

2018

FAKTA OM TURISMEN

Samlad statistik från Jämtland Härjedalen



Snabba fakta

– om turismen i Jämtland Härjedalen

- Turismen i Jämtland Härjedalen omsatte 5,14 miljarder kronor 2017. Jämfört med 2016 en ökning med 200 miljoner kronor.
- Liftkortsförsäljningen (517 miljoner kronor) står för en tiondel av den totala omsättningen. Antalet skiddagar vintern 2016/17 var 2,56 miljoner. En ökning med 4,5% jämfört med 2015/16.
- Totalt 11 miljoner gästnätter (+3%), varav nästan 3,1 miljoner i kommersiellt boende (+3%).
- Turismen genererar skatteintäkter (kommun och landsting) på cirka 675 miljoner kronor.
- Norge är den i särklass viktigaste utlandsmarknaden, 337 000 av totalt 601 000 utländska kommersiella gästnätter. Minskningen av antalet norska gästnätter med -8%, påverkar den totala utvecklingen för utländska gästnätter, där minskningen var -3% jämfört med 2016.
- Totalt 1,2 miljoner dagsturister.
- Totalt genereras motsvarande drygt 7 300 årsarbeten av turismen.





Vandrare vid Blomsterfjället Ansätten. Foto: Anneli Åman.

Innehåll

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

Fakta om turismen i Jämtland Härjedalen 2018 (avser statistik och underlag insamlat under 2017) gavs ut av Jämtland Härjedalen Turism i juni 2018. Statistiska underlag bearbetade av Nordanalys. Grafisk form: Giverton AB. Omslagsfoto: Fatbike i Lofsdalen. Foto: Anette Andersson



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 samt lokalproducerad mat när hungern sätter in. Besöksnäringen är idag en basnäring i Jämtland Härjedalen!

Jämtland Härjedalen Turism, JHT, bildades 1995 och är en branschorganisation och samverkansplattform för utveckling av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. JHT företräder regionens besöksnäring i nationella och internationella sammanhang och samverkar med näringens aktörer. Destinationsbolagen är huvudägare. Region Jämtland Härjedalen och kommunerna äger färre andelar. I föreningens styrelse finns företrädare för regionens besöksnäring, turismforskningen och Region Jämtland Härjedalen.

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 5,14 (2017) till 7,6 miljarder kronor år 2030. Antal årsarbeten ska öka från dagens 7 300 till 7 700 och antalet utländska gäster i kommersiella bäddar ska öka från dagens 601 000 till 1,1 miljoner år 2030.

JHTs projekt och projektmedverkan 2017 är steg på vägen mot de mål som finns för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen:

- Turism 2030, 2015-2018 med fokus affärsutveckling och kommunikation.
- Internationell konkurrenskraft, 2017-2018: Underlätta etableringen av internationellt reguljärflyg till Jämtland Härjedalen.
- Benchmark Adventure Sweden, 2017-2019: Omvärldsspaning och ökad kompetens genom studieresor.
- Framtidens besöksservice i Jämtland Härjedalen, 2017-2019: Att forma en välkomnande besöksservice som får våra besökare att stanna längre och göra fler saker under sin vistelse.
- Deltagande: CRG – Creative Region of Gastronomy som ägs av Torsta 2015-2018.

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



”Vi vill tillsammans fortsätta att utveckla besöksnäringen och vår vision är att Jämtland Härjedalen år 2030 ska vara en ledande region för naturbaserade upplevelser.”

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.

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 2017 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 felmarginaller, vilket innebär att resultaten inte kan tas för absoluta sanningar utan är att betrakta som ungefärliga resultat. 2017 års siffror när det gäller ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter är skattade baserade på tidigare årsutfall och med hänsyn taget till utvecklingen av kommersiella gästnätter.

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

Definitionen av turism

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 5,14 miljarder kronor

Den inresande turismen till Jämtland Härjedalen omsatte under år 2017 drygt 5,14 miljarder kronor. En ökning med 200 miljoner kronor jämfört med 2016. Turistkronans fördelning är mycket stabil sett till de senaste 5 åren, med endast små förändringar.

Jämtland Härjedalen – En turismberoende region

Sett i ett 10-årsperspektiv uppvisar Jämtland Härjedalen totalt sett en stadig omsättningsökning. Mellan 2007 och 2017 är ökningen 85%. Jämtland Härjedalens andel av den samlade svenska turismomsättningen är 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.

Turismens ekonomiska betydelse

Kommersiellt boende ger drygt hälften av turistintäkterna

56% av de totala turistintäkterna kommer från besökare som bor kommersiellt, vilket är jämförbart med 2016. Hyrd stuga/lägenhet/stugby är fortsatt den ekonomiskt viktigaste boendeformen och står totalt sett för en tredjedel av omsättningen. Vinterturismen är en viktig förklaring.

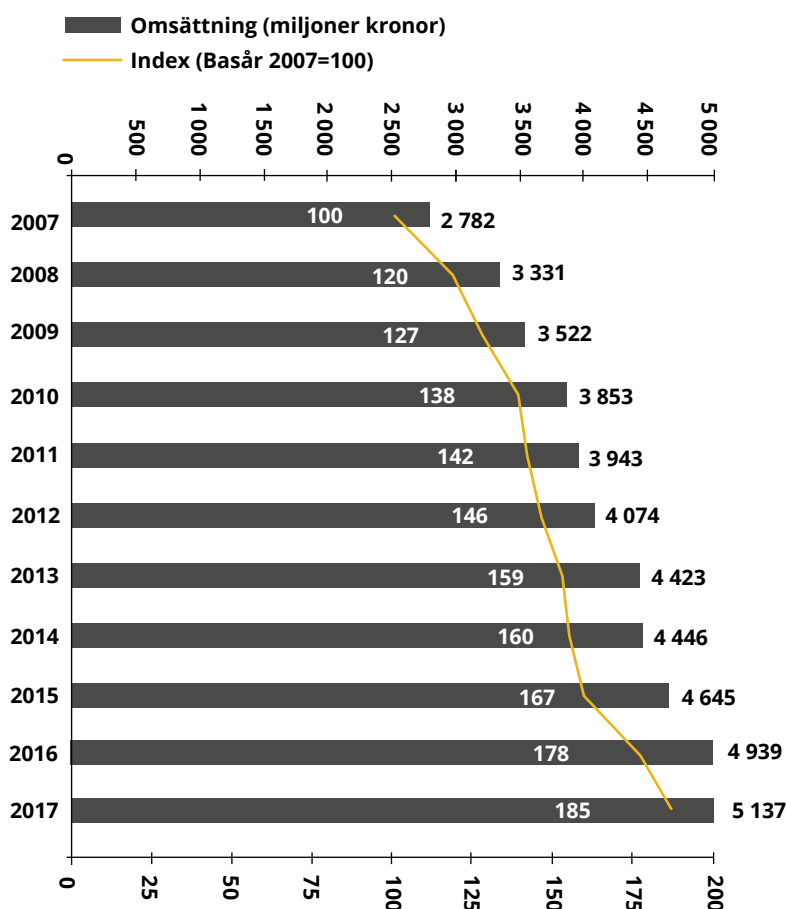
Den andra stora kommersiella boendeformen är hotellen med en andel på 17%, oförändrat jämfört med 2016. Överlag handlar det om marginella förändringar jämfört med 2016, med som mest en procentenhet upp eller ner.

Det icke kommersiella boendet svarar sammantaget för ca 35% av 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 2016.

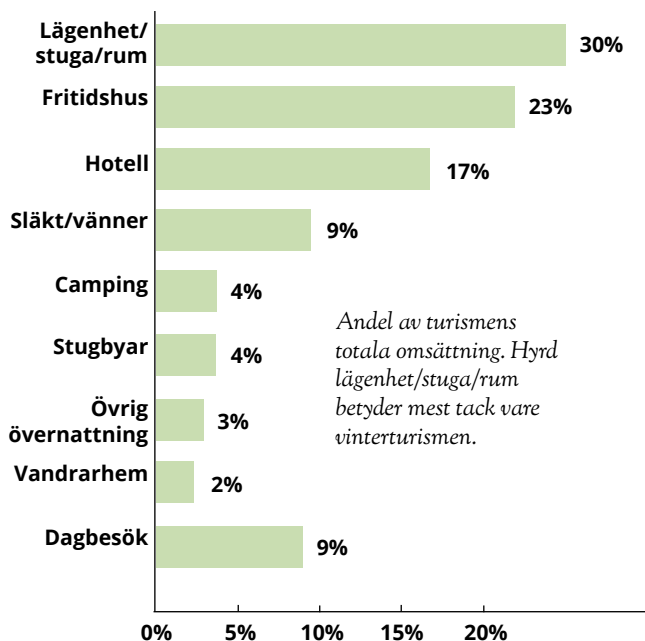
Genomsnittligt dygnsutlägg – hotellgäster spenderar mest

Det genomsnittliga dygnsutlägget ökar något, från 459 kronor (2016) till 466 kronor per person och dygn. Hotellgästerna spenderar mest, 1 052 kronor per person och dygn, en ökning med ca 20 kronor jämfört med 2016, och drygt 4 gånger så mycket som de som bor hos släkt och vänner och drygt 3,5 gånger så mycket jämfört med fritidshusboende.

Omsättningsutveckling 2007-2017



Utläggerna fördelade efter boendekategori



Dagsbesökaren spenderar 371 kronor per person och dag. Shopping är en viktig förklaring. Snittutlägget har ökat marginellt jämfört med 2016.

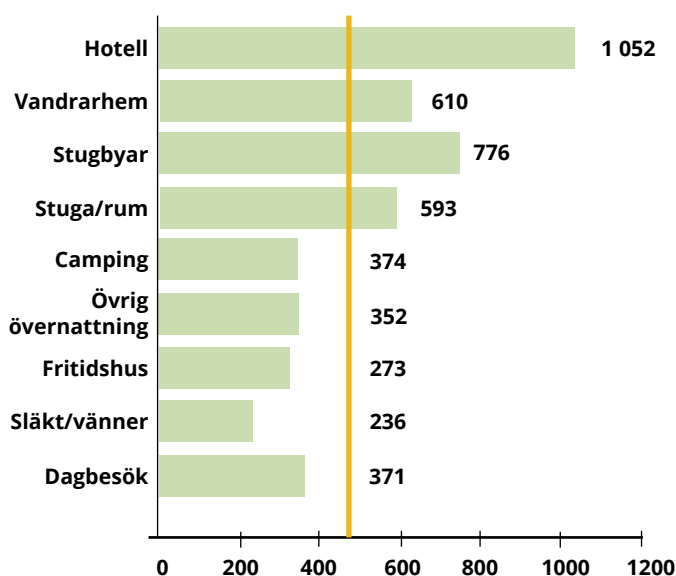
Utlägg varierar beroende på besöksmål, årstid och boendeform

Generellt sett ligger utläggerna på en högre nivå under vintersäsongen. Orsakerna är flera. Dels handlar det om att en högre andel bor i kommersiella boendeformer, generellt sett högre utlägg för aktiviteter (främst liftkort), men också genom att vinterperioden lockar en högre andel köpstarka gäster. Samtidigt kan man konstatera att en jämförelse av Åre sommar och vinter, med utgångspunkt från gäster som bor kommersiellt (hög andel hotellboende) så är skillnaderna inte allt för stora. Vintergästen spenderar drygt 200 kr mer per person och dygn. Visserligen stannar vintergästen längre tid, vilket i regel innebär att dygnsutläggen blir något lägre, men man kan nog med fog säga att Åres sommargäster är förhållandevis högs spenderande. Den stora skillnaden gäller aktiviteter/inträden och det är naturligtvis liftkortet som bidrar. Även utläggerna för logi och restaurang/nöje är lite högre under vintern, medan såväl shopping och livsmedel genererar lite högre utlägg under sommaren.

Om man jämför resultatet från Åres sommarundersökning med undersökningar från Östersund 2017 och den undersökningen som genomförts kopplat till ett antal infopoints runt om i Jämtland Härjedalen så är skillnaderna betydande. Beaktat att båda de sistnämnda undersökningarna i allt väsentligt mäter mot bredare målgrupper, där alla typer av besökare, med utgångspunkt från boendeformer är representerade, medan Åre främst handlar om hotellgäster samt i viss mån gäster som hyr lägenhet/stuga. Om man jämför hotellboende gäster i Åre och Östersund så är skillnaderna betydligt mindre, men man kan ändå konstatera att gästerna i Åre spenderar något mer än i Östersund och betydligt mer än om man tittar på ett någorlunda representativt tvärsnitt av hela Jämtland Härjedalen.

En jämförelse från Östersunds sommarundersökning, där alla typer av boendeformer finns representerade visar på ett tydligt sätt på stora skillnader utifrån ett urval av olika boendeformer. Förutom att hotellboende genererar betydligt högre summor för logi så innebär det också större utlägg för restaurang/nöje. För stugboende så stiger utläggerna för livsmedel, vilket är naturligt utifrån möjligheten att laga egen mat. Noterbart är också att dagsbesökarna har förhållandevis höga utlägg för restaurang, aktiviteter/inträden, shopping och livsmedel.

Genomsnittligt dygnsutlägg efter boendeform

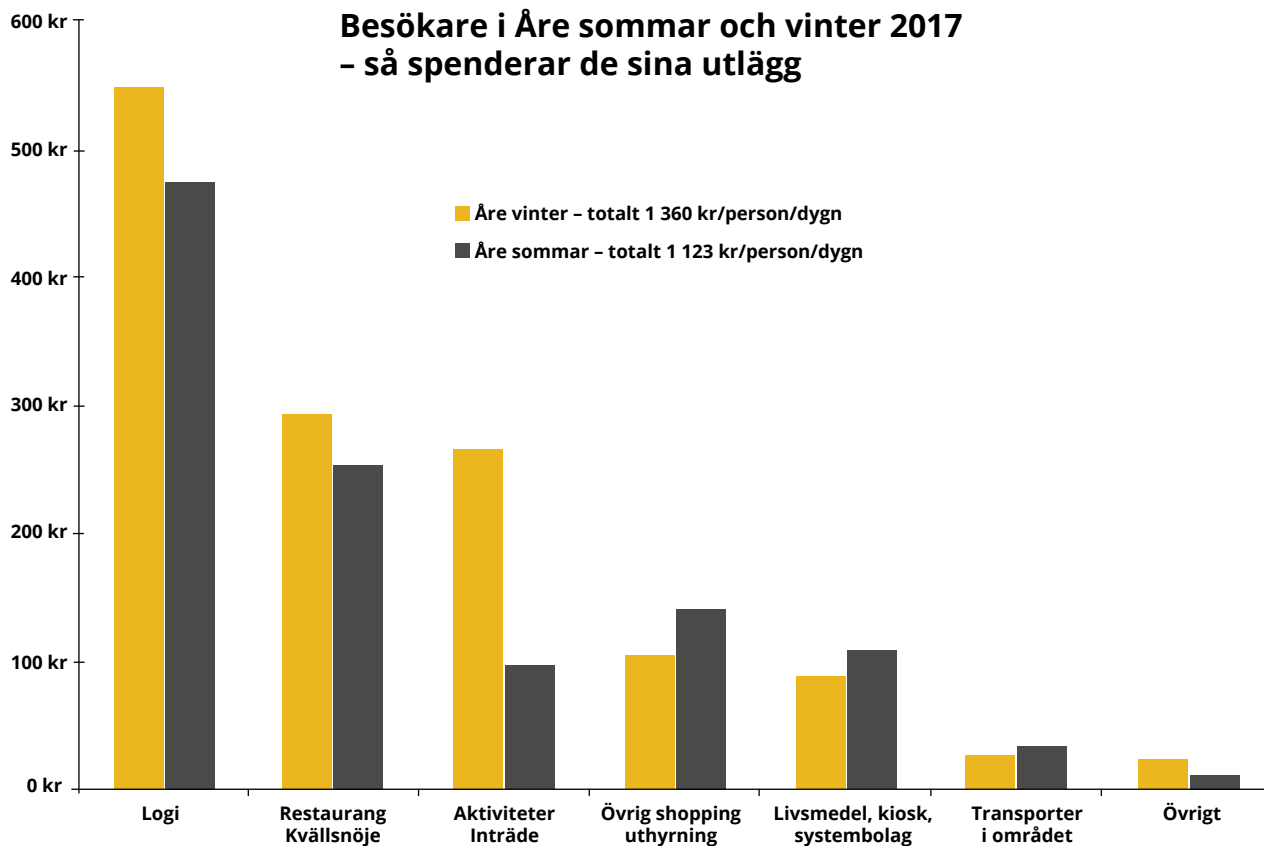


Genomsnitt 466 kronor per person och dygn.
Hotellgäster spenderar mest.

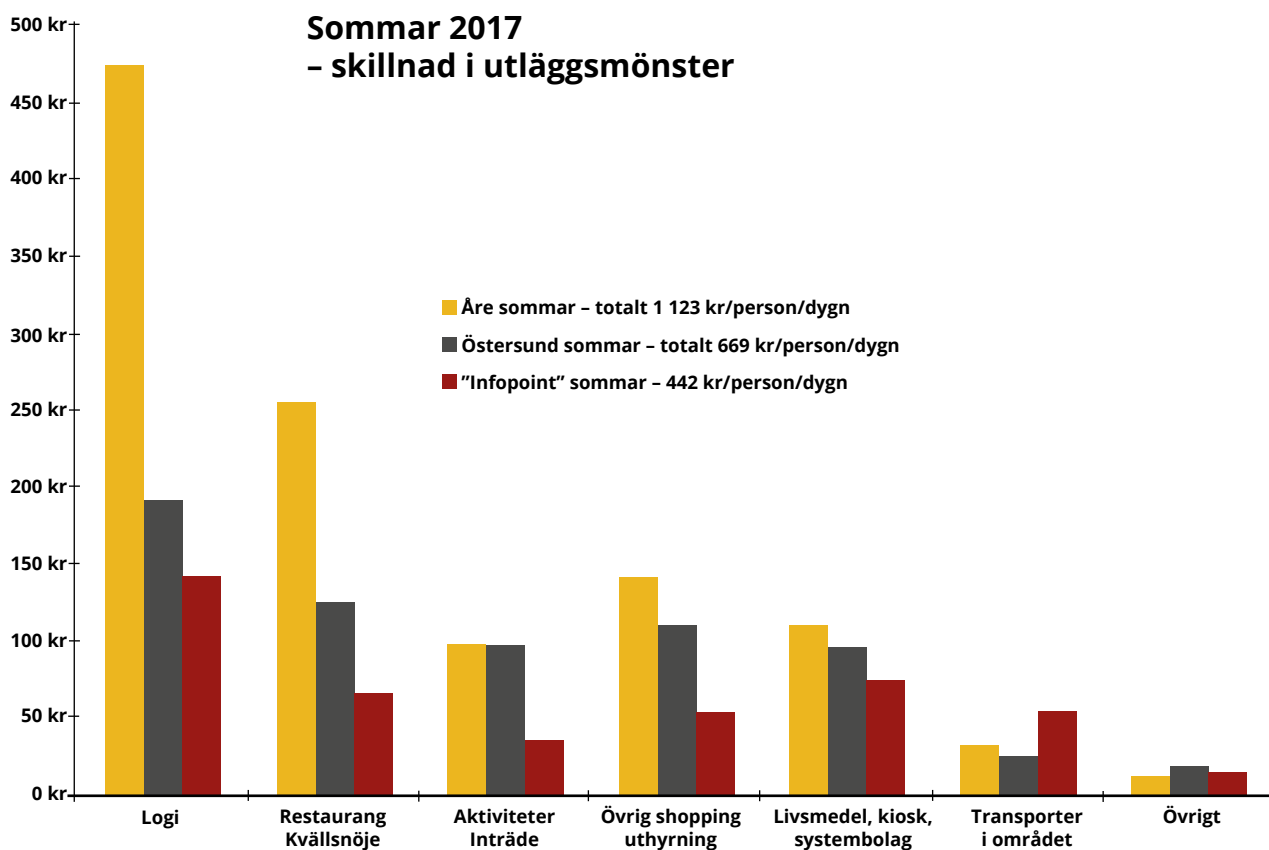
Visste du att...

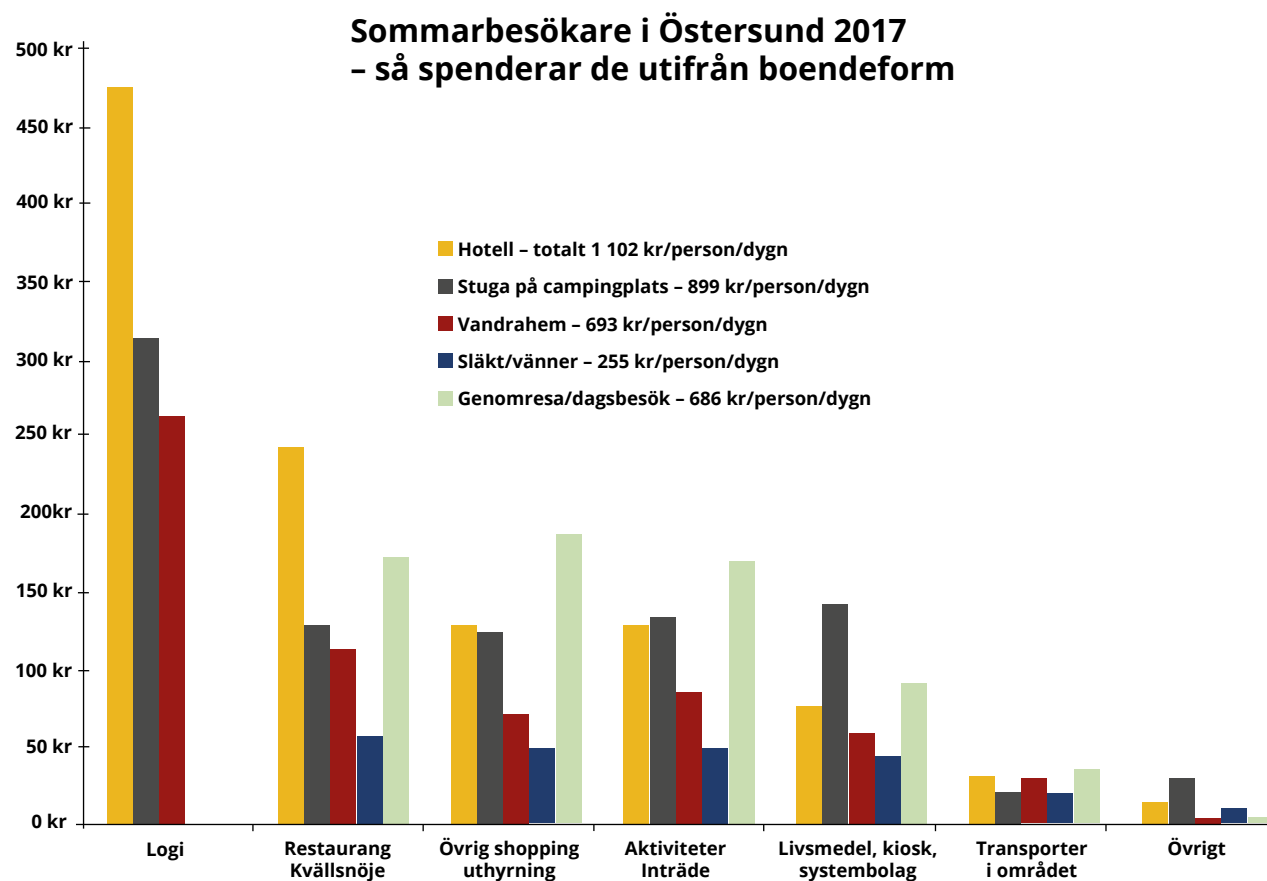
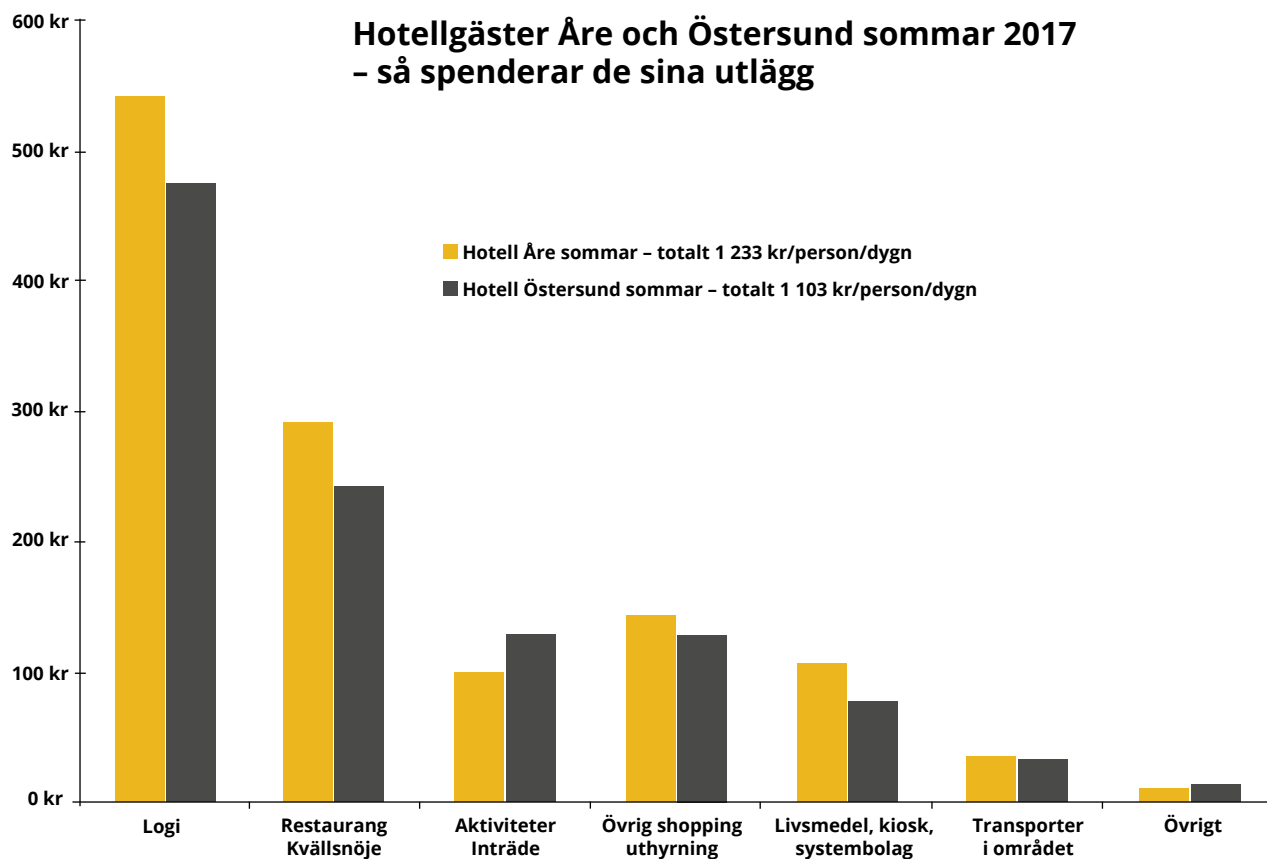
Det finns uppskattningsvis 60 000 kommersiella gästbäddar i Jämtland Härjedalen.

Besökare i Åre sommar och vinter 2017 - så spenderar de sina utlägg



Sommar 2017 - skillnad i utläggsmönster





11 miljoner gästnätter/år

Sammantaget visar producentstatistik (SCB) tillsammans med skattningar att det totalt förläggs ca 11 miljoner övernattningsnätter i länet. Det är en ökning med knappt 300 000 gästnätter (+3%) jämfört med 2016.

För de kommersiella boendeformerna som mäts via producentstatistik ökade förmedlade stugor/lägenheter med 30 000 gästnätter till drygt 1,2 miljoner gästnätter (+3%) och merparten av volymökningen är kopplad till länets större skidorter under vintern. Hotellen ökade också med 3%, i volym mätt (+23 000 gästnätter) och den totala volymen uppgår nu till ca 832 000 gästnätter. Campingen ökade med 33 000 gästnätter (+6%). Stugbyarna minskade däremot med 3%, motsvarande -31 000 gästnätter. Även vandrarhemmen tappade beläggning, även om det rör sig om en liten minskning, totalt -3 000 gästnätter motsvarande -1%. Sammantaget ökade de kommersiella övernattningsnätterna med knappt 77 000 gästnätter (+3%).

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 2017, vilken i stort är baserad på utvecklingen för det kommersiella boendet.

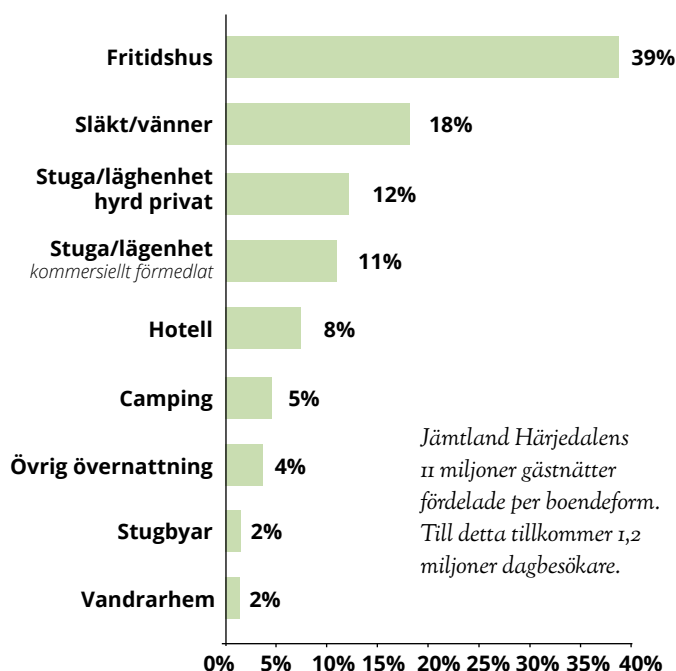
Under vintersäsongen sjunker andelen av det icke kommersiella boendet medan i första hand stuga/rum/lägenhet och hotell ökar sin andel. Sommartid ökar campingen.

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. Ökningen är 51%. Under samma period har de kommersiella gästnätterna ökat med 837 000, motsvarande +37%.

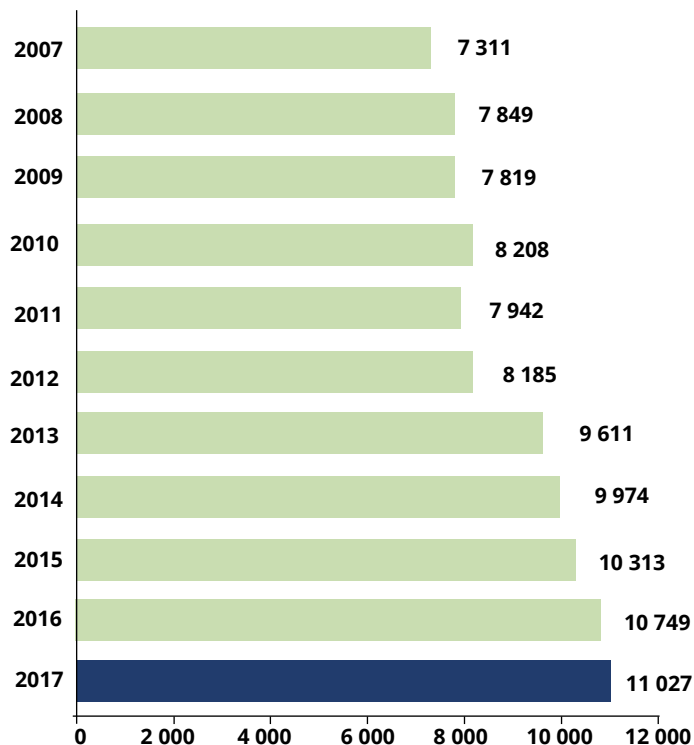
Sammantaget, sett över den senaste 10-årsperioden, innebär det att den totala omsättningsökningen är en effekt av både ökat antal gästnätter och att snittutläggen per gästnatt har ökat.

Antalet dagsturister uppgår med den nya mätmetoden, som även omfattar kortare dagsresor än 100 kilometer, till 1,2 miljoner, en liten skattad ökning jämfört med 2016, men även dagsturismen mäts med osäkra metoder, vilket ger upphov till stora felmarginaler och därmed svängningar i siffrorna.

Totalt 11,0 miljoner gästnätter & 1,2 miljoner dagsturister



Gästnätter 1000-tal

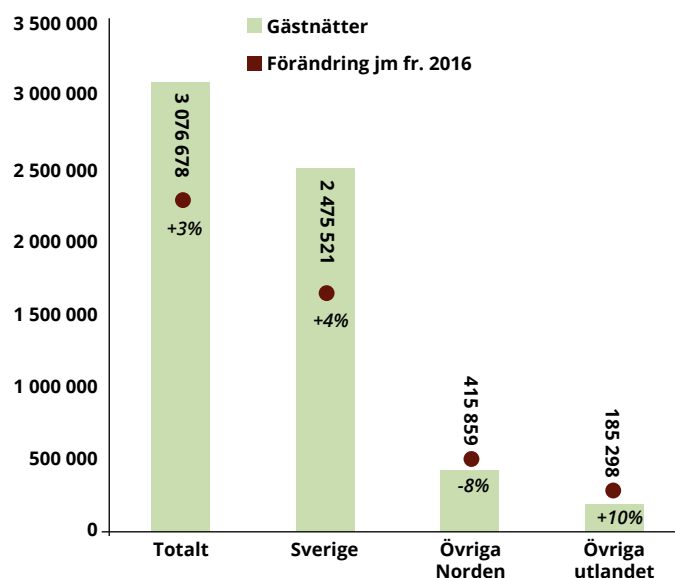


Kommersiella gästnätter

Det totala antalet kommersiella gästnätter (hotell, stugby, vandrarhem, camping och kommersiellt förmedlade stugor/lägenheter) uppgick 2017 till 3,08 miljoner.

Den svenska marknaden stod för 2,48 miljoner, Norden för 416 000, medan övriga utlandet genererade 185 000 gästnätter.

Jämfört med 2016 så är det en ökning med +3%, motsvarande knappt +77 000 gästnätter. Den svenska marknaden ökade med +4% (+97 000 gästnätter), medan övriga Norden redovisade -8%, motsvarande -37 000 gästnätter. Övriga utlandet ökade med 17 000 gästnätter (+10%).



Buustamons Fjällgård. Foto: Sandra Lee Pettersson.



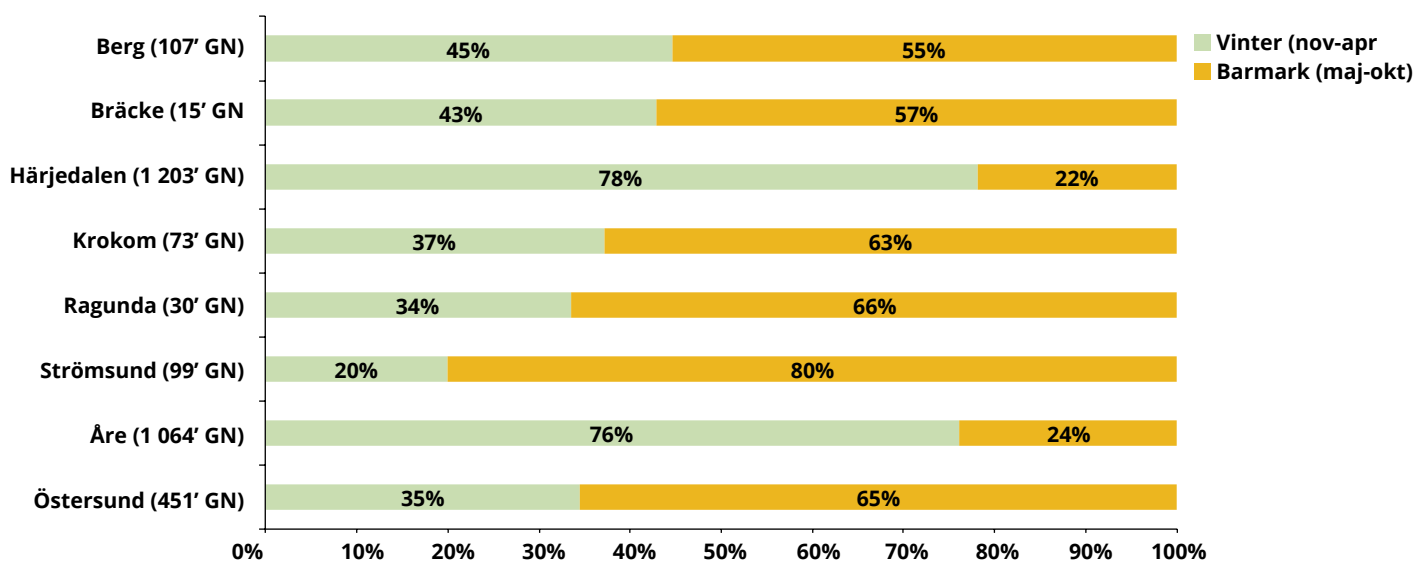
Stora skillnader mellan länets kommuner

Länets drygt 3 miljoner kommersiella gästnätter fördelas olika mellan kommunerna. Härjedalens och Åre kommun står tillsammans för nästan 2,3 miljoner gästnätter, motsvarande 75% av samtliga gästnätter. Förklaringen är alla stora skiddestinationer och man kan samtidigt konstatera att ca 3/4 av de båda kommunernas gästnätter är förlagda till vinterperioden.

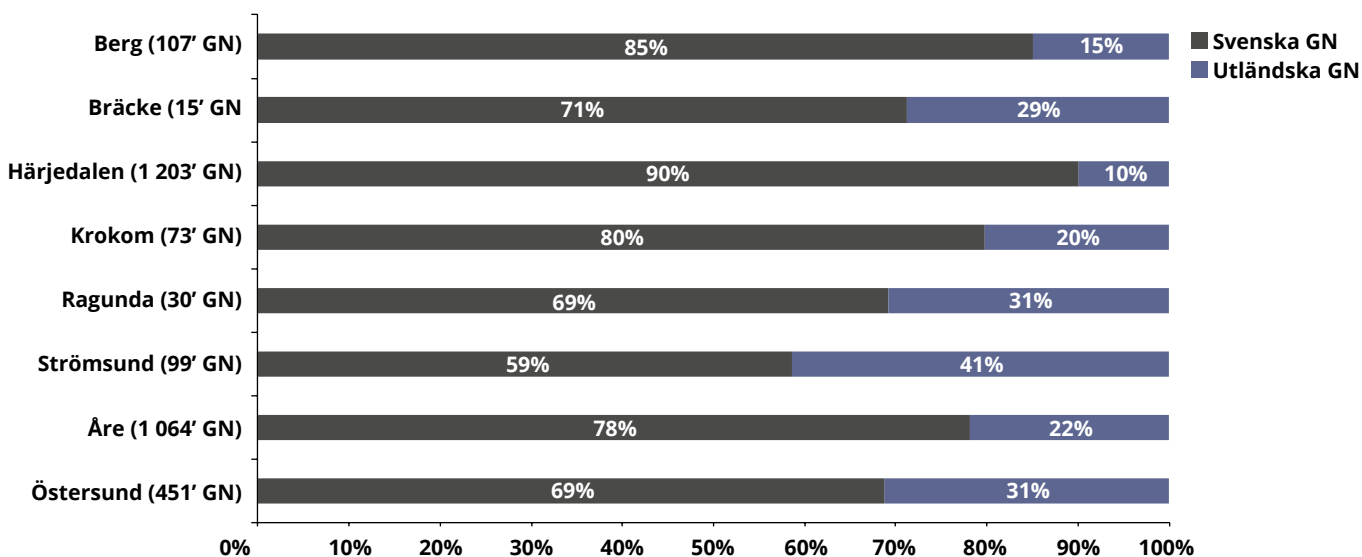
Östersund som är den tredje största kommunen sett till antalet gästnätter är mer en sommardestination, där 2/3 av gästnätterna är förlagda till barmarkspenoden. Strömsunds kommun är den mest utpräglade barmarksdestinationen, med 80% av gästnätterna under den perioden.

Strömsunds kommun är samtidigt den kommun som har högst andel utländska gäster (41%). Det är framförallt den norska marknaden som bidrar till detta, men även höga andelar av tyska och holländska gäster. Även Östersunds förhållandevis höga andel utländska gäster (31%) beror till stor del på normmännen. Härjedalens kommun som totalt sett har flest gästnätter har lägst andel utländska gäster, även om de till antalet är många (120').

Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter säsong



Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter svenska och utländska GN



Arbetsstillfällena och skatteintäkter

Turismen skapar arbetsstillfällena

Totalt genereras motsvarande drygt 4 700 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 7 300 helårsarbeten baserat på regionens inkomster från turismen. Med hänsyn till säsongvariationer och deltidarbete 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 turistkronans 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 45%, 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. SPRIT-projektet (Spridningseffekter inom Turism) gick ut på att analysera registerdata i kombination med enkäter till företag i destinationerna Funäsfjällen och Vemdalen. Utredningen genomfördes 2016 med uppgifter för år 2014. Resultatet visar på ett eftertryckligt sätt besöksnäringens betydelse som motor för dessa destinationer.

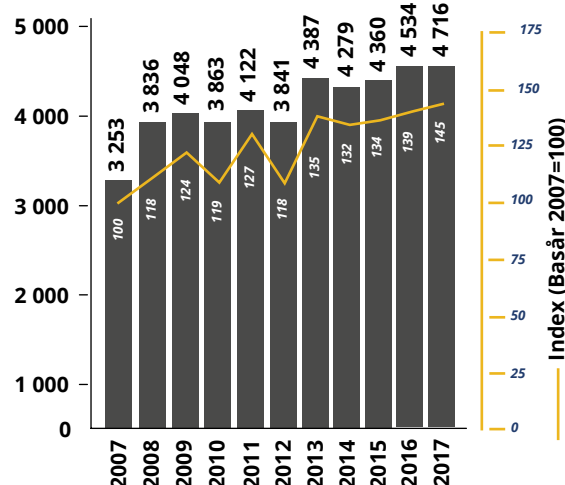
Exemplet Funäsfjällen

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.

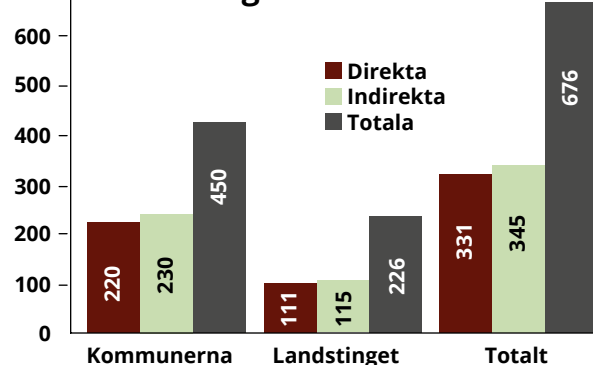
Exemplet Vemdalen

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 2007-2017



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 675 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 (2016) visar till exempel att av de 7 195 som under 2016 fick lön utbetalt av något företag i Åre kommun, så var 2 810 (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 (915 personer) var skrivna i övriga Jämtlands län. Men 1 895 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 marknadstygndpunkten ligger.

Sommargästen är inte densamma som vintergästen

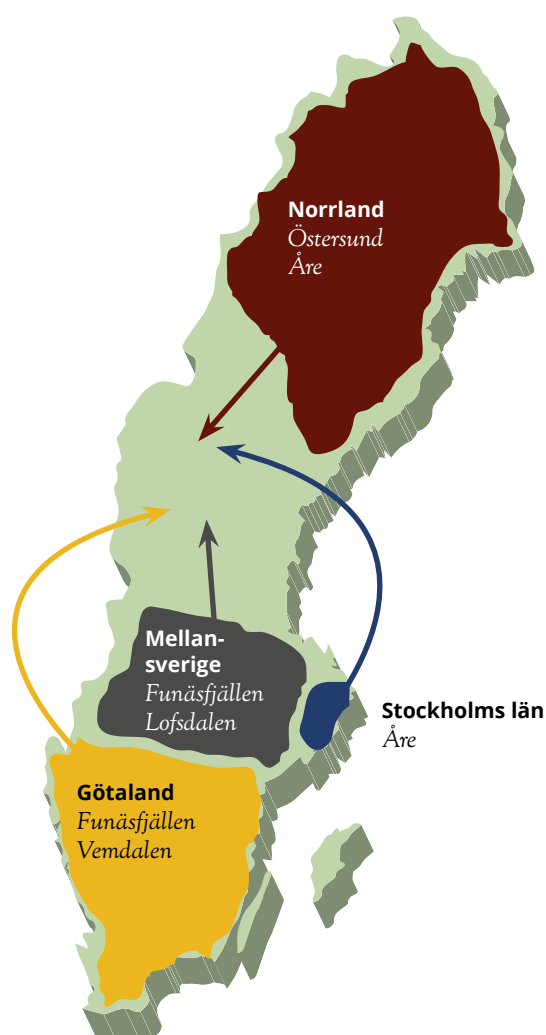
Under sommaren minskar betydelsen av Stockholmsmarknaden, även om den fortfarande är mycket viktig, med en andel på en knapp fjärdedel. Övriga marknader flyttar fram sina positioner, framförallt Mellansverige, som är nästan lika stor som hela Götaland, mellan 25-30%.

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 Funäsfjällen 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 2007 och skidskytte VM i Östersund 2008, 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

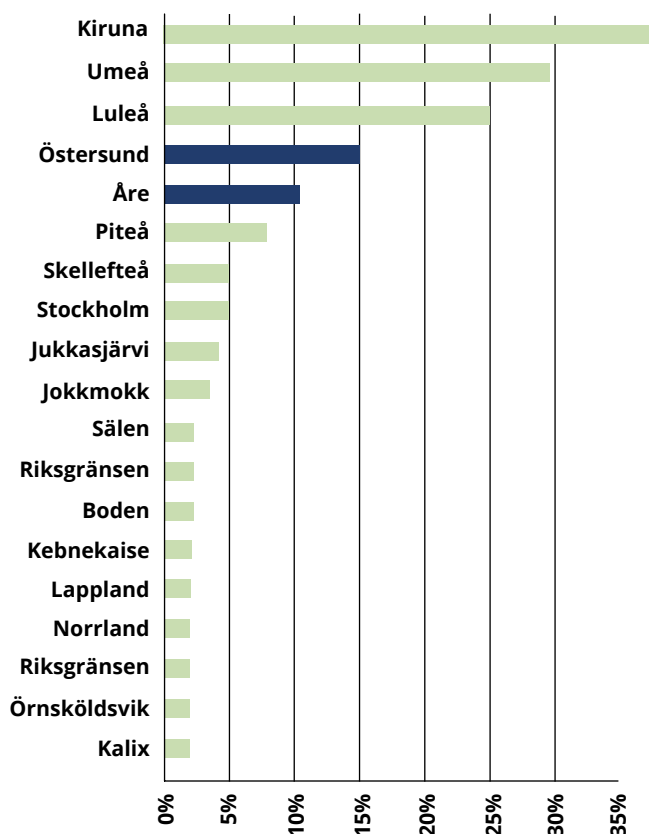
När det handlar om potentiella resmål inom norra Sverige så har Jämtland Härjedalen en ännu starkare position än vid en

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).

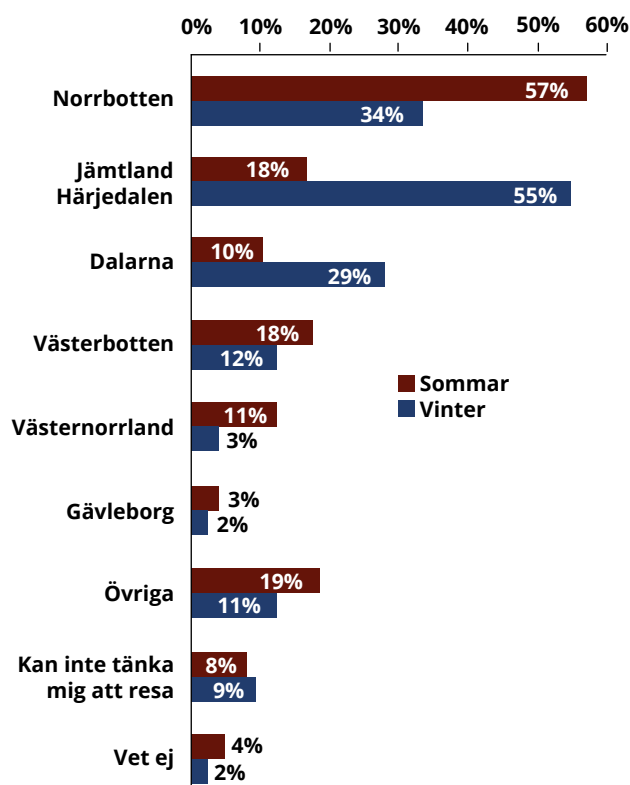
Östersund sommaretta och Åre vinterretta

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).

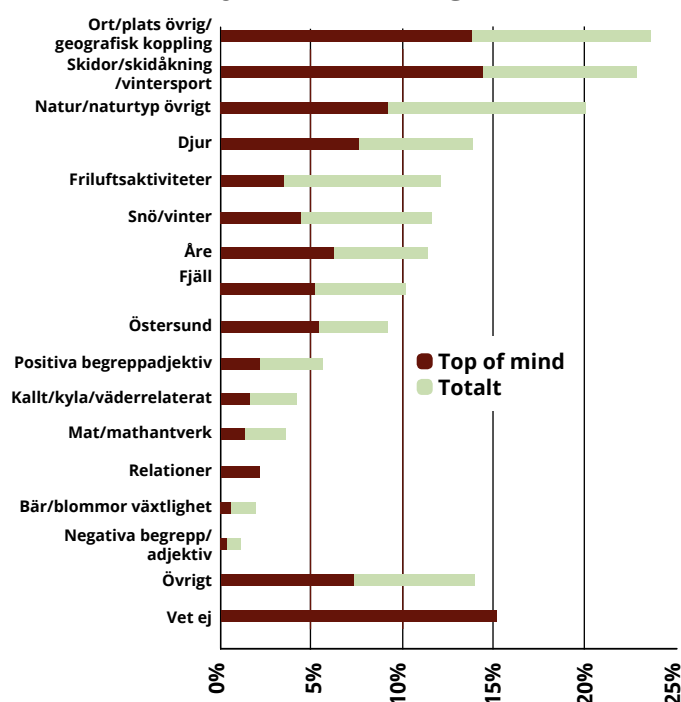
Fortfarande okänt om Jämtland Härjedalen

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 ca 3 400 aktiva företag varav 845 aktiebolag (2017). Turismen är självklart en dominerande näringsgren, andra framgångsrika företag finns inom handel, design, tillverkningsindustri och jordbruk (are.se).

Antalet nystartade företag i Åre kommun är mycket högt och kan mäta sig med storstadsregionerna. Om vi antar att nystartade

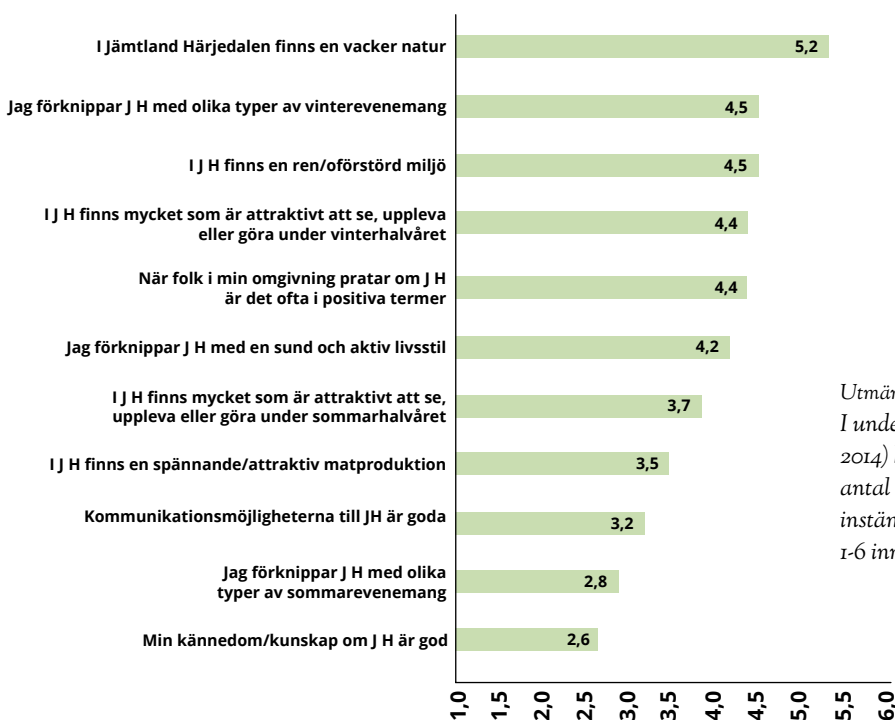
Spontana fria associationer till Jämtland Härjedalen – kategoriserade svar



företag delat med antal invånare ger ett statistiskt mått på en företagsvänlig kommun så kommer Åre kommun på plats 7 av totalt 290 kommuner i Sverige (Ratsit).

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 instämmelegrad.

Gästen i Jämtland Härjedalen

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

De färskaste tillgängliga undersökningarna finns från Åre (sommar och vinter 2017) samt Östersund (sommar 2017). Dessutom gjordes en mindre länsövergripande undersökning med fokus på Infopoints under sommaren 2017.

Tillsammans med lite äldre undersökningar från andra destinationer kan man se tämligen tydliga mönster för vad som utmärker olika gäst kategorier och olika årstider.

Sommargästen reser runt – vintergästen besöker en destination

Sommarturismen i Jämtland Härjedalen skiljer sig en hel del åt jämfört med vinterturismen. Sommarbesökarna gör rundresor medan vinterbesökarna i större grad tenderar att besöka en specifik destination. En tendens finns i undersökningarna som visar att fjälldestinationerna går mot att få fler destinationsspecifika besök även under sommaren.

Från Östersunds undersökning framgår att två tredjedelar 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.

Vinterridning vid Trumvallen, Vemdalen. Foto: Anette Andersson.



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). Samtidigt är utförsåkning den stora motorn för vinterturismen inom flertalet av länets vinterdestinationer.

Årliga mätningar i Åre från 2012 visar att andelen av besökarna som åker utförsåkning ligger tämligen konstant på drygt 80%, ytterligare högre om man adderar snowboard. Ungefär 9 av 10 ägnar sig åt liftburna aktiviteter. Samtidigt ökar andelen som också gör andra aktiviteter, inte minst gäller det längdåkning, en aktivitet som ökat markant under den senaste 10-årsperioden. Allra störst betydelse bland de större destinationerna har längdåkning i Funäsfjällen, där ungefär 6 av 10 besökare åker längdåkning.

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.

Vintergästerna har höga förväntningar

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. För destinationer där mätningar gjorts kontinuerligt under en längre period, främst Åre, ser man en positiv trend när det gäller den gästupplevda kvaliteten.

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.

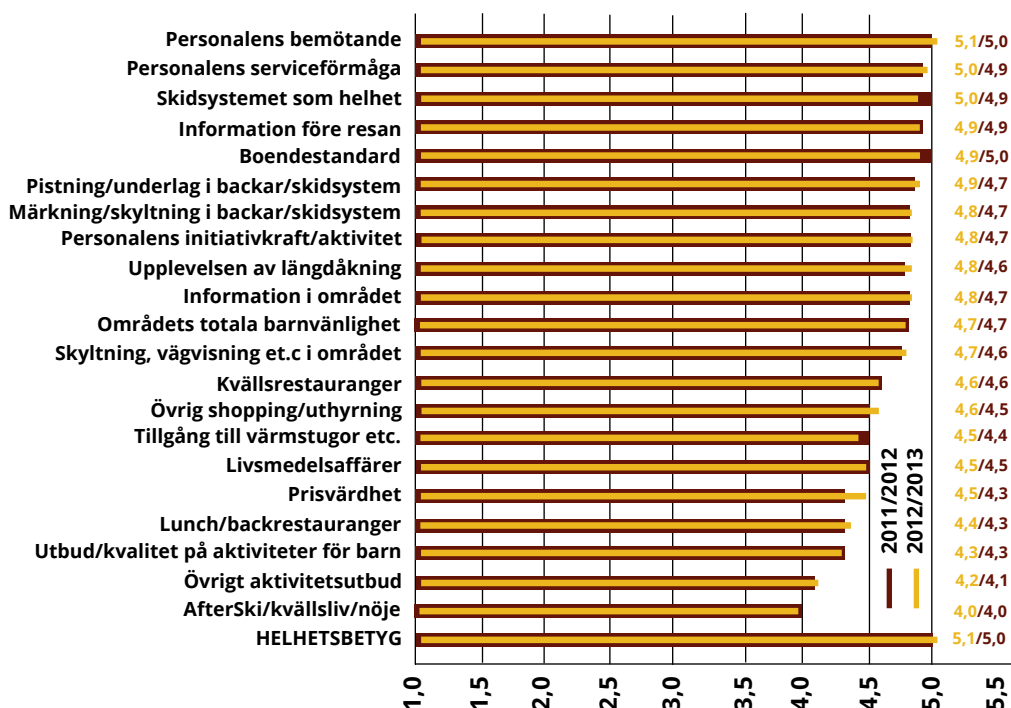
Genomsnittligt utlägg bland vinterbesökarna

Skillnaderna i genomsnittligt utlägg mellan de olika destinationerna är större på vintern jämfört med sommaren. Åres gäster hamnar i topp på 1 360 kronor per person och dygn (Åre Destination 2017).

Sett över en 5-årsperiod har det genomsnittliga dygnsutlägget ökat i Åre med 32%, även om man kan se en liten utplaning de senaste åren. Utmärkande för Åre, förutom de generellt högre utläggsnivåerna, är tydligt höga utläggsnivåer för restaurang och nöje, men även när det gäller logi och shopping.

Kvalitetsutvärdering vinterundersökningen 2012/13

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



Sommargästen i Jämtland Härjedalen

Barnfamiljer dominerar i Åre och Östersund

Under sommaren är andelen barnfamiljer totalt sett lägre jämfört med vintern, för länet som helhet är bedömningen att andelen ligger på ungefär en tredjedel, men både Åre och Östersund utmärker sig med en högre andel, för Åre ca 50% och i Östersund ligger andelen barnfamiljer strax under 60%.

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 (Bildn 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 Son-

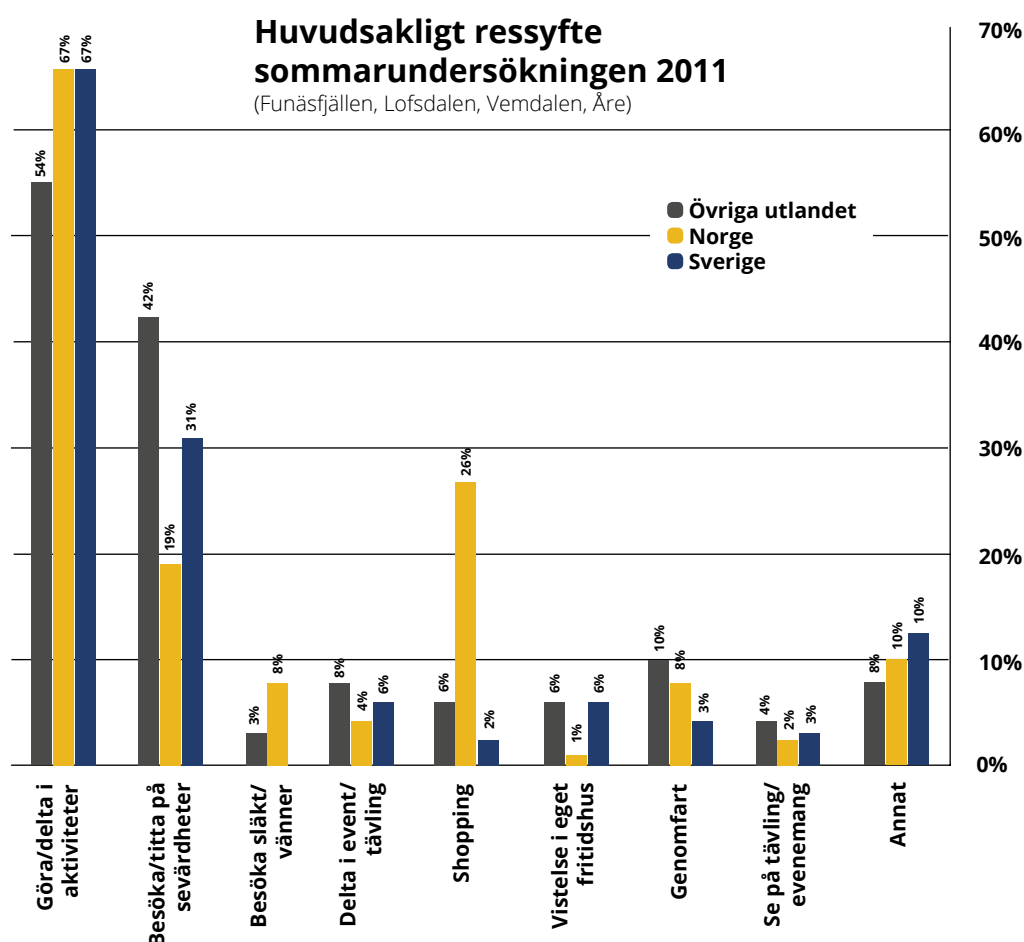
fjällets nationalpark, till Fjällmuseet i Funäsdalen och Tännforsen. I Östersund är det bl a Jamtli och Storsjöbadet som är starka dragare bland besöksmålen. Betydelsen av bad märks även tydligt i Åre, där den förhållandevis höga andelen barnfamiljer är en viktig förklaring.

Shopping är framförallt viktigt för de norska gästerna och märks främst i Åre och Östersund, men också i Funäsdalen och naturligtvis i Storlien där den rena gränshandeln är stor. 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, Fävikens Game Fair och Höstmarknaden i Åre.

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.

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.



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



Kajak vid Norderön. Foto: Erika Enequist.

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 medelvärde 5,3 på en 6-gradig skala.

Ungefär 3 av 10 gäster i Åre och Östersund svarar att de säkert kommer att återvända nästa sommar, medan dubbelt så hög andel (något lägre i Östersund) svarar att de säkert kommer att rekommendera resmålet. Det något bättre utfallet för Åre är kopplat till att gästerna där totalt sett är något mer nöjda jämfört med Östersund.

Genomsnittligt utlägg bland sommarbesökarna

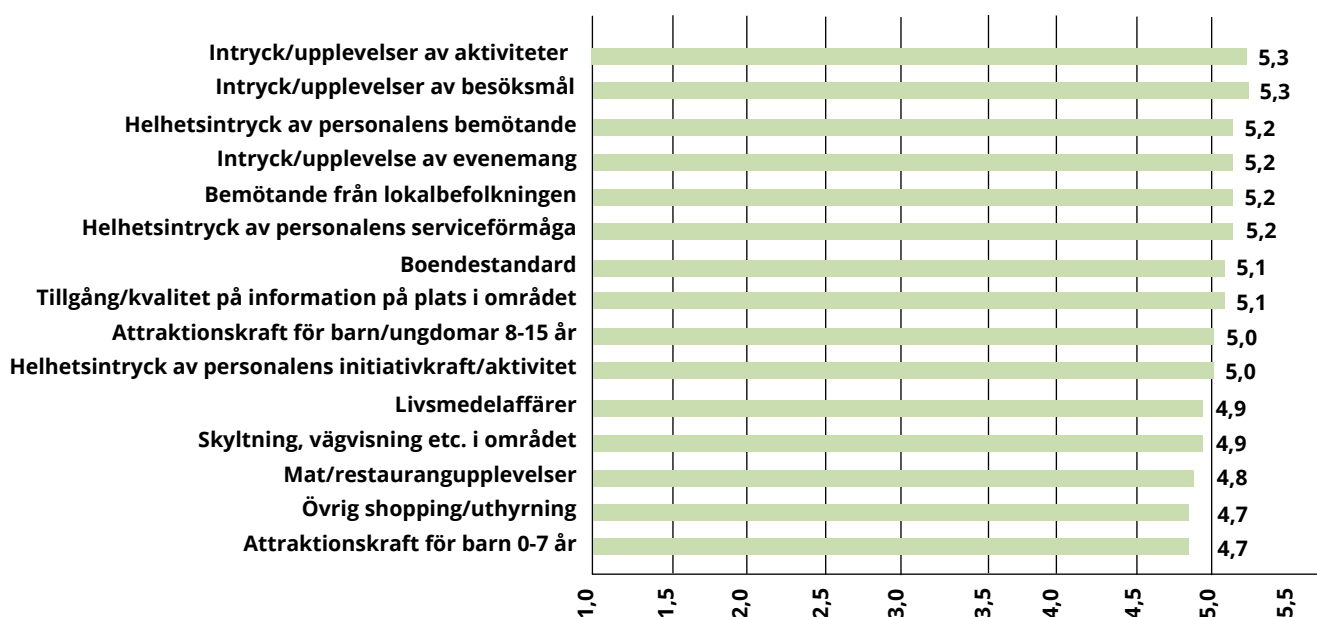
I genomsnitt spenderar varje besökare 597 kronor per person och dygn på destinationen (2011). Detta avser de fyra

fjälldestinationerna, där urvalsramen består av kommersiellt boende gäster. I Östersund, där samtliga typer av besökare ingår ligger nivån på drygt 670 kronor per person och dygn (2017). För Åre sommaren 2017 hamnade nivån på drygt 1 200 kronor per person och dygn. Åreundersökningen jämfört med Östersund, baseras dock bara på kommersiellt boende gäster, mest hotell, vilket gör att utlägg för logi driver upp nivån i Åre, i kombination med en lägre andel barnfamiljer, för vilka snittutlägget per person i regel är lägre.

Undersökningen från 2017 med koppling till Infopoints visar på ett genomsnittligt dygnsutlägg på cirka 450 kr.

Kvalitetsutvärdering sommarundersökning 2011

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



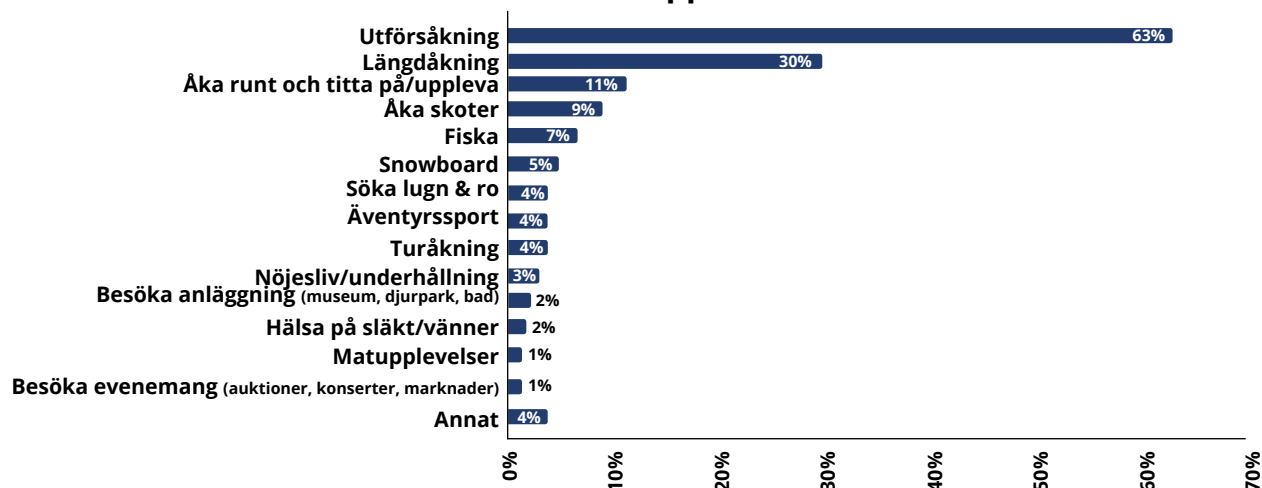
Reseanledningar

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

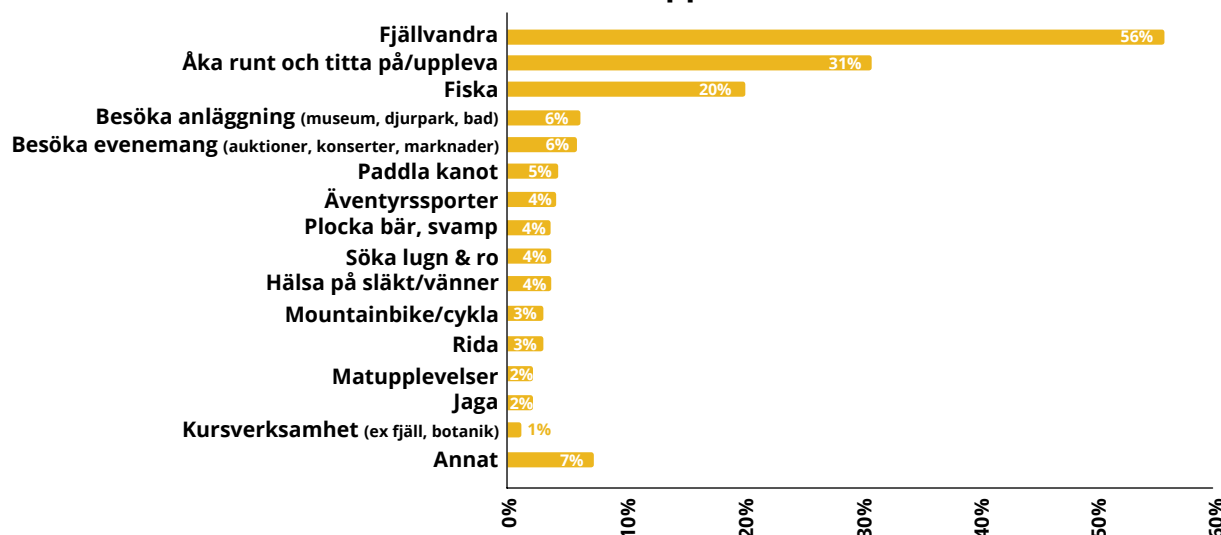
På frågan om vad man skulle vilja göra/se/uppleva under en eventuell resa till Jämtland Härjedalen så är skidåkning och då allra främst utförsåkning det som lockar mest (Bildn av JH 2014). Men även längdåkning uppvisar en stark ökande efterfrågan. Man kan också se en tydlig tendens till en framväxt av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

Knappt 2,6 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 2016/2017 till 2,56 miljoner, vilket är ökning med 76 000 skiddagar, motsvarande +3% jämfört med föregående säsong. Det är samtidigt

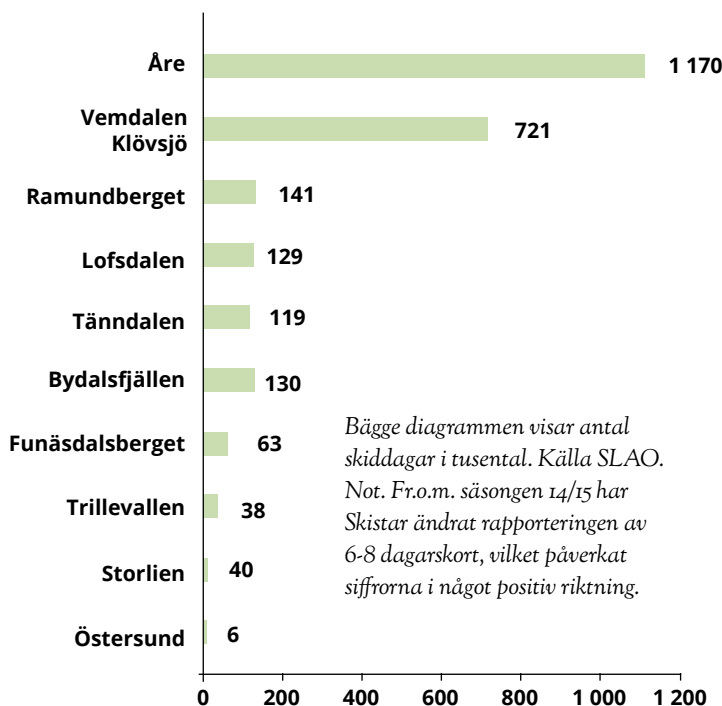
”all time high”. Antalet skiddagar har visat en uppåtgående trend de senaste 4-5 säsongerna efter en nedgång från den tidigare toppnoteringen från säsongen 2008/2009.

Åre svarar för 46% (1 170 000 skiddagar) av dessa, följt av Vemdalen inklusive Klövsjö med 721 000 skiddagar. På tredje plats hamnar Funäsfjällen med ca 330 000 skiddagar.

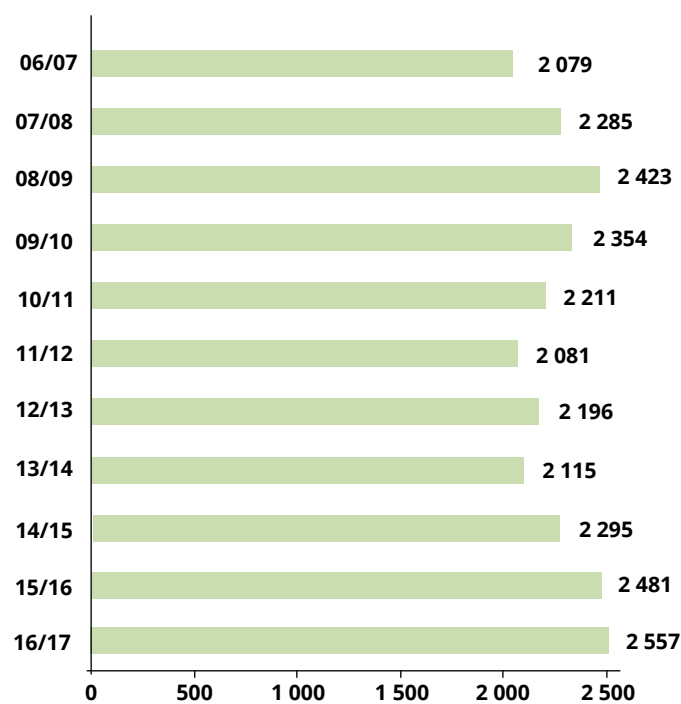
Jämfört med säsongen 12/13 har antalet skiddagar i JH ökat med 360 000 motsvarande +16%. Det är framförallt Vemdalen (+184 000) och Åre (+176 000) som ligger bakom ökningen. Även andra områden har ökat, men det handlar om väsentligt lägre volymer.

Den totala liftkortsförsäljningen uppgick till 517 miljoner kronor, en ökning med +4,5% jämfört med säsongen 2015/2016.

Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2016/2017



Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2007-2017



Visste du att...

- Sveriges första skidlift invigdes under Trettondagshelgen 1940 vid Lundsgården i Åre. Den var 400 m lång med 125 m fallhöjd och kunde ge lift åt 150 personer i timmen. 1942 invigdes första liften i Storlien och 1952 öppnade Gustavsbergsbacken på Frösön. (SLAO)
- 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. Konstsnöspåret 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 möjligheter till dagsturer i både lågland och fjällterräng. För cyklisten finns utmanande downhill-leder och spännande cross country-cykling parallellt med cykling längs 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 samt 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 64 056 gästnätter, vilket är en minskning från föregående år med 1,7% (-1 145 gästnätter jämfört med 2016).

STF:s franchiseanläggningar i Jämtland hade 63 555 gästnätter 2016 (+7,5% jämfört med 2016) och Härjedalen hade 68 295 6512 gästnätter 2016 (+4% jämfört med 2016). STF totalt i Jämtland Härjedalen hade ca 195 906 gästnätter 2016 jämfört med 189 960 gästnätter under 2016 (+3,1%).

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 2017 hade liftarna i Åre ca 36 024 (+5,7%) cykeldagar. Liftåkande gäster utan cykel mellan benen var 32 251 (+0,4%). (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 jaktstott 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.
- I Frostviken finns ett gemensamt fiskekort som binder samman 110 fiskevatten fördelat på 11 st fiskevårdsområden.

Fiske i Kvissleströmmen. Foto: Anette Andersson.





Emil Åreng plockar ingredienser till sina drinkar i skogen. 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 temat "Creative Gastronomy" 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).

2017 fanns 32 av Jämtland Härjedalens restauranger och caféer med i prestigefyllda White Guide.. 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.

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 2017 ca 286 000 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 ca 128 000 deltagare/besökare vid matcherna.

Jämtland Härjedalens största evenemang

Evenemang	Antal besök 2017
Storsjöyran, Östersund	286 000
Storsjöcupen, Östersund	128 000
Gregoriemarknaden, Östersund	50 000
Östersundstravet	27 000
Åre Höstmarknad	25 000
Jamtli Julmarknad, Östersund	22 000
Västgård Game Fair, Åre	17 000
Expo Norr, Östersund	16 000
WC Skidskytte, Östersund	15 000
Östersundsrevyn	10 000
Gymkhana Drift, Östersund	10 000
Åre Sessions	8 500
Hus- & Hemmässan, Vemdalen	8 400
Hotingtravet	8 200
Jämtlands stora pris, Östersund	7 800
Ovalla travbana, Oviken	7 000
Ovikenveckan	7 000
St Olavsloppet, Ösd – Trondheim	6 200
Svegs sommarmarknader	6 000
Alpina Världscupen, Åre	6 000
Vemdalens hembygdsgård	6 000
Hammarstrands marknad	3 000
Dundermarknaden, Strömsund	5 000
Joelmässan, Hammerdal	4 900
Fjälltouren, Funäsfjällen	4 500
Bruksvallarna Game Fair	4 000
Fjällmaratonveckan, S Årefjällen	3 500
Åre Bike Festival	3 100
Fröjdholmen dansbana, Myrviken	3 000
Midsommaryra, Sveg	3 000
Första maj-trofén, Funäsfjällen	3 000
Fjälltopploppet, Funäsfjällen	3 000
Johan Eriksson Invitational, Funäsfjällen	2 700
Skutskjutet, Åre	2 500

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



Foto: Storsjöcupen

Visste du att...

- Östersundsrevyn bildades 2002 och har under åren genomförts 16 gånger. Revyn kan sägas vara en förlängning av det som tidigare var Jämtrevyn och Heimkokerevyn som startade på 1970-talet.
- 2017 firade St Olavsloppet 30-årsjubileum. Stafettloppet går varje år mellan Östersund och Trondheim längs den sträckning som kung Olav Haraldsson tog genom bygden för att försöka återta Norge. Han stupade vid slaget i Stiklestad 1030 och blev senare heligförklarad tack vare de under som skedde vid hans grav.
- Lady Gaga har publikrekordet för Storsjöyran med 26 200 besökare under en spelning 2009. Storsjöyran utsågs till Sveriges mest jämställda festival 2017 när det gäller artistbokningar på svenska scener av organisationen Jämställd Festival.
- Jämtlands stora pris är Norrlands största travtävling. Den första svenska hästen att sätta ett världsrekord, Victory Tilly, avslutade sin karriär med att vinna Jämtlands stora pris 2006.
- Från år 2000 har Östersund varit ett självklart val för att arrangera internationella skidskyttetävlingar bl a tack vare snögarantin.
- Dundermarknaden arrangerades första gången 1983 för att markera 75-årsjubileet för IFK Strömsund, med namnet Superstars. Från 1984 har namnet varit Dundermarknaden.

Jämtland Härjedalens största sevärdheter

Bland sevärdheterna lockade Storsjöbadet i Östersund flest besökare med över 251 400 besökare 2017, med bassänger inom- och utomhus samt vattenrutschbanor. Även badet på Holiday Club i Åre lockar årligen många besökare. Jamtli (upplevelse-/länsmuseum i Jämtland Härjedalen) hade över 189 000 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...

- Hällingsåfallet är ett av Sveriges högst vattenfall (40 m) där vattnet sedan trycks ut i Europas längsta canyon, 800 meter lång. Tännforsen räknas som Sveriges största till mängden vatten som passerar, 60 m brett och 37 m högt. Ett tredje vattenfall är Ristafallet med 50 m bredd och höjden 14 m.
- 1971 återkom Myskoxen till Härjedalen i modern tid från Dovrefjäll, Norge. För att stärka hjorden startades 2007 Myskoxcentrum i Tännäs som nu bedriver avel, forskning och visningsverksamhet.
- Hällristningarna i Glösa föreställer till stor del älgar och är ca 6 000 år gamla. En hydda visar hur människorna vid den här tiden kunde ordna sin bostad, en utställning visar hur de färdades och troliga trosuppfattningar samt hur fångstgropar användes för att fanga älg.
- Gamla Lanthandeln i Krokom byggdes från början 1850 och stod då på Rödön. 1890-91 flyttades huset in till Krokom för att bli affär och gästgiveri. Idag är det en nostalgihandel och café med bl a musik- och berättarkvällar.
- Tack vare att Östersunds regementen lades ned började ett gäng före detta militärer fundera kring att starta upp ett äventyrshus. Idag omfattar Multichallenge ett Boda Borg, laserhall, gokart, lekland, klättervägg, spelhall, biljard, minigolf, vandrarhem och snart även en restaurang och bowlinghall.
- Skärvångens bymejeri omvandlar årligen 800 000 kg ko- och getmjölk till 100 ton ost varje år fördelat på 25 olika sorters ostar.
- Strömsunds hembygdsgård startade 1930 och flyttades ned till nuvarande plats på 1950-talet. Här finns idag förutom samlingen av hus en utställning om Beppe Wolgers i den gamla danslogen, den öppna förskolan Dunderklumpen, en slöjdmässa med alster från lokala hantverkare och Café Tomten.

Största sevärdheterna

Besöksmål	Antal besök 2016
Storsjöbadet, Östersund	251 400
Jamtli, Östersund	189 000
Multichallenge, Östersund	94 000
Wikners i Persåsen	49 500
Döda Fallet, Ragunda	40 000
Tännforsen, Åre	35 000
Strömsunds hembygdsgård	30 000
Frösö kyrka	25 000
Fröå gruva, Åre	20 000
Hällingsåfallet, Frostviken	15 800
Härjedalens Fjällmuseum, Funäsdalen	14 000
Teknikland, Östersund	14 000
Skärvångens bymejeri	11 500
Thailändska paviljongen, Bispgården	8 000
Byhuset, Rödön	7 500
Ljusnedals bruksområde	6 000
Gamla Lanthandeln, Krokom	6 000
Myskoxcentrum, Tännäs	5 000
Hovermo gårdsmuseum	5 000
Frösötornet	4 800
Hoverbergsgrottan	3 800
Glösa hällristningar	3 600
Mus-Olles Museum, Ytterån	2 900
Ljungdalens hemslöjd	2 900
Hede Vemdalens Golfklubb	2 300
Sommarhagen, Frösön	2 200

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



Leif Wikner visar svanven hos Wikners i Persåsen. Foto: Mårten Wikner.

Den internationella gästen

Utländska gäster är viktiga för Jämtland Härjedalen och står för knappt 20% av alla kommersiella gästnätter, sammanlagd drygt 600 000 gästnätter. 2017 innebar dock en minskning med 20 000 gästnätter, motsvarande -3% med stora skillnader mellan olika marknader.

Vår viktigaste utlandsmarknad – Norge

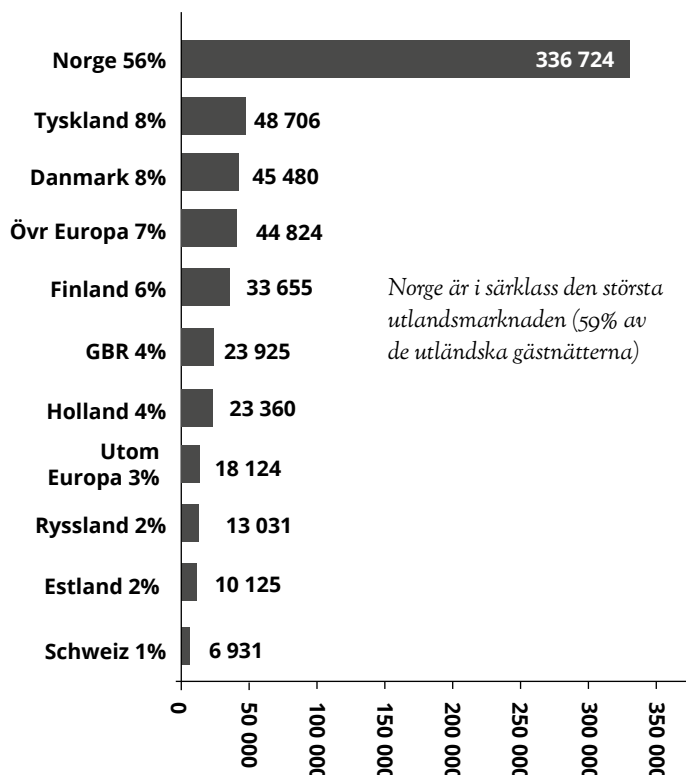
Den norska marknaden med 337 000 gästnätter, står för 56% av de kommersiella utländska gästnätterna. Den norska marknadens andel har minskat stadigt, från toppåret 2013 då de norska gästnätterna utgjorde 62% av alla utländska gästnätter. Minskningen från 2016 är tydlig, -28 000 gästnätter, vilket innebär att den norska marknaden står för mer än den totala minskningen av utländska gästnätter mellan 2016 och 2017. Men det är fortfarande den i särklass viktigaste utlandsmarknaden. Den näst största enskilda marknaden är Tyskland med nästan 49 000 gästnätter, en ökning med +2% jämfört med 2016. Därefter följer Danmark med drygt 45 000 gästnätter, en minskning med -1%, främst kopplad till vintern. Den finska marknaden (totalt knappt 34 000 gästnätter) redovisar en kraftig minskning, -21%, även här framförallt med koppling till vintern. Även de ryska och estniska marknaderna redovisade minskningar, -38% respektive -9%. Tydliga ökningar för enskilda länder märks framförallt för GBR (+19%), Schweiz (+29%) och Holland (+7%). Även övriga europeiska marknader (+64%) och länder utanför Europa (+27%) ökar kraftigt.

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. Att Storbritannien ökar med början vintersäsongen 2016/2017 kan sannolikt kopplas till easyJets reguljära flygningar mellan London och Åre Östersund airport.

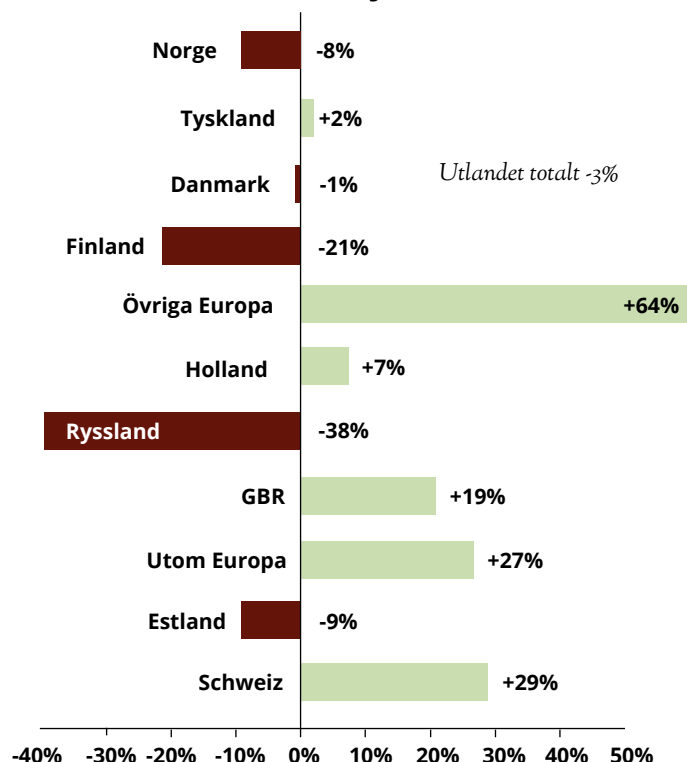
Fler internationella gäster sommartid

46% av det totala antalet utländska gästnätter är förlagda till vinterhalvåret (nov-apr), vilket är något lägre jämfört med 2016 (48%). Den svenska andelen av totala antalet gästnätter ligger oförändrat på 71%. En viktig förklaring till utlandets totalt sett lägre andel är att två tredjedelar av de norska gästnätterna är förlagda till barmarkspérioden. Mot bakgrund av den norska marknadens volymmässiga dominans, påverkar detta den totala fördelningen av utländska gästnätter sett över året. Utpräglat tydliga vintermarknader är Ryssland (98%), Estland (87%), Danmark (87%), GBR (84%) och Finland (73%), medan Holland och Schweiz (17%), Tyskland (18%) och Norge (39%) är sommarmarknader.

Marknadsfördelning av de totalt 601 000 utländska gästnätterna i Jämtland Härjedalen



Förändring av antal utländska gästnätter i kommersiellt boende jämfört med 2016





Vildmarksvägen. Foto: Madeleine Aaraas.

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 sameläger. 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.

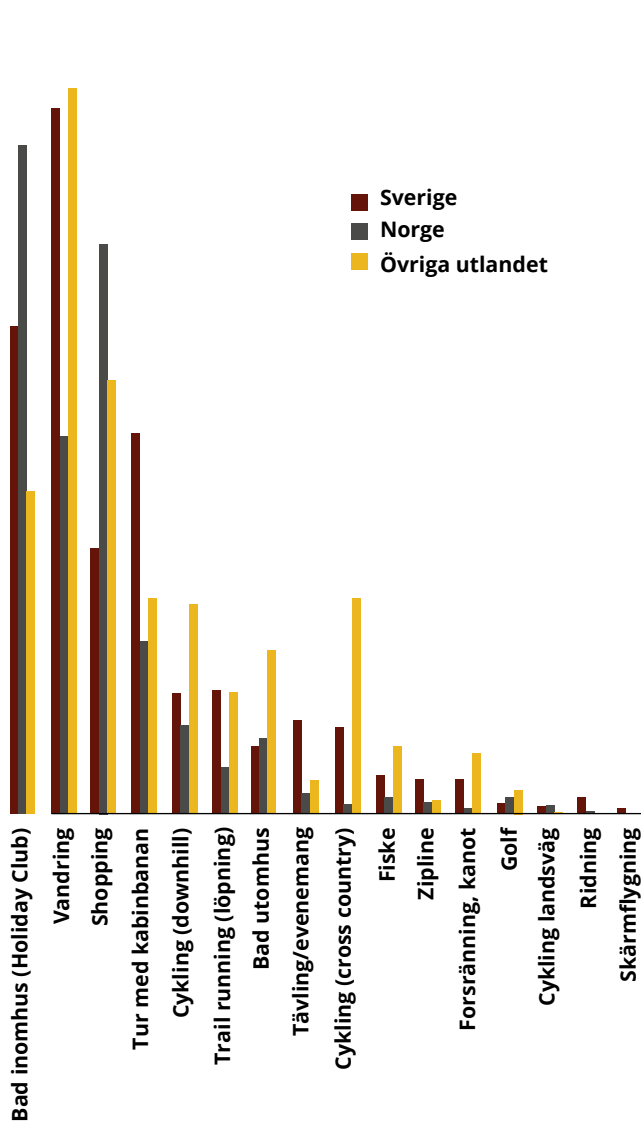
Den norska gästen gillar:

- Stadsliv
- Restauranger
- Shopping
- Äventyrsbad
- Djurpark
- ”Familjemys”

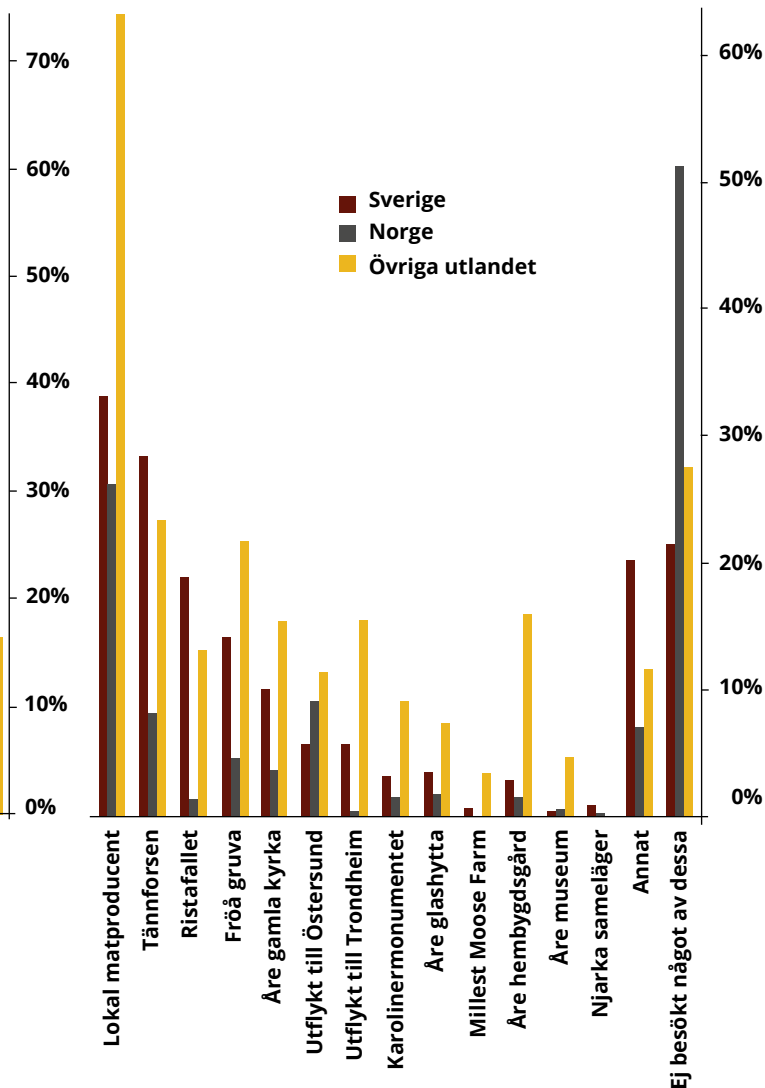
Övriga internationella gäster gillar:

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

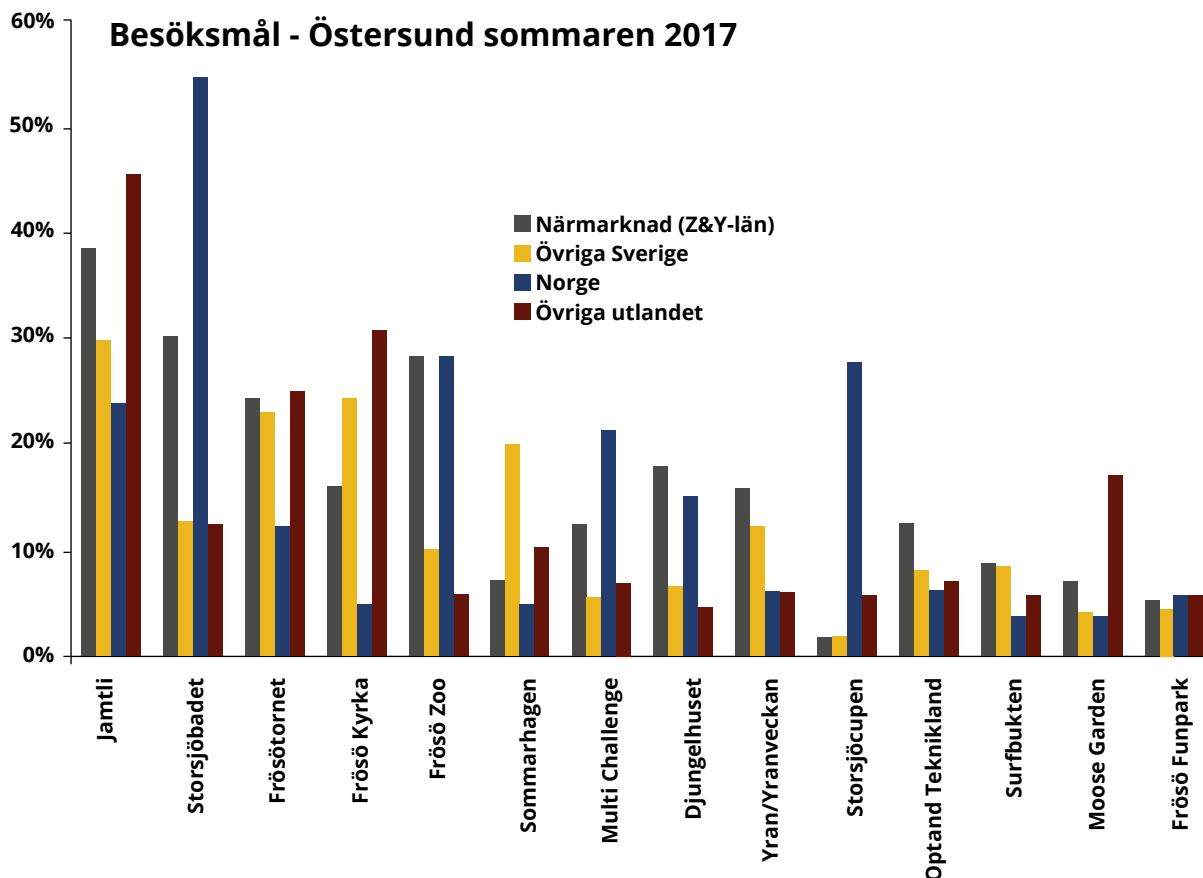
Aktiviteter - Åre sommaren 2017



Besöksmål - Åre sommaren 2017



Besöksmål - Östersund sommaren 2017



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 samt andra transportörer säsongsvis. Funäsfjällen kan nås via tåg till Röros på den norska sidan gränsen. Inlandsbanan går genom Jämtland Härjedalen i nord-sydlig riktning.

Inlandsbanan sommartrafik 2017

Inlandsbanan körde turisttrafik under 10 veckor sommaren 2017. I Östersund steg 3 891 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 3 932 personer av, Bergs kommun 206, Härjedalens kommun 200 och i Strömsunds kommun steg 113 personer av sommaren 2017 för att besöka sevärdheter, övernatta och delta i aktiviteter. Totalt hade Inlandsbanan under sommaren 2017 11 917 avstigningar längs banan, jämfört med 9 803 sommaren 2016. (Inlandsbanan)

Snötåget 2016-2017

Snötåget startade 2012 i samarbete mellan Inlandsbanan, SkiStar och Destination Vemdalen för tågtrafik vintertid till Vemdalen från Malmö, Göteborg och Stockholm. Snötåget har dagliga avgångar vintertid 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 säsongen 2016/2017 utvidgades Snötåget med pendeltrafik mellan Åsarna och Östersund tidigt på morgonen samt återresa sen eftermiddag. Vintersäsongen utvidgades även från mitten av december till mitten av juni. Under säsongen 2016/2017 åkte 10 885 personer med Inlandspendeln (Snötåget/Inlandsbanan). I tillägg till Snötåget/Inlandspendeln och SJ finns Snälltåget (drivs av franska Transdev, f d Veolia Transport) som erbjuder vinter-sporttrafik till både Åre och Vemdalen. (Inlandsbanan)

SJ 2017

2017 åkte ca 160 000 passagerare med SJ till Jämtland, varav 2/3 hade Östersund som destination medan 1/3 hade västra Jämtland som slutmål. Cirka 1/3 åkte under vintersportsäsongen februari-april, ca 1/3 under sommaren mitten på juni – mitten på september. (SJ)

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 till Åre Östersund airport finns från Bromma, Arlanda och Umeå samt säsongsvis från Malmö,

Göteborg, London och Köpenhamn. Sveg Airport ligger ca 45 min från Vemdalen, 50 min från Lofsdalen och 1,4 timmar från Funäsdalen med reguljärtrafik från Arlanda.

Totalt reste ca 531 000 passagerare till/från Åre Östersund Airport 2017 (+7% jmf med 2016) varav 24 300 utrikes (en fördubbling mot föregående år). Totalt gjordes 3909 kommersiella landningar vid flygplatsen (plus ca 1000 icke kommersiella) varav 151 med utländsk avreseort. 6 455 personer reste till/från Sveg Airport 2017 (11% ökning från 2016) fördelat på 794 landningar (6 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 omkring 30 destinationer (varav 11 st utanför Norge) beroende på säsong. 2017 uppgick antalet passagerare till ca 4 400 000. (Avinor)

Röros ligger endast 70 km från Funäsdalen och det finns transfer-möjligheter från både flygplatsen och järnvägsstationen (tåg från Oslo) till destination Funäsfjällen.

Chartertrafik och internationellt reguljärflyg

Jämtland Härjedalen har haft charterturism under 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 sommardag 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.

Vintern 2016/2017 startade flygningar med easyJet söndagar (14 rotationer) mellan London och Åre/Östersund airport med god beläggning. 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 och i andra hand på 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. Aktivitetsbolag vittnar om att de engelska resenärerna gärna gör fler aktiviteter vid sidan om skidåkningen.

Även andra flygbolag, via Vaernes och Arlanda, har ökat antalet engelska resenärer som en trolig effekt av easyJets etablering vid Åre Östersund Airport och den ökade uppmärksamhet som marknadsföringsaktiviteter i samband med etableringen gett. Vintern 2017/2018 utökade easyJet med en direktlinje från Köpenhamn till Åre/Östersund airport, 14 rotationer och 16 rotationer London (extra flygningar över nyår och i samband med ÖFK-Arsenal matcherna.

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.

Visste du att...

2017 ökade antalet nyregistrerade husbilar med 20,37% i Sverige. Under 2017 nyregistrerades totalt 9 845 fritidsfordon i Sverige, vilket är den högsta totalsiffran sedan 1990. Antalet husbilar var då knappt 12 procent av det totala antalet. 2017 står husbilarna för 65 procent av nyregistreringarna.
(Husvagnsbranschens Riksförbund)

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.



Åreskutan. Foto: Lars Håreblad.

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 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.

Framtida boendekapacitet

Kopplat till Turism 2030 finns en målsättning att öka antalet kommersiella gästnätter från 3 miljoner (2016) till 3,6 miljoner (2030). En central fråga i sammanhanget är om dagens boendekapacitet räcker för att detta mål ska kunna förverkligas.

Sett över hela året finns det i dagsläget mycket ledig boendekapacitet, men om man utgår från de perioder då efterfrågan är som allra störst ser det annorlunda ut. Om man utgår från länets 4 största destinationer så finns en kapacitetsbrist under återkommande perioder. Här följer en översiktlig sammanfattning:

- Åre har kapacitetsbrist ca 45 dagar per vinter (hotell, lägenhet/stuga).
- Vemdalen har kapacitetsbrist ca 50 dagar per vinter (i första hand lägenhet/stuga).
- Funäsfjällen har kapacitetsbrist ca 25 dagar per vinter (i första hand lägenhet/stuga).
- Östersund har kapacitetsbrist ca 25 dagar per sommar (hotell).

Därutöver finns det naturligtvis kapacitetsbrist enstaka dagar/helger både på ovanstående och andra destinationer främst i samband med evenemang och konferenser.

Om man ser framför sig att den målsatta ökningen på ca 600 000 gästnätter skulle fördelas i rum och tid så som nuvarande beläggning ser ut, innebär det att ca 115 000 av totalt 600 000 gästnätter hamnar på perioder i de 4 destinationerna där det i dagsläget i princip är fullbelagt. Hur detta hanteras finns det naturligtvis många alternativa lösningar på. Ett exempel på beräkning, baserat på hur nuvarande boendestruktur ser ut resulterar i ett behov av knappt 3 000 nya kommersiella bäddar. Med en mix av hotell och stugor/lägenheter skulle det innebära ett nybyggnadsbehov på ca 450 nya hotellrum och ca 1 500 nya lägenheter/stugor. I dessa beräkningar har inte behovet av att ersätta äldre boendekapacitet med ny modernare utifrån gästernas ökade krav tagits med.



Downhillcykling. Foto: Niclas Vestefjell.



Foto: Nicklas Blom



Hur hittar nya besökare till regionen?

Merparten av våra gäster besöker oss mer eller mindre regelbundet, vi kallar det kort och gott för återkommande gäster. De utgör basen för företagen på våra destinationer. Många har en fast relation genom eget fritidsboende, släkt och vänner, men många väljer också att återkomma för att de har hittat sina egna "pärlor" runt om i regionen. En del föredrar vintern, andra sommaren, men vi har också ett stort antal gäster som regelbundet besöker oss året runt. En hög andel återkommande gäster är ett resultat av de fina upplevelser och det goda värdskapet som levereras av alla företag och aktörer inom länets besöksnäring.

Att förlita sig på återkommande gäster är inte hållbart i längden, det finns en ständig utmaning med att locka nya gäster, inte minst mot bakgrund av de tillväxtnål som finns för besöksnäringen. Hur hittar då nya besökare till regionen? Detta är en komplex process som inte har några enkla och givna svar, men kunskap och förståelse för hur potentiella besökare tänker och resonerar underlättar arbetet med att locka dem till besök.

När det gäller att locka nya besökare till Jämtland Härjedalen så kan man se processen i flera olika steg. I första fasen handlar det primärt om att man måste känna till resmålet. I nästa fas är bilden av resmålet en viktig faktor för att det ska komma ifråga som ett valbart/intressant alternativ. Därefter tar informationsinsamlingen vid, följt av en beslutsprocess. En förutsättning för att resmålet ska vara ett alternativ under hela processen är naturligtvis att det matchar den potentiella besökarens intressen och drivkrafter kopplat till resor/semester. Hela den här processen kan se olika ut för olika typer av människor, men i grunden är detta steg som de allra flesta går igenom på ett eller annat sätt.

Både kännedom om och bilden av ett resmål är något som i de flesta fall byggs upp över tid, även om det också kan handla om snabba processer. Exponering i olika typer av media, det man får höra från vänner och bekanta är viktig input. Om man sedan upplever att resmålet är tillräckligt intressant utifrån egna preferenser och önskemål påbörjas en mer aktiv process där man söker information på olika sätt. Här är digital information central, genom googling, specifika resesajter, bokningssajter m.m. Men även tryckt information (broschyrer, kartor, reseguider etc.) spelar fortfarande, särskilt för vissa grupper, en betydande

roll. Även personliga kontakter, exempelvis via ett turistcenter har betydelse. När man sedan ska fatta det slutliga beslutet så är det många olika faktorer som läggs samman och utvärderas, men ibland fattas beslutet säkerligen också på andra grunder. Vänner och bekanta med erfarenhet från det tänkta resmålet kan många gånger vara mycket viktiga som "intygare" att man gör ett bra val.

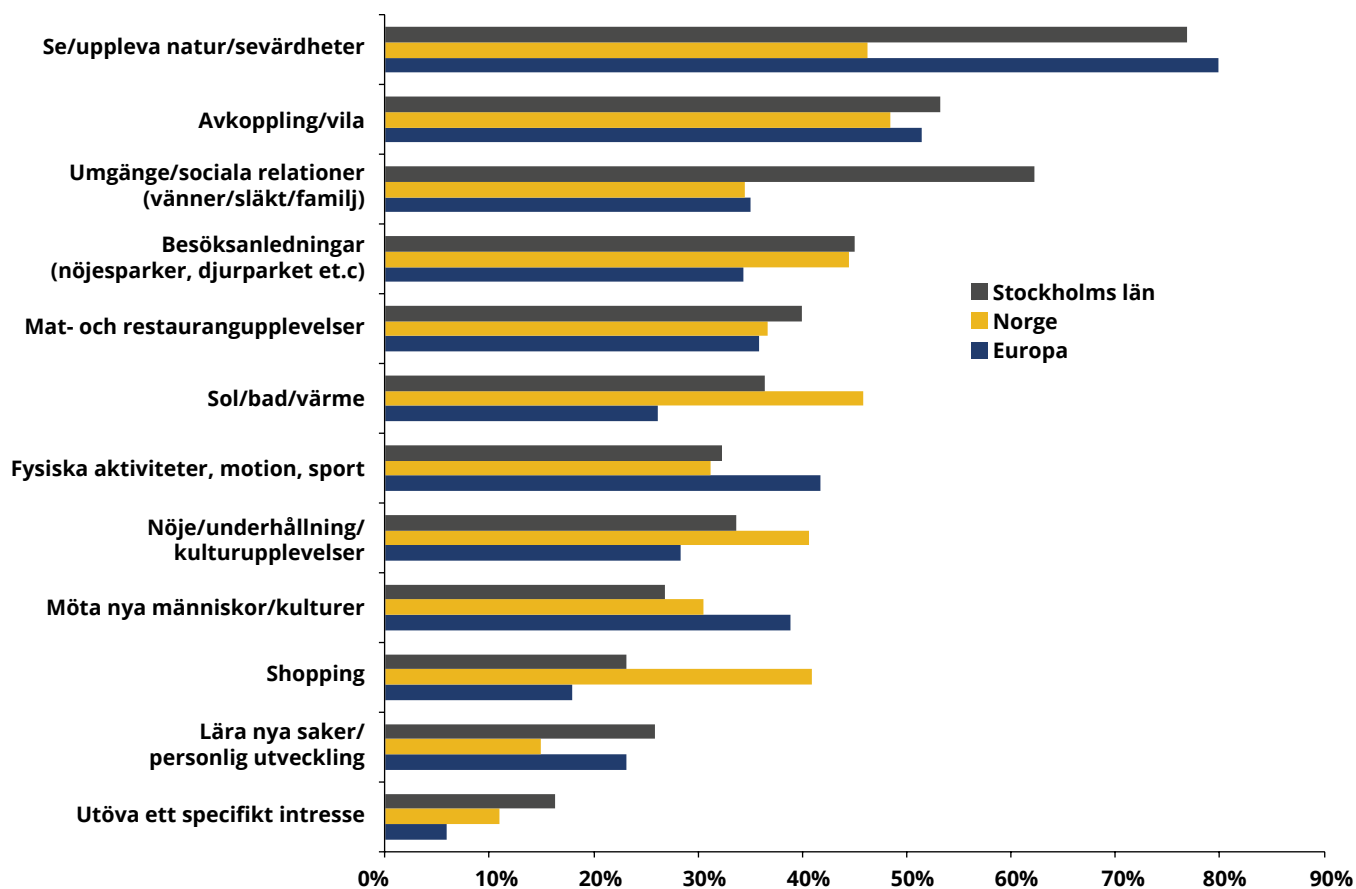
Lite av ovanstående resonemang kan exemplifieras med hjälp av ett axplock av frågeställningar från den undersökning som genomfördes i Östersund sommaren 2017. För att också belysa skillnader mellan olika typer av besökare så visas exempel utifrån tre olika geografiska marknader, Stockholm, Norge och Europa. Även om exemplet specifikt handlar om Östersund kan det skapa förståelse och kunskap även ur ett generellt perspektiv kring olika faktorer kopplat till besökarens beslutsprocess. Naturligtvis färgas svaren på en del av frågorna av att det är gäster som har besökt Östersund som har svarat på frågorna, men det intressanta är att se vad det finns för generella drivkrafter och hur dessa sedan via olika påverkans- och informationskanaler delvis ligger till grund för bilden av Östersund och sedan omsätts till ett faktiskt besök.

Särskilt intressant är det att studera och analysera likheter och skillnader mellan de olika marknaderna. Vissa saker uppvisar små skillnader, exempelvis avkoppling/vila, mat- och restaurangupplevelser och besöksanläggningar när det handlar om generella drivkrafter för en sommarresa i Sverige. Andra faktorer, exempelvis sevärdheter/natur, umgänge/sociala relationer, shopping, sol/bad/värme uppvisar betydande skillnader mellan de olika marknaderna.

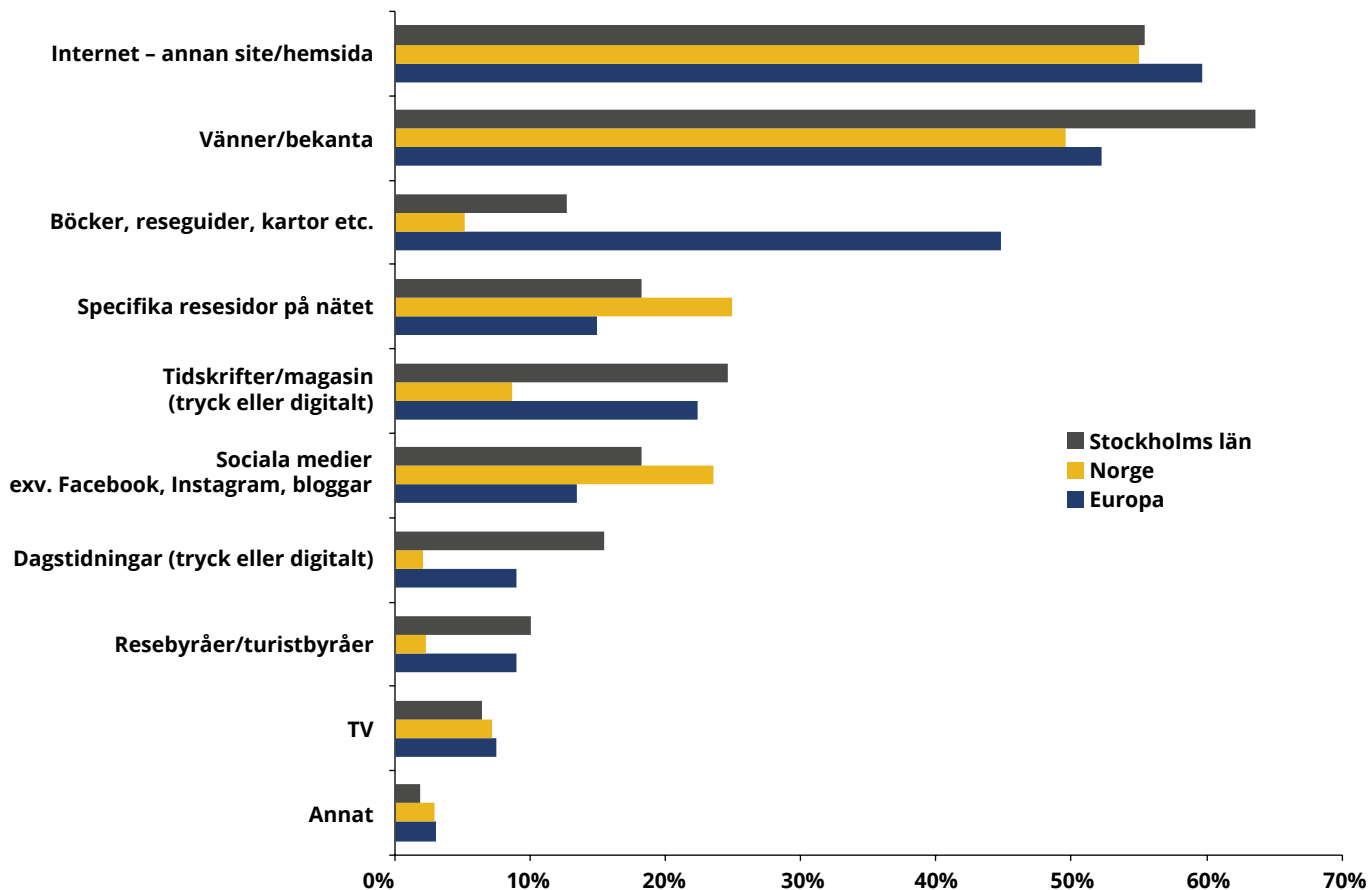
När det gäller idéer/inspiration till en resa så kan man konstatera att det råder stor samstämmighet kring Internet och input från vänner/bekanta, medan övriga alternativ (TV undantaget) uppvisar betydande skillnader mellan marknaderna.

Även bilden av Östersund ser väsentligt olika ut för de olika marknaderna, särskilt den norska marknaden avviker kraftigt. Det avspeglar sig tydligt när det handlar om frågan varför man primärt besökte Östersund. Kontentan är att det är viktigt att förstå vad som är viktigt för olika typer av besökare, vilken övergripande bild de har av resmålet och utifrån det, anpassa budskap och kommunikation, både när det gäller innehåll och val av kanaler.

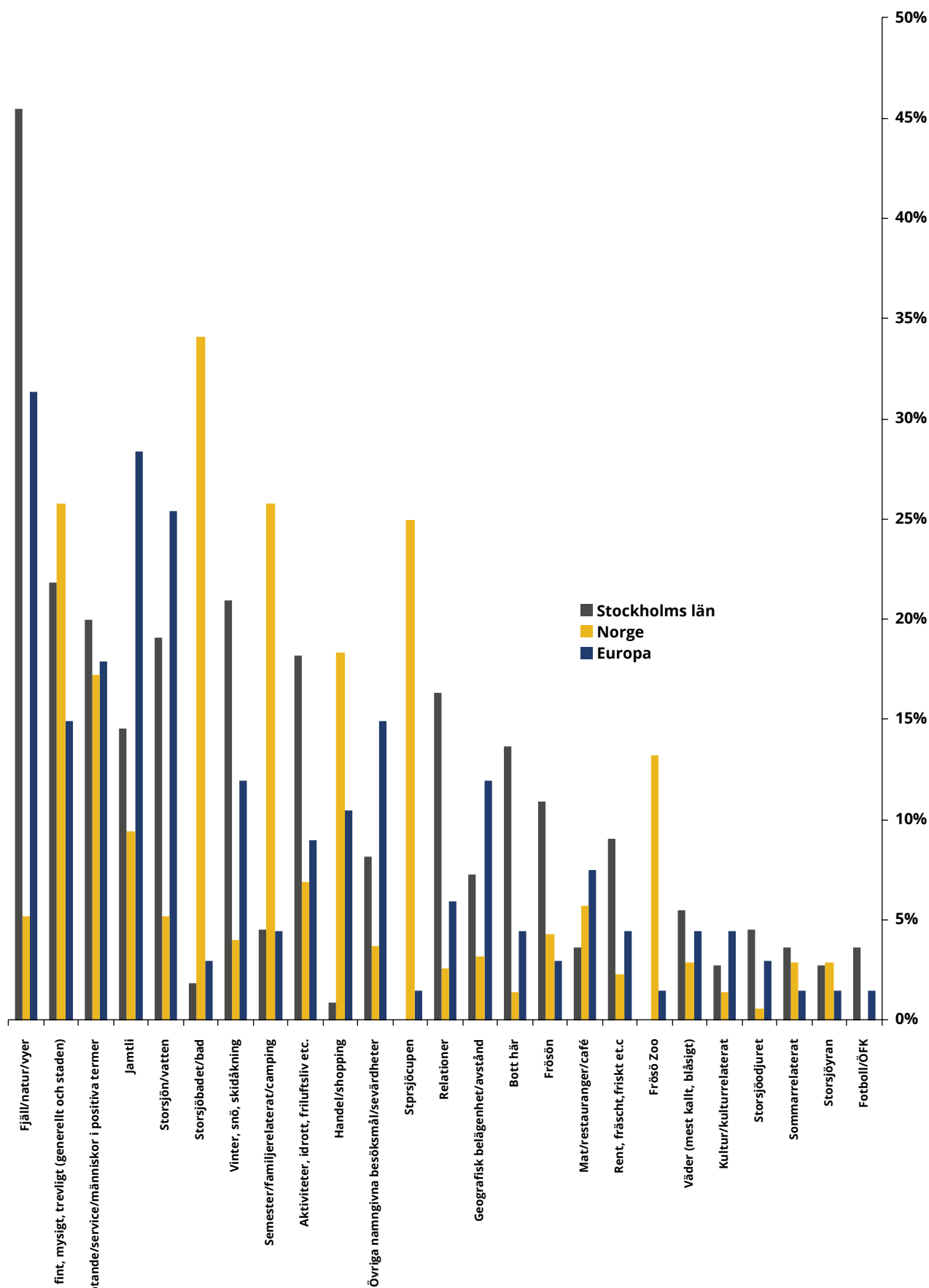
Vad är generellt viktigast om/när man reser i Sverige under sommaren? Besökare i Östersund sommaren 2017



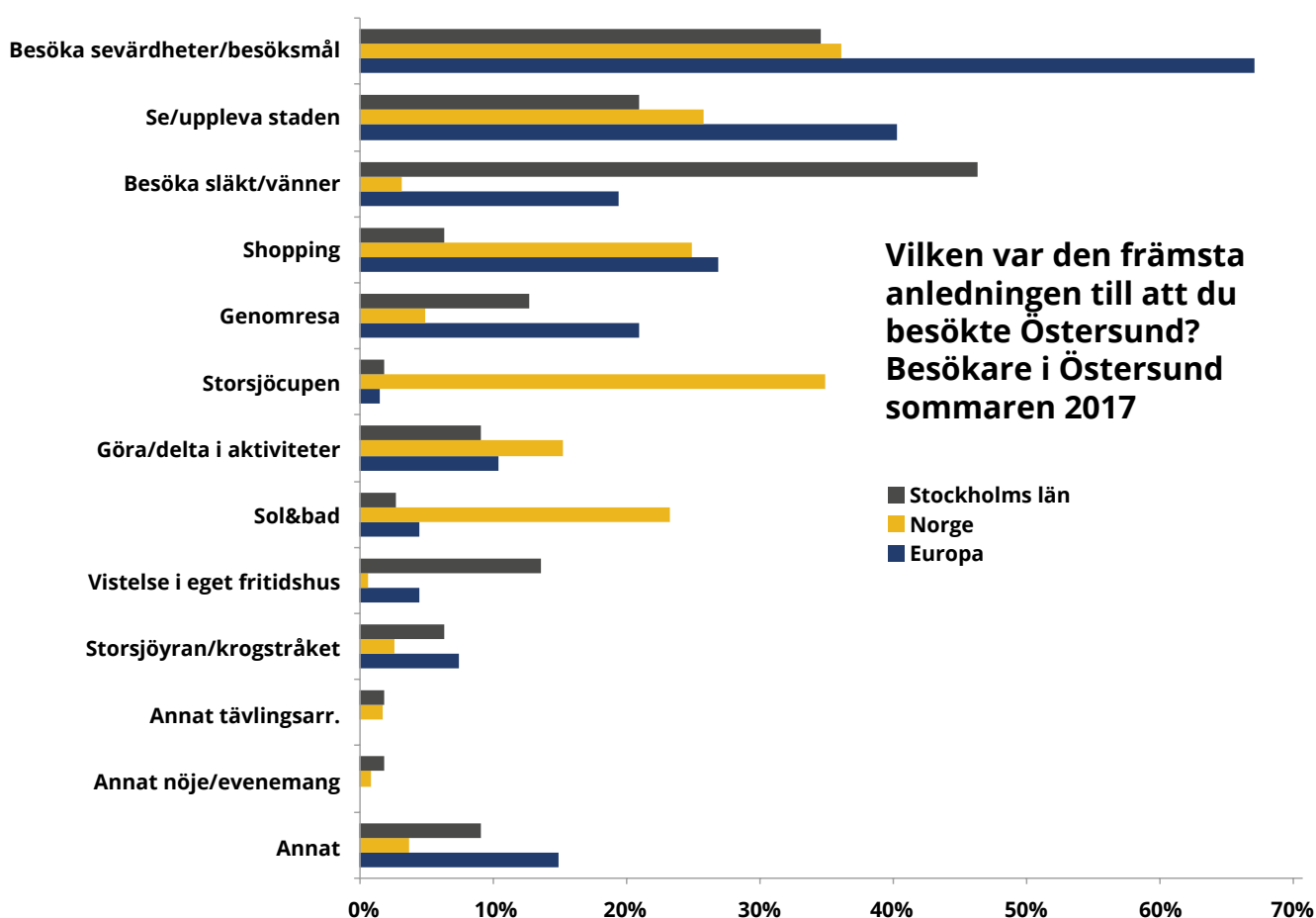
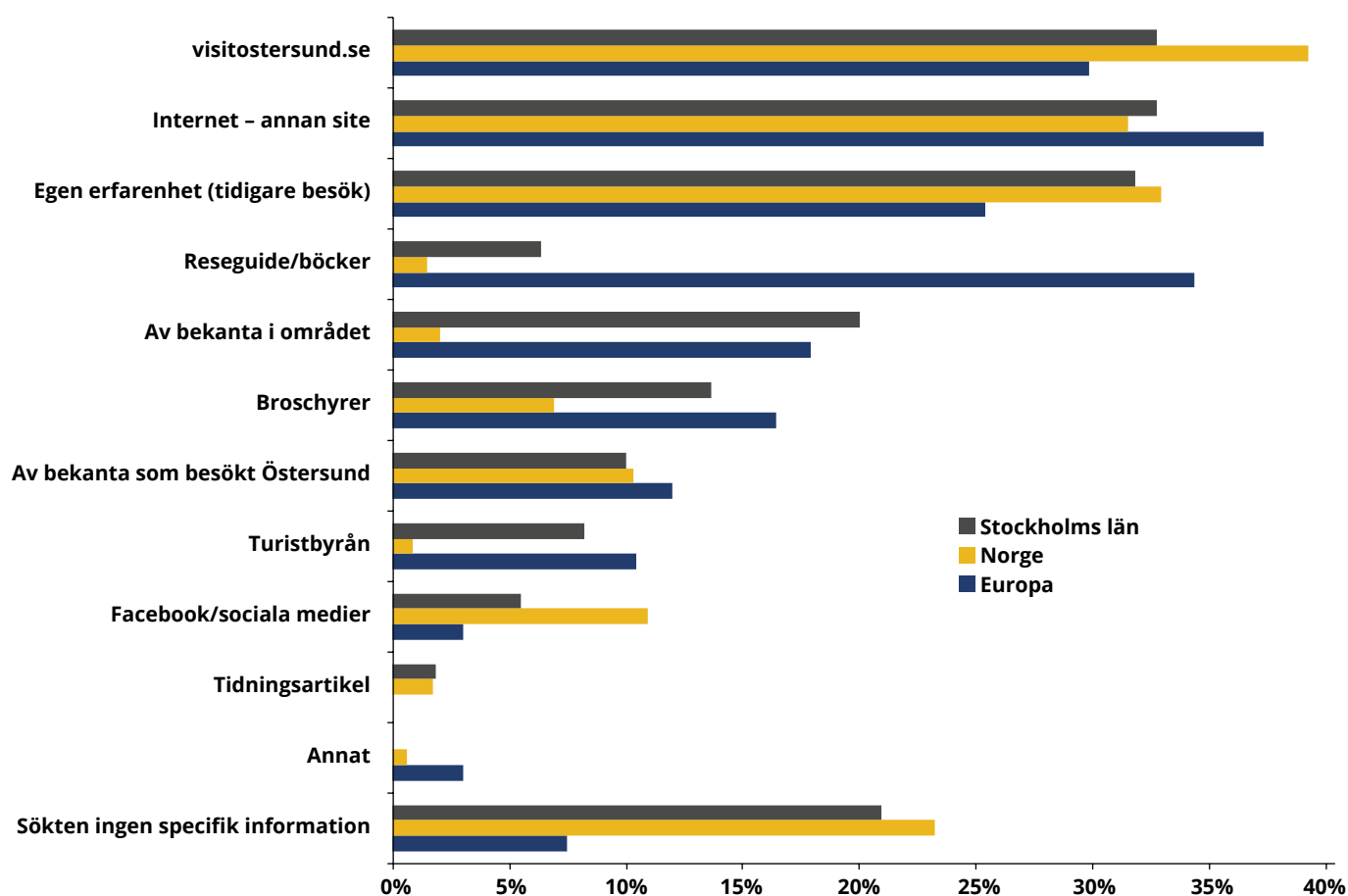
Var brukar du främst hämta idéer och inspiration till resor? Besökare i Östersund sommaren 2017



Vad associerar du främst med Östersund. Fritextsvar som kategoriserats i efterhand. Besökare i Östersund sommaren 2017.



Sökte du någon information om Östersund inför det här besöket? Besökare i Östersund sommaren 2017



Vilken var den främsta
anledningen till att du
besökte Östersund
sommaren 2017

Infopoints - ett nytt sätt att ge information på plats

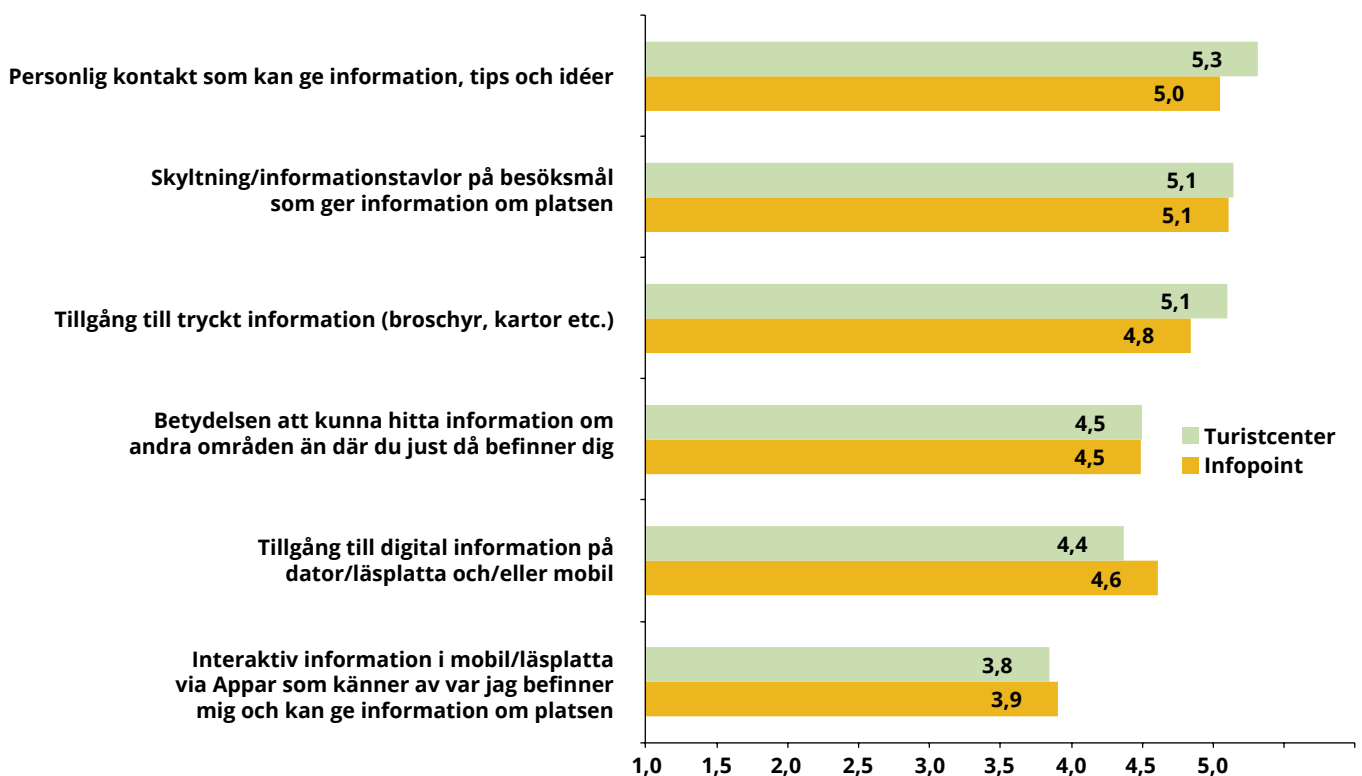
Även om resandet under barkmarksperioden/sommaren på senare tid blivit mer destinationsbundet, så är det fortfarande en stor andel som reser runt inom ett större område. För dessa ökar betydelsen av att kunna få tillgång till relevant information under själva resan/vistelsen, både för att hitta olika typer av upplevelser, logi och annan service. Här sker idag ett utvecklingsarbete på flera fronter för att tillgodose gästernas behov. Den kanske tydligaste insatsen handlar om utvecklingen av så kallade Infopoints. Tanken är att utöka antalet informationsplatser runt om i Jämtland Härjedalen genom att låta olika typer av serviceställen (exempelvis bensinmackar, butiker, campingplatser) få rollen som en informationspunkt, man skulle kunna kalla det en "turistinformation light". Genom utbildning och informationsstöd blir personalen på dessa Infopoints också turistinformatörer som kan ge service till besökarna. Runt om i länet finns i dagsläget ca 70 infopoints fördelat på drygt 15 destinationer. I de flesta fall finns inom varje destination också minst en turistinformation/turistcenter, vilka blir något av navet för de olika infopointsen.

En undersökning genomfördes sommaren 2017 på ett urval Infopoints och turistinformationer/turistcenter runt om i länet, för att få kunskap om hur besökarna uppfattar regionens besökservice. Undersökningen ger en hel del intressant information. Först och främst kan man konstatera att de som besöker en infopoint primärt inte gör det för att söka information: Ungefär 1 av 10 angav att informationssök var huvudorsaken till besöket. Noterbart är också att 3 av 4 inte kände till i förväg att anläggningen/platsen var en infopoint. Man kan också konstatera att ca 10% även efter besöket på infopointen inte var medvetna om att de besökt en infopoint. Bland dem som besökte en turistinformation/ett turistcenter var det ungefär 7 av 10 som primärt gjorde det för att söka information. Man ska vara medveten om

att vissa turistcenter, exempelvis Härjedalens Fjällmuseum både är besöksanläggning och ett turistcenter. En slutsats blir att en viktig framtida utmaning är att på ett bättre sätt synliggöra för besökaren att det går att få bra/relevant information på ställen (infopoints) som inte är traditionella turistinformationer/turistcenter.

Oavsett om det handlar om en infopoint eller en turistinformation/turistcenter så är besökarna generellt sett mycket nöjda med såväl bemötande, serviceförmåga och kunskap som levereras av personalen. En absolut merpart, 8 av 10, svarar att de absolut fick hjälp/service med sin fråga/sitt ärende, oavsett turistinformation/turistcenter eller infopoint. Drygt en fjärdedel angav att man fick tips/idéer som gjorde att man ändrade sina planer och nästan hälften av dessa angav också att detta fick dem att förlänga besöket i området. Förlängda besök innebär merförsäljning vilket är värdefullt för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. Utfallet är sammantaget lite mer positivt för turistinformationerna/turistcentren, men även infopointsen bidrar positivt. Av samtliga som besökt en infopoint är det cirka 10% som anger att de fått tips/idéer som fått dem att förlänga besöket i området. Motsvarande för turistcenter är 15%.

I undersökningen ställdes också frågor om vad besökarna värderar som viktigt när man söker information under den aktuella resan/det aktuella besöket. Mönstret är detsamma för båda grupperna och i topp hamnar personlig kontakt följt av informationstavlor på besöksmål och tryckt information (broschyrer, kartor etc). Minst intressant/viktigt är interaktiv information via appar etc. Resultatet påverkas måhända något av att de som svarar har besökt någon typ av bemannad besökservice, men visar ändå betydelsen av "traditionella" informationskanaler under sommarperioden.



Ett gott värdska ger fler gäster

Att ett gott värdska ger fler gäster är ingen nyhet, men med den ständigt 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 för att ytterligare öka konkurrenskraften 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 återvändarfrekvens 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 sedan, trenden på de destinationer som gör mätningar regelbundet är dessutom positiv.

För att understryka betydelsen av att tillfredsställa gästerna fullt ut, visar resultat från undersökningar från regionens

vinterdestinationer 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

Färska sommarundersökningar (2017) från Åre och Östersund visar på långsiktigt förbättrat resultat. Helhetsbetyget för Åre har förbättrats från 5,1 (2015) till 5,3 (2017). För Östersund har betyget förbättrats från knappt 4,9 (2013) till drygt 5,1 (2017). Tack vare Åres något högre totalbetyg är också gästerna där något mer benägna att rekommendera Åre till vänner/bekanta. Samtidigt har viljan inte ökat under motsvarande period som totalbetyget har förbättrats, vilket sannolikt ska tolkas som att gästerna ställer allt större krav och har höga förväntningar. Det betyder i sin tur att det är mycket viktigt att inte slå sig till ro, utan ständigt arbeta med att utveckla och förfina den upplevelse man vill erbjuda sina gäster.



Klättring vid Stuguberget. Foto: Anette Andersson.

11 MILJONER GÄSTNÄTTER/år

➤ **3,1 MILJONER KOMMERSIELLA**
GÄSTNÄTTER

➤ 20% UTLÄNDSKA ➤ 56% NO



DAGTURISTER
1,2 MILJONER/år



2,6
MILJONER/år

Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen

"Ledande på naturbaserade upplevelser"

I Jämtland Härjedalen är besöksnäringen
en basnäring som varje år omsätter

5,14 MILJARDER sek

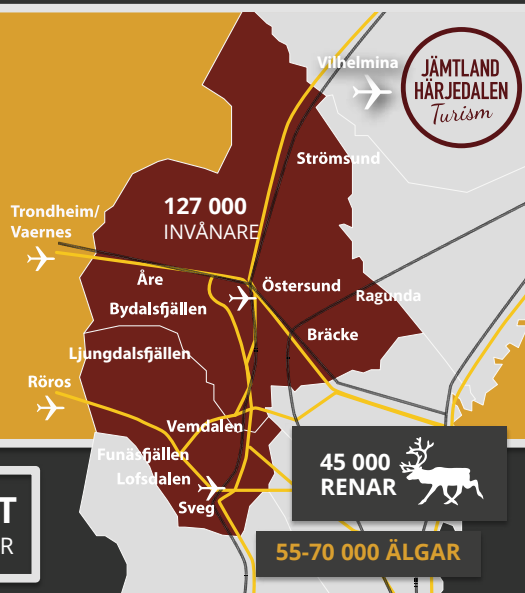
Näringen genererar

4 700 HELÅRSARBETEN

60 000

WHITE
GUIDE **32**

>150 MAT
PRODUCENTER



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.