

2019

FAKTA OM TURISMEN

Samlad statistik från Jämtland Härjedalen



Snabba fakta

– om turismen i Jämtland Härjedalen

- Turismen i Jämtland Härjedalen om-satte 5,56 miljarder kronor 2018. Jämfört med 2017 en ökning med 400 miljoner kronor.
 - Liftkortsförsäljningen (590 miljoner kronor) står för en dryg tiondel av den totala omsättningen. Antalet skiddagar vintern 2017/18 var 2,75 miljoner. En ökning med 7,5% jämfört med 2016/17.
- Totalt 11,3 miljoner gästnätter (+2,5%), varav nästan 3,1 miljoner i kommersiellt boende (+1%).
 - Turismen genererar skatteintäkter (kommun och landsting) på cirka 730 miljoner kronor.
 - Norge är den i särklass viktigaste ut-landsmarknaden, 329 000 av totalt 612 000 utländska kommersiella
- gästnätter. De utländska gästnätterna ökade totalt sett med 2% jämfört med 2017.

 - Totalt 1,2 miljoner dagsturister.
 - Totalt genereras motsvarande drygt 7 700 årsarbeten av turismen.

Fjällöppning. Foto: Niclas Vestefjell.



Downhill-cykling i Jämtland Härjedalen. Foto: Niclas Vestefjell.

Innehåll

2	Sammanfattning
3	Innehållsförteckning
4	Jämtland Härjedalen Turism
5	Definitioner & beräkningar
6	Turismen i siffror
6	Turismens betydelse
6	Turismens ekonomiska betydelse
10	11,3 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 & Skoterturism
25	Gastronomy
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 2019 (avser statistik och underlag insamlat under 2018) gavs ut av Jämtland Härjedalen Turism i maj 2019. Statistiska underlag bearbetade av Nordanalys. Grafisk form: Mårten Wikner på original av Giverton AB. Omslagsfoto: Tännforsen. Foto: Epic Trails, Lukasz Warzecha.



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 på jaktexpedition i området följdes av pilgrimer, förbönder, blomsterherrar, luft- och brunnsghäster, jaktlor-der och nationalromantiker fram till idag då det är svårt att tänka sig Jämtland Härjedalen utan turister.

I Jämtland Härjedalen finns oändliga möjligheter till naturbase-rade 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 sam-verkansplattform för utveckling av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. JHT företrädar regionens besöksnäring i nationella och internationella sammanhang och samverkar med näringsens aktörer. Destinationsorganisationerna är huvudägare. Region Jämtland Härjedalen och kommunerna äger färre andelar. I för-eningens 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 5,59 (2018) till 7,6 miljarder kronor år 2030. Antal årsarbeten ska öka från dagens 4 900 till 5 800 och antalet utländska gäster i kommersiella bäddar ska öka från dagens 612 000 till 1,1 miljoner år 2030.

JHTs projekt och projektmedverkan 2018 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, 2017-2020: 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.
- Branschorganisation för hållbar skoterturism 2018-2019
- Morgondagens medarbetare, en förstudie 2018-2019
- Vägen till AdventureTravelWorldSummit - ATWS 2018-2019

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

Definitioner & beräkningar

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 övernattnings- är hämtade dels från Tillväxtverket/SCB:s inkvarteringsstatistik (redovisar hotell, vandrarhem, stugbyar, camping och förmedlat boende). Övriga övernattnings- ningar, 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 stickprovssurval uppstår statistiska felmarginaler, vilket innebär att resultaten inte kan tas för absoluta sanningar utan är att betrakta som ungefärliga resultat. 2018 års siffror när det gäller ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter är skattade baserade på tidigare årsutfall och med hänsyn taget till utvecklingen av kommersiella gästnätter.

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

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

Konsumenterna definierar turismen

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

Turismens betydelse

Turismen omsätter 5,56 miljarder kronor

Den inresande turismen till Jämtland Härjedalen omsatte under år 2018 5,56 miljarder kronor. Det innebär en ökning med drygt 400 miljoner kronor jämfört med 2017. Turistkronans fördelning är mycket stabil sett till de senaste 5 åren, med endast små förändringar.

Jämtland Härjedalen – En turismberoende region

Sett ur ett 10-årsperspektiv uppvisar Jämtland Härjedalen totalt sett en stadig omsättningsökning. Mellan 2008 och 2018 är ökningen 67%. 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.

Kommersiellt boende ger drygt hälften av turistintäkterna

58% av de totala turistintäkterna kommer från besökare som bor kommersiellt, vilket är en liten ökning jämfört med 2017. Hyrd stuga/lägenhet/stugby är fortsatt den ekonomiskt viktigaste boendeformen och står totalt sett för en dryg tredjedel av omsättningen. Vinterturismen är en viktig förklaring.

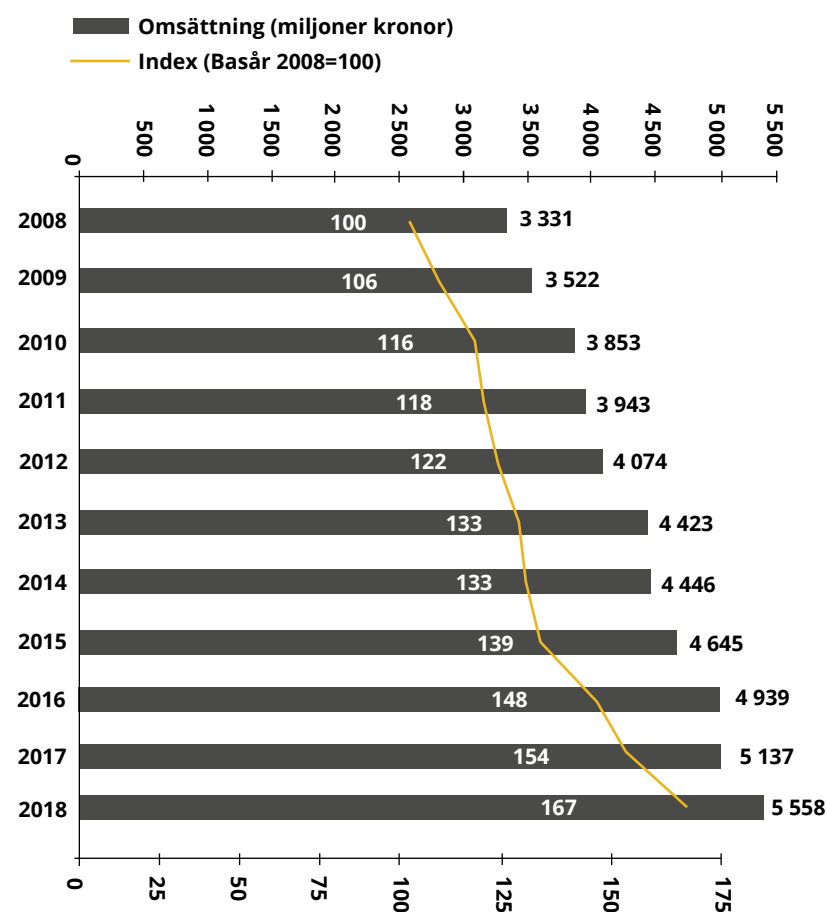
Den andra stora kommersiella boendeformen är hotellen med en andel på 18%, vilket är en liten ökning jämfört med 2017. Överlag handlar det om små förändringar jämfört med 2017, med som mest någon procentenhet upp eller ner.

Det icke kommersiella boendet svarar sammantaget för en tredjedel 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 8% av de totala utläggerna, en något minskad andel jämfört med 2017.

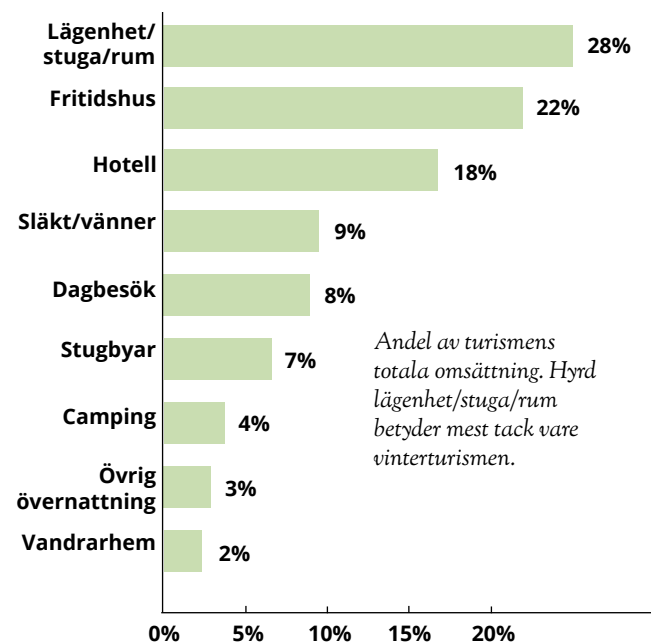
Genomsnittligt dygnsutlägg – hotellgäster spenderar mest

Det genomsnittliga dygnsutlägget ökar ganska tydligt, från 466 kronor (2017) till 492 kronor per person och dygn under 2018. Hotellgästerna spenderar mest, 1 105 kronor per person och dygn, en ökning med ca 50 kronor jämfört med 2017, och mer än fyra gånger så mycket som de som bor hos släkt och vänner och nästan fyra gånger så mycket jämfört med de som är boende i fritidshus.

Omsättningsutveckling 2008-2018



Utläggen fördelade efter boendekategori



Dagsbesökaren spenderar 382 kronor per person och dag. Shopping är en viktig förklaring. Snittutlägget har ökat något jämfört med 2017.

Utläggen 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 mellan Åre sommar och vinter, med utgångspunkt från gäster som bor kommersiellt (hög andel hotellboende) så är skillnaderna inte allt för stora. Vintergästen spenderar ca 240 kr mer per person och dygn. Visserligen stannar vintergästen längre tid, vilket i regel innebär att dygnsutläggerna 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 utläggerna kopplat till handel är lika stora på sommaren som på vintern.

Om man jämför resultatet från Åres sommarundersökning med undersökningar från Östersund 2017 och den undersökningen som genomförts kopplat till ett antal Turistinformationer och Infopoints runt om i Jämtland Härjedalen (2017) så är skillnaderna betydande. De sistnämnda undersökningarna riktades mot bredare målgrupper, där alla typer av besökare, med utgångspunkt i boendeformer är representerade, medan Åre främst handlar om hotellgäster samt till en del, 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 gästerna i Östersund och betydligt mer än om man tittar på ett någorlunda representativt tvärsnitt av hela Jämtland Härjedalens gäster.

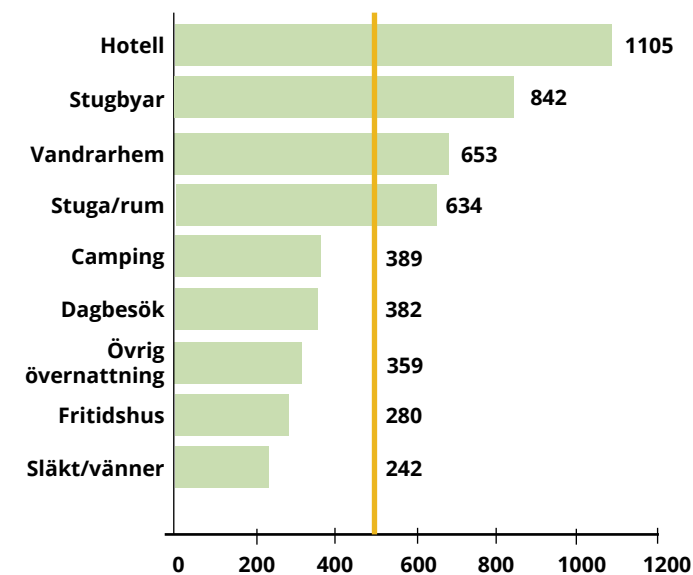
En jämförelse från Östersunds sommarundersökning, där alla typer av boendeformer finns representerade visar på ett tydligt sätt på stora skillnader utifrån ett urval av olika boendeformer. Förutom att hotellboende genererar betydligt högre summor för logi så innebär det också större utlägg för restaurang/nöje. 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.

Visste du att...

Hovde hotell i Vemdalen bedömdes ha "God nivå" och Copperhill Mountain Lodge i Åre "mycket god nivå – Fab!" av White Guide i listan över Sveriges bästa hotell 2019.

AirBnB listar de trendigaste destinationerna i Sverige för skidåkning (störst ökning bland antal bokningar för 2019 jämfört med 2018): 1. Åre, 2. Sälen, 3. Duved, 4. Trillevalen, 5. Klövsjö.

Genomsnittligt dygnsutlägg efter boendeform



Det genomsnittliga dygnsutlägget är 492 kronor per person och dygn. Hotellgäster spenderar mest.

Kommersiella bäddar

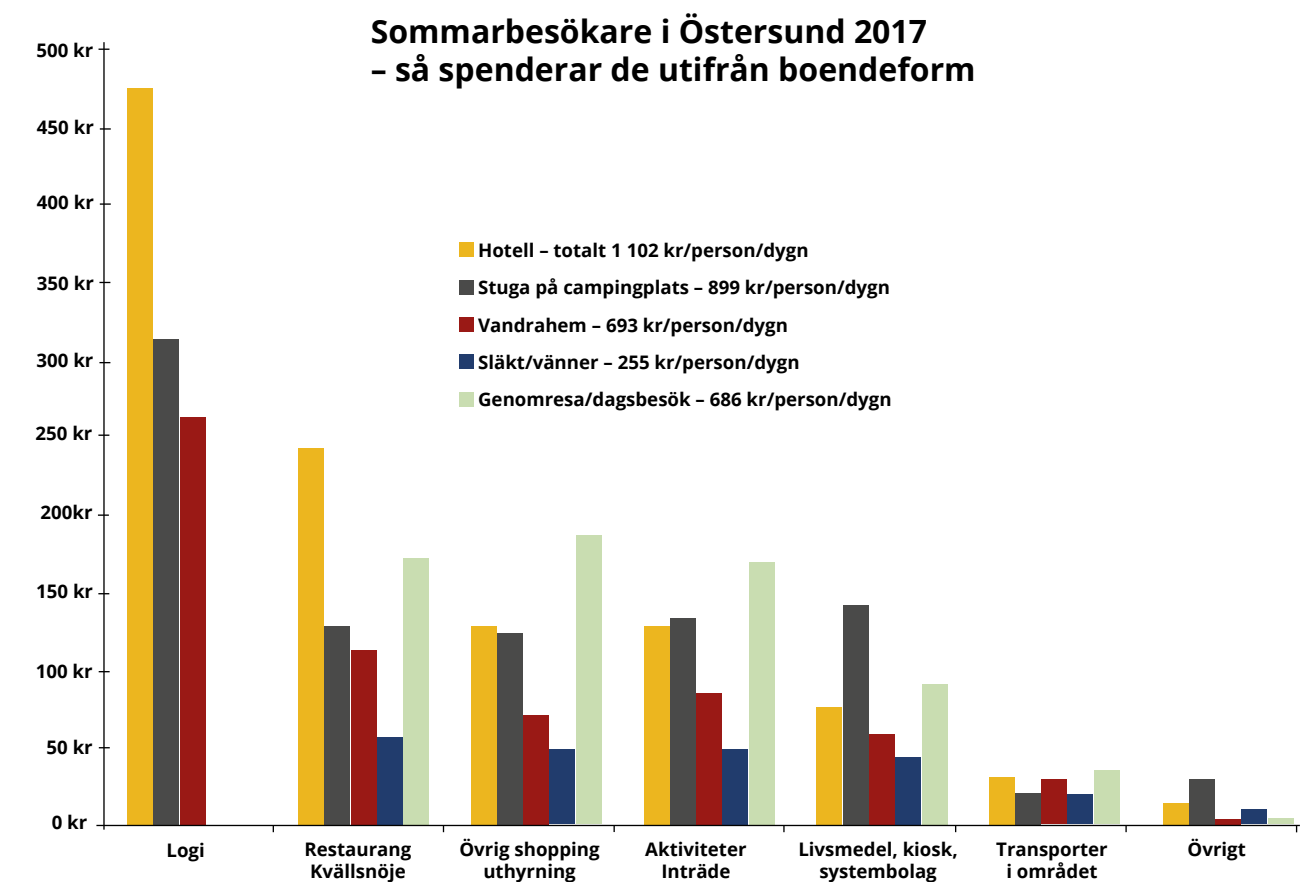
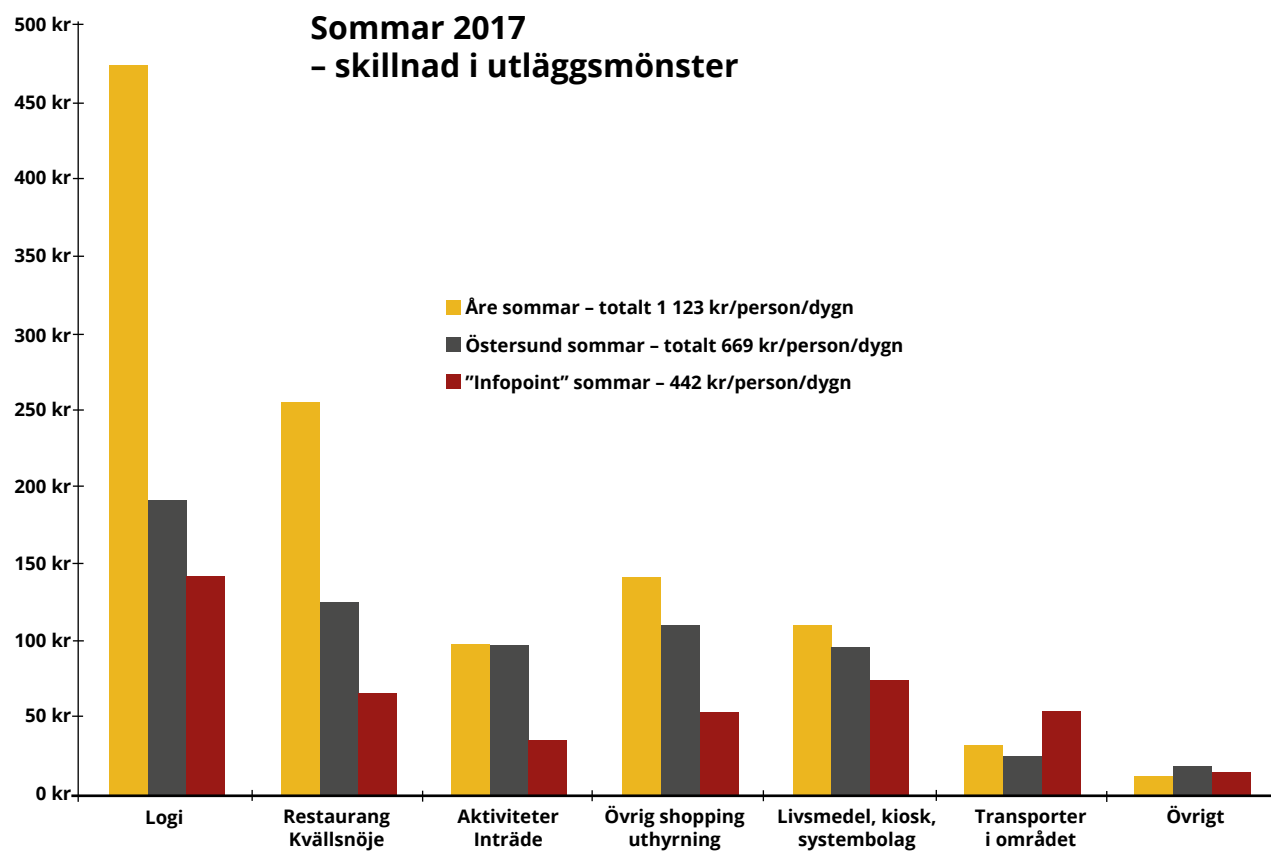
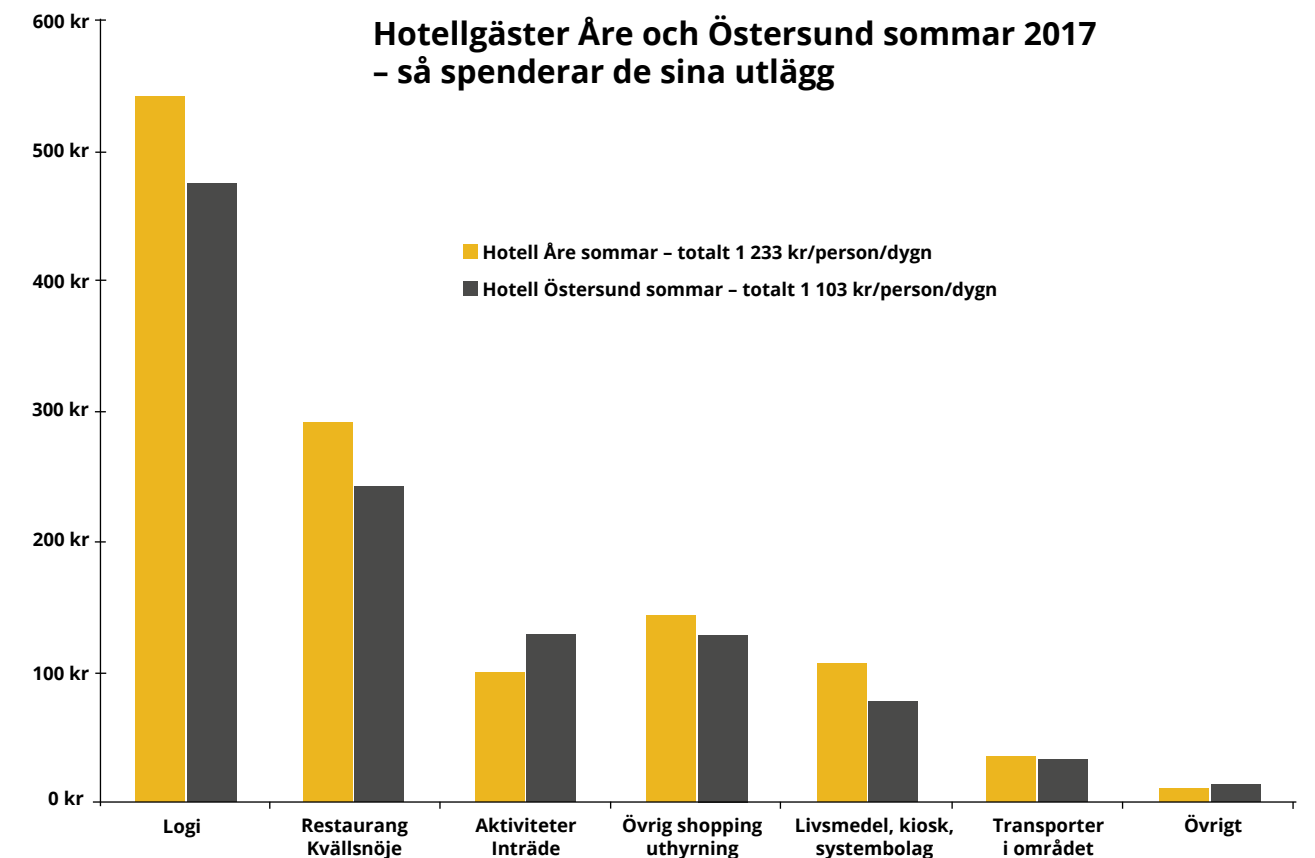
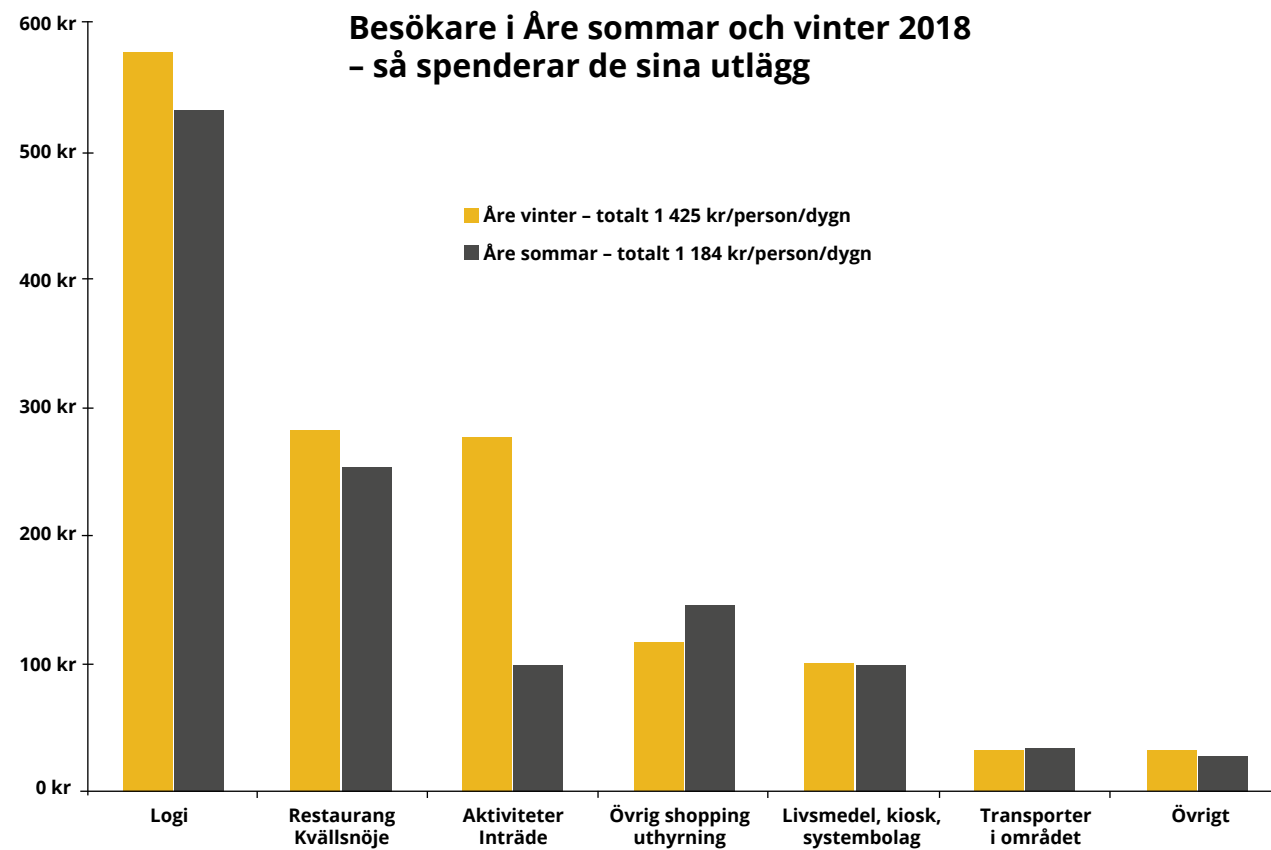
Det finns uppskattningsvis 60 000 kommersiella gästbäddar i Jämtland Härjedalen.

Kommersiella bäddar syftar i första hand på att de finns i en verksamhet som omsätter pengar och bedrivs i vinstsyfte under yrkesmässiga former. Även uthyrningsverksamhet som bedrivs ideellt eller till självkostnad kan anses som kommersiell om den bedrivs i konkurrens med annan liknande verksamhet som bedrivs i vinstsyfte.

Enligt SCB

Kommersiella bäddar som enligt lag ska lämna gästnattsstatistik till SCB är Sveriges hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser samt företag och organisationer som bedriver kommersiell förmedling av privata stugor och lägenheter (t ex bostadsrättsföreningar som hyr ut sina medlemmars lägenheter eller stugby där man går samman och hyr ut sina stugor gemensamt).

- Hotell – Gränsen för inlämning av statistik går vid 9 bäddar eller fem rum.
- Stugby – Fler än fem stugor eller fler än 20 bäddar.
- Vandrarhem – Fler än 9 bäddar.
- Camping – Alla campingar ska lämna statistik.
- Förmedlare SOL (stugor och lägenheter) – Alla.



11,3 miljoner gästnätter/år

Sammantaget visar producentstatistik (SCB) tillsammans med skattningar att det totalt förläggs knappt 11,3 miljoner övernattningar i länet. Det är en ökning med knappt 300 000 gästnätter (+2,5%) jämfört med 2017.

För de kommersiella boendeformerna som mäts via producentstatistik utgör förmedlade stugor/lägenheter tillsammans med stugbyar den största boendekategorin med knappt 1,5 miljoner gästnätter, marginellt mindre jämfört med 2017. En mycket stor del av dessa gästnätter är kopplade till länets större skidorter under vintern. Hotellen ökade med drygt 6%, i volym mätt (+54 000 gästnätter) och den totala volymen uppgår nu till 886 000 gästnätter. Campingen som är en stor boendeform under sommaren minskade något, med -17 000 gästnätter (-3%). Även vandrarhemmen tappade, även om det rör sig om en liten minskning, totalt -2 000 gästnätter motsvarande -1%. Sammantaget ökade de kommersiella övernattningarna med 43 000 gästnätter (+1%).

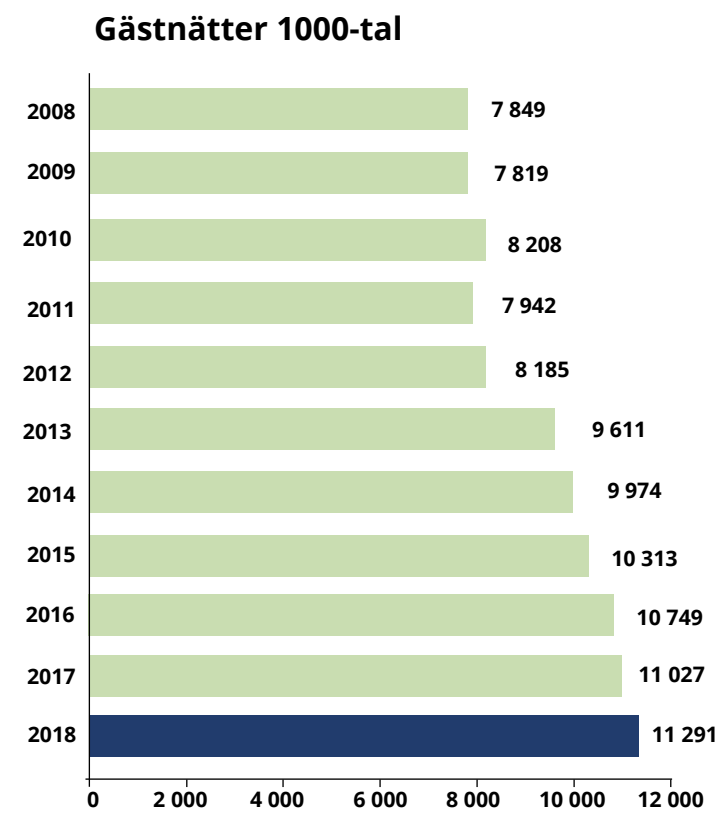
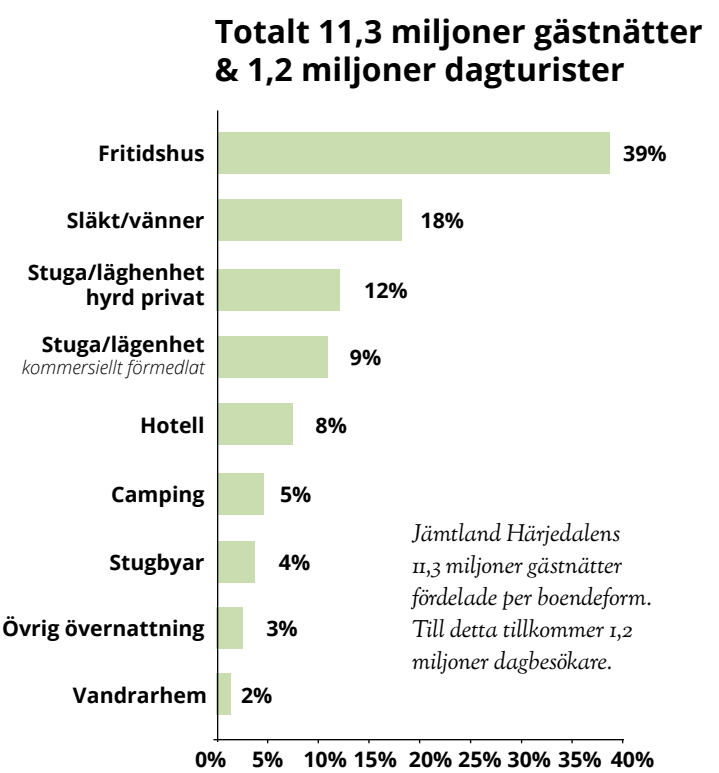
Uppgifterna för fritidshus, boende hos släkt och vänner och privat uthyrning är skattade, med utgångspunkt från utfallet i tidigare stickprovsundersökningar. Här finns en inte obetydlig osäkerhet, både utifrån tidigare stickprovsundersökningar och för den skattade förändringen för 2018, vilken baserad på utvecklingen för det kommersiella boendet i kombination med ytterligare ett antal indikatorer.

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 2008 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 44%. Under samma period har de kommersiella gästnätterna ökat med 625 000, motsvarande +25%.

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 2017, men även dagsturismen mäts med osäkra metoder, vilket ger upphov till stora felmarginaler och därmed svängningar i siffrorna.

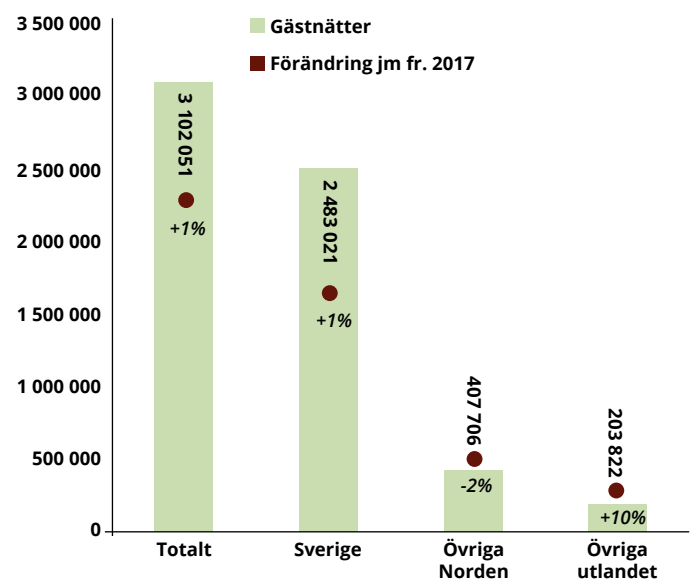


Kommersiella gästnätter

Det totala antalet kommersiella gästnätter (hotell, stugby, vandrarhem, camping och kommersiellt förmedlade stugor/lägenheter) uppgick 2018 till 3,1 miljoner.

Den svenska marknaden stod för 2,48 miljoner, Norden för 408 000, medan övriga utlandet genererade 204 000 gästnätter.

Jämfört med 2017 så är det en ökning med +1%, motsvarande knappt +42 000 gästnätter. Den svenska marknaden ökade med +1% (+25000 gästnätter), medan övriga Norden redovisade -2%, motsvarande -8 000 gästnätter. Övriga utlandet ökade med 19 000 gästnätter (+10%).



Åre Extreme Challenge är ett evenemang som ger gästnätter till Åre. Foto: Håkan Wike

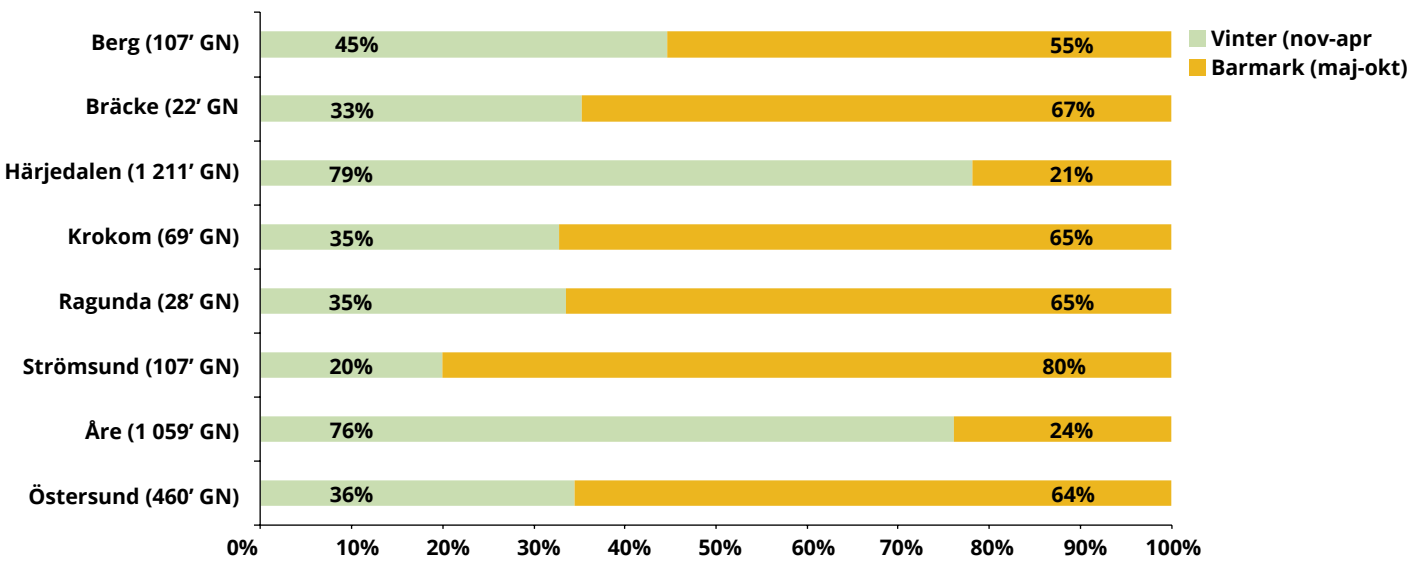


Åre Extreme Challenge är ett evenemang som ger gästnätter till Åre. Foto: Håkan Wike

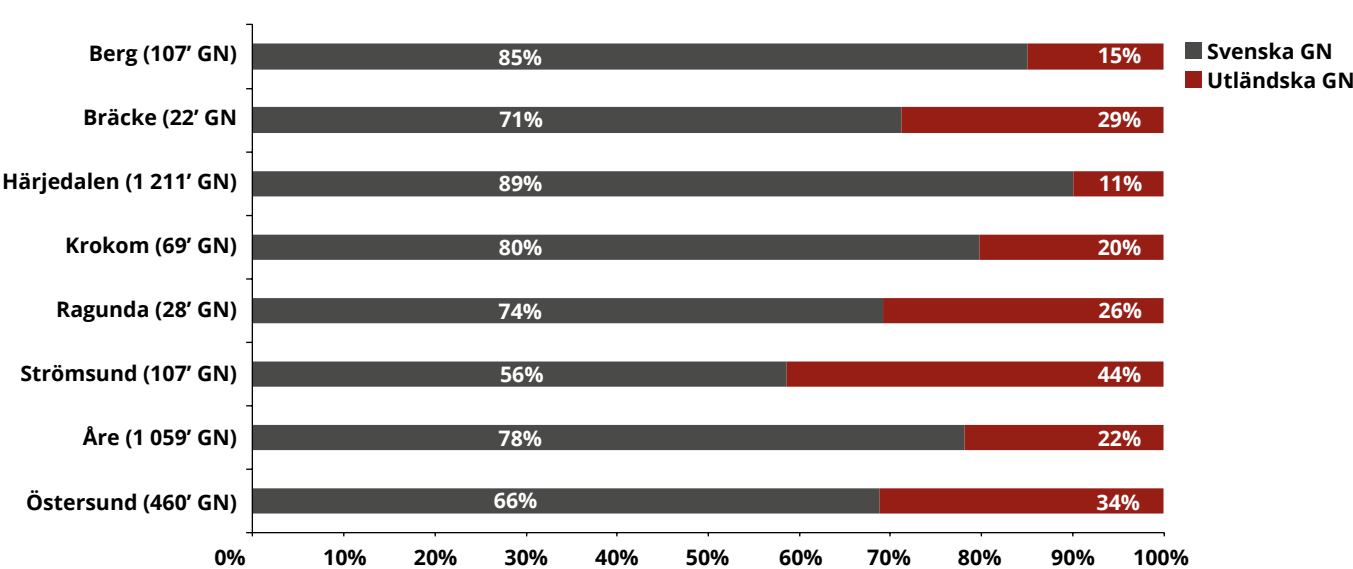
Stora skillnader mellan länets kommuner

Länets drygt 3,1 miljoner kommersiella gästnätter fördelas olika mellan kommunerna. Härjedalens och Åre kommun står tillsammans för nästan 2,3 miljoner gästnätter, motsvarande 74% av samtliga gästnätter. Förklaringen är alla stora skiddestinationer och man kan samtidigt konstatera att drygt tre fjärdedelar av de båda kommunernas gästnätter är förlagda till vinterperioden.

Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter säsong



Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter svenska och utländska GN



Östersund som är den tredje största kommunen sett till antalet gästnätter är mer en sommardestination, där knappt två tredjedelar 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 (44%). 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 (34%) beror till stor del på norrmännen. Härjedalens kommun som totalt sett har flest gästnätter har lägst andel utländska gäster (11%), även om de till antalet är många (128').

Arbetsstillfällena och skatteintäkter

Turismen skapar arbetsstillfällena

Totalt genereras motsvarande ca 4 900 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 drygt 7 700 helårsarbeten baserat på regionens inkomster från turismen. Med hänsyn till säsongvariationer och deltidsarbete är det betydligt fler som arbetar med turismen. Under hög-säsong 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 51%, 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.

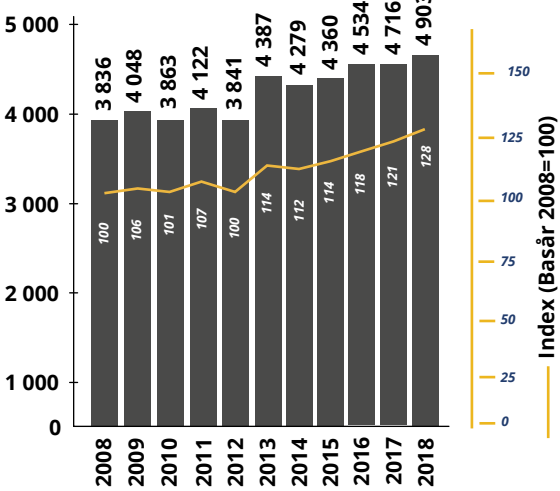
Exemplet Funäsfjällen (SPRIT-projektet)

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.

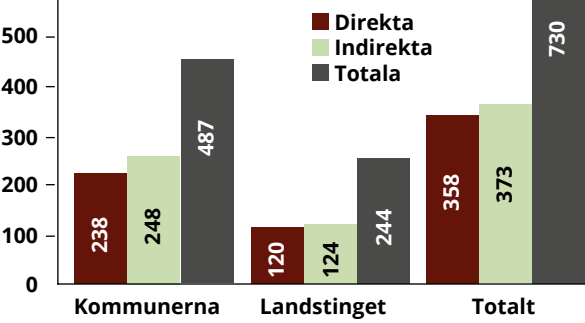
Exemplet Vemdalen (SPRIT-projektet)

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 2008-2018



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 årssiffror inte kan göras. Sysselsättningen som genereras av turismen ger löneskatter till Jämtland Härjedalen på totalt ca 730 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 säsongsanställda att skriva sig inom kommunen. En analys av registerdata för Åre kommun (2017) visar till exempel att av de drygt 7 500 som under 2017 fick lön utbetalt av något företag i Åre kommun, så var 3 070 (41%) inte skrivna i Åre kommun, vilket innebär att de skattar i någon annan kommun. Andelen har ökat med 2 procentenheter jämfört med 2016. 30% av dem som inte var skrivna i Åre kommun (938 personer) var skrivna i övriga Jämtlands län. Men 2 130 personer av de som jobbar i Åre kommun 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 län en dominerande och viktig marknad, vilket gäller för samtliga stora vinterdestinationer i Jämtland Härjedalen.

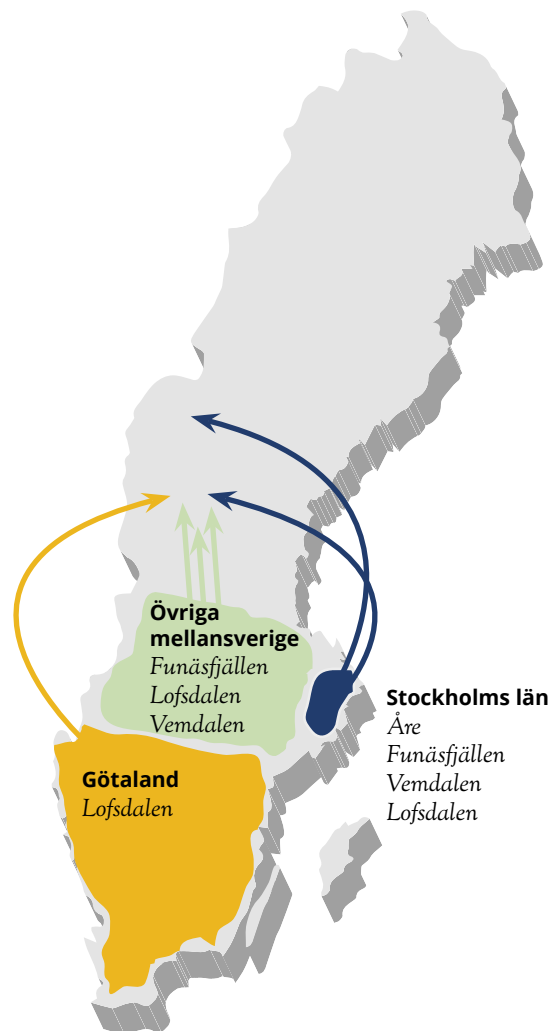
Vintergästen

Fyra av tio 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 reseavståndet "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. Reseavstånd och kommunikationer har en stor generell påverkan på var marknadstyngdpunkten ligger.

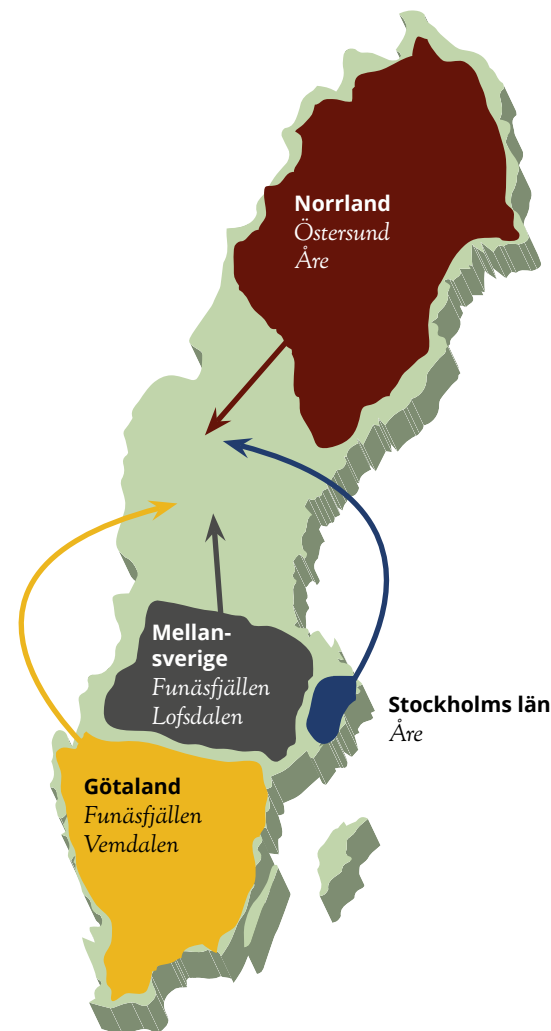
Sommargästen

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).

Evenemang bidrar till bilden

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 in på 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. Under 2019 arrangeras både VM i Skidskytte i Östersund och Alpina VM i Åre, vilket med all sannolikhet kommer att öka kännedomen om regionen.

Jämtland Härjedalen

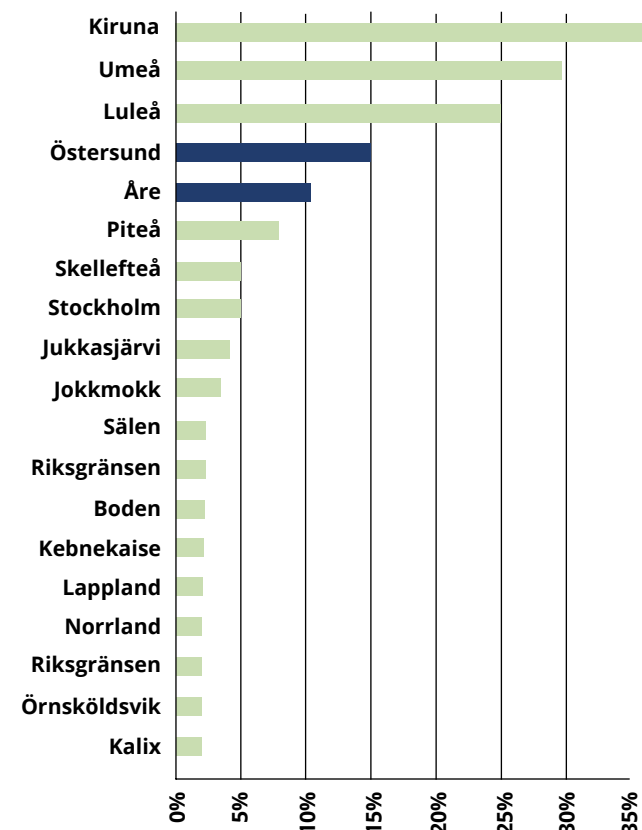
- ett potentiellt resmål sommar som vinter

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).

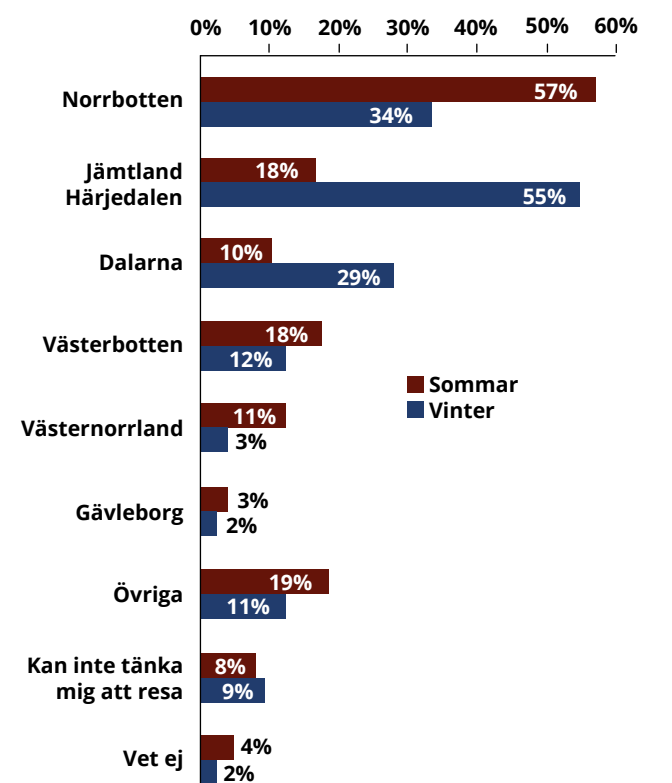
Östersund sommar-etta och Åre vinter-etta

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 utmärkte sig mycket starkt med en tydlig 1:a plats med en svarsandel på 37%, följt av Sälen på 21%. Vemdalen stärkte sin position jämfört med 2009 och hamnade på 4:e plats. Även Östersund och Funäsdalen fanns med på topp 15-listan (Bilden av JH 2014).

Spontana associationer - orter/platser i norra Sverige



Efterfrågade resmål vid en resa till norra Sverige



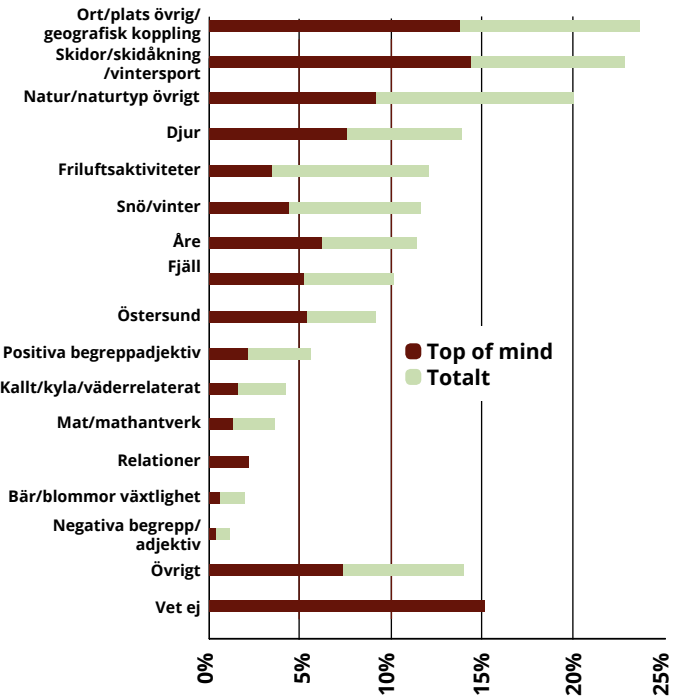
Mer vinter än sommar

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 företag delat med antal invånare ger ett statistiskt mått på en företagsvänlig kommun

Spontana fria associationer till Jämtland Härjedalen – kategoriserade svar



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.

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 2018) samt Östersund (sommar 2017). Dessutom gjordes en mindre länsövergripande undersökning med fokus på Infopoints under sommaren 2017, vilken ska återupprepas under 2019.

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

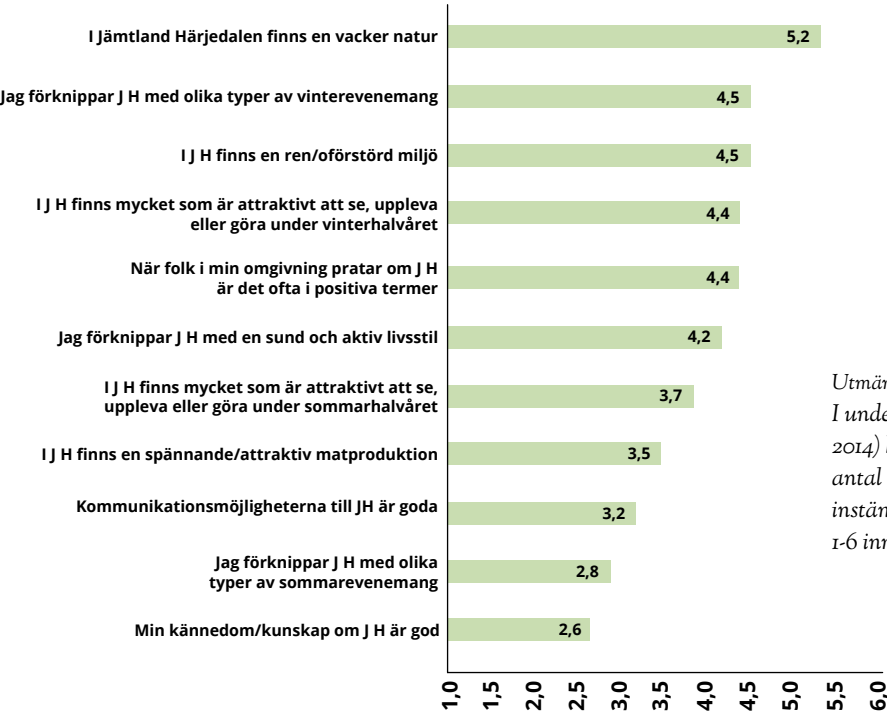
Sommargästen reser runt
Sommarturismen i Jämtland Härjedalen skiljer sig åt jämfört med vinterturismen. Sommarbesökarna gör rundresor medan vinterbesökarna i större grad tenderar att besöka en specifik destination. En tendens finns i undersökningarna som visar att fjälldestinationerna går mot att få 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.

Fatbike. Foto: Anette Andersson.



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.

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.

Andel liftburen skidåkning

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 längdskidor.

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

Kärnupplevelsorna 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. När ett medelvärde räknas ut för samtliga stora vinterdestinationer i Jämtland Härjedalen visar det sig att gästen önskar ett rikt utbud av afterski och övriga aktiviteter förutom skidåkning.

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

Skilnaderna i genomsnittligt utlägg mellan de olika destinationerna är större på vintern jämfört med sommaren. Åres gäster hamnar i topp på 1 4250 kronor per person och dygn (Åre Destination 2018).

Sett över en 5-årsperiod har det genomsnittliga dygnsutlägget ökat i Åre med 30%, 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.

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 Sonfjällets 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.

Norska gäster gillar shopping

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 Storsjöyrn, men det finns även gott om exempel på andra evenemang som lockar betydande besöksvolym, t ex Marknaden i Funäsdalen, St Olavsloppet, Fä Viken Game Fair och Höstmarknaden i Åre.

Sevärdheter lockar runt Storsjön

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

Besökarna 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.



Njarka Sameläger. Foto: Tina Stafrén & Sandra Lee Pettersson.

Huvudsakligt ressyfte

Svenskar:

- Delta i aktiviteter
- Besöka sevärdheter
- Delta i event/tävlingar

Norrmän:

- Delta i aktiviteter
- Shopping
- Besöka sevärdheter

Övriga utländska besökare:

- Delta i aktiviteter
- Besöka sevärdheter
- Rundresa

Vinterridning vid Trumvallen, Vemdalen. Foto: Anette Andersson.



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 Östersund, där samtliga typer av besökare ingår ligger nivån på drygt 670 kronor per person och dygn (2017). För Åre sommaren 2018 hamnade nivån på knappt 1 200 kronor per person och dygn. Åreundersökningen jämfört med Östersund, baseras dock bara på kommersiellt boende gäster, mest hotell, 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.

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

Så tycker gästen...

Sommargästerna ger bästa betyg för:

- Aktivitetssupplevelser
- Besöksmål
- Bemötande från personal och serviceförmåga
- Evenemangssupplevelser
- Bemötande från lokalbefolkning

Här finns förbättringspotential:

- Attraktionskraft för barn 0-7 år
- Shopping/uthyrning
- Mat/restaurangupplevelser
- Skyltning

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).

Vintertid

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

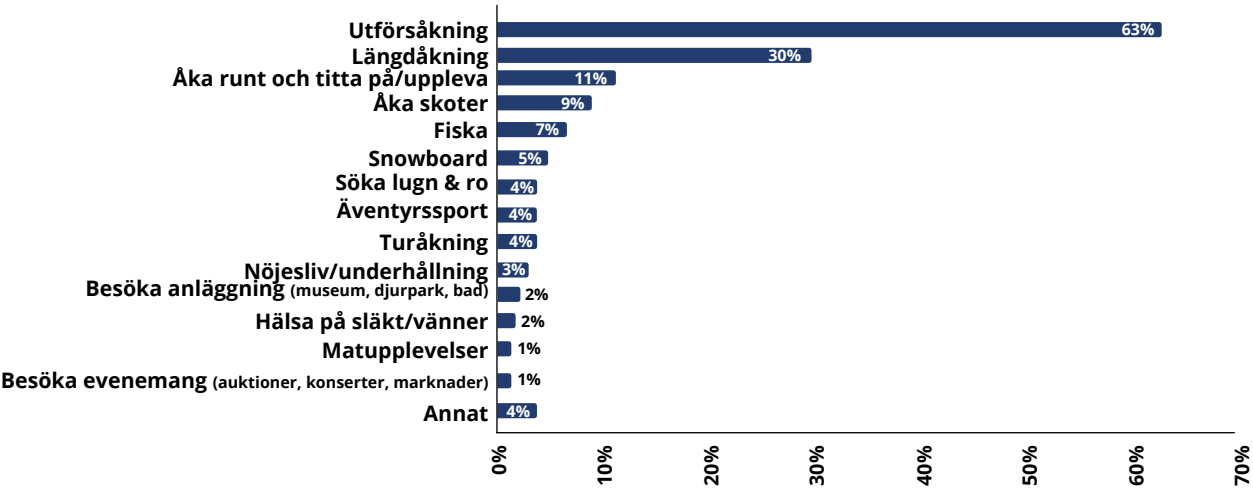
Om sommaren dominerar vandring/fjällvandring bland efterfrågade aktiviteter, följt av rundtursresor där man ser och upplever olika typer av saker, exempelvis besöker evenemang och sevärdheter. Även fiske har en stark position som dragare under sommaren. Under sommarhalvåret kan man se en tendens till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

Cykling Funäsfjällen. Foto: Anette Andersson.

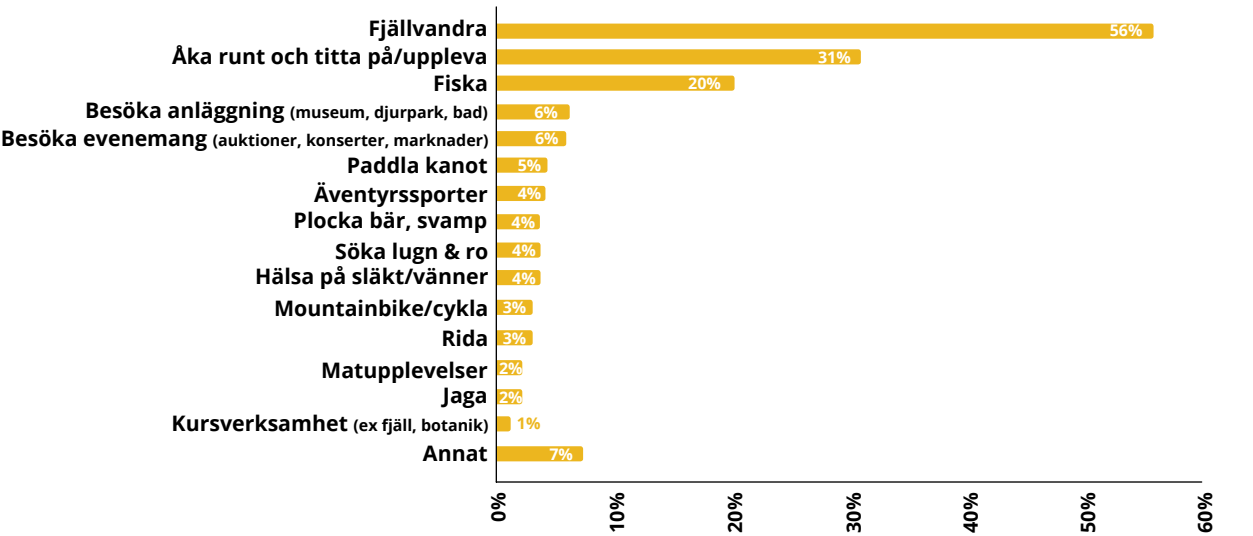


”Ungefär 6 av 10 svarar att de säkert kommer att rekommendera resmålet till vänner och bekanta.”

Göra/se/uppleva vintertid



Göra/se/uppleva sommartid



Skidåkning

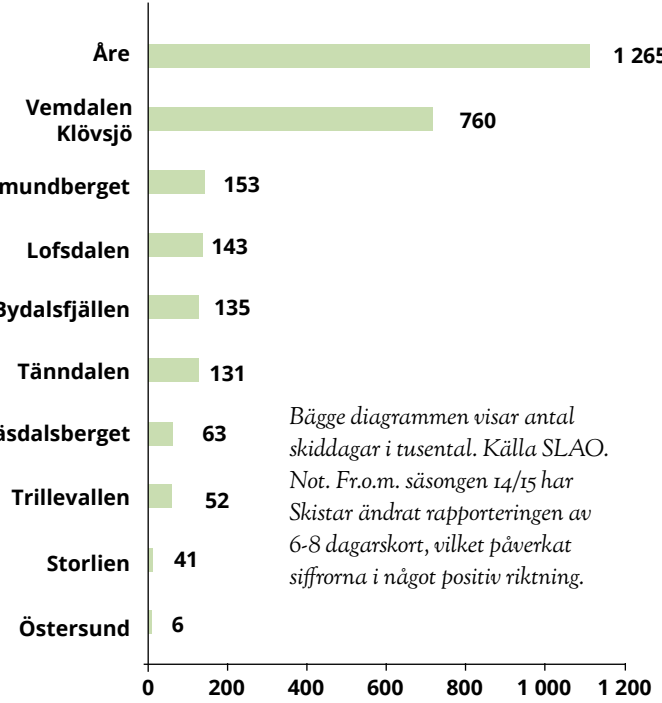
Åre är Jämtland Härjedalens största alpina skidort, medan Funäsfjällen dominerar inom längdåkning. Samtliga skiddestinationer erbjuder även andra vinteraktiviteter.

2,75 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 2017/2018 till 2,75 miljoner, vilket är ökning med 194 000 skiddagar, motsvarande +7,6% jämfört med föregående säsong. Det är samtidigt ”all time

high”. Antalet skiddagar har visat en uppåtgående trend de senaste 5-6 säsongerna efter en nedgång från den tidigare toppnoteringen från säsongen 2008/2009.

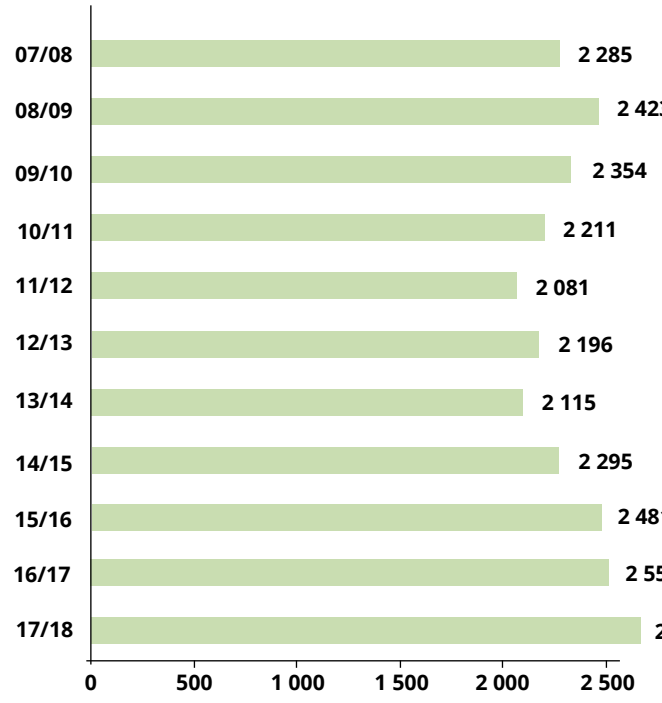
Åre svarar för 46% (1 265 000 skiddagar) av dessa, följt av Vemdalen inklusive Klövsjö med 760 000 skiddagar. På tredje plats hamnar Funäsfjällen med drygt 350 000 skiddagar. Jämfört med säsongen 13/14 har antalet skiddagar i JH ökat med 636 000 motsvarande +30%. Det är framförallt Åre (+309 000) och Vemdalen (+214 000) som ligger bakom ökningen. Även andra områden har ökat, men det handlar om väsentligt lägre volymer. Den totala liftkortsförsäljningen uppgick till 590 miljoner kronor, en ökning med +14,1% jämfört med säsongen 2016/2017.

Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2017/2018



Bägge diagrammen visar antal skiddagar i tusental. Källa SLAO. Not. Fr.o.m. säsongen 14/15 har Skistar ändrat rapporteringen av 6-8 dagarskort, vilket påverkat siffrorna i något positiv riktning.

Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2008-2018



Cykling

För cyklisten finns utmanande downhill-leder och spännande crosscountry-cykling parallellt med cykling längs vackra landsvägar. I många destinationer finns specialbyggda hållbara leder för crosscountry-cykling och även områden för hopp och snäva kurvor i så kallade dirt-banor. Även vintertid finns möjlighet till cykling med så kallade fatbikes som fungerar utmärkt på fruset underlag.
- Liftburen downhill-cykling: Lofs dalen Bike Park och Åre Bike Park samt i Östersund (Ladängen, Frösön vissa datum).
- Crosscountry-cykling längs leder finns framförallt i: Åre, Funäsfjällen, Vemdalen, Lofs dalen, Ljungdalsfjällen och Östersund.
- Landsvägcykling: Turförslag finns hos regionens Turistinformationer.

Vandring

Jämtland Härjedalen har en lång tradition som vandringsdestination. Här finns ett stort utbud av möjligheter till turer i både lågland och fjällterräng. På flera håll finns blomsterleder med information om flora i området. Det finns kortare och längre kultur-turer med information om fornlämningar, historia, seder och bruk, t ex vandra i Karolinernas fotspår över gränsen till Norge. Det finns även ett antal pilgrimsleder genom Jämtland Härjedalen mot Nidaros, nuvarande Trondheim i Norge.

Det som Jämtland Härjedalen är mest känt för är den lättillgängliga fjällvandringen som t ex klassikern Jämtlandstriangeln Storulvån-Sylarna-Blåhammaren, vandring till Helags i Ljungdalsfjällen och dagsturer som Blanktjärnsrundan i Södra Årefjällen eller ”Finn fem fall” i Vemdalen. I Funäsfjällen finns 30 Guldture med utförliga beskrivningar som innehåller startplats, längd, svårighet, lämpliga rastplatser m m. I fjälldestinationerna är det extra enkelt att fjällvandra eftersom gäster kan nyttja sitt-liftar för att ta sig upp eller ner från kalvfjället, t ex i Funäsfjällen, Åre, Lofs dalen och Vemdalen.

Visste du att...

- Åre Bike Park har ca 40 leder. Sommaren 2018 hade liftarna i Åre ca 37 501 (+4,1%) cykeldagar. Liftåkande gäster utan cykel mellan benen var 33 601 (+4,2%). (Skistar Åre)
- Åre Bike Festival är en årligen återkommande vecka fylld av olika cykelaktiviteter för både vaghalsar och motionärer med aktiviteter både i Åre Bike Park och runt Åre.
- Lofs dalen 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.
- För cyklist i Funäsfjällen finns 423 kilometer cykelled i varierande terräng och svårighet.

Svenska Turistföreningen

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 har idag 240 000 medlemmar och 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. I tillägg finns anläggningar i Jämtland Härjedalen som är knutna till STF genom franchiseavtal.

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 topturer och bra offpistskidåkning. 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. Vid Sylarna återinvigdes restaurangverksamheten som tidigare fanns på platsen 2018. Restaurangen kallas ”Spiseriet”.

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.

STF-gästnätter
Totalt genererar STF:s anläggningar i Jämtland Härjedalen 194 435 gästnätter, vilket är en ökning från föregående år med 1 % (+ 1935 gästnätter jämfört med 2017).

Helags Fjällstation. Foto: Erika Willners.



Fiske

Vattnet är en stor naturresurs i Jämtland Härjedalen. Alltsedan engelsmän och skottar kom till Jämtland Härjedalen via Norge vid sekelskiftet och uppförde sk jaktstolt 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.
- 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.

Flugfiske vid Kvissleströmmen. Foto: Anette Andersson.



Skoterturism

Skoterturismen har stor betydelse på många håll i Jämtland Härjedalen. Mycket tyder på att den utvecklingen kommer att fortsätta liksom att antalet skottrar fortsätter öka. Samtidigt är det på grund av dess karaktär angeläget att skoterturismen bedrivs på ett sätt som är förenligt med andra intressen och att branschen själv är med och tar ansvar för en hållbar utveckling som stärker näringen och destinationerna. Med den anledningen driver JHT projektet Branschorganisation för en hållbar skoterturism. Inom projektet har en inventering gjorts för att belysa omfattningen av skoterturismen i regionen.

Skoteråkning som reseanledning

Enligt genomförda gästundersökningar kan ca 15% av vinterturismen i Jämtland Härjedalen hänföras till snöskoteråkning som reseanledning. I vissa områden är andelen 70-100%. Destinationer med omfattande skoterturism är t ex Frostviksfjällen, Funäsfjällen och Lofsdalen.

Snöskoterturismens omsättning

Obekräftade källor gör gällande att skoterturismen omsätter så mycket som en miljard kronor per år i Jämtland Härjedalen och 4-5 miljarder i hela landet.

Ett omfattande nät av leder

Snöskoterklubbarna sköter en stor del av ledsystemet om totalt över 725 mil på ideell basis. I tillägg finns 100 mil som Länsstyrelsen Jämtlands Län ombesörjer. Det finns 87 st snöskoterklubbar i Jämtland Härjedalen, 4 skoterallianser, fyra kommersiella ledbolag samt sammanlagt ca 30 företag som erbjuder skoteruthyrning, guidade turer med skoter och eller skotersafaris.



Tilltugg - Hävvi. Foto: Tina Stafrén

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 i konkurrens 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).

2018 fanns 35 av Jämtland Härjedalens restauranger och caféer med i prestigefyllda White Guide. Östersund är en av de café-taste städerna i Sverige, sex av caféerna i och kring Östersund finns med på White Guides café-lista

Östersund och Jämtland utnämndes 2010 till gastronomisk region i FN-organet UNESCOs nätverk Creative Cities Network. Att vara en del i det nätverket är en bekräftelse på Östersund och Jämtlands höga nivå inom gastronomi och mathantverk.

Visit Sweden och svenska turistregioner lanserade tillsammans kampanjen "The Edible Country" vid årsskiftet 2018/2019, där utländska turister kan boka ett specialdesignat bord på natursköna platser. I kampanjen lyfter Visit Sweden fram Sverige som världens största gourmetrestaurang, där gästerna kan laga en hälsosam gourmetmåltid av råvaror de själva samlar i skog och mark eller ta hjälp av lokala entreprenörer för att få en matupplevelse i det fria. Jämtland Härjedalens första bokningsbara utomhusbord finns i Bydalsfjällen.

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 2018 ca 260 000 personer med kulmen under festivaldagarna fredag – lördag med ca 32 000 inlösta personer. Den veckolånga fotbollsturneringen i Östersund för ungdomar med ett stort antal norska deltagare, Storsjöcupen, hade ca 129 300 deltagare/besökare vid matcherna.

Jämtland Härjedalens största evenemang

Evenemang	Antal besök 2018
Storsjöyran, Östersund	260 000
Storsjöcupen, Östersund	129 300
Östersundstravet	32 800
Gregoriemarknaden, Östersund	30 000
Västgård Game Fair, Kallbygden	25 000
Jamtli julmarknad	22 500
Åre höstmarknad	20 000
Alpina Vårdscupen Åre	12 550
Expo Norr, Östersund	12 000
Jämtlands stora pris, Östersund	10 100
Åre Sessions	10 000
Östersundsrevyn	9 200
Hus & Hemmässan Vemdalen	8 400
Ovikenveckan	7 200
Ovalla travbana, S Storsjöygdén	7 000
Hotingtravet	6 100
Svegs sommarknader	6 000
Teater vid Döda Fallet	6 000
St Olavsloppet, Östersund-Trondheim	6 000
Åre Bike Festival	5 050
Dundermarknaden, Strömsund	5 000
Joelmässan, Hammerdal	5 000
Fjälltouren, Funäsfjällen	5 000
Diggiloo Utanede	5 000
Botvid folklustspel, Föllinge	4 800
Bruksvallarna Game Fair	4 000
Midsommaryra Sveg	3 000
Första Maj-trofén Funäsdalen	3 000
Fjälltopploppet Funäsfjällen	3 000
Johan Eriksson Invitational	3 000
Åk en mil, vinn en bil, Storhogna	3 000
Härjedalen Expo, Sveg	3 000
Fjällmaratonveckan, S Årefjällen	3 000
Hammarstrands marknad	2 500
Flyktingloppet, Gäddede	2 500

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



Åre Extreme Challenge. Foto:

Visste du att...

- Östersundsrevyn bildades 2002. 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. 2019 arrangeras VM i skidskytte i Östersund. Staden har tidigare arrangerat VM 2008 och 1970.
- Alpina VM har arrangerats i Åre 1954 och 2007. 2019 sker ett tredje VM. Åre har i tillägg arrangerat över 100 alpina världscuptävlingar sedan den första 1969.
- 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 sevärigheter

Bland sevärigheterna lockade Storsjöbadet i Östersund flest besökare med över 238 400 besökare 2018, med bassänger inom- och utomhus samt vattenrutschbanor. Badet på Holiday Club i Åre lockade 196 360 besökare 2018. Jamtli (upplevelse-/läns museet i Jämtland Härjedalen) hade över 195 700 besökare till de året-runt-öppna basutställningarna Nationalmuseum Jamtli och Historieland med aktörer sommartid och arkiv för dem som vill lämna in eller låna minnen från förr och nu.

Visste du att...

- Vattenfall: 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 fånga älgar.
- 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.
- En fordonsmätning 2018 visade att det passerar över 24 600 fordon över Stekenjokk-Vildmarksvägen mellan juni och oktober.
- Äventyrshuset Multichallenge i Östersund växer och omfattar idag ett Boda Borg, laserhall, gokart, lekland, klättervägg, spelhall, biljard, minigolf, vandrarhem, 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. De har regelbundna visningar under sommaren.
- Strömsunds hembygdsgård startade 1930 och flyttades 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 sevärigheterna

Besöksmål	Antal besök 2018
Storsjöbadet, Östersund	238 400
Holiday Club äventyrsbad, Åre	196 360
Jamtli, Östersund	195 700
Multichallenge, Östersund	87 000
Tännforsen	60 000
Wikners i Persåsen	46 000
Döda Fallet	35 000
Surfbukten, Östersund	35 000
Strömsunds hembygdsgård	30 000
Frösö Kyrka	30 000
Fröå Gruva	25 500
Fröjas, oasen i Ås	21 000
Teknikland, Östersund	16 200
Hällingsåfallet, Gäddede	16 000
Härjedalens Fjällmuseum	13 700
Skärvångens bymejeri	11 500
Thailändska paviljongen, Utanede	8 000
Byhuset, Rödön	7 500
Vemdalens hembygdsgård	6 400
Ljusnedals bruksområde	6 000
Thoméé, Östersund	6 000
Myskoxcentrum, Tännäs	5 000
Glösa hällristningar	5 000
Hovermo gårdsmuseum	4 700
Frösötornet	4 300
Frostvikens Naturinfo., Gäddede	4 000

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



Fröå Gruva. Foto: Sandra Lee Pettersson.

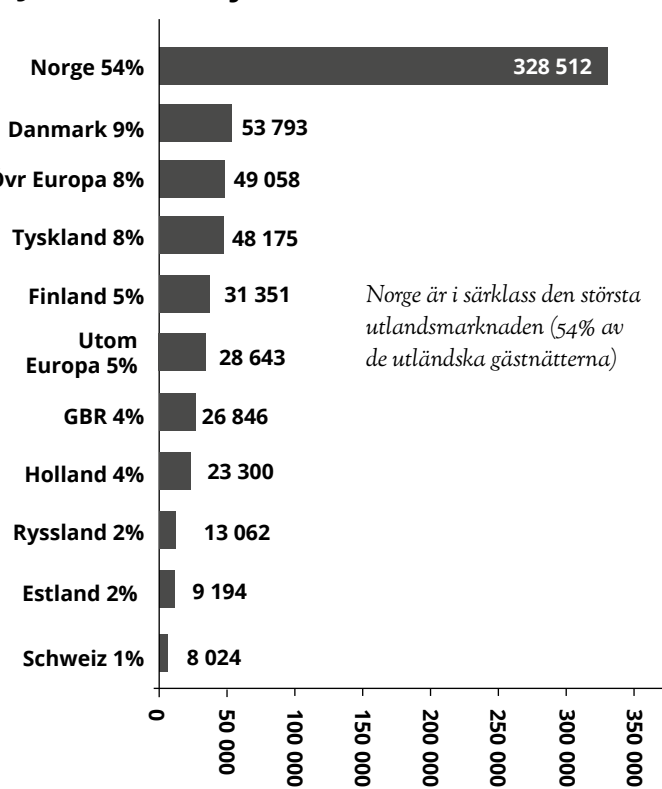
Den internationella gästen

Utländska gäster är viktiga för Jämtland Härjedalen och står för knappt 20% av alla kommersiella gästnätter, sammanlagd drygt 612 000 gästnätter. 2018 innebar en ökning med 10 000 gästnätter, motsvarande +2% med stora skillnader mellan olika marknader.

Vår viktigaste utlandsmarknad – Norge

Den norska marknaden med 329 000 gästnätter, står för 54% 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. Jämfört med 2017 har dock minskningen bromsat upp och landar på -8 000 gästnätter. Men den norska marknaden är fortfarande den i särklass viktigaste utlandsmarknaden. Den näst största enskilda marknaden är Danmark med nästan 54 000 gästnätter, en tydlig ökning med +18% jämfört med 2017. Därefter följer Tyskland med drygt 47 000 gästnätter, en minskning med -3%, vilket innebär att man tappar andraplatsen till Danmark. Den finska marknaden (totalt ca 31 000 gästnätter) fortsätter att minska, jämfört med 2017 -7%, framförallt med koppling till vintern. De ryska och estniska marknaderna har under flera år haft en nedåtgående trend, men för den ryska marknaden landar 2018 (13 000 gästnätter) på samma nivå som 2017, medan den estniska marknaden fortsätter i negativ riktning, -9%. De tydligaste ökningarna gäller för övriga Europa samt utom Europa, där ökningarna ligger på +19% respektive +58%. Även GBR (+12%) och Schweiz (+16%), medan Holland ligger kvar på oförändrade 23 000 gästnätter.

Marknadsfördelning av de totalt 612 000 utländska gästnätterna i Jämtland Härjedalen



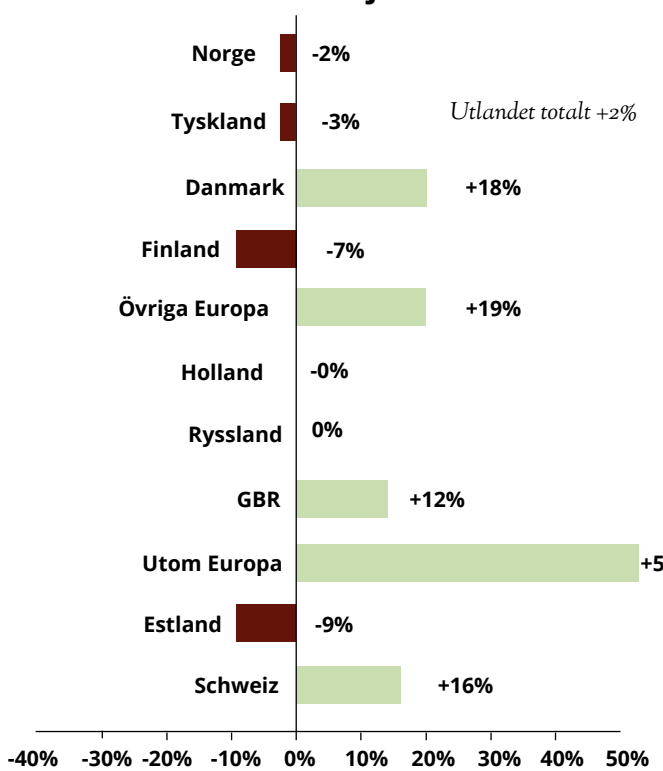
Norge är i särklass den största utlandsmarknaden (54% av de utländska gästnätterna)

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

45% av det totala antalet utländska gästnätter är förlagda till vinterhalvåret (nov-apr), vilket är marginellt lägre jämfört med 2017. Den svenska andelen av totala antalet gästnätter ligger oförändrat på 71%. En viktig förklaring till utlandets totalt sett lägre andel är att 62% av de norska gästnätterna är förlagda till barmarkspe-rioden. Mot bakgrund av den norska marknadens volymmässiga dominans, påverkar detta den totala fördelningen av utländska gästnätter sett över året. Utpräglat tydliga vintermarknader är Ryssland (95%), Estland (95%), Danmark (86%), GBR (83%) och Finland (79%), medan Holland (22%), Schweiz (29%), Tyskland (22%) och Norge (38%) är tydliga sommarmarknader.

Förändring av antal utländska gästnätter i kommersiellt boende jämfört med 2017



Utlandet totalt +2%

Vad attraherar den utländska gästen?

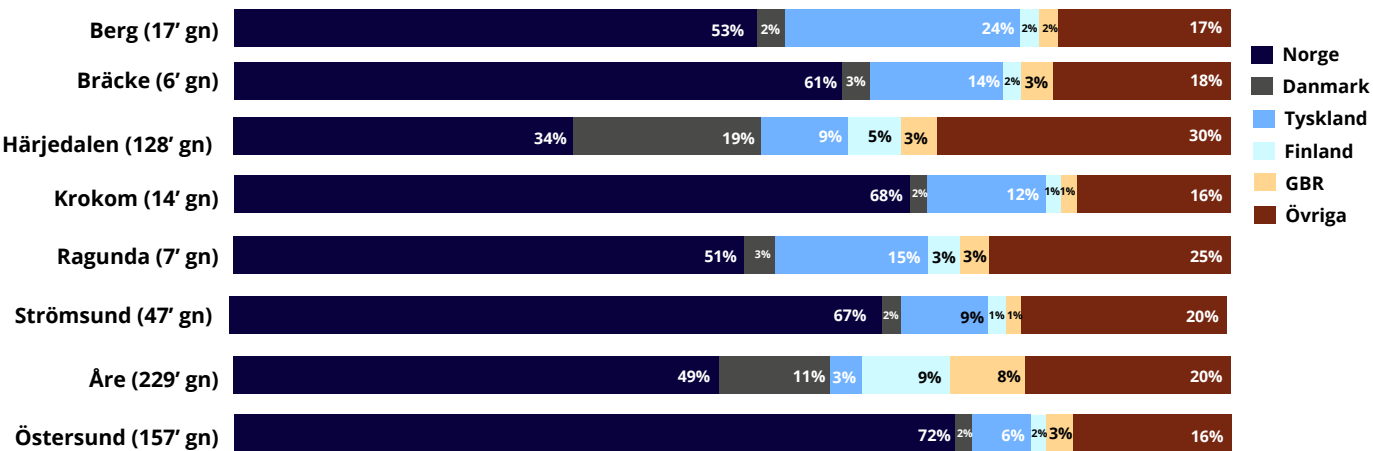
Vad man efterfrågar och vill göra på sin semester varierar en del beroende på nationalitet, men också utifrån säsong och resmål.

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 intresserade av exempelvis Jamtli, Sommarhagen, och Moose Garden, vilka i sin tur är klart mer intressanta för andra utländska besökare.

Kommersiella gästnätter fördelat på de största marknaderna



(gn=gästnätter)

Den norska gästen gillar...

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

Övriga internationella gäster gillar...

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

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.

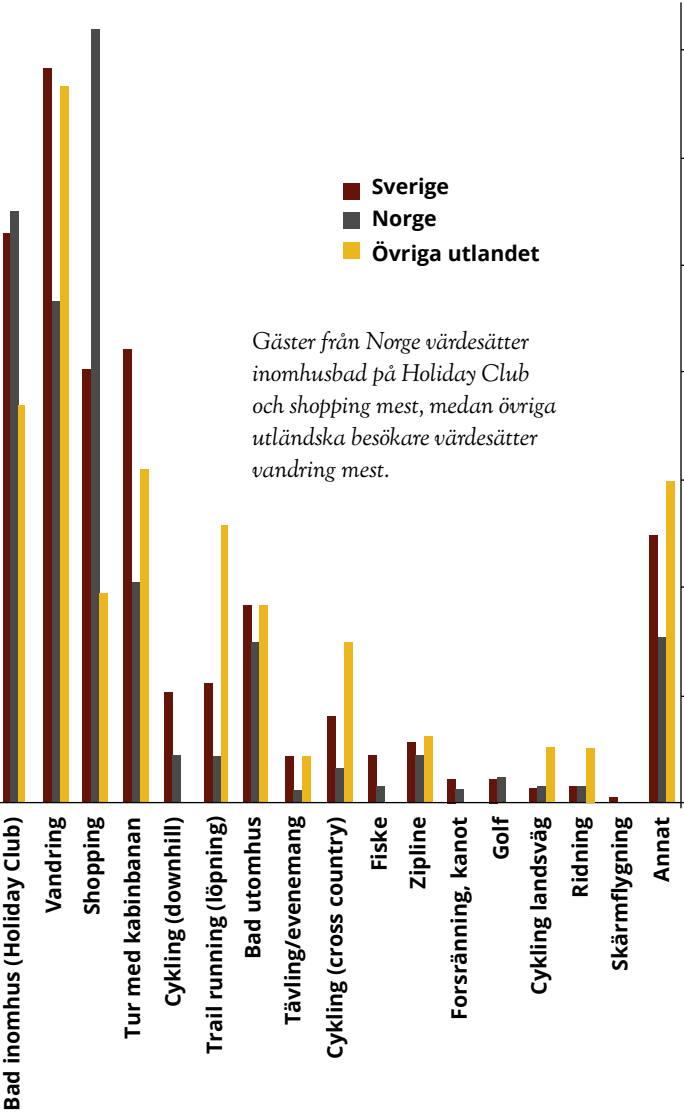
Övriga nationaliteter är däremot tydligt överrepresenterade när det gäller ovan nämnda exempel, även jämfört med svenska gäster. Också i Åre håller sig den norska gästen i första hand "bynära" där shopping, restaurangbesök och bad på Holiday Club är centrala inslag.

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.



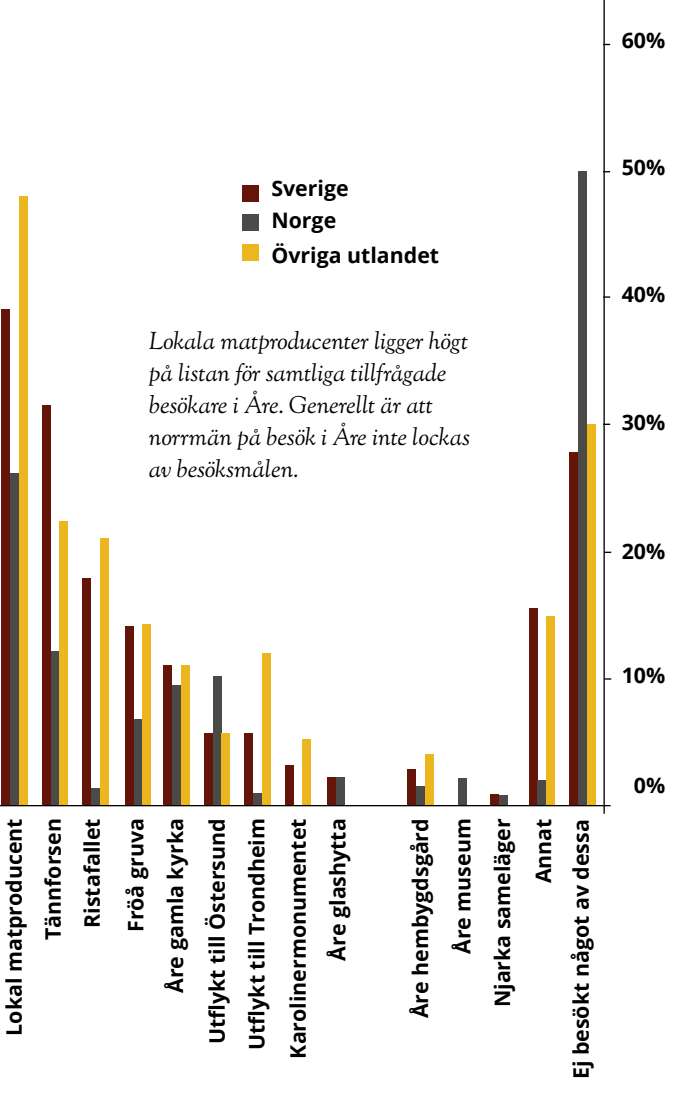
Blankjäm. Foto: Annette Andersson.

Aktiviteter - Åre sommaren 2018



Gäster från Norge värdesätter inomhusbad på Holiday Club och shopping mest, medan övriga utländska besökare värdesätter vandring mest.

Besöksmål - Åre sommaren 2018



Lokala matproducenter ligger högt på listan för samtliga tillfrågade besökare i Åre. Generellt är att normmän på besök i Åre inte lockas av besöksmålen.

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

Inlandsbanan sommartrafik 2018

Sommaren 2018 steg 3 859 personer av tåget i Östersund 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 3 974 personer av, Bergs kommun 137, Härjedalens kommun 207 och i Strömsunds kommun steg 119 personer av sommaren 2018 för att besöka sevärdheter, övernatta och delta i aktiviteter. Totalt hade Inlandsbanan under sommaren 2018 12 600 avstigningar längs banan, jämfört med 11 917 sommaren 2017. (Inlandsbanan)

Snötåget 2017-2018

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 2017/2018 åkte 4 725 personer med Snötåget. I kombination med Snötåget och SJ finns Snälltåget (drivs av franska Transdev, f d Veolia Transport) som erbjuder vintersporttrafik till Vemdalen, Åre och Storlien från Malmö, Göteborg, och Stockholm. Under 2018 gjordes ca 40 000 resor via Snälltåget till/från Jämtland Härjedalen. Av dessa var 3 000 resor till Vemdalen, 3 000 till Östersund och resten till Västjämtland. (Inlandsbanan & Snälltåget)

SJ 2018

2018 reste ca 185 000 resenärer till Jämtland med SJ vilket är en ökning med ca 10% mot 2017! Ungefär 2/3 hade Östersund som destination och 1/4 Åre. De populäraste månaderna att resa var februari och mars. Mest nattägresor gjordes också i mars medan intercity och snabbtåg var populärast i december. (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 säsongvis 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 512 000 passagerare till/från Åre Östersund Airport 2018 (-3,4% jmf med 2017) varav 30 900 utrikes (+27% jmf med 2017). (Swedavia) 6 444 personer reste till/från Sveg Airport 2018 (-0,2% jmf med 2017) fördelat på 112 landningar (varav 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. Röros ligger endast 70 km från Funäsdalen och det finns transfermöjligheter från både flygplatsen (och järnvägsstationen för tåg från Oslo) till destination Funäsfjällen. Röros hade ca 24 000 passagerare 2017. Trondheim/Vaernes flygplats är Norges tredje största flygplats och ligger 130 km från Åre (ca 2 tim transfer). Direktflyg till Vaernes finns från omkring 33 destinationer (varav 17 utanför Norge) beroende på säsong och 18 charterdestinationer. 2018 uppgick antalet passagerare till ca 4 400 000 (0% förändring jmf med 2017). (Avinor)

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

Internationell tillgänglighet via flyg

Sedan vintern 2016/2017 flyger easyJet direkt till Åre Östersund. easyJet är Europas fjärde största flygbolag med drygt 80 miljoner resenärer årligen. Första vintersäsongen trafikerades Gatwick/London, andra säsongen tillkom Köpenhamn och vintern 2018/2019 även Bristol. Under åren har produkten utvecklats och det är bland annat turoperatören Crystal som säljer paketerade upplevelser, men också en hel del mindre turoperatörer. I övrigt paketerar gästen sin egen resa utifrån inspiration av det kännetecken som gjorts i prioriterade kanaler. I den undersökning som JHT genomfört så landar drygt hälften av resenärerna i Åre, och i övrigt fördelas gästerna ut på i huvudsak Östersund och Vemdalen. Glädjande hittar en hel del gäster också de mindre smultronställena i vår region genom företagens egen digitala synlighet. Kännetecknande för framförallt de brittiska gästerna är att deras resa handlar primärt om att uppleva vinter och snö. Skidåkningen är endast en av många aktiviteter de testat.

JHTs målsättning är att först och främst stimulera till ökad beläggningen på befintliga rutter men också utveckla antalet destinationer, antal avgångar och utöka säsongen för internationellt direktflyg till regionen. easyJet är ett av de flygbolag som leder utvecklingen mot ett mer hållbart flyg. De är en av få bolag som bedöms uppnå Parisavtalet vilket är en viktig aspekt när det kommer till arbete via flyg för ökad tillgänglighet. För varje ny veckoflight beräknar vi en ökad omsättning för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen om 12 miljoner kronor.

Projektet "Welcome!"

Sedan 1 januari 2019 arbetar JHT nära med Trøndelag i den gemensamma projektsatsningen Welcome! som syftar till att via tillgänglighet, kommunikation och försäljning öka antalet internationella gäster året om. Detta innebär också att vi i högre grad även inkluderar Trøndelags infrastruktur som en möjlighet för våra gäster att lättare ta sig till regionen, inte minst via Vaernes flygplats utanför Trondheim. Vi vet sedan tidigare att en hel del av våra gäster flyger easyJet till Östersund ena vägen för att sedan använda Arlanda eller Vaernes. Detta möjliggör att vi bättre kan nyttja den totala tillgången på infrastruktur och få samtliga att öka sin beläggning genom smart samarbete. Welcome! pågår till 2021 och delfinansieras av bland annat Interreg, Region Jämtland Härjedalen, Trøndelag fylke och Luftfartsforum tillsammans med privata aktörer.

Charter till regionen

Jämtland Härjedalen har tidigare 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 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 våra satsningar medverkat till att många utländska gäster idag hittar egna resvägar till Jämtland Härjedalen. Med dagens resmönster där resenärer är vana att själva söka sina resor via olika sökmotorer satsar Jämtland Härjedalens aktörer på att dels arbeta vidare på den befintliga tillgänglighet som finns till Åre/Östersund, Vaernes och Arlanda, dels fortsatt proaktivt bearbeta flygbolag i syfte att hitta nya partners.

Visste du att...

- Sveriges högst belägna allmänna väg går över Flatruet mellan Ljungdalsfjällen och Funäsfjällen, 975 m ö h.
- 2018 ökade antalet nyregistrerade husbilar med 12,69% (7218st) i Sverige. Under 2018 nyregistrerades totalt 10 567 fritidsfordon i Sverige, vilket är den högsta totalsiffran sedan 1990. Antalet husbilar var då knappt 12 procent av det totala antalet. 2018 står husbilarna för 68 procent av nyregistreringarna och 74% av det totala antalet, 385 945 st, registrerade fritidsfordonen i Sverige. (Husvagnsbranschens Riksförbund & Transportstyrelsen)
- Sverige har flest husvagnar och husbilar per 10 000 invånare i Europa med 285 st.

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.

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. Härjedalingen samarbetar med Flixbus som äger Swebus Express för att gäster ska kunna åka på en och samma biljett från sin avreseort till Jämtland Härjedalen. I tillägg till fjärrtrafik med buss finns regionaltrafik via Länstrafiken i Jämtland Härjedalen och lokalt Stadsbussarna i Östersund. I destinationerna Åre, Funäsfjällen och Vemdalen finns skidbussar vintertid.



Fjällvandring. Foto: Niclas Vestefjell

Framtidens gäster

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

Konkurrensfördelar Natur-Hjärta-Kultur

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

Samverkansprojektet Turism 2030 avslutades 2018. Syftet med projektet var 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, höra och göra. Totalt deltog 111 företag och i nya nätverk skapade de tillsammans 39 nya produkter inom projektet. Tack vare arbetet i Turism 2030 har sajten Adventure Sweden nominerats på Grand Travel Award för bästa digitala plattform och Destination Vemdalens nya webb nominerades på Guldkalan som Bästa Marknadsförare. JHT har vidare lyckats få världens största naturturismkonferens till Sverige 2019 - Adventure Travel World Summit. Arbetet i projektet har också lett till att regionen haft ett flertal turopertörer och media på besök. Till exempel hamnade Östersund på 10-topplistan av bästa vinterstäder i engelska The Guardian.

Framtida boendekapacitet i Jämtland Härjedalen

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.



Hällristningar vid Glösa. Foto: Erica Willners.

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.



Foto: Johan Hansson.

Hur hittar nya besökare till regionen?

Aterkommande gäster

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 tillväxtmål 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.

Skapa kännedom om våra resmål

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.

Rekommendationer från vänner och bekanta

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 en turistinformation 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.

Besökarens beslutsprocess - Exemplet Östersund

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.

Drivkrafter för en sommarresa

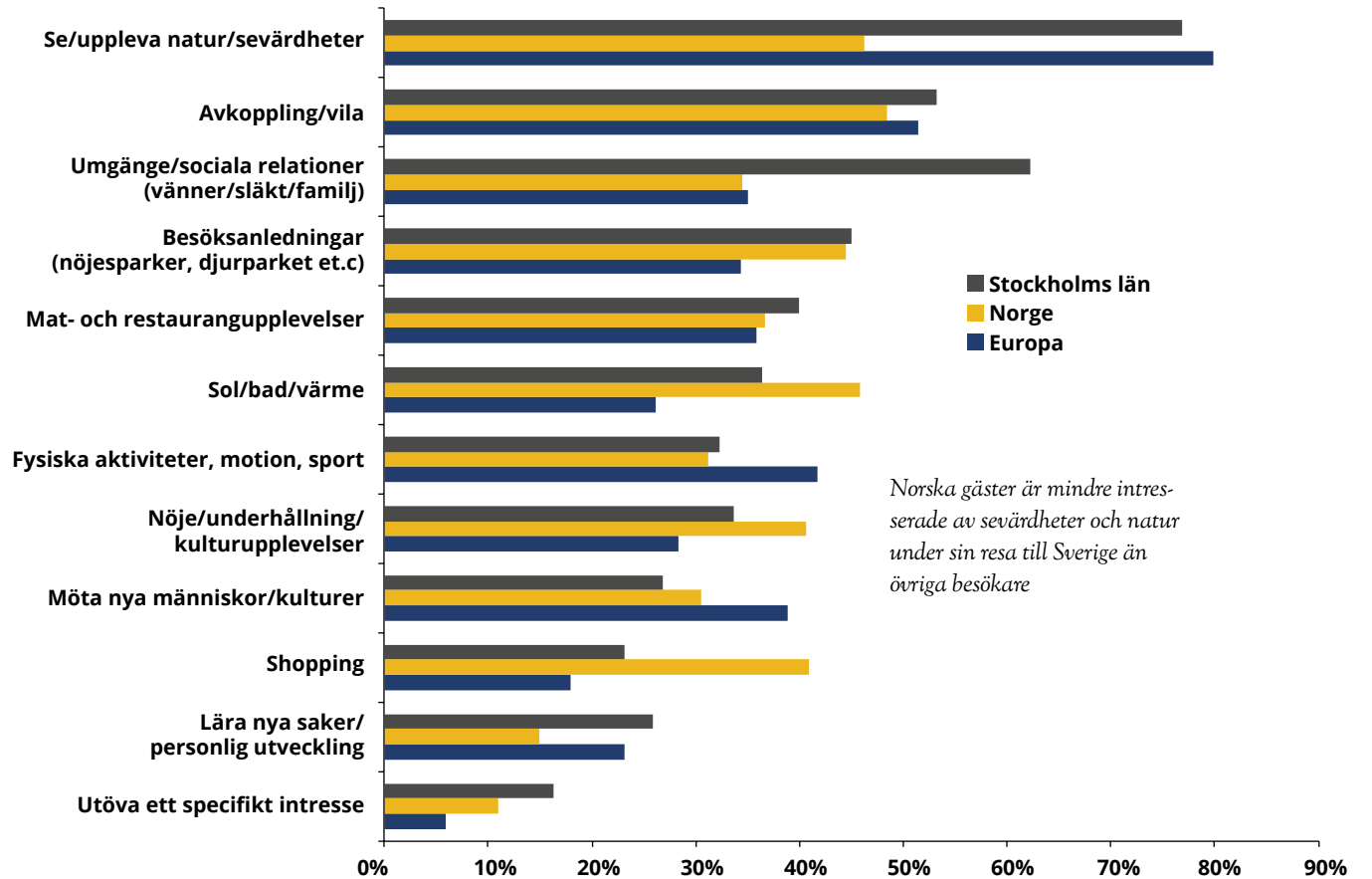
Särskilt intressant är det att studera och analysera likheter och skillnader mellan de olika marknaderna. Vissa saker uppvisar små skillnader, exempelvis avkoppling/vila, mat- och restaurangupplevelser och besöksanläggningar när det handlar om generella drivkrafter för en sommarresa i Sverige. Andra faktorer, exempelvis sevärigheter/natur, umgänge/sociala relationer, shopping, sol/bad/värme uppvisar betydande skillnader mellan de olika marknaderna. Norska gäster är mindre intresserade av sevärigheter och natur under sin resa till Sverige än övriga besökare i undersökningen.

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. De norska gästerna använder inte reseguider, magasin, dagstidningar och resebyråer på samma sätt som övriga besökare.

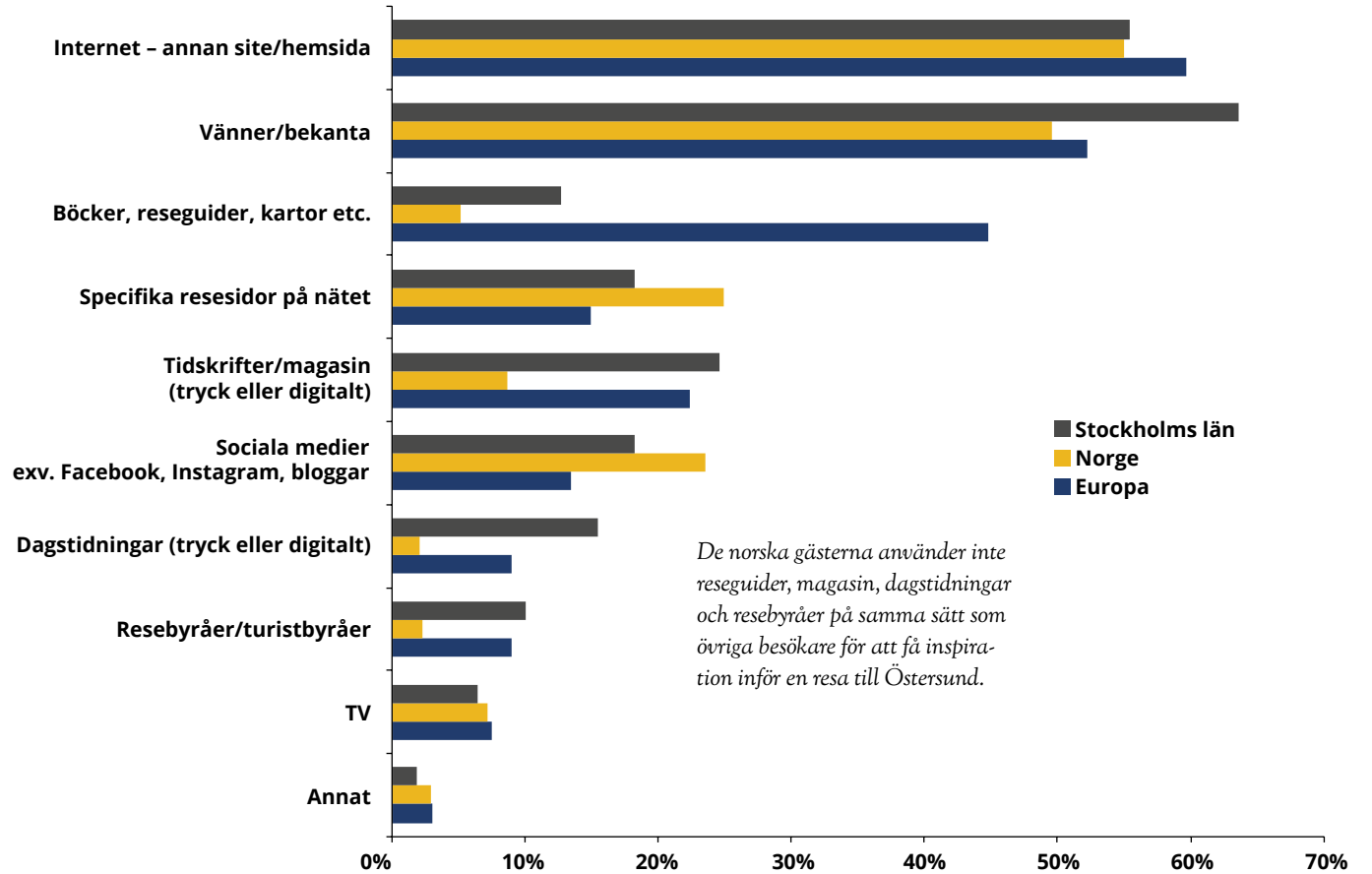
Även bilden av Östersund ser väsentligt olika ut för de olika marknaderna, särskilt den norska marknaden avviker kraftigt. Det avspeglar sig tydligt när det handlar om frågan varför man primärt besökte Östersund. Den norska gästen uppskattar Storsjöbadet, evenemang och att umgås med familjen, medan övriga gäster uppskattar fjällvyer, Storsjön, Jamtli och aktiviteter i naturen.

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.

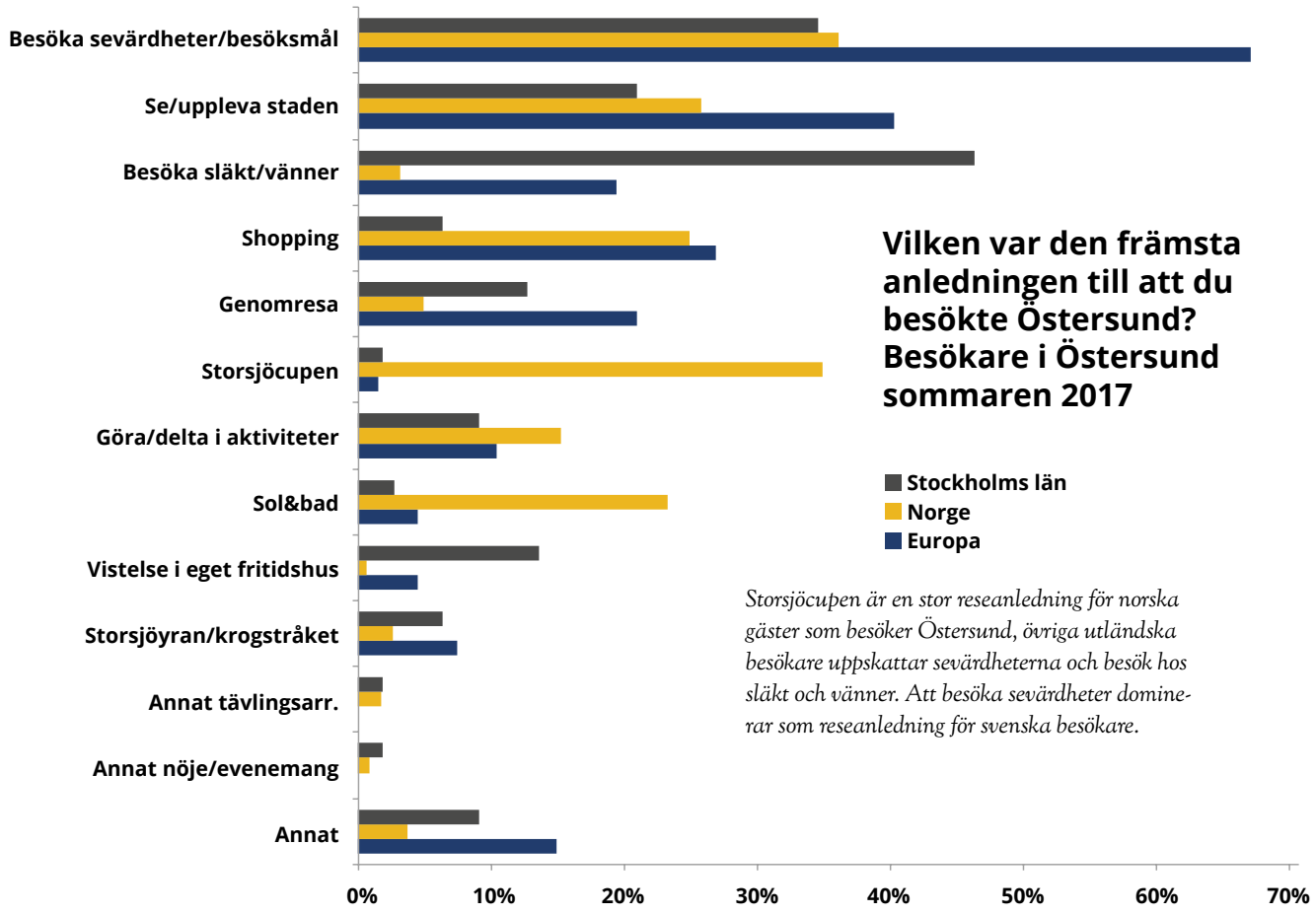
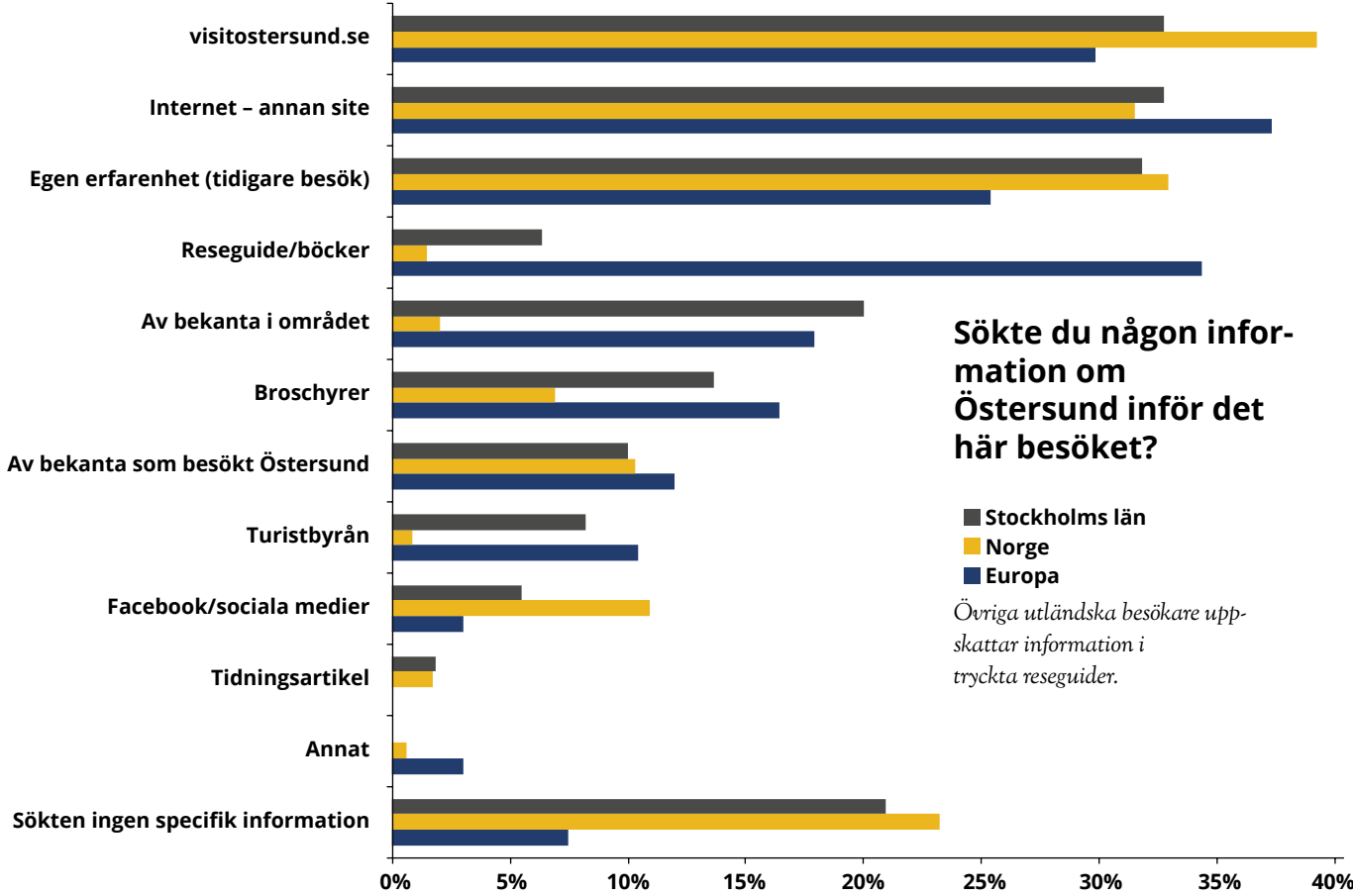
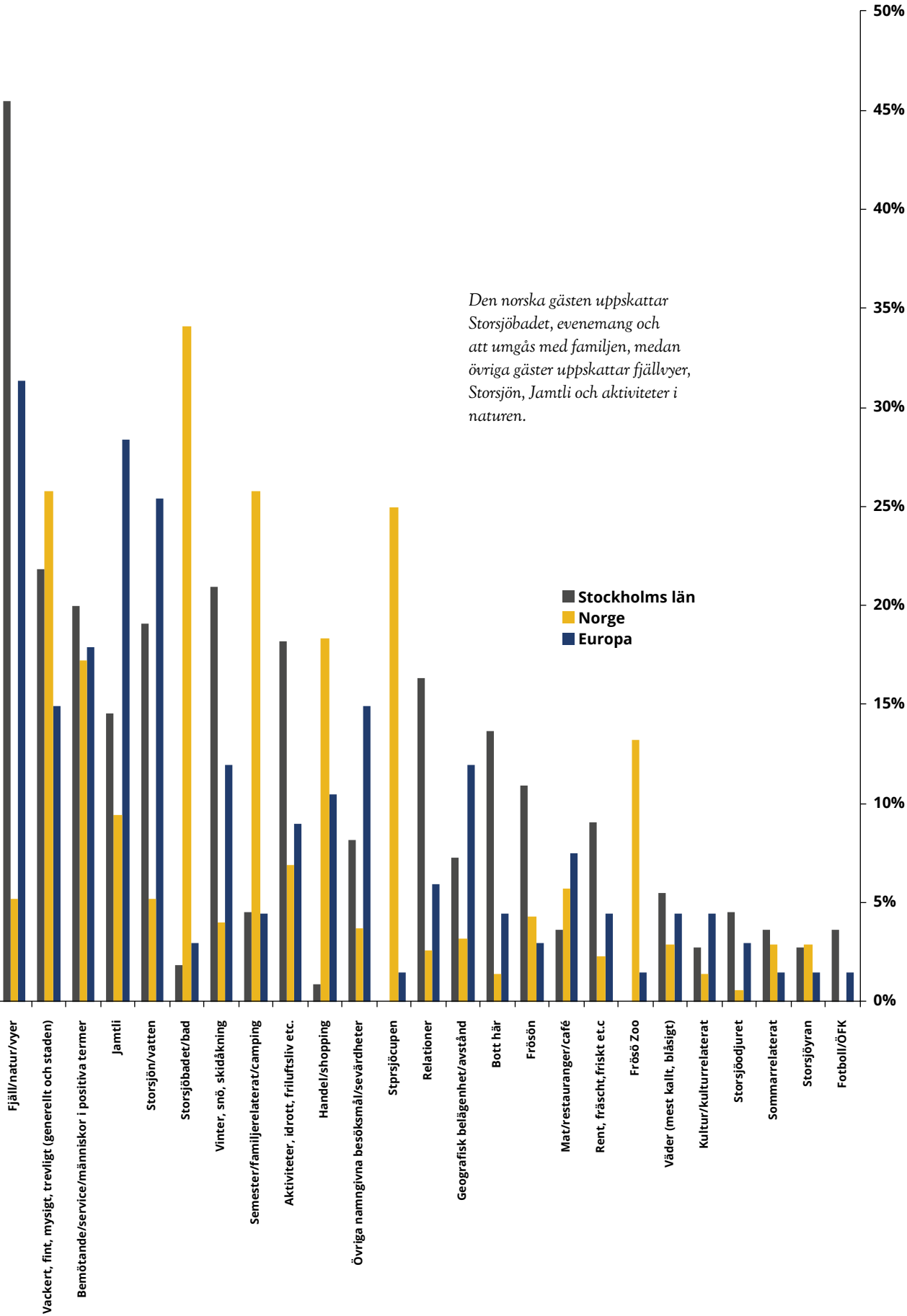
Vad är generellt viktigast om/när man reser i Sverige under sommaren? Besökare i Östersund sommaren 2017



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.



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 öka 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 90 infopoints fördelat på drygt 13 destinationer. I varje destination finns minst en auktoriserad turistinformation via Visita. Dessa bildar nav för support av de olika Infopoints:en.

Synliggöra InfoPoints

En undersökning genomfördes sommaren 2017 på ett urval Infopoints och turistinformationer/turistcenter runt om i Jämtland Härjedalen, för att få kunskap om hur besökarna uppfattar regionens besöksservice. 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.

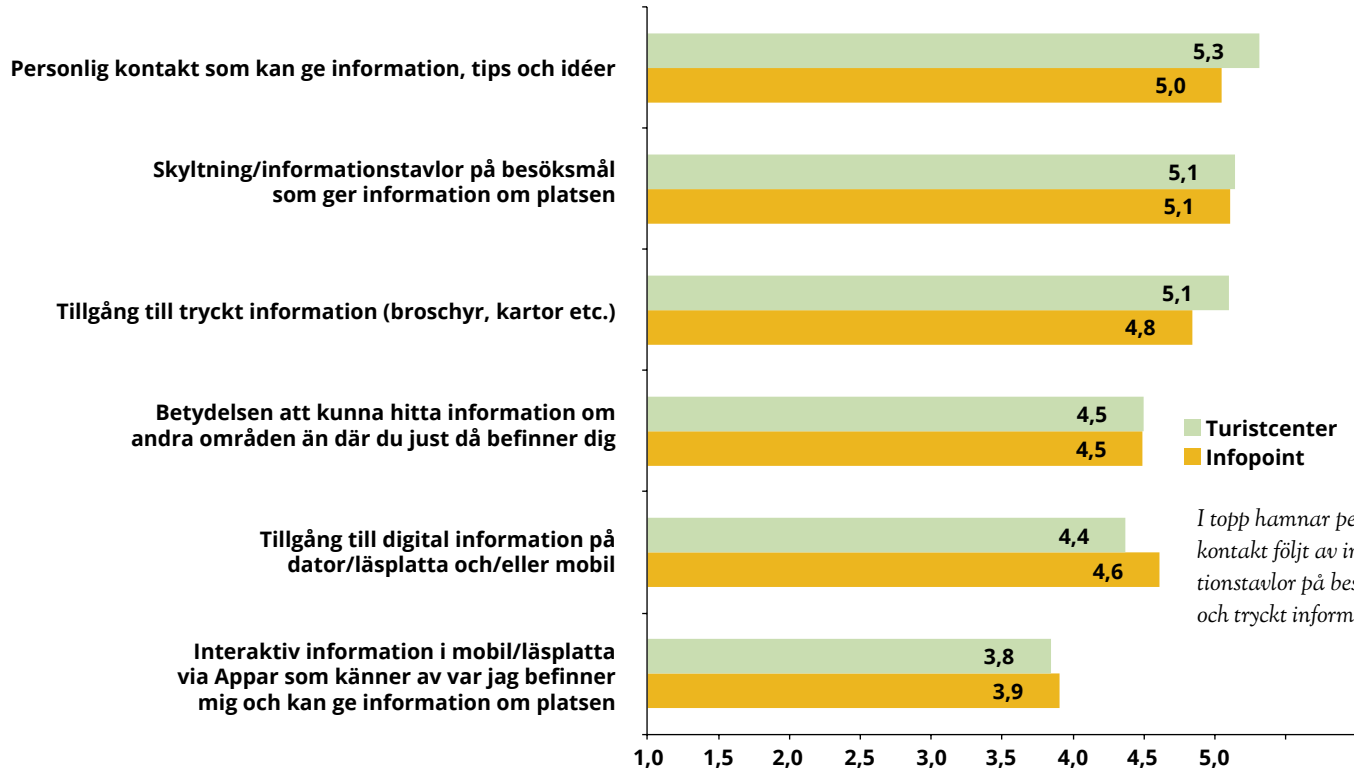
God besöksservice leder till merförsäljning

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%.

Personlig kontakt värderas högt

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 besöksservice, men visar ändå betydelsen av ”traditionella” informationskanaler under sommarperioden.

Viktigt vid informationsbehov på plats i en destination



Ett gott värdskap ger fler gäster

Att ett gott värdskap 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 värdskap 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 samlat 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

Färskasommarundersökningar från Åre (2018) och Östersund (2017) visar på långsiktigt förbättrat resultat. Helhetsbetyget för Åre har förbättrats från 5,1 (2015) till 5,3 (2018). 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.



Tur med kajak runt Norderön. Foto: Erika Enequist.

11,3 MILJONER GÄSTNÄTTER/år



3,1 MILJONER KOMMERSIELLA GÄSTNÄTTER



20% UTLÄNDSKA ➤ 54% NO



DAGTURISTER
1,2 MILJONER/år



SONFJÄLLETS
NATIONALPARK

2,75
MILJONER/år

60 000

WHITE
GUIDE **35**

**>150 MAT
PRODUCENTER**

**45 000
RENAR**



55-70 000 ÄLGAR

Besöksnäringen i **Jämtland Härjedalen**

"Ledande på naturbaserade upplevelser"

I Jämtland Härjedalen är besöksnäringen
en basnäring som varje år omsätter

5,56 MILJARDER sek

Näringsen genererar

4 900 HELÅRSARBETEN

Trondheim / Vaernes

Röros

Ljungdalsfjällen

Funäsfjällen

Vemdalen

Lofsdalen

Sveg

Åre

Krokom

Bydalsfjällen

Östersund

Ragunda

Bräcke

Sundsvall i Midlanda

Vilhelmina /
South
Lapland

Strömsund



**130 000
INVÅNARE**



Jämtland Härjedalen Turism ekonomisk förening (JHT)

bildades 1995 och är en samverkansplattform för utveckling av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. JHT företräder regionens besöksnäring 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.