i Bydalsfjällen.

Skidåkning lockar mest

På frågan om vad man skulle vilja göra/se/uppleva under en eventuell resa till Jämtland Härjedalen så är skidåkning och då allra främst utförsåkning det som lockar mest. Men även längdåkning uppvisar en stark och ökande efterfrågan. Man kan se en tydlig tendens till en framväxt av alternativa aktiviteter till skidåkning, främst skoter, men också mer äventyrsrelaterade aktiviteter (Bildn av JH 2014).

Skidåkning största besöksanledningen

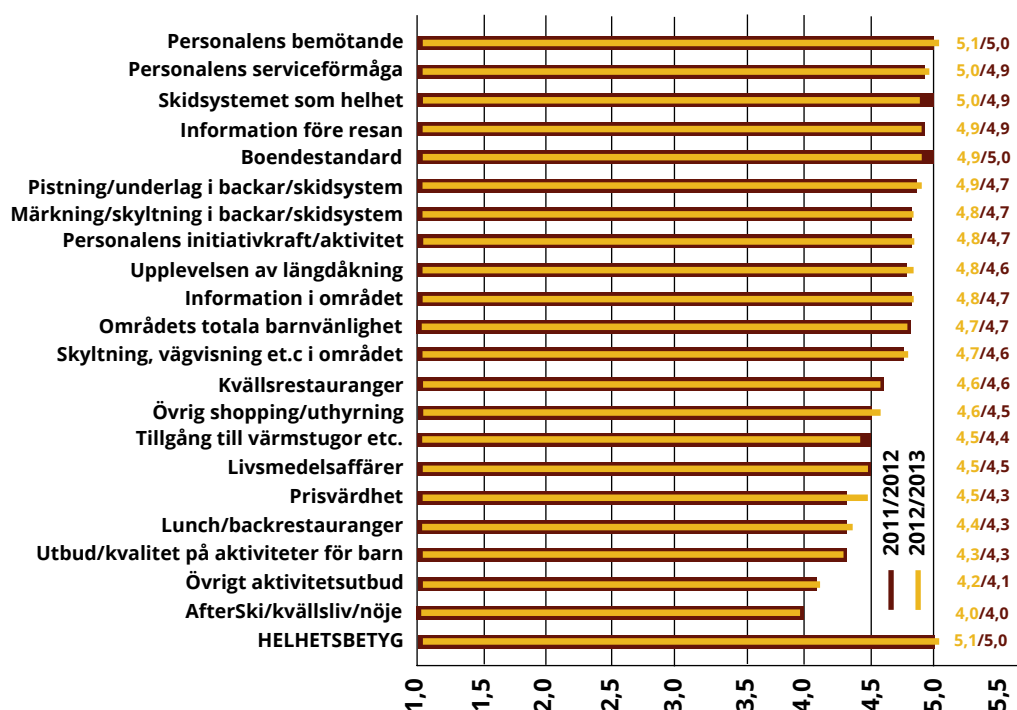
Skidåkning och då framförallt utförsåkning är inte oväntat den dominerande besöksanledningen och man kan konstatera att det i ungefär 9 av 10 resällskap är en eller flera personer som åker liftburen skidåkning, inklusive snowboard. Samtidigt kan man notera att längdåkning under de senaste 5-6 åren påtagligt har ökat i betydelse och nu ligger på en andel mellan 14%-58%, högst i Funäsfjällen, lägst i Åre.

Hälften är återkommande gäster

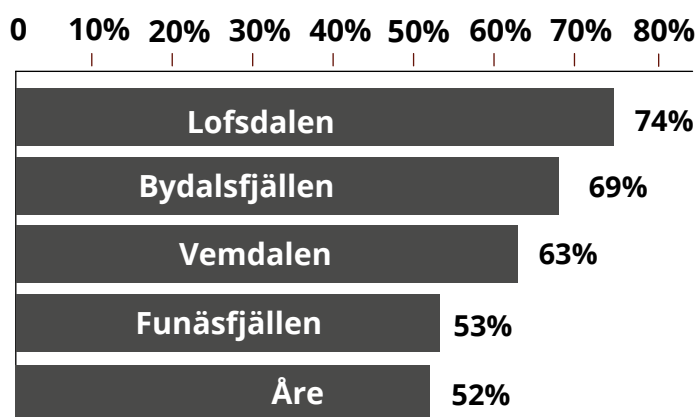
Andelen förstagångsbesökare ligger tämligen jämnt fördelad runt drygt 20%, (något lägre i Åre) medan drygt hälften kan betecknas som troget återkommande besökare. Vintertid är bilen det dominerande färdssättet, det är egentligen bara Åre som kan räkna in högre andelar via kollektiva färdssätt, främst tåg, följt av flyg.

Kvalitetsutvärdering vinterundersökningen 2012/13

(Funäsfjällen, Åre och Vemdalen) jämfört med 2011/12. Medelbetyg på en 6-gradig skala.



Andel barnfamiljer vinterundersökningen 2012 (Åre 2016)



Vintergästerna har höga förväntningar

Vintergästerna ger generellt sett lite lägre betyg jämfört med sommargästerna, men man ska vara medveten om att det till stora delar handlar om andra gäst kategorier på vintern jämfört med sommaren, där vintergästerna generellt sett kan karaktäriseras som mer krävande med höga förväntningar. Tendensen för de 4 destinationer (Funäsfjällen, Vemdalen, Åre, Lofsdalen) som har genomfört undersökningar under perioden 2011-2014 är stabil till positiv när det gäller gästupplevd kvalitet.

"Kärnupplevelserna" får goda betyg där skidåkning, värdskapet, boendet och barnvänligheten hamnar högt upp på listan. Totalbetyget för besöket hamnar på ett medelvärde inom intervallet 5,0-5,3 på en 6-gradig skala. Andelen troliga/säkra återvändare ligger inom intervallet 72-80% och 56%-74% anger att de säkert kommer att rekommendera vänner och bekanta.

Genomsnittligt utlägg bland vinterbesökarna

I genomsnitt spenderar varje besökare ca 760 kronor per person och dygn på destinationen (säsongen 2011), det vill säga drygt 150 kronor mer jämfört med sommaren 2011. Skillnaderna mellan de olika destinationerna är större på vintern jämfört med sommaren. Åres gäster hamnar i topp på 1 392 kronor per person och dygn (Åre Destination 2016), vilket är mer än det dubbla jämfört med Lofsdalens resultat två år tidigare, där nivån ligger på 543 kronor (2014). Utläggen ligger på en generellt sett högre nivå, men särskilt tydligt för restaurang/nöje, och i faktiska kronor också när det gäller logi och shopping.

Sommargästen i Jämtland Härjedalen

Barnfamiljer dominerar i Åre och Östersund

Under sommaren är andelen barnfamiljer högst i Östersund, 58% och Åre, 51% (2016).

Vandring och rundtursresor på sommaren

Sommartid dominerar vandring/fjällvandring bland efterfrågade aktiviteter, följt av rundtursresor där man ser och upplever olika typer av saker, exempelvis besöker evenemang och sevärdheter. Även fiske har en stark position som dragare under sommaren. Under sommarhalvåret kan man se en tendens till ökat intresse för olika typer av äventyrsinriktade aktiviteter inklusive cykling/mountainbike (Bilderna av JH 2014).

Aktiviteter, vandring och sevärdheter

Resanledningarna under sommaren skiljer sig en hel del åt mellan de olika destinationerna, men man kan konstatera att olika typer av aktiviteter är ett bärande tema, där vandring har en dominerande ställning på samtliga fjälldestinationer. Fisket är också ett viktigt inslag, framförallt i Vemdalen och Lofsdalen. I Åre och Funäsfjällen är inslagen av mer "äventyrliga" aktiviteter tydliga, särskilt i Åre genom bl a cykling, forsaktiviteter, klättring och zipline. Men även olika typer av besöksmål, allt från Sonfjällets nationalpark, till Fjällmuseet i Funäsdalen och Tännforsen. I Östersund är det bl a Jamtli och Frösö Zoo som är starka dragare bland besöksmålen. Betydelsen av bad märks främst i Åre

och Östersund. Andelen barnfamiljer 2015 är 58% i Östersund och 51% i Åre 2016 (se diagram), medan andelen barnfamiljer är lägre i övriga destinationer i sommarundersökningen från 2011.

Shopping är framförallt viktigt för de norska gästerna och märks främst i Åre och Östersund, men också i Funäsdalen. Olika typer av evenemang är också starka reseanledningar, allra tydligast i Östersund med Storsjöcupen och Storsjöyran, men det finns även gott om exempel på andra evenemang som lockar betydande besöksvolym, t ex Marknaden i Funäsdalen, St Olavsloppet och Färviken Game Fair.

Bland besökarna i området runt Storsjön spelar sevärdheter/besöksmål en stor roll, medan aktiviteter har en förhållandevis mindre betydelse. Även besök av släkt/vänner och vistelse i eget fritidshus är förhållandevis viktiga besöksanledningar.

Många förstagsbesökare i Lofsdalen och Vemdalen

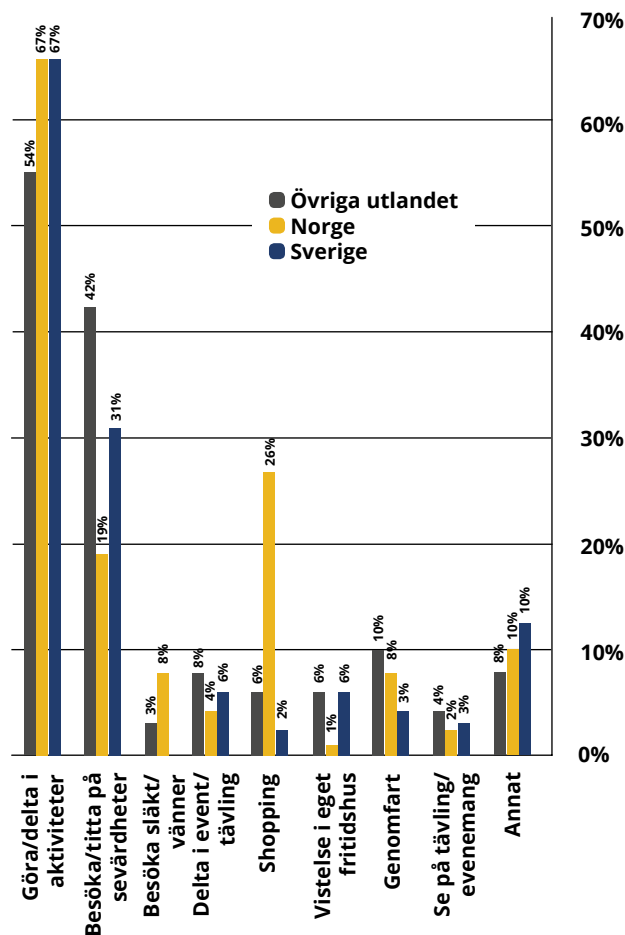
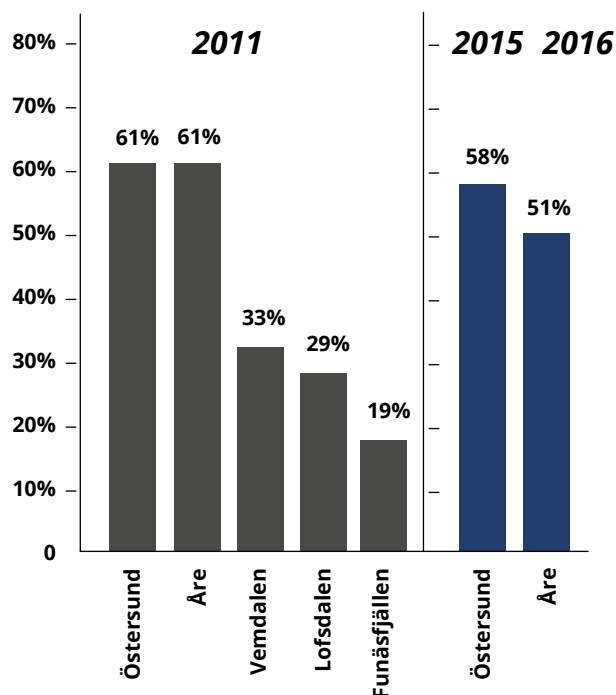
Totalt ca 30% har aldrig tidigare besökt den aktuella destinationen tidigare på sommaren. I Östersund är andelen förstagsbesökare lägre, knappt 18%, medan motsatsen gäller för Lofsdalen och Vemdalen, där andelen förstagsbesökare ligger runt 40%. Åre Destination redovisar 35% förstagsbesökare i den senaste sommarundersökningen.

9 av 10 kommer med bil

Huvudsakligt ressyfte sommarundersökningen 2011

(Funäsfjällen, Lofsdalen, Vemdalen, Åre)

Andel barnfamiljer



”Ungefär 6 av 10 svarar att de säkert kommer att rekommendera resmålet till vänner och bekanta.”



Foto: Sandra Lee Pettersson

Drygt 9 av 10 reser med bil, medan tåget spelar en viss roll för Åre och Östersund liksom buss för Lofsdalen. Ca 80% av besökarna (Östersund undantaget) gjorde någon form av förbokning, där en absolut merpart handlar om boende. Man ska dock vara medveten om att urvalsramen för undersökningen har bestått av kundregister från kommersiella boendeanläggningar (Östersund undantaget).

Betyg från sommargästerna

Gästerna är totalt sett nöjda, särskilt utmärkande är faktorer kopplat till värdskap. En viktig utmaning ligger i attraktionskraften för barn och ungdomar där betygen är låga (Östersund och Åre undantaget). Detta förklarar också att andelen barnfamiljer totalt sett är lägre på sommaren jämfört med vintern. Ett annat viktigt område handlar om öppethållande/servicenivå, där det finns brister under framförallt senare delen av sommaren. För de flesta områden ligger dock betygen på en bra nivå och totalbetyget för besöket hamnar på medelvärdet 5,3 på en 6-gradig skala. De senaste undersökningarna i Åre och Östersund visar dock lite lägre resultat, kanske en effekt av lite mer ”krävande” gäster.

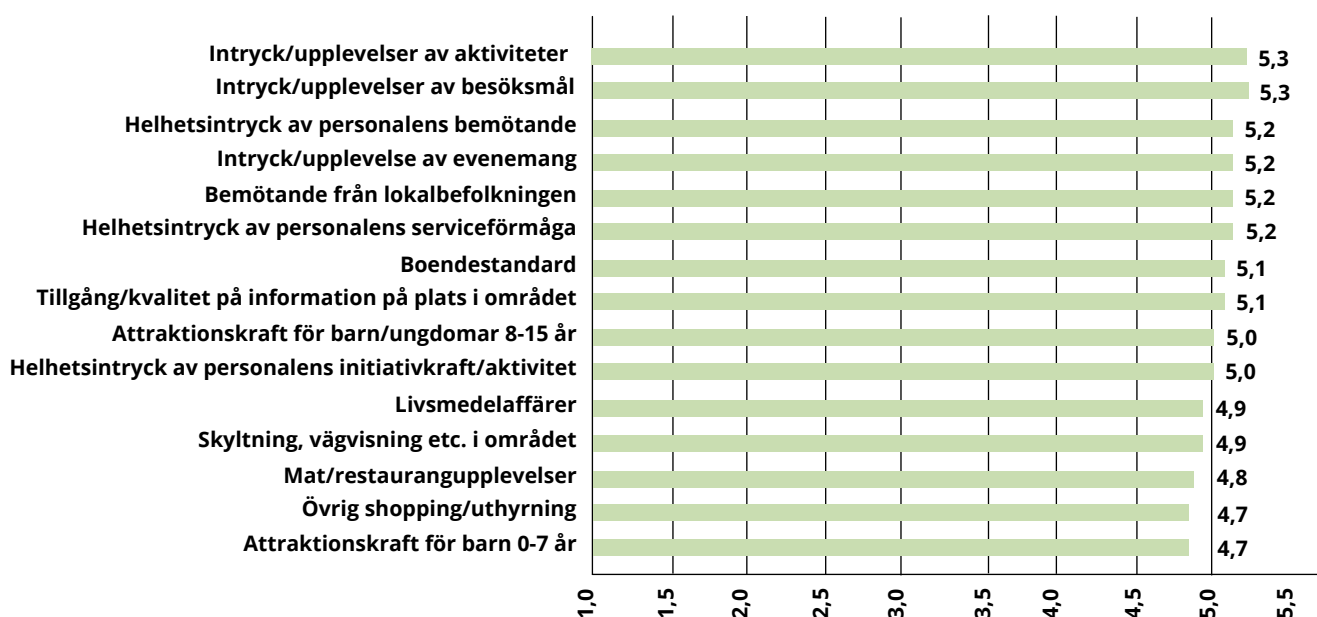
Ungefär 6 av 10 svarar att de säkert kommer att rekommendera resmålet till vänner och bekanta. Utfallet från undersökningen runt Storsjön (2012) är totalt sett något bättre, såväl när det gäller totalbetyg, som viljan att återvända och att rekommendera. Utmaningen för det här området handlar framförallt om nyrekrytering av gäster. Utvecklingen är dock positiv.

Genomsnittligt utlägg bland sommarbesökarna

I genomsnitt spenderar varje besökare 597 kronor per person och dygn på destinationen (2011). Detta avser de fyra fjälldestinationerna, där urvalsramen består av kommersiellt boende gäster. I Östersund, där samtliga typer av besökare ingår ligger nivån på drygt 660 kronor per person och dygn (2015). För Åre sommaren 2015 hamnade nivån på knappt 100 kronor per person och dygn. Åreundersökningen jämfört med Östersund, baseras dock bara på kommersiellt boende gäster, vilket gör att utläggerna för logi driver upp nivån i Åre, i kombination med en lägre andel barnfamiljer, för vilka snittutlägget per person i regel är lägre. I undersökningen runt Storsjön ingick inte denna fråga.

Kvalitetsutvärdering sommarundersökning 2011

(Funäsfjällen, Lofsdalen, Vemdalen och Åre) Medelbetyg på en 6-gradig skala



Reseanledningar

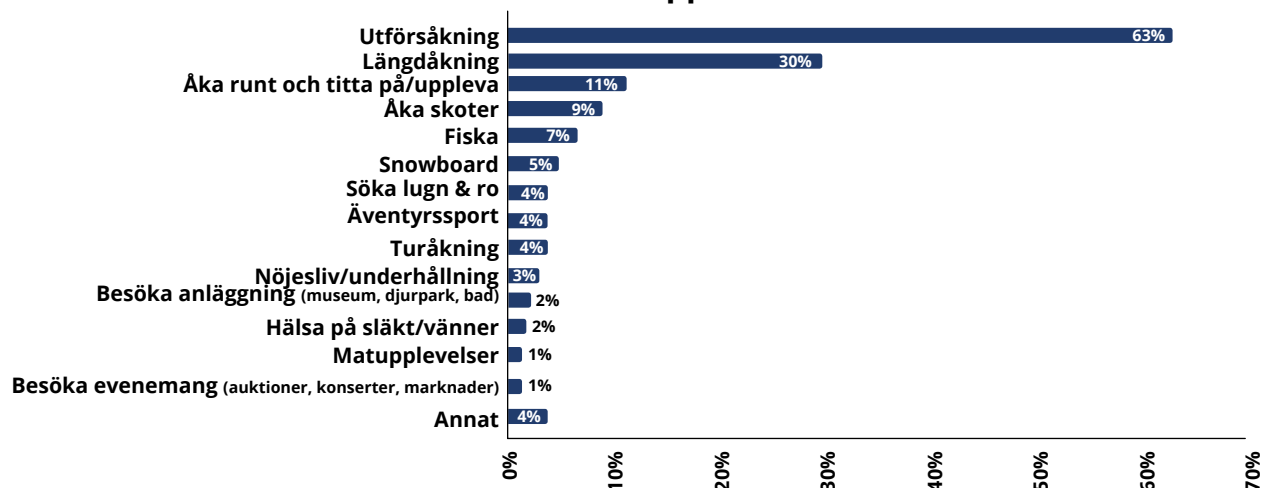
Under november 2014 intervjuades 500 slumpmässigt utvalda svenskar (18-74 år) om vilken bild/uppfattning de har om Jämtland Härjedalen (Bilderna av JH 2014).

På frågan om vad man skulle vilja göra/se/uppleva under en eventuell resa till Jämtland Härjedalen så är skidåkning och då allra främst utförsåkning det som lockar mest (Bilderna av JH 2014).

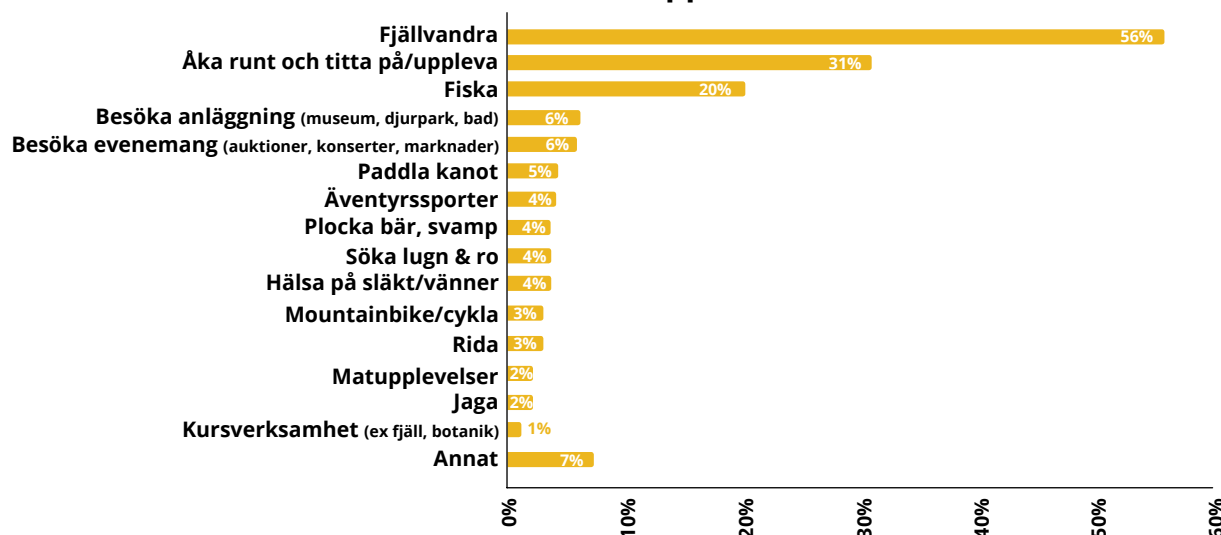
Men även längdåkning uppvisar en stark ökande efterfrågan. Man kan också se en tydlig tendens till en framväxt av alternativa aktiviteter till skidåkning, främst skoter, men också mer äventyrsrelaterade aktiviteter.

Sommartid dominerar vandring/fjällvandring bland efterfrågade aktiviteter, följt av rundtursresor där man ser och upplever olika typer av saker, exempelvis besöker evenemang och sevärdheter. Även fiske har en stark position som dragare under sommaren. Under sommarhalvåret kan man se en tendens till ökat intresse för olika typer av äventyrsinriktade aktiviteter inklusive cykling/mountainbike.

Göra/se/uppleva vintertid



Göra/se/uppleva sommartid



Skidåkning

Åre är Jämtland Härjedalens största alpina skidort, medan Funäsfjällen dominerar inom längdåkning. Samtliga skiddestinationer erbjuder även andra vinteraktiviteter.

Nästan 2,5 miljoner skiddagar på länets skidanläggningar

Skidåkning är den aktivitet som lockar besökare allra mest till Jämtland Härjedalen vintertid. Även längdåkning lockar, liksom andra äventyrsrelaterade aktiviteter som skoteråkning.

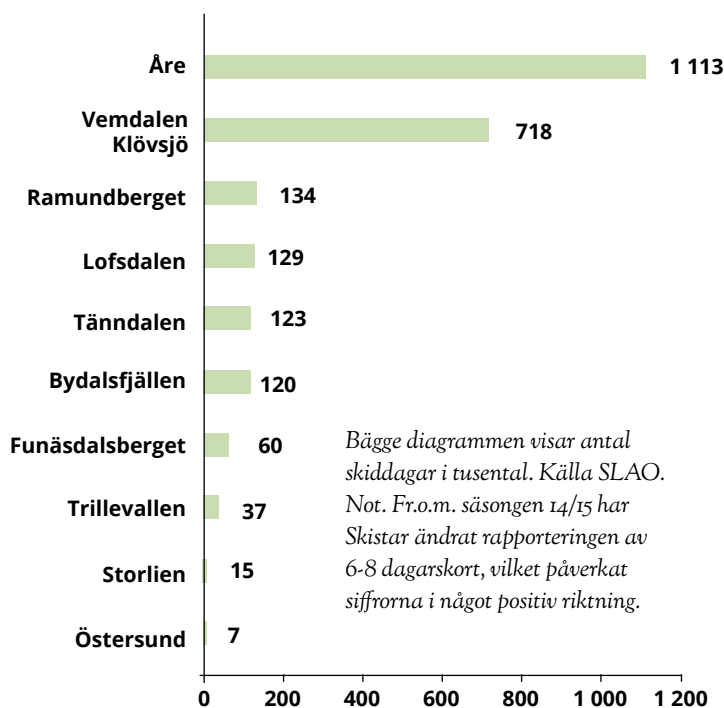
Det totala antalet skiddagar (1 person som åkt skidor under 1 dag) på länets skidanläggningar uppgick vintersäsongen 2015/2016 till nästan 2,5 miljoner, vilket är ökning med 146 000 skiddagar, motsvarande drygt +6% jämfört med föregående säsong. Det är

samtidigt "all time high". Antalet skiddagar har visat en uppåtgående trend de senaste 4-5 säsongerna efter en nedgång från den tidigare toppnoteringen från säsongen 2008/2009.

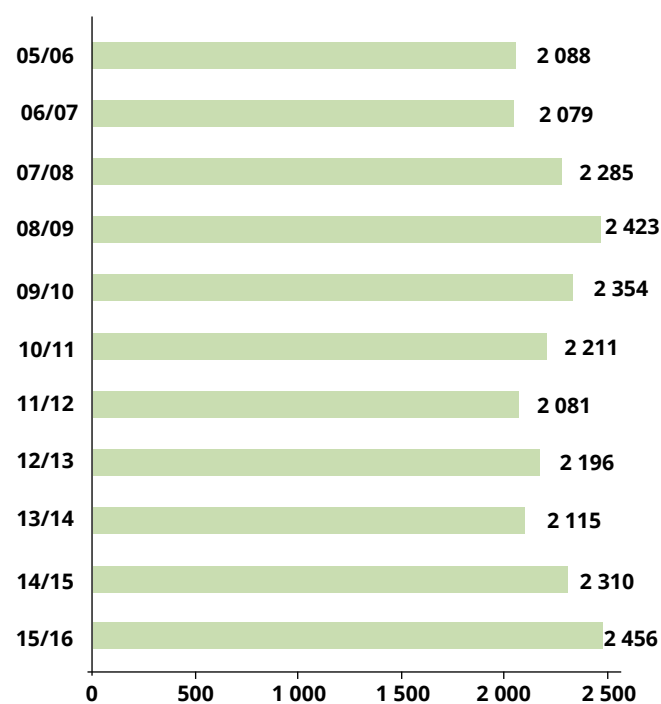
Åre svarar för 45% (1 113 000 skiddagar) av dessa, följt av Vemdalen inklusive Klövsjö med 718 000 skiddagar. På tredje plats hamnar Funäsfjällen med ca 320 000 skiddagar. Vemdalen är den destination som har uppvisat störst ökning under senare år.

Jämfört med säsongen 11/12 har antalet skiddagar ökat med 375 000. Samtidigt har andra destinationer ökat när det gäller antalet gäster/gästnätter, tack vare ett breddat utbud av olika aktiviteter. Den totala liftkortsförsäljningen uppgick till 482 miljoner kronor, en ökning med +6% jämfört med säsongen 2014/2015.

Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2015/2016



Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2006-2016



Visste du att...

- Lagom till jul 2016 invigdes en ny sexstolslift i Hamra. Investeringen om 50 miljoner har en kapacitet på 2600 åkare i timmen. (Grönklittsgruppen)
- Ett av världens längsta skidsystem finns i Funäsfjällen. Nordic Ski Center för längd- och turåkning har 300 km pistade och välskyltade spår samt 450 km rödade turleder. Spårkort är obligatoriskt. (Funäsfjällen)
- Östersund har snögaranti för längdåkning från 1 november. Konstsnowspåret är avgiftsbelagt under viss

del av året. Östersunds kommun sköter totalt om 150 km preparerade skidspår. Av dessa är 40 km elbelysta. Dessutom finns 25 km skidspår som sköts av ideella föreningar. Via en app kan intresserade se vilka spår som just preparerats. (Östersunds kommun)

- De brantaste pisterna i Jämtland Härjedalen är "Rännan" i Lofsdalen (42 grader), "Nol i Egga" på Funäsdalsberget (40 grader) och "Stövelbranten" i "Störtloppet" i Åre (33 grader).

Vandring och cykling

Jämtland Härjedalens långa tradition som vandringsdestination håller i sig och har på senare år också utvecklats mot att bli en stark cykeldestination.

Här finns ett stort utbud av dagsturer i lågland, fjällterräng och upp på toppar med oslagbara vyer. För cyklisten finns utmanande downhill-leder och spännande cross country-cykling med lugn cykling längs med vackra landsvägar.

STF gör fjällvärlden tillgänglig

Svenska Turistföreningen (STF) har en lång tradition i Jämtland Härjedalen och har stor betydelse för utvecklingen av regionens fjällturism. Första boendet i området var Sylhyddan som stod klar 1890. STF driver sin verksamhet både genom eget ägda och drivna anläggningar och genom franchiseavtal med olika typer av boendeanläggningar, både hotell och vandrarhem.

I fjällområdet från Funäsfjällen i söder till Storlien i norr, Höglekardalen i öster och norska gränsen i väster finns över 500 km skid- och vandringsleder i till stora delar väglöst land. I området finns idag fyra fjällstationer och sju fjällstugor som ägs och drivs av STF. Fjällstationerna och stugorna är öppna under vintern från mitten av februari till månadsskiftet april/maj och under sommaren från midsommar till slutet av september. Ett säkerhetsrum finns öppet på varje plats för fjällbesökare utanför ordinarie säsonger. STF driver även ett vandrarhem i centrala Åre i egen regi.

STF har franchiseavtal med boendeanläggningar i Härjedalen: Ramundberget, Ljungdalen, Sveg/Mysoxen, Tännadalen/Skarvruet, Tännäs och Vemdalen. I Jämtland med: Persåsen, Åkersjön,

Almdalens Fjällgård, Björkvattnet, Hammarstrand/Lergodset, Kolåsen, Edsåsdalen, Storliens Fjällgård, Vålådalen, Åsarna, Östersund/Jamtli och Östersund/Ledkryset.

Jämtlandstriangeln

Jämtlandstriangeln är en klassisk fjälltur som går mellan tre fjällstationer, Storulvån, Sylarna och Blåhammaren. Storulvån Fjällstation nås med bil och utgör en av de större inkörsportarna till den jämtländska fjällvärlden. Sylarna är det mest högalpina området i den södra fjällkedjan och erbjuder bl a spännande toppturer och bra offpistiskidåkning. Det var Sylarna som lockade de första turisterna till området. Blåhammaren är STF:s högst belägna fjällstation på 1 086 meter över havet. Det är STF:s minsta, men med den mest omtalade middagen.

Helags

Vid Helags Fjällstation finns Sveriges sydligaste glaciär och den högsta toppen söder om polcirkeln. Området runt Helags hyser en av Sveriges största fjällrävspopulationer och tillsammans med en guide från stationen kan man få möjlighet att se dessa sällsynta djur. Helags togs med av National Geographic 2015 som en av "the worlds best summit hikes".

STF-gästnätter

Totalt genererar STF:s egna anläggningar i Jämtland Härjedalen 65 201 gästnätter, vilket är en ökning från föregående år med 1,2% (+763 gästnätter jämfört med 2015).

Franchiseanläggningarna i Jämtland hade 59 147 gästnätter 2016 (+12% jämfört med 2015) och Härjedalen hade 65 612 gästnätter 2016 (-1% jämfört med 2015).

STF totalt i Jämtland Härjedalen hade ca 189 960 gästnätter 2016 jämfört med 181 322 gästnätter under 2015.

Visste du att...

- Det finns 154 naturreservat i Jämtland Härjedalen och en nationalpark, Sonfjället. (Länsstyrelsen Jämtlands län)
- Åre Bike Park har ca 40 leder. Sommaren 2016 hade liftarna i Åre ca 25 587 (+2,5%) cykeldagar. Liftåkande gäster utan cykel mellan benen var 32 138 (+11%). (Skistar Åre)
- Åre Bike Festival är en årligen återkommande vecka fylld av olika cykelaktiviteter för både våg- halsar och motionärer med aktiviteter både i Åre Bike Park och runt Åre.
- Lofsdalen Bike Park har 7 leder om totalt 16 km från grön till svart. Skogsleden är den nyaste, en maskingrävd 3,6 km lång led med valmöjligheter längs med så att ett gäng med olika färdigheter kan åka samtidigt.
- I Funäsfjällen har 30 Guldturer iordningställts så att vandrare enkelt hittar ut till de finaste lederna. För cyklisterna finns 423 kilometer cykelled i varierande terräng och svårighet.
- Åres cykelomsättning 2016 var drygt 32 miljoner kronor. I detta ligger cykelrelaterad omsättning samt cyklisternas handel, mat och logi. (Åre Destination)

Fiske

Vattnet är en stor naturresurs i Jämtland Härjedalen. Alltsedan engelsmän och skottar kom till Jämtland Härjedalen via Norge vid sekelskiftet och uppförde sk jaktstätt i fjällvärlden har fisketurism varit en stor reseanledning och en populär aktivitet för många av regionens besökare framförallt på sommaren, men även på vintern.

Öring, röding, harr och sik är naturligt förekommande i stora delar av regionen och utgör den viktigaste resursbasen för fisketurismen. På senare år har även gäddan kommit att bli en allt mer populär sportfisk i Jämtland Härjedalen, främst bland utländska besökare.

Visste du att...

- I Jämtland Härjedalen finns 17 000 sjöar med en yta av 4 500 km² och 2800 km älvar och åar.
- Mer än 200 lokala fiskevårdsorganisationer är engagerade i fiskevårdsarbete och försäljning av fiskekort till besökare.
- Funäsfjällen har ett av Sveriges största sammanhängande fiskekortsområden med fiske i över 200 fjällsjöar och i mer än 30 mil av strömmande vatten på ett och samma fiskepass.
- Storsjön har en area på 464 kvadratkilometer och är till ytan Sveriges femte största sjö. Storsjön är den största sjön inom ett enda län. Storsjön omfattas av det fria handredskapsfisket som innebär fritt fiske med handredskap från land och brygga.
- Drömfiske Jämtland Härjedalen är ett varumärke. Som fiskegäst garanteras du att det i varje specifikt fiskevatten utövas en aktiv fiske-/beståndsvård vilket borgar för ett långsiktigt hållbart fiske med god kvalitet. I anslutning till de vatten som ingår i Drömfiske finns tillgång till guide, fiskeinformation och möjlighet att köpa fiskekort. De guider, boendeanläggningar och annan kringsservice som ingår i Drömfiske har särskilda krav på sig när det gäller kunskap och service för att din fiskeupplevelse ska bli den allra bästa.
- Den största öringen som drogs upp i Lofsdalen 2016 vägde 9,8 kg!

Foto: Niclas Vestefjell





Foto: Sandra Lee Pettersson

Gastronomy Jämtland Härjedalen

Mat är en källa till njutning, måltiden en viktig mötesplats och matvanorna en del av kulturen. I Jämtland Härjedalen finns ett stort utbud av lokalproducerad mat, ett naturens skafferi som förädlas runt om i landskapet. Jämtland Härjedalen Turisms temaarbete tillsammans med andra aktörer kring Gastronomy Jämtland Härjedalen medverkar på olika sätt till att göra den lokala matproduktionen mer tillgänglig och synlig för besökare.

I Jämtland Härjedalen finns flest mathantverkare i hela landet och här finns flest antal medaljörer i SM i mathantverk genom tiderna. Totalt finns ca 150 lokala matproducenter. Många av dem har även servering.

Eldrimner är ett nationellt centrum för mathantverk som har stor betydelse för utvecklingen av både den lokala maten i Jämtland Härjedalen och nationellt. Centrat finns i Ås, strax utanför Östersund.

Det finns ca 30 gårdsmejerier i Jämtland Härjedalen, vilket är mer än hälften av alla gårdsmejerier som finns i hela Sverige.

Matakademien i Jämtland Härjedalen testar och kvalitetsmärker restauranger som är särskilt duktiga på att tillhandahålla och servera lokal mat. Leta efter skylten "Mer värd mat" vid ingången till restaurangen.

I JH finns cirka 45 000 renar och ca 95 företag som huvudsakligen är sysselsatta med rennäring i 11 samebyar.

I Jämtland finns ett av Sveriges minsta och mest prisbelönta bryggerier. Jämtlands bryggeri i Pilgrimstad har vunnit över 132 medaljer genom åren på Stockholm Beer and Whisky festival, där man konkurrerat om medaljerna tillsammans med ca 600 andra ölmärken. Det finns idag ett stort antal lokala bryggerier i tillägg, t ex i Tännäs, Lofsdalen, Åre och Östersund.

Idag brukas nästan 25 fåbodar i Jämtland Härjedalen traditionellt, dvs med fritt skogsbete, mjölkdjurshållning och beredning av mjölken på vallen. Några få av dessa är öppna för besökare under sommaren. Därutöver finns ca 75 fåbodar som används för kreatursbete och slätter. Förr kunde en gård ha en fåbod för försommarbruk och en för högsommarbruk. Djuren betade fritt och hämtades hem vid Mickelsmäss i slutet av september. (Länsstyrelsen Jämtlands län)

2016 fanns 23 av Jämtland Härjedalens restauranger med i presti- gefyllda White Guide. Totalt fanns 598 svenska restauranger i listan. Östersund är en av de cafétätaste städerna i Sverige, tre av caféerna finns med på White Guides cafélista.

Östersund och Jämtland utnämndes 2010 till gastronomisk region i FN-organet UNESCOs nätverk Creative Cities Network. Utmärkelsen är en bekräftelse på Östersund och Jämtlands höga nivå inom gastronomi och mathantverk. Städer/ regioner från hela världen som identifierat kultur och kreativitet som en viktig tillväxtfaktor träffades i Östersund 2016 för en gemensam internationell konferens.

Jämtland Härjedalens största evenemang

Evenemangen är viktiga för Jämtland Härjedalen. De ökar kännedomen om Jämtland Härjedalen och genererar gästnätter, intäkter och arbetstillfällen. Andra effekter är ökad sammanhållning och ökad trivsel för både gäster och boende.

Storsjöyran i Östersund med Yranveckan lockade 2016 ca 244 000 personer med kulmen under festivaldagarna fredag – lördag med ca 36 000 inlösta personer. Den veckolånga fotbollsturneringen i Östersund för ungdomar med ett stort antal norska deltagare, Storsjöcupen, hade närmare 125 000 deltagare/besök vid matcherna.

Jämtland Härjedalens största evenemang

Evenemang	Antal besök 2016
Storsjöyran, Östersund	280 000
Storsjöcupen, Östersund	124 721
Gregoriemarknaden, Östersund	50 000
Östersundstravet	34 418
Jamtli Julmarknad, Östersund	27 000
Åre Höstmarknad	20 000
Expo Norr, Östersund	16 000
WC Skidskytte, Östersund	15 000
Västgård Game Fair, Åre	10 000
Östersundsrevyn	9 930
Jämtlands stora pris, Östersund	9 336
Hus- & Hemmässan, Vemdalen	8 200
Hotingtravet	7 375
Jämtland Game Fair, Frösön	7 000
Ovalla travbana, Oviken	7 000
Svegs sommarmarknader	6 000
St Olavsloppet, Ösd – Trondheim	5 994
Diggiloo, Utanede	5 000
Diggiloo, Hammarstrand	5 000
Bräcke marknad	5 000
Vemdalens hembygdsgård	5 000
Hammarstrands marknad	3 000
Dundermarknaden, Strömsund	3 500
Fröjdholmen dansbana, Myrviken	3 500
Fjällmaratonveckan, S Årefjällen	2 500

Med reservation för att beräkningsmetoder av antal deltagare/besökare varierar.



Foto: Göran Strand

Visste du att...

- Gregoriemarknaden har anor från Vikingatiden. 1986 återuppstod marknaden i modern tappning och är nu en mötesplats för förbänders och knallar som säljer både hantverk och moderna varor.
- Hotingtravet startade 1907 med istrav på Täsjön. 1943 flyttades travtävlingarna till Hotingsjön i och med att järnvägen gjorde att Hotings samhälle växte. När vattenregleringar gjorde istrav riskabelt bestämde man sig för att anlägga en travbana på Andersnäset utanför Hoting. Evenemanget pågår under en vecka och lockar många kända namn inom travsporten.
- Storsjöcupen är Sveriges äldsta och fjärde största fotbollsturnering för ungdomar, 11-16 år gamla. 500 lag från ett tiotal nationer möts årligen i Östersund.
- Varje år i början av september arrangeras VM i älgskånskastning i samband med Älghälga i Svenstavik, Södra Storsjöbygden.
- Färviken Game Fair ersattes 2016 av Västgård Game Fair i Kallbygden och Jämtland Game Fair på Frösön, båda under sista helgen i juli.

Jämtland Härjedalens största sevärdheter

Bland sevärdheterna lockade Storsjöbadet i Östersund flest besökare med över 255 000 besökare 2016, med bassänger inom- och utomhus samt vattenrutschbanor. Även badet på Holiday Club i Åre lockar många besökare. Jamtli (upplevelse-/läns museet i Jämtland Härjedalen) hade närmare 200 000 besökare till de året-runt-öppna basutställningarna och Historieland med aktörer sommartid och arkiv för dem som vill lämna in eller låna minnen från förr och nu.

Visste du att...

- Döda Fallet, Ragunda, skapades när Vildhussens uppdrag att ordna en alternativ flottningsled gick snett 1796.
- Berggrundens struktur och gjorde att en hel sjö tömdes. Processer pågår för att utveckla Döda Fallet mot ett framtida Världsarv.
- Fröå gruva lockar med renoverade byggnader, guidade turer, café, vandrings- och skidleder. Allt startade 1744 när Anna Larsdotter från Björnänge hittade koppar på platsen.
- Hovermo gårdsmuseum drivs av bröderna Folke och Yngve Eriksson. Deras farfarsfar Johannes Andersson köpte gården 1867 och startade sågverk, kvarn, smedja och eget kraftverk. En familjedriven gårdsindustri, som idag visas för allmänheten.
- Hoverbergsgrottan utanför Svenstavik är Skandinavien största klyftgrotta. I Svenstavik finns dessutom Sveriges enda odjurscentrum.
- Jamtli invigdes 1912 och är idag ett av Sveriges bästa museer med sina nyskapande metoder för att tillgängliggöra historia. 2018 öppnar en ny del för att kunna visa konst, en filial för Nationalmuseum som får tillnamnet Norr.
- Surfbukten vid gångbron mellan Frösön och Östersund har på några få år utvecklats till ett skönt häng för sommarlediga. Här finns en eldragen wire för wakeboard, hopptorn och andra sommaraktiviteter.

Största sevärdheterna

Besöksmål	Antal besök 2016
Storsjöbadet, Östersund	255 403
Jamtli, Östersund	199 478
Frösö Zoo	109 500
Multichallenge	
äventyrshus, Östersund	84 198
Wikners i Persåsen	51 400
Tännforsen, Åre	50 000
Döda Fallet, Ragunda	45 000
Frösö kyrka	28 000
Strömsunds hembygdsgård	27 000
Surfbukten, Östersund	22 500
Hällingsåfallet	15 700
Härjedalens Fjällmuseum, Funäsdalen	14 430
Teknikland, Östersund	12 413
Skärvångens bymejeri	10 000
Thailändska paviljongen, Bispgården	8 000
Byhuset, Rödön	7 500
Överhogdals forngård	7 000
Glösa hållristningar	6 400
Ljusnedals bruksområde	6 000
Gamla Lanthandeln, Krokom	6 000
Myskoxcentrum, Tännäs	5 187
Hovermo gårdsmuseum	5 000
Hembygdsgård Gammelträde,	
Överhogdal	5 000
Frösötornet	4 264
Hoverbergsgrottan	3 500

Med reservation för att beräkningsmetoder av antal deltagare/besökare varierar.

Den internationella gästen

2016 innebar ytterligare en ökning av antalet utländska kommersiella gästnätter, som totalt hamnade på 622 000 gästnätter, en ökning med 18 000, motsvarande +3%.

Det motsvarar 21% av det totala antalet kommersiella gästnätter (3 miljoner) som redovisas i SCB:s statistik. Det är i princip samma andel som 2015.

Vår viktigaste utlandsmarknad – Norge

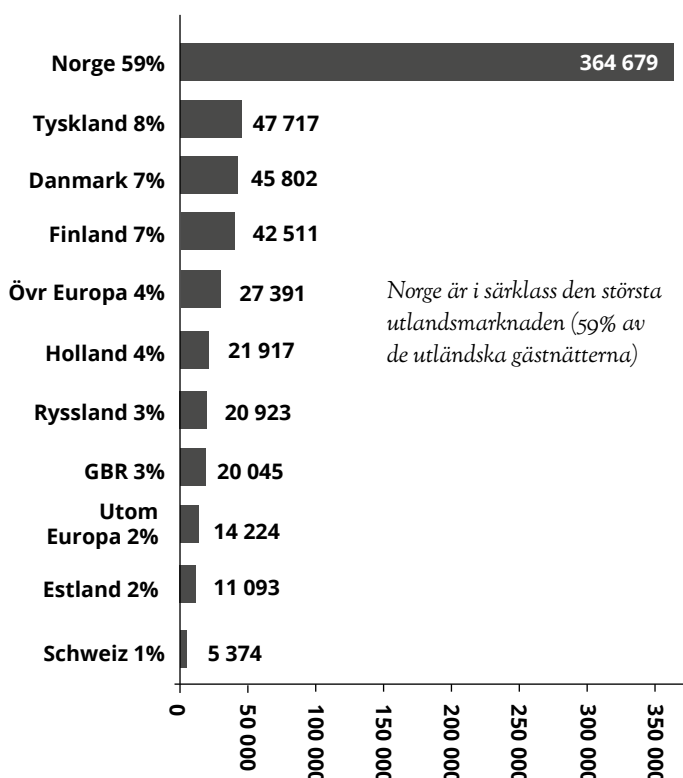
Den norska marknaden med 365 000 gästnätter, står för 59% av de kommersiella utländska gästnätterna, något lägre än 2015, men fortsatt den i särklass viktigaste utlandsmarknaden. Den näst största enskilda marknaden är Tyskland med nästan 48 000 gästnätter, en ökning med +9% jämfört med 2015. Därefter följer Danmark med knappt 46 000 gästnätter, en ökning med +9%, främst kopplad till vintern. Den finska marknaden (totalt knappt 43 000 gästnätter) redovisar också en tydlig ökning med 13%, även här framförallt på vintern. Störst procentuell ökning står Storbritannien (GBR) för med +39% och totalt 20 000 gästnätter. Även de ryska och estniska marknaderna redovisade ökningslikasom de utomeuropeiska marknaderna. Övriga Europa (-16%) och Schweiz (-15%) minskade tydligt, men för Schweiz handlar det om tämligen små volymer mätt i faktiskt antal gästnätter.

Ryssland och Estland, men också Danmark, Finland och Storbritannien är starkt kopplade till vintersäsongen, medan Holland, Tyskland och Norge är väsentligt viktigare under sommarhalvåret, även om den norska marknaden också genererar betydande gästnattsvolymer under vintern.

Fler internationella gäster sommartid

48% av det totala antalet utländska gästnätter är förlagda till vintern, vilket är något högre jämfört med 2015. På den svenska marknaden ökar andelen marginellt, från 71% till 72%. En viktig förklaring till utlandets lägre andel är att två tredjedelar av de norska gästnätterna är förlagda till barmarksperioden. Mot bakgrund av den norska marknadens volymmässiga dominans, påverkar detta den totala fördelningen av utländska gästnätter sett över året. Den tyska och holländska marknaden har en ännu starkare koppling till barmarksperioden, där 80% av gästnätterna är förlagda till barmarksperioden.

Marknadsfördelning av de totalt 622 000 utländska gästnätterna i Jämtland Härjedalen



Förändring av antal utländska gästnätter i kommersiellt boende jämfört med 2015

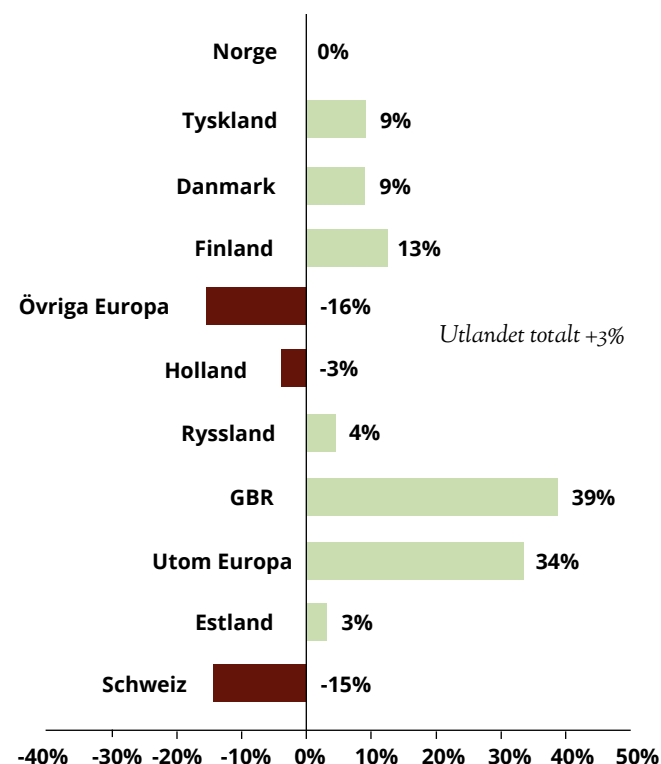




Foto: Sandra Lee Pettersson

Vad attraherar den utländska gästen?

Vad man efterfrågar och vill göra på sin semester varierar en del beroende på nationalitet, men också utifrån säsong och resmål.

Den norska gästen jämfört med andra nationaliteter

Man kan konstatera att Jämtland Härjedalens viktigaste utländska marknad, den norska, skiljer sig en hel del åt, både jämfört med svenska gäster och andra nationaliteter. Till viss del beror det på att det norska resällskapet oftast består av barnfamiljer, men det är samtidigt uppenbart att de också söker andra typer av upplevelser.

Om man t ex utgår från sommarbesökare i Östersund, så är den norska gästen generellt sett mer intresserad av stadslivet i centrum, med restauranger och shopping. Populära besöksmål är främst Storsjöbadet och Frösö zoo, medan man är mindre intresserad av exempelvis Jamtli, Sommarhagen, och Moose Garden, vilka i sin tur är klart mer intressanta för andra utländska besökare.

Generellt kan man säga att aktiviteter och besöksmål kopplade till naturen är mindre intressanta för den norska gästen, medan andra nationaliteter ser detta som det mest intressanta. Samma mönster märks också tydligt i Åre under sommaren, där norska gäster är tydligt underrepresenterade när det t ex handlar om

vandring, fiske, cykling, samt när det gäller att besöka olika typer av sevärdheter, t ex Tännforsen, Fröå gruva eller Njarka same-läger. Övriga nationaliteter är däremot tydligt överrepresenterade när det gäller ovan nämnda exempel, även jämfört med svenska gäster. Också i Åre håller sig den norska gästen i första hand "bynära" där shopping, restaurangbesök och bad på Holiday Club är centrala inslag.

Även på vintern går lite av detta mönster igen, om än inte lika tydligt, men det är uppenbart att utländska gäster totalt sett, Norge undantaget, tar del av fler olika typer av aktiviteter vid sidan av utförsåkning.

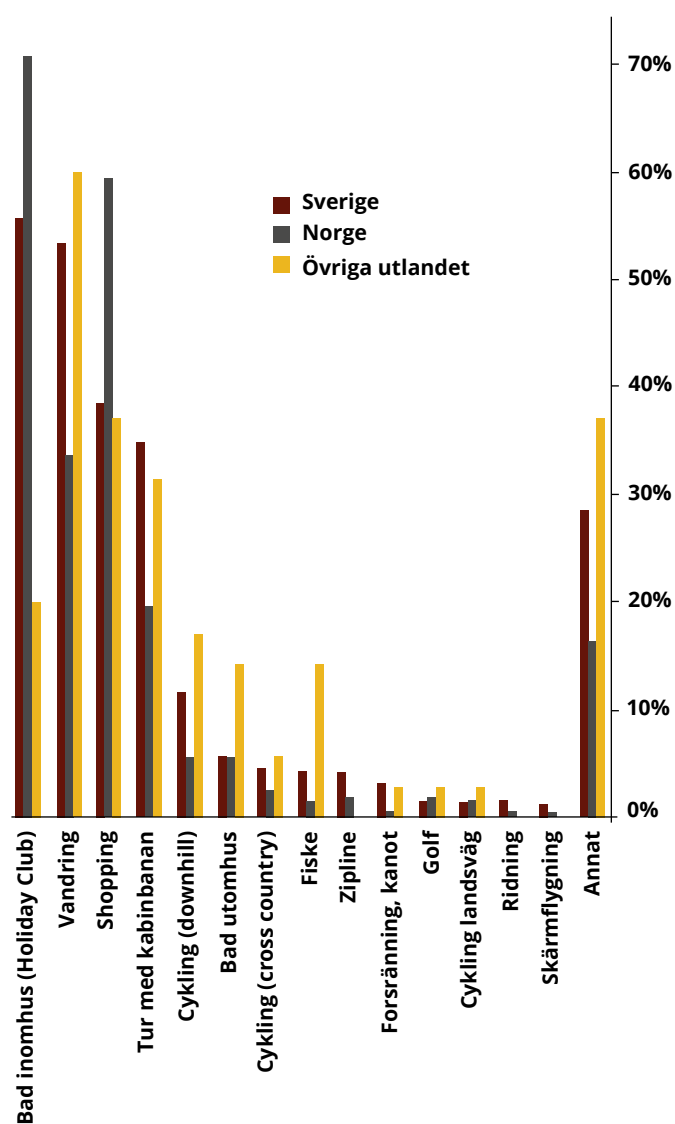
Den norska gästen gillar:

- Stadsliv
- Restauranger
- Shopping
- Äventyrsbad
- Djurpark
- "Familjemys"

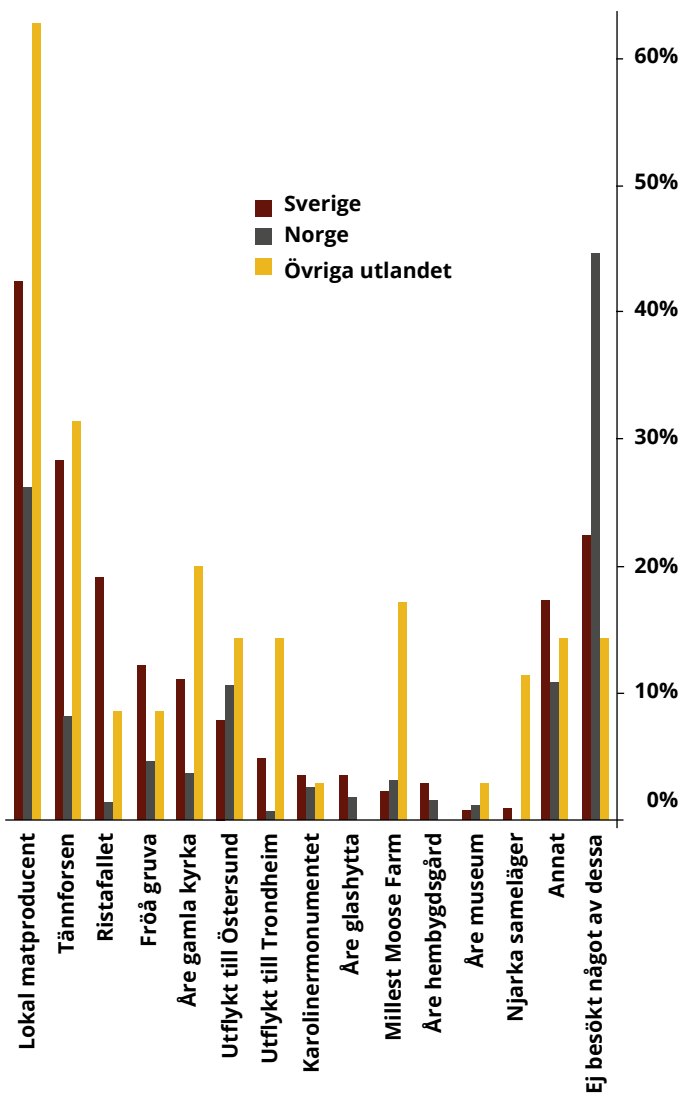
Övriga internationella gäster gillar:

- Kultur
- Historia
- Natur
- Vandring
- Fiske
- Cykling
- Skidåkning
- Vinteraktiviteter vid sidan av skidåkningen

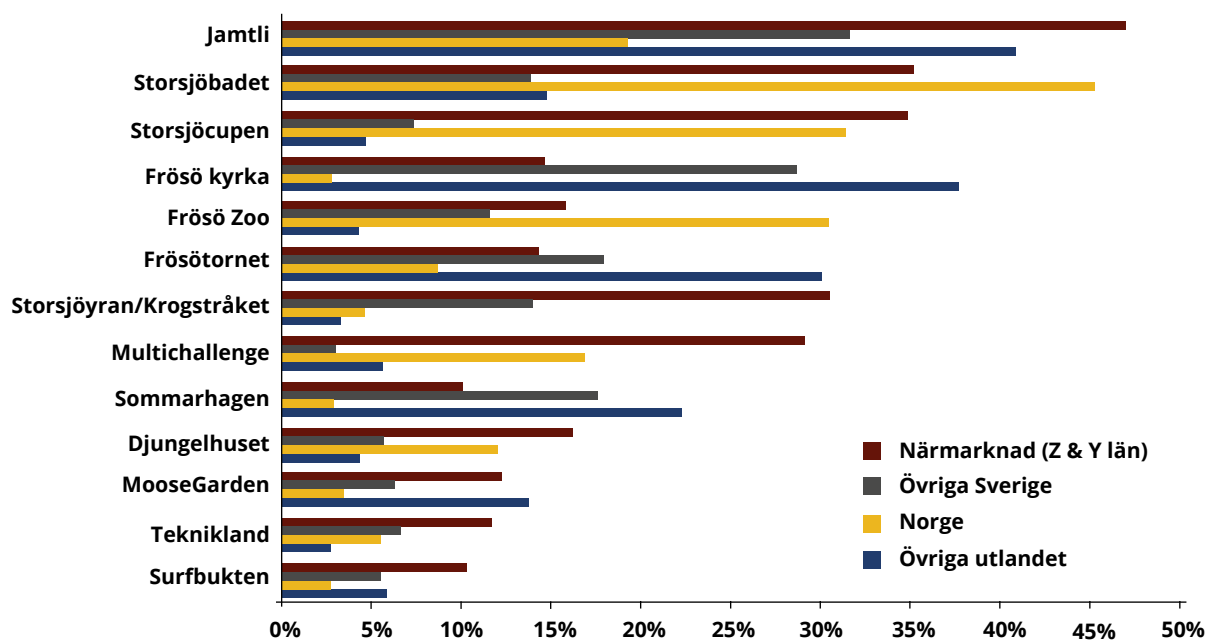
Aktiviteter - Åre sommaren 2015



Besöksmål - Åre sommaren 2015



Besöksmål - Östersund sommaren 2015



Resa hit

Tillgänglighet, att kunna resa till Jämtland Härjedalen är en förutsättning för att kunna attrahera såväl svenska som utländska turister.

Tåg

Norrtåg trafikerar sträckan Sundsvall-Östersund-Storlien med vidare färd via NSB till Trondheim (Norge) dagligen och det finns ett flertal avgångar via Stockholm till regionen med SJ. Inlandsbanan går genom Jämtland Härjedalen i nord-sydlig riktning. Funäsfjällen kan nås via tåg till Röros på den norska sidan gränsen.

Inlandsbanan sommartrafik 2016

Inlandsbanan körde turisttrafik under 10 veckor sommaren 2016 (jämför med 8 veckor 2015). I Östersund steg 3 020 personer av tåget och de allra flesta bodde över minst en natt. Östersund är en centralort för Inlandsbanan då tågen går söderut och norrut därifrån varje morgon och ankommer varje kväll. I hela Östersunds kommun steg 3 080 personer av, Bergs kommun 122, Härjedalens kommun 333 och i Strömsunds kommun steg 91 personer av sommaren 2016 för att besöka sevärdheter, övernatta och delta i aktiviteter. Totalt hade Inlandsbanan under sommaren 2016 9 803 avstigningar längs banan (jämfört med 11 665 sommaren 2015).

Snötäget 2015-2016

Snötäget startade 2012 i samarbete mellan Inlandsbanan, SkiStar och Destination Vemdalen för tågtrafik vintertid till Vemdalen från Malmö, Göteborg och Stockholm.

Snötäget har dagliga avgångar Östersund - Röjan - Mora t o r med anslutning från/till Stockholmståget i Mora. I Röjan möter transferbussar upp för att ta resenärer till de olika skidorterna inom destination Vemdalen. Under vintern 2015/2016 åkte 7 461 personer med Snötäget (Inlandsbanan). I tillägg till Snötäget och SJ finns Snälltåget (drivs av franska Transdev, f d Veolia Transport) som erbjuder vintersporttrafik till både Åre och Vemdalen.

Flyg

Det finns två flygplatser i Jämtland Härjedalen – Åre Östersund Airport och Sveg Airport. Åre Östersund Airport ligger 10 minuter från Östersund, en timme från Åre samt ca 1,5 timmar från Vemdalen. Reguljär trafik finns från Bromma, Arlanda och Umeå samt säsongsvis från Malmö och Göteborg (vinter). Sveg Airport ligger ca 45 min från Vemdalen, 50 min från Lofsdalen och 1,4 timmar från Funäsdalen.

Totalt reste ca 495 734 passagerare till/ från Åre Östersund Airport 2016 (+7% jmf med 2015) varav 11 986 utrikes. Totalt gjordes 5 500 landningar vid flygplatsen varav 76 med utländsk avreseort. 5 836 personer reste till/från Sveg Airport 2016 (52% ökning från 2015) fördelat på 640 landningar (2 med utländsk avreseort). (Transportstyrelsen)

I tillägg till Åre Östersund och Sveg flygplatser kan resenärer till regionen nyttja Röros och Trondheim/Vaernes flygplatser i

Norge. Trondheim/Vaernes flygplats är Norges tredje största flygplats och ligger 130 km från Åre (ca 2 tim transfer). Direktflyg till Vaernes finns från över 40 destinationer (varav hälften av destinationerna ligger utanför Norge) beroende på säsong. 2015 uppgick antalet passagerare till ca 4 400 000. Röros ligger endast 70 km från Funäsdalen och det finns transfermöjligheter från både flygplatsen och järnvägsstationen (tåg från Oslo) till destination Funäsfjällen.

Chartertrafik och internationellt reguljärflyg

Jämtland Härjedalen har haft charterturism i viss mån sedan 1990- och 2000-talet. Till Åre vintertid: 2001 från Ryssland och Finland, 2002 från England, 2005 från Danmark och 2010-2011 från Holland. Gemensamma satsningar gjordes från Schweiz och Tyskland sommartid 2001-2006. Östersund satsade från 2005 på Holland via reguljärflyg och samarbetade med Åre kring Hollandscharter 2010-2011. 2010 startade chartersatsningar till Lofsdalen från Danmark via Svegs flygplats och till Funäsfjällen från Stockholm via Röros flygplats i Norge. Sammantaget har chartersatsningarna medverkat till att många utländska gäster idag hittar egna resvägar till Jämtland Härjedalen via reguljärflyg eller som många av våra ryska gäster, i egen bil, via bilfärja till Stockholm. Med dagens resmönster där resenärer är vana att hitta sina resor via olika sökmotorer satsar Jämtland Härjedalens aktörer på att hitta reguljärflygbolag som är intresserade av våra destinationer.

I december 2016 startade flygningar med easyJet söndagar (14 rotationer) mellan London och Åre/Östersund airport med god beläggning. Bolaget flyger i övrigt till Arlanda och Köpenhamn inom Norden. En enkel undersökning (ej statistiskt säkerställd) med 36 svarande sällskap visade att 55% hade Åre som mål, 30% Östersund och 15% reste till övriga destinationer; Vemdalen, Bydalsfjällen m fl. De bodde till största del i självhushåll, i andra hand hotell. De reste med buss, taxi och hyrbil som tredje vanligaste transportmedel. 90% av dem kommer "absolut" att rekommendera Jämtland Härjedalen till vänner och bekanta.

Buss och bil

Vägarna E14 mellan Sundsvall och Trondheim, Norge, tillsammans med E45 mellan Italien (Göteborg) och Karesuando är de största vägarna som leder till och genom Jämtland Härjedalen. Från de stora genomfartsvägarna finns ett nät av mindre vägar. Sveriges högst belägna allmänna väg går över Flatruet mellan Ljungdalsfjällen och Funäsfjällen, 975 m ö h.

Bussbolaget Härjedalingen tar resenärer från Mälardalen till Lofsdalen, Funäsfjällen, Vemdalen och Östersund. Fjällexpressen går från Göteborg och Stockholm till Lofsdalen och Funäsfjällen. Årebussen hämtar resenärer från Stockholm, Uppsala, Gävle och Sundsvall till Åre.

Framtidens gäster

**Varför ska framtidens gäster välja Jämtland
Härjedalen som besöksmål? Vad är det som gör att
regionen blir värt ett besök?**

En av våra viktigaste konkurrensfördelar är naturen, inte minst ur ett globalt perspektiv. Naturen där vi verkar är också något av det viktigaste att värna om för att vi ska vara ett självklart val för morgondagens gäster. En annan konkurrensfördel är den kultur som uppstått i Jämtland Härjedalen tack vare vår natur och människorna som lever här.

Turism 2030 är ett pågående projekt inom Jämtland Härjedalen Turism som har som syfte att på ett smartare sätt, med våra värderingar, kultur och nytänkande nå våra gäster med rätt produkt och genom rätt kommunikation. För det krävs stor förståelse för vem vår gäst är och kan vara, vad den vill läsa och höra och göra. De upplevelser som erbjuds måste bygga på värderingar som gör

att de kan erbjudas generationer framöver utan att våra konkurrensfördelar går om intet.

Satsningens två huvudområden; kommunikation och företagsutveckling genomsyras av ett inkluderande synsätt, där människor oavsett ursprung, kön eller andra diskrimineringsgrunder känner sig välkomna. Detta kräver till viss del nya typer av produkter/tjänster eller anpassningar av befintliga, nya sätt att kommunicera - men också ökad förståelse för olika önskemål. Inom Turism 2030 arbetar JHT därför under tre år (juni 2015- juni 2018) dedikerat utifrån målsättningen bättre gästupplevelser i syfte att skapa ökad lönsamhet.

Foto: Niclas Vestefjell





Foto: Nicklas Blom



Hur hittar nya besökare till regionen?

Det finns följande dominerande informationskällor när det gäller att aktivt söka information bland förstagångsbesökarna:

- Internet
- Rekommendationer
- Turistbyrå
- Broschyrer

Vintergästen bokar via internet

Informationssökning är förmodligen den parameter som uppvisar störst förändring över tid. Betydelsen av Internet försätter att kontinuerligt öka och spänner idag över i stort sett hela marknaden, även om det fortfarande finns skillnader mellan generationer. Störst är betydelsen vintertid, då bokningarna numera i hög grad sker via Internet.

Som exempel kan nämnas att av Skistars bokning i Åre och Funäsfjällens dito sker cirka 75% direkt på nätet via mobil, surfplatta eller dator. År 2000 var motsvarande andel cirka 10% i Åre och än mindre i Funäsfjällen.

Personliga rekommendationer styr vinterbesöket

Genomförda och pågående undersökningar inom regionens vinterdestinationer (Bydalsfjällen, Funäsfjällen, Lofsdalen, Vemdalen och Åre) understryker betydelsen av kombinationen rekommendationer och Internet. På frågan till förstagångsbesökarna om hur man först fick kännedom om/idén att besöka destinationen visar undersökningar från vintern 2012-2014 att rekommendationer från tidigare besökare är viktigast på samtliga 5 destinationer, med en svarsandel mellan 44% och 55%. På frågan om hur man sedan aktivt sökte mer information om destinationen, visar det sig att Internet är den absolut viktigaste informationskällan. Detta gäller för samtliga undersökta destinationer. Andelen som anger Internet ligger runt 95%.

Sommargästen söker på nätet och kan påverkas av det personliga mötet

Under sommaren har såväl turistbyråer som broschyrer en större betydelse, även om en gradvis förskjutning sker mot Internet. Sommartid när rundtursresor är vanliga så sker fortfarande en hel del bokningar spontant längs efter resan och det finns chans

att på olika sätt påverka gästen att stanna längre, tex via ett ypperligt värdschap med information, appar och trycksaker om utbudet.

I Östersund (sommaren 2015) sökte 61% av förstagångsbesökarna information via Internet, medan 20% angav broschyr/reseguide. Jämfört med den senaste undersökningen från 2013 har Internet ökat i betydelse (från 53% till 61%), medan broschyr/reseguide minskar i betydelse (från 24% till 20%).

Samma mönster gäller för regionen som helhet, baserat på den gästundersökning som genomfördes sommaren 2011 på fyra destinationer i regionen, men med ytterligare något större betydelse för Internet och något mindre betydelse för broschyr/reseguide. Den senaste gästundersökningen från Åre sommaren 2015 visar att 77% (72% 2014) av förstagångsbesökarna sökte information via Internet.

InfoPoint

Under sommaren 2014 bedrevs en försöksverksamhet med sk InfoPoints i området runt Storsjön och i Vemdalen. Som ett komplement till traditionella turistbyråer placerades läsplattor med turistinformation på ett 15-tal platser i området och personalen fick ansvar för att förmedla turistinformation, allt från boendeanläggningar till besöksmål och livsmedelsbutiker. Tanken med InfoPoints är att öka tillgängligheten till turistinformation för gästerna som besökare området. En utvärdering gjordes av projektet. Den visade att när gästerna väl hittade InfoPointen så upplevdes tjänsten och innehållet tydligt positivt. Lätt att använda och med en hel del intressant information. Två av tio angav att de ändrade sina planer tack vare den nya informationen och nästan hälften av dessa (totalt knappt 1 av 10) svarade att de förlängde besöket i området. Samtidigt kan man konstatera att många anser att en personlig kontakt är fortsatt mycket viktig, vilket också fanns på dessa Infopoints genom ordinarie personal. I de fall man haft kontakt med dessa så var betygen mycket höga för service och bemötande.

Den stora utmaningen ligger utan tvekan i att på ett mycket tydligare och bättre sätt synliggöra att det finns ett stort antal InfoPoints. En absolut merpart var omedvetna om InfoPointens existens och upptäckte den mer eller mindre av en slump. Från och med 2015 är InfoPoints ett nationellt begrepp för enklare turistinformation, som del av annan verksamhet. InfoPoints knyts via avtal till befintliga auktoriserade turistorganisationer (auktorisera av Visita).

Ett gott värdska- per fler gäster

Att ett gott värdska-
per fler gäster är ingen nyhet, men med den
ständig-
t ökande konkurrensen är det kanske än mer angeläget i
dag att erbjuda våra gäster en högkvalitativ upplevelse.

Under de senaste åren har det runt om i Jämtland Härjedalen
genomförts utbildningar i värdska-
per för att ytterligare öka konkurrens-
kraften när det gäller personalens bemötande, service och
kunskap.

Detta avspeglar sig inte minst i resultat från den genomförda
undersökningen bland regionens större vinterdestinationer där
gästerna överlag ger goda betyg samt uppvisar en hög återvändar-
frekvens och vilja att rekommendera vänner och bekanta. Man
kan konstatera att resultatet ligger mer samlad vid en jämförelse
mellan destinationerna jämfört med hur det såg ut för 5-10 år se-
dan, även om "gapet" har ökat något den senaste vintersäsongen.

Nöjd gäst är en återkommande gäst

På en 6-gradig betygsskala ger gästerna medelbetyg på mellan 5,0
och 5,3 och 72-80% svarar att de säkert eller troligen åter-
kommer
nästa vinter. 56-74% svarar att de säkert kommer att ge rekomen-
dationer till vänner och bekanta. Det är dessa samband som
är mycket viktiga för att skapa en långsiktigt hållbar och positiv
utveckling när det gäller att locka gäster att besöka Jämtland
Härjedalen.

Personalens
bemötande får
överlag höga
betyg, medan det
finns lite mer att
önska när det
gäller initiativ-
kraft/proaktivi-
tet. En tendens

är att skillnaderna minskar något tack vare en förbättrad "lägsta
nivå" bland destinationerna och en totalt sett positiv trend syns i
de destinationer som har genomfört årligen återkommande
undersökningar de senaste säsongerna.

*"Från sommar-
undersökningen i Östersund
2015 framgår att besökarna
ger helhetsbetyget 5,1, vilket
är en tydlig förbättring
jämfört med 2013"*

För att understryka betydelsen av att tillfredsställa gästerna fullt
ut, visar resultat från undersökningar från regionens vinter-
destinationer att sannolikheten är 2,5 gånger större att den
mycket nöjda gästen (betyg 6) jämfört med en gäst som är
ganska nöjd (betyg 4) återvänder. När det gäller viljan att
säkert ge rekommendationer är viljan drygt 3 gånger så hög
bland de mycket nöjda gästerna (betyg 6) jämfört med de
ganska nöjda gästerna (betyg 4).

Sommargästernas helhetsbetyg

Från sommarundersökningen i Östersund 2015 framgår att besö-
karna ger helhetsbetyget 5,1, vilket är en tydlig förbättring jämfört
med 2013, då betyget var 4,9. 55% svarar att de säkert kommer att
återvända inom 3 år och 63% kommer säkert att ge rekomen-
dationer till vänner och bekanta. Helhetsbetyget och viljan att
rekommendera förbättras jämfört med den senaste



Foto: Tina Stafrén

undersökningen från 2013, medan återvändarbenägenheten
ligger på en oförändrad nivå.

Från sommarundersökningen 2011 på 4 fjälldestinationer ligger
helhetsbetyget inom spannet 5,2-5,4, medan återvändarbenägen-
heten (3 års sikt) ligger inom intervallet 71-80%. 51-65% svarar
att de säkert kommer att ge rekommendationer till vänner och
bekanta.

Från sommarundersökningen i Åre 2016 framgår att besökarna
ger helhetsbetyget 5,2, vilket är ett förbättrat resultat jämfört
med motsvarande undersökning från 2015. 7 av 10 svarar att de
säkert eller troligen kommer att återvända nästa sommar och 64%
kommer säkert att ge rekommendationer till vänner och bekanta.
Både återvändarbenägenheten och viljan att rekommendera
ligger stabilt jämfört med 2015.



Jämtland Härjedalen Turism ekonomisk förening (JHT) bildades 1995 och är en samverkansplattform för utveckling av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. JHT företräder besöksnäringen i regionen i nationella och internationella sammanhang och samverkar med regionens destinationer och turismföretag, med företrädare för offentlig sektor, intresseorganisationer m fl. I föreningens styrelse finns företrädare för regionens besöksnäring samt representanter från Region Jämtland Härjedalen.