

2020

FAKTA OM TURISMEN

Samlad statistik från Jämtland Härjedalen



Snabba fakta

– om turismen i Jämtland Härjedalen

- Turismen i Jämtland Härjedalen omsatte 5,84 miljarder kronor 2019. Jämfört med 2018 en ökning med 250 miljoner kronor.
- Liftkortsförsäljningen (622 miljoner kronor) står för en dryg tiondel av den totala omsättningen. Antalet skiddagar vintern 2018/19 var 2,79 miljoner. En ökning med 1,6% jämfört med 2017/18.
- Totalt 1,2 miljoner dagsturister.
- Totalt 11,5 miljoner gästnätter (+2%), varav knappt 3,2 miljoner i kommersiellt boende (+2%).
- Turismen genererar skatteintäkter (kommun och landsting) på knappt 770 miljoner kronor.
- Norge är den i särklass viktigaste utlandsmarknaden, 306 000 av totalt 617 000 utländska kommersiella gästnätter. De utländska gästnätterna ökade totalt sett med 1% jämfört med 2018.
- Totalt genereras motsvarande 7 950 årsarbeten av turismen.





Öppen eld. Foto: Ulrika Larsson

Innehåll

2	Sammanfattning
3	Innehållsförteckning
4	Jämtland Härjedalen Turism
5	Fakta och definitioner
6	Turismen i siffror
6	Turismen omsätter 5,84 miljarder kronor
6	Turismens ekonomiska betydelse
10	11,5 miljoner gästnätter/år
11	Kommersiella gästnätter
12	Stora skillnader mellan länets kommuner
13	Arbetsstillfällena och skatteintäkter
14	Den svenska gästen
15	Nationell marknad
15	Vintergästen
16	Skidåkning
17	Sommargästen
18	Cykling
18	Vandring
19	Fiske
20	Gastronomi
21	Sevärdheter
22	Evenemang
23	Den internationella gästen
24	Vad attraherar utländska gäster?
26	Resa hit
26	Tåg, flyg, bil och buss
28	Bilden av Jämtland Härjedalen
33	Framtidens gäster
34	Hur hittar nya besökare till regionen?
39	Ett gott värdskap ger fler gäster

Fakta om turismen i Jämtland Härjedalen 2020 (avser statistik och underlag insamlat under 2019) gavs ut av Jämtland Härjedalen Turism i juni 2020. Statistiska underlag bearbetade av NordAnalys. Grafisk form: Gustav Kron. Omslagsfoto: Fjällöpare. Foto: Anette Andersson.



Turister på Åreskutan. Foto: Sigvard Lindé.

Jämtland Härjedalen Turism

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

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

I Jämtland Härjedalen finns oändliga möjligheter till naturbaserade aktiviteter både på sommaren och vintern, boende i allt från slott till koja, smidiga kommunikationer med resten av Sverige och världen samt lokalproducerad mat när hungern sätter in.

Jämtland Härjedalen Turism, 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 näringens aktörer. Destinationsorganisationerna är huvudägare. Region Jämtland Härjedalen och kommunerna äger färre andelar. I förningens 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 vinst och årlig omsättningen inom besöksnäringen från 5,84 (2019) till 7,6 miljarder kronor år 2030. För antal årsarbeten finns ett mål om 5 800. För 2019 beräknas besöksnäringen i regionen sysselsätta 5 050 årsarbeten och därmed är målet mycket nära. Andelen utländska gäster i kommersiella bäddar ska öka till 30% (idag 19%). Parallellt med den nationella översynen av besöksnäringstrategin sker en översyn av den regionala strategin inklusive mål.

JHTs projekt och projektmedverkan 2019 är steg på vägen mot de mål som finns för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen:

- Internationell konkurrenskraft, 2017-2020.
- Benchmark Adventure Sweden, 2017-2019.
- Framtidens besöksservice i Jämtland Härjedalen, 2017-2020.
- Welcome! 2019-2022.
- Den digitala transformationen 2019-2020.
- Besöksnäringens roll för regional utveckling 2019-2020.
- Branschorganisation för hållbar skoterturism 2018-2019.
- Morgondagens medarbetare, en förstudie 2018-2019.
- Måltidsturism – medverkan i Visit Swedens nationella projekt.

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



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

Fakta och definitioner

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

Turism omfattar människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år, för fritid, affärer eller andra syften. Uppgifter om övernattningar är hämtade dels från Tillväxtverket/SCB:s inkvarteringsstatistik (redovisar hotell, vandrarhem, stugbyar, camping och förmedlat boende). Övriga övernattningar, liksom de turistiska utläggerna hämtades tidigare från TDB (Turistdatabasen) som är en rikstäckande resvaneundersökning bland Sveriges befolkning. För siffrorna som gäller 2019 har dessa uppgifter skattats, baserat på tidigare utfall och med hänsyn taget till utvecklingen av kommersiella gästnätter.

Att beräkna ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av turism är förknippat med metodologiska problem. Jämtland Härjedalen har använt den så kallade Turistekonomiska modellen (TEM) i ett flertal år och därigenom finns en jämförbarhet bakåt i tiden. Som vid alla undersökningar som baseras på stickprovsurval uppstår statistiska felmarginaler, vilket innebär att resultaten inte kan tas för absoluta sanningar utan är att betrakta som ungefärliga resultat. 2019 års siffror när det gäller ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter är skattade baserade på tidigare årsutfall och med hänsyn taget till utvecklingen av kommersiella gästnätter.

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

Konsumenten definierar turism

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

Turismen i siffror

Turismen omsätter 5,84 miljarder kronor

Den inresande turismen till Jämtland Härjedalen omsatte under år 2019 5,84 miljarder kronor. Det innebär en ökning med 250 miljoner kronor jämfört med 2018. Turistkronans fördelning är mycket stabil sett till de senaste 5 åren, med endast små förändringar.

Jämtland Härjedalen – En turismberoende region

Sett i ett 10-årsperspektiv uppvisar Jämtland Härjedalen totalt sett en stadig omsättningsökning. Mellan 2009 och 2019 är ökningen 66%. Jämtland Härjedalens andel av den samlade svenska turismomsättningen är strax under 4%. Som jämförelse så bor knappt 1,3% av Sveriges befolkning i Jämtland Härjedalen. Detta understryker turismens betydelse för regionen. Jämtland Härjedalen är en av de mest "turismberoende" regionerna i Sverige.

Turismens ekonomiska betydelse

Kommersiellt boende ger drygt hälften av turistintäkterna

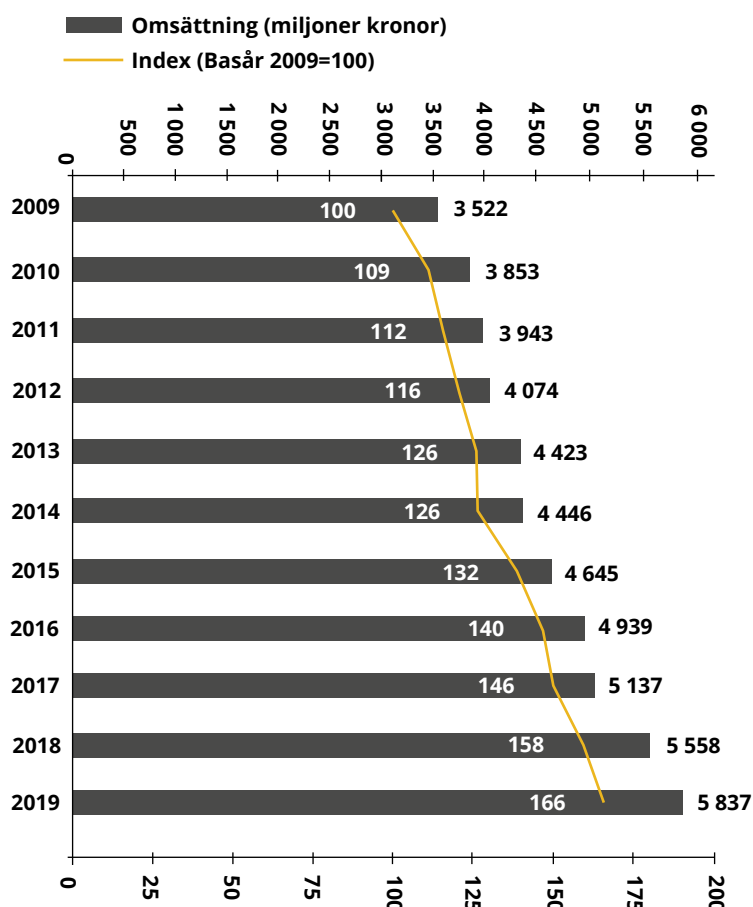
59% av de totala turistintäkterna kommer från besökare som bor kommersiellt, vilket är en liten ökning jämfört med 2018. Hyrd stuga/lägenhet/stugby är fortsatt den ekonomiskt viktigaste boendeformen och står totalt sett för en dryg tredjedel av omsättningen. Vinterturismen är en viktig förklaring. Den andra stora kommersiella boendeformen är hotellen med en andel på 19%, en liten ökning jämfört med 2018. Överlag handlar det om små förändringar jämfört med 2018, 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, samma andel som 2018.

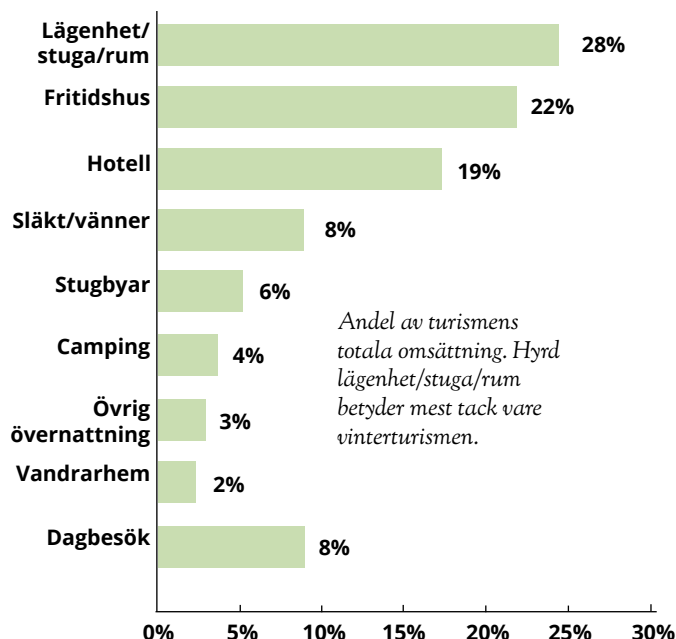
Genomsnittligt dygnsutlägg – hotellgäster spenderar mest

Det genomsnittliga dygnsutlägget ökar något, från 492 kronor (2018) till 507 kronor per person och dygn. Hotellgästerna spenderar mest, 1 157 kronor per person och dygn, en ökning med ca 50 kronor jämfört med 2018, och mer än 4 gånger så mycket som de som bor hos släkt och vänner och 4 gånger så mycket jämfört med fritidshusboende.

Omsättningsutveckling 2009-2019



Utläggerna fördelade efter boendekategori



Dagsbesökaren spenderar 386 kronor per person och dag. Shopping är en viktig förklaring. Snittutlägget har ökat något jämfört med 2018.

Utlägg varierar beroende på besöksmål, årstid och boendeform

Generellt sett ligger utläggerna på en högre nivå under vintersäsongen. Orsakerna är flera. Dels handlar det om att en högre andel bor i kommersiella boendeformer, generellt sett högre utlägg för aktiviteter (främst liftkort), men också genom att vinterperioden lockar en högre andel köpstarka gäster. Samtidigt kan man konstatera att en jämförelse av Åre sommar och vinter, med utgångspunkt från gäster som bor kommersiellt (hög andel hotellboende) så är skillnaderna inte så stora. Vintergästen spenderar ca 240 kr mer per person och dygn. Visserligen stannar vintergästen längre tid, vilket i regel innebär att dygnsutläggen blir något lägre, men man kan nog med fog säga att Åres sommargäster är förhållandevis högs spenderande. Den stora skillnaden gäller aktiviteter/inträden och det är naturligtvis liftkortet som bidrar. Även utläggerna för logi och restaurang/nöje är lite högre under vintern, medan utläggerna kopplat till handel är lika stora på sommaren som på vintern.

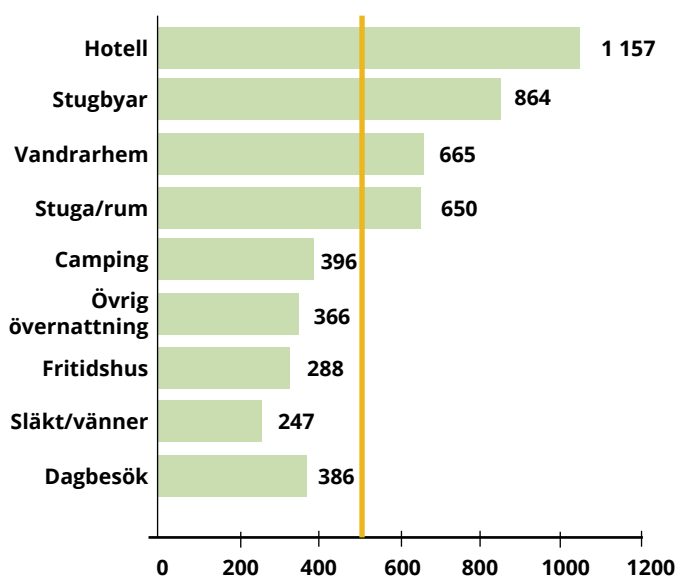
Om man jämför resultatet från Åres sommarundersökning med undersökningar från Östersund 2017 och den undersökningen som genomförts kopplat till ett antal Infopoints runt om i Jämtland Härjedalen så är skillnaderna betydande. Beaktat att båda de sistnämnda undersökningarna i allt väsentligt mäter mot bredare målgrupper, där alla typer av besökare, med utgångspunkt från boendeformer är representerade, medan Åre främst handlar om hotellgäster samt 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 i Östersund och betydligt mer än om man tittar på ett någorlunda representativt tvärsnitt av hela Jämtland Härjedalen.

En jämförelse från Östersunds sommarundersökning, där alla typer av boendeformer finns representerade visar på ett tydligt sätt 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.



Hopp i Östra ravinen. Foto: Lars Håreblad

Genomsnittligt dygnsutlägg efter boendeform



Genomsnitt 507 kronor per person och dygn.
Hotellgäster spenderar mest.

Visste du att...

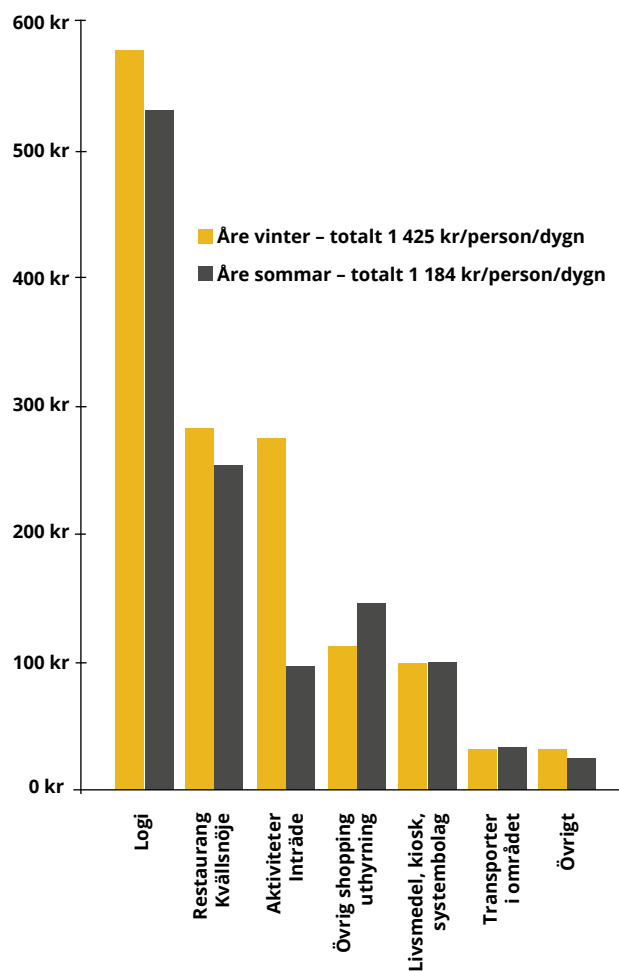
- Det finns drygt 18 000 "rent" kommersiella gästbäddar (hotell, vandrarhem, stugbyar) i Jämtland Härjedalen.
- Hovde hotell i Vemdalen bedömdes ha "God nivå" och Copperhill Mountain Lodge i Åre "mycket god nivå – Fab!" av White Guide i listan över Sveriges bästa hotell 2019.

Kommersiella bäddar enligt SCB

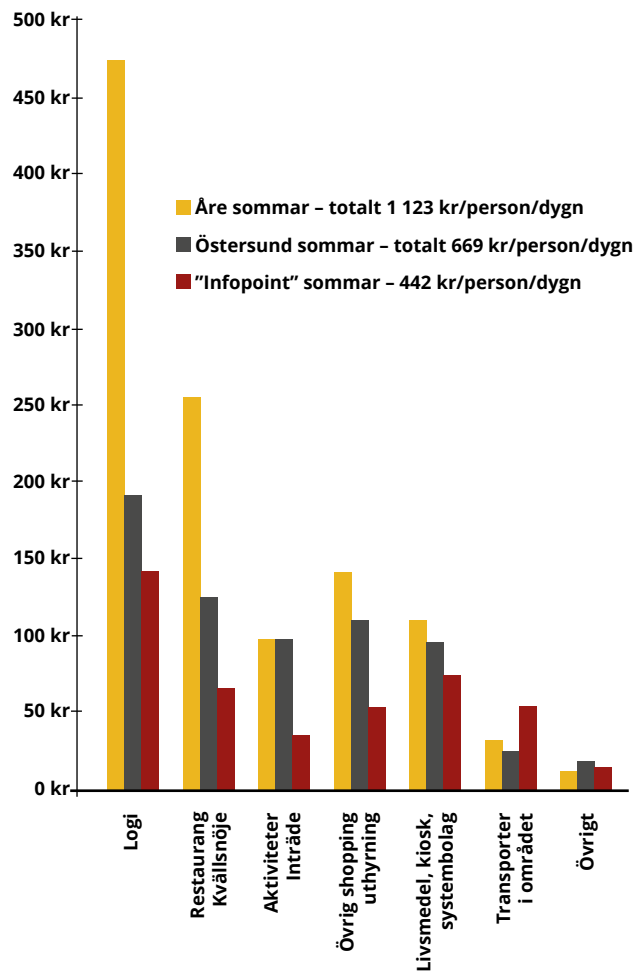
Enligt lag ska boendeanläggningar lämna gästnattstatistik till SCB. Detta gäller Sveriges hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser samt företag och organisationer som bedriver kommersiell förmedling av privata stugor och lägenheter (till exempel bostadsrättsföreningar som hyr ut sina medlemmars lägenheter eller stugor gemensamt).

- Hotell: Gränsen för inlämning av statistik är nio bäddar eller fem rum.
- Vandrarhem: Fler än nio bäddar.
- Camping: Alla campingar ska lämna statistik.
- Förmedlare av stugor och lägenheter (SOL): Alla.

Besökare i Åre sommar och vinter 2018 – så spenderar de sina utlägg



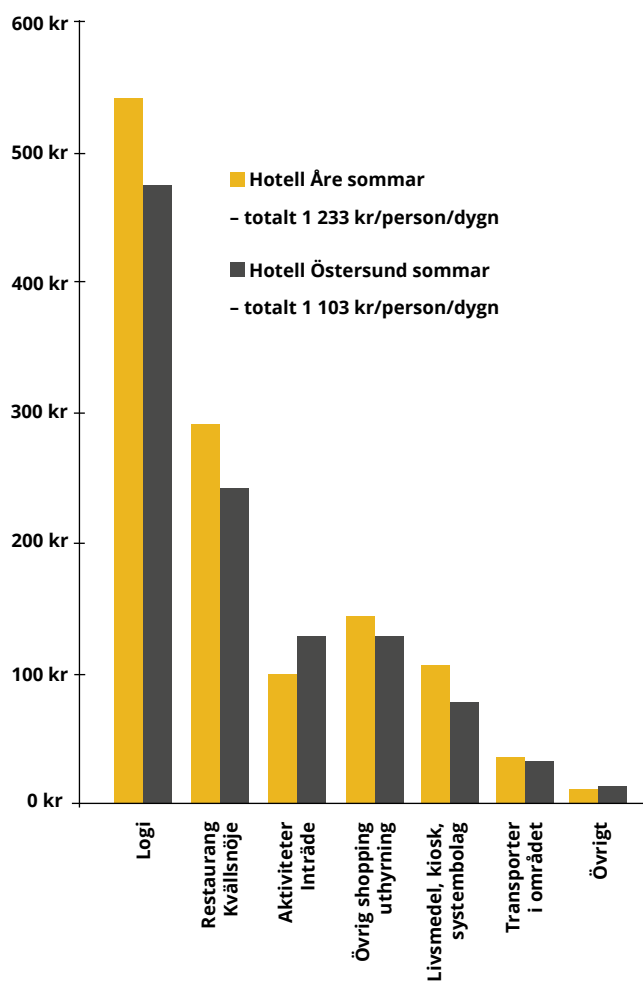
Sommar 2017 – skillnad i utläggsmönster



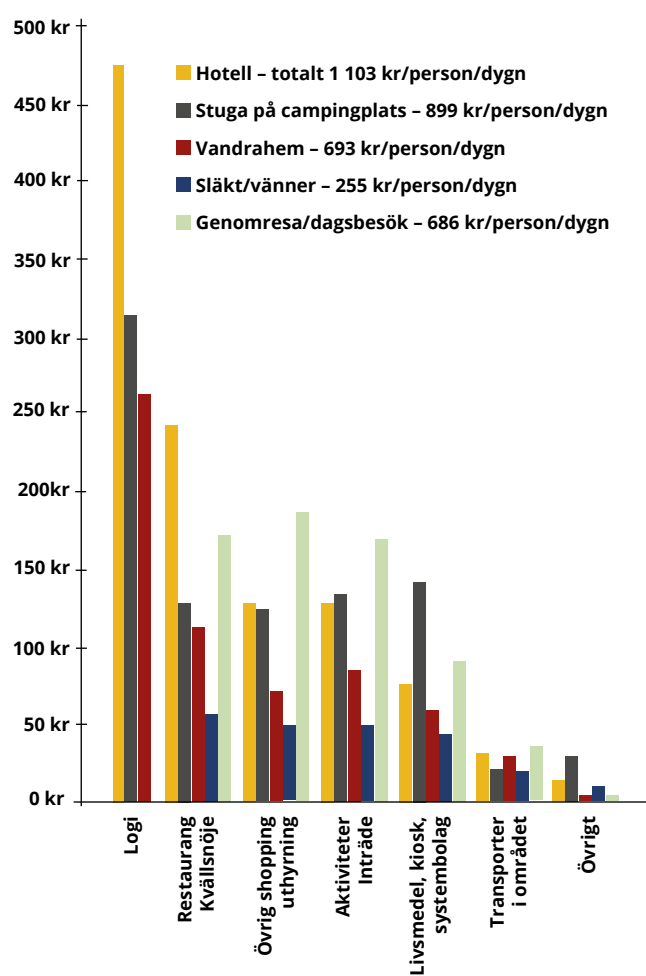
Skridskoåkning på Ånnsjön. Foto: Anette Andersson



Hotellgäster Äre och Östersund sommar 2017 – så spenderar de sina utlägg



Sommarbesökare i Östersund 2017 – så spenderar de utifrån boendeform



11,5 miljoner gästnätter/år

Sammantaget visar producentstatistik (SCB) tillsammans med skattningar att det totalt förläggs drygt 11,5 miljoner övernattningar i länet. Det är en ökning med ca 235 000 gästnätter (+2%) jämfört med 2018.

För de kommersiella boendeformerna som mäts via producentstatistik utgör förmedlade stugor/lägenheter tillsammans med stugbyar den största boendekategorin med 1,45 miljoner gästnätter, en minskning med -35 000 gästnätter (-2,4%) jämfört med 2018. En mycket stor del av dessa gästnätter är kopplade till länets större skidorter under vintern. Hotellen ökade med 6%, i volym mätt (+54 000 gästnätter) och den totala volymen uppgår nu till 940 000 gästnätter. Campingen som är en stor boendeform under sommaren ökade också, +42 000 gästnätter (+4,7%). Även vandrarhemmen ökade, här rör det sig om en ökning med 12 000 gästnätter motsvarande +6%. Sammantaget ökade de kommersiella övernattningarna med 73 000 gästnätter (+2,4%).

Uppgifterna för fritidshus, boende hos släkt och vänner och privat uthyrning är skattade, med utgångspunkt från utfallet i tidigare stickprovsundersökningar. Här finns en inte obetydlig osäkerhet, både utifrån tidigare stickprovsundersökningar och för den skattade förändringen för 2019, vilken är baserad på utvecklingen för det kommersiella boendet i kombination med ytterligare ett antal indikatorer.

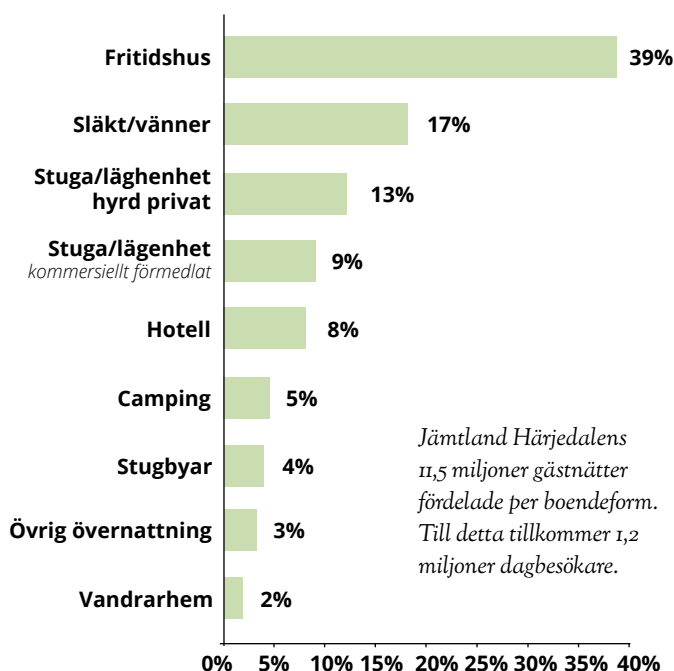
Under vintersäsongen sjunker andelen av det icke kommersiella boendet medan i första hand stuga/rum/lägenhet och hotell ökar sin andel. Sommartid ökar campingen.

Trenden när det gäller gästnätter är sedan 2009 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 47%. Under samma period har de kommersiella gästnätterna ökat med 672 000, motsvarande +27%.

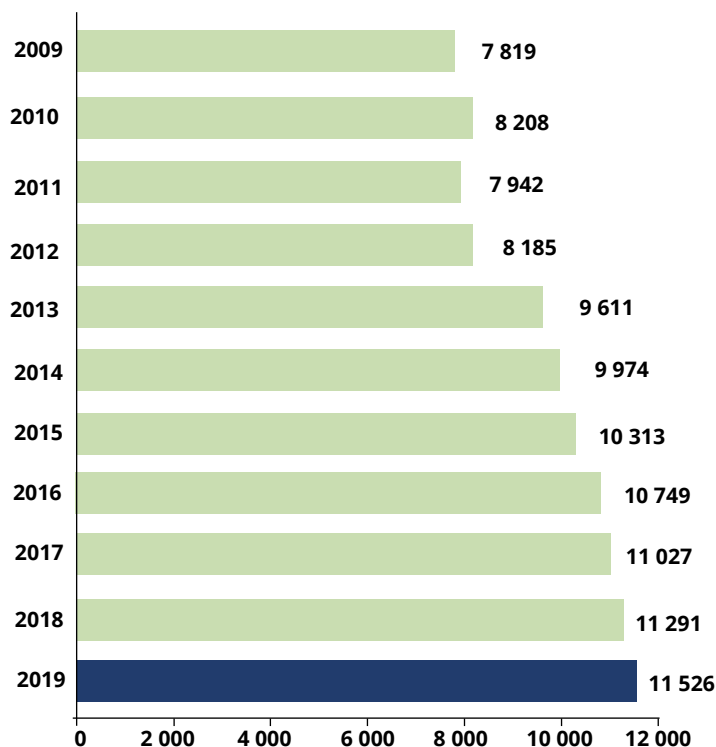
Sammantaget, sett över den senaste 10-årsperioden, innebär det att den totala omsättningsökningen är en effekt av både ökat antal gästnätter och att snittutläggen per gästnatt har ökat.

Antalet dagsturister uppgår med den nya mätmetoden, som även omfattar kortare dagsresor än 100 kilometer, till drygt 1,2 miljoner, en liten skattad ökning jämfört med 2018, men även dagsturismen mäts med osäkra metoder, vilket ger upphov till stora felmarginaler och därmed svängningar i siffrorna.

Totalt 11,5 miljoner gästnätter och 1,2 miljoner dagsturister



Gästnätter 1000-tal (2009-2019)

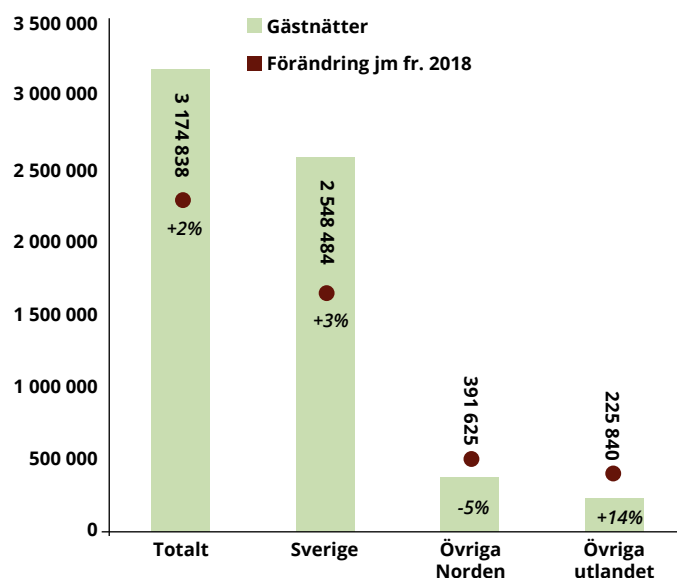


Kommersiella gästnätter

Det totala antalet kommersiella gästnätter (hotell, stugby, vandrarhem, camping och kommersiellt förmedlade stugor/lägenheter) uppgick 2019 till knappt 3,2 miljoner.

Den svenska marknaden stod för 2,55 miljoner, Norden för 391 000, medan övriga utlandet genererade 226 000 gästnätter.

Jämfört med 2018 så är det en ökning med +2,4%, motsvarande +73 000 gästnätter. Den svenska marknaden ökade med +2,4% (+65 000 gästnätter), medan övriga Norden redovisade -5,4%, motsvarande -22 000 gästnätter. Övriga utlandet ökade med 28 000 gästnätter (+14,3%). De två VM-arrangemangen i Åre och Östersund har haft en positiv påverkan på gästnätterna från övriga utlandet, medan en del av minskningen för Norden är kopplat till VM i Åre.



MTB EpicTrails. Foto: Ulrika Larsson



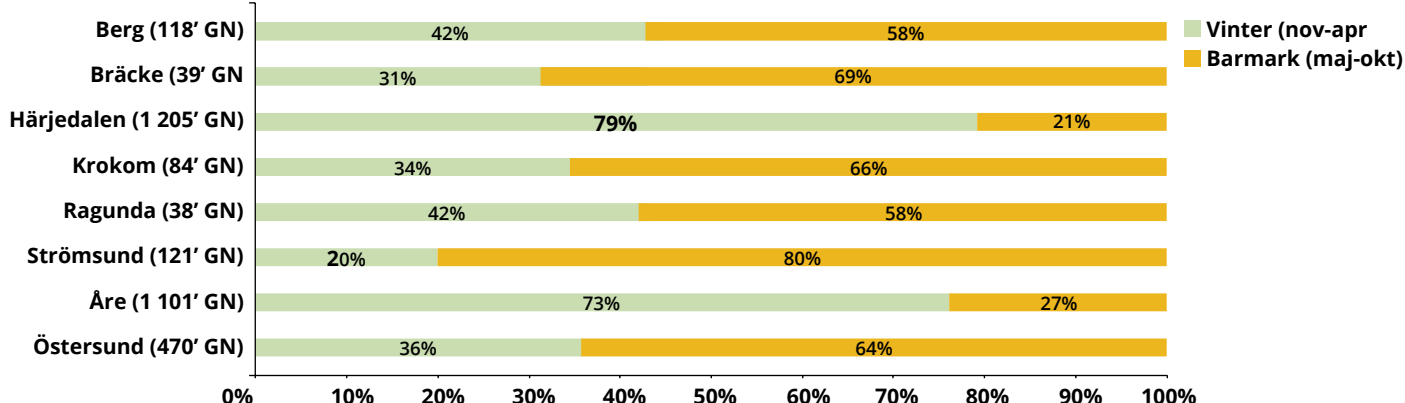
Stora skillnader mellan länets kommuner

Regionens nästan 3,2 miljoner kommersiella gästnätter fördelas olika mellan kommunerna. Härjedalens och Åre kommun står tillsammans för nästan 2,3 miljoner gästnätter, motsvarande 71% av samtliga gästnätter. Förklaringen är alla stora skiddestationer och man kan samtidigt konstatera att drygt tre fjärdedelar av de båda kommunernas gästnätter är förlagda till vinterperioden.

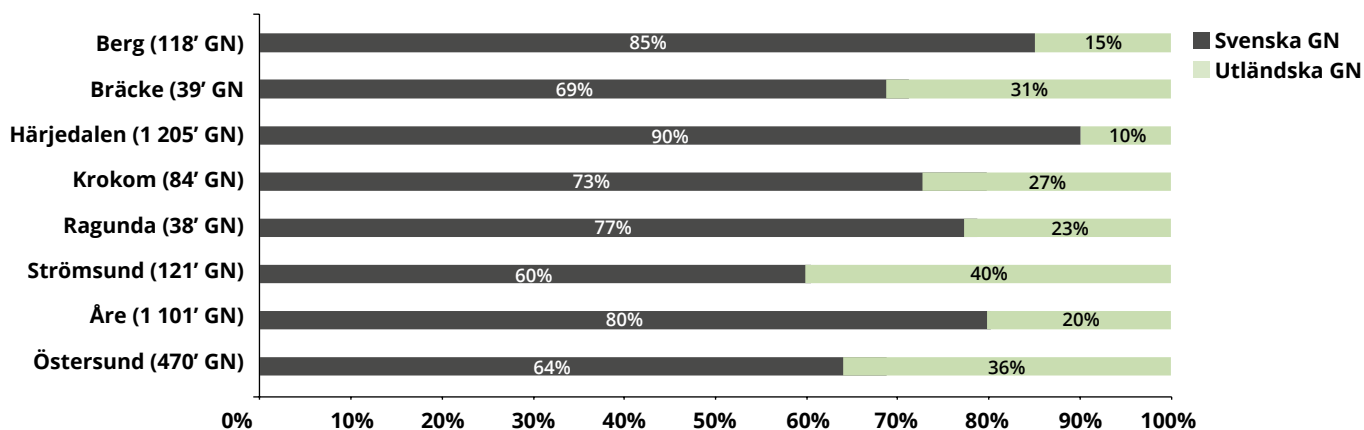
Östersund som är den tredje största kommunen sett till antalet gästnätter är mer en sommardestination, där knappt 60% av gästnätterna är förlagda till barmarkperioden. Strömsunds kommun är den mest utpräglade barmarksdestinationen, med 79% av gästnätterna under den perioden.

Strömsunds kommun är samtidigt den kommun som har högst andel utländska gäster (40%). Det är framförallt den norska marknaden som bidrar till detta, men även höga andelar av tyska och holländska gäster. Även Östersund har förhållandevis hög andel utländska gäster (36%), vilket till stor del är tack vare norska besökare. Härjedalens kommun som totalt sett har flest gästnätter har lägst andel utländska gäster (10%), även om de till antalet är många (115').

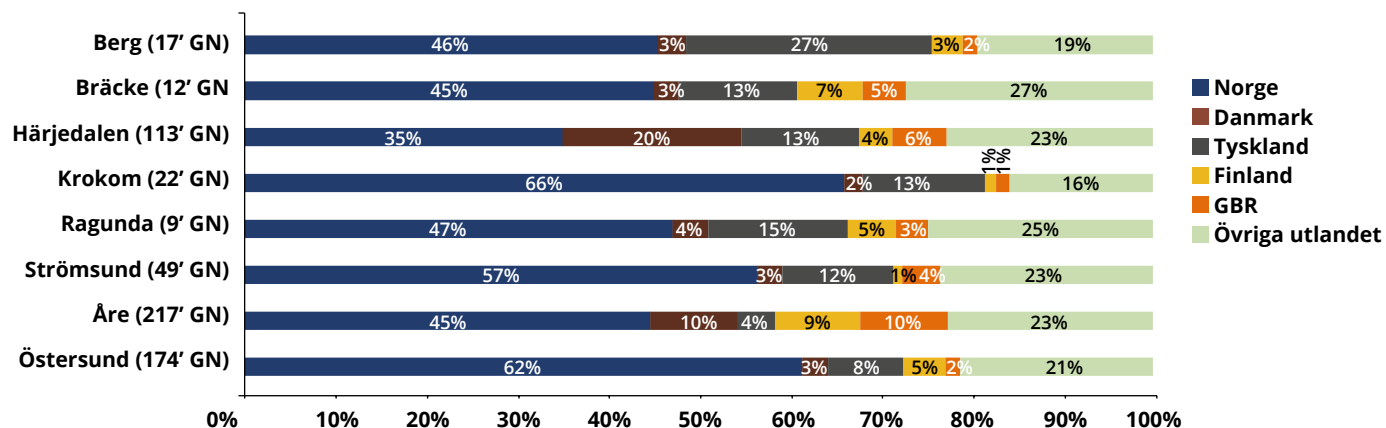
Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter säsong



Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter svenska och utländska GN



Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter svenska och utländska GN



Arbetsstillfällena och skatteintäkter

Turismen skapar arbetsstillfällena

Totalt genereras motsvarande ca 5 050 direkta helårsarbeten av turismen i Jämtland Härjedalen. Utöver detta skapas också ett stort antal arbetsstillfällena indirekt, exempelvis bagerier som förser butiker och restauranger med bröd och revisionsbyråer som hjälper turistföretagen med redovisning och bokslut. Detta ger totalt knappt 8 000 helårsarbeten baserat på regionens inkomster från turismen. Med hänsyn till säsongvariationer och deltidsarbete är det betydligt fler som arbetar med turismen. Under högsäsong står uppskattningsvis direkt sysselsättning i turismbranschen för minst 10% av regionens samlade sysselsättning. Kurvan över sysselsättningsutvecklingen följer i stort den som gäller för omsättningsökningen. Nedgången under 2012 beror främst på vissa förändringar i 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 25%, 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.

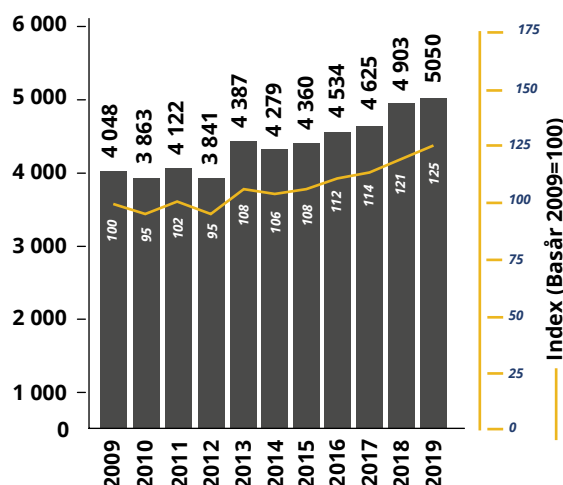
Exemplet Funäsfjällen (SPRIT-projektet)

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.

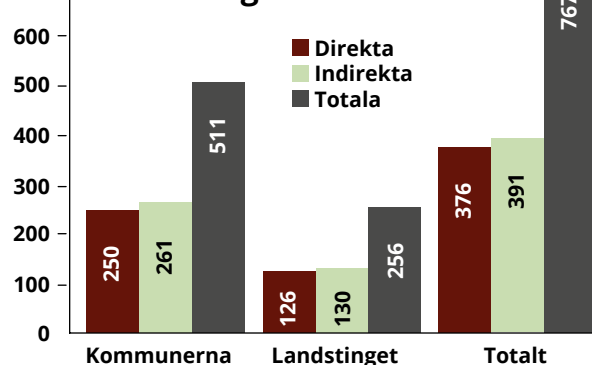
Exemplet Vemdalen (SPRIT-projektet)

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 2009-2019



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 767 miljoner kronor per år. Två tredjedelar tillfaller kommunerna medan landstinget får en tredjedel. Skatteintäkterna följer i stort sysselsättningen, men kan på grund av ändrade beräkningsgrunder inte rakt av jämföras med tidigare årsserier.

En utmaning inte minst för fjälldestinationerna och de berörda kommunerna är att stimulera säsonganställda att skriva sig inom kommunen. En analys av registerdata för Åre kommun (2017) visar till exempel att av de drygt 7 500 som under 2017 fick lön utbetald 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-marknaden dominerande och viktig, 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 marknadsstyngdpunkten ligger.

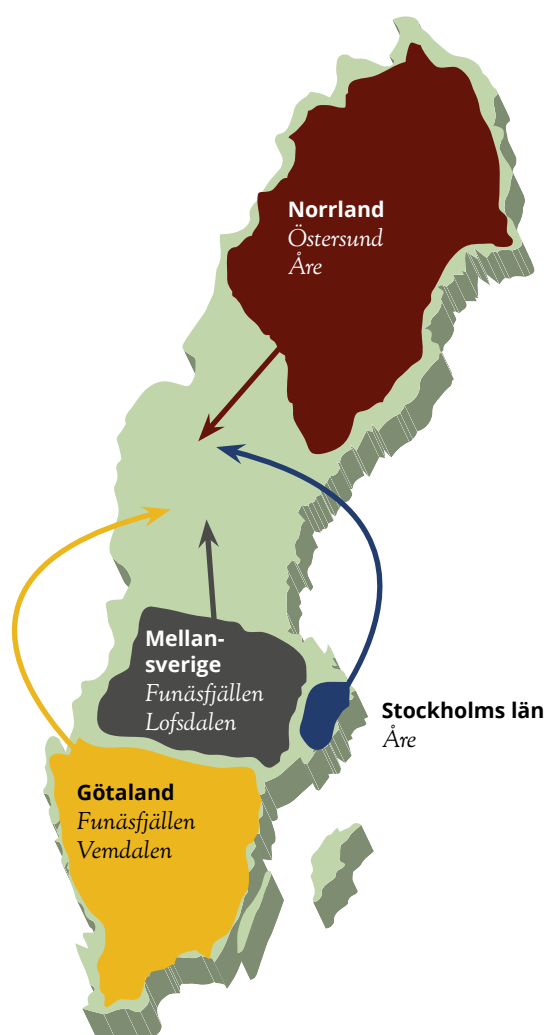
Sommargästen

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



Gästen i Jämtland Härjedalen

Med jämna mellanrum genomförs gästundersökningar på olika destinationer runt om i Jämtland Härjedalen. De senast genomförda undersökningarna finns från Åre (sommar och vinter 2018) samt Östersund (sommar 2017). Dessutom gjordes en länsövergripande undersökning med fokus på Infopoints under sommaren 2019. Tillsammans med äldre undersökningar från andra destinationer kan man se tydliga mönster för vad som utmärker olika gäst kategorier och olika årstider.

Sommargästen reser runt

– vintergästen besöker en destination

Sommarturismen i Jämtland Härjedalen skiljer sig en hel del åt jämfört med vinterturismen. Sommarbesökarna gör rundresor medan vinterbesökarna i större grad tenderar att besöka en specifik destination. En tendens finns i undersökningarna som visar att fjälldestinationerna går mot att få fler destinationsspecifika besök även under sommaren. Från Östersunds undersökning framgår att två tredjedelar har haft Östersund som resans huvudmål, även om det i den gruppen är en relativt stor andel som också besöker andra platser/ områden under resan.

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 (Bilderna av JH 2020). 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 färdmedlet, det är egentligen bara Åre som kan räkna in högre andelar via kollektiva färdmedel; främst tåg, följt av flyg.

Vintergästerna har höga förväntningar

Kärnupplevelserna får goda betyg där skidåkning, värdskapet, boendet och barnvänligheten hamnar högt upp på listan. Totalbetyget för besöket hamnar på ett medelvärde inom intervallet 5,0-5,3 på en 6-gradig skala. För destinationer där mätningar gjorts kontinuerligt under en längre period, främst Åre, ser man en positiv trend när det gäller den gästupplevda kvalitén. Det som gästerna är något mindre nöjda med är utbudet av övriga aktiviteter och Afterski. Här är dock skillnaden mellan olika destinationer stor.

Vintergästerna ger generellt sett lite lägre betyg jämfört med sommargästerna, men man ska vara medveten om att det till stora delar handlar om andra gäst kategorier på vintern jämfört med sommaren, där vintergästerna generellt sett kan karaktäriseras som mer krävande med höga förväntningar.

Genomsnittligt utlägg bland vinterbesökarna

Skillnaderna i genomsnittligt utlägg mellan de olika destinationerna är större på vintern jämfört med sommaren. Åres kommersiellt boende gäster hamnar i topp med 1 425 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.



Huvudrätten. Foto: Tina Stafrén

Skidåkning

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

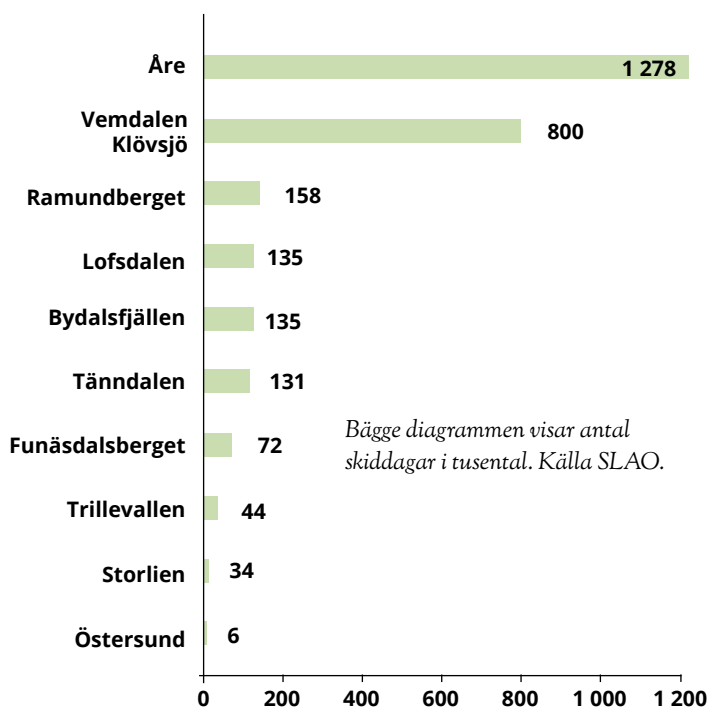
2,79 miljoner skiddagar på länets skidanläggningar

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 2018/2019 till 2,79 miljoner, vilket är ökning med 44 000 skiddagar, motsvarande +1,6% jämfört med föregående säsong. Det är samtidigt "all time high".

Antalet skiddagar har visat en uppåtgående trend de senaste 6-7 säsongerna efter en nedgång från den tidigare toppnoteringen från säsongen 2008/2009.

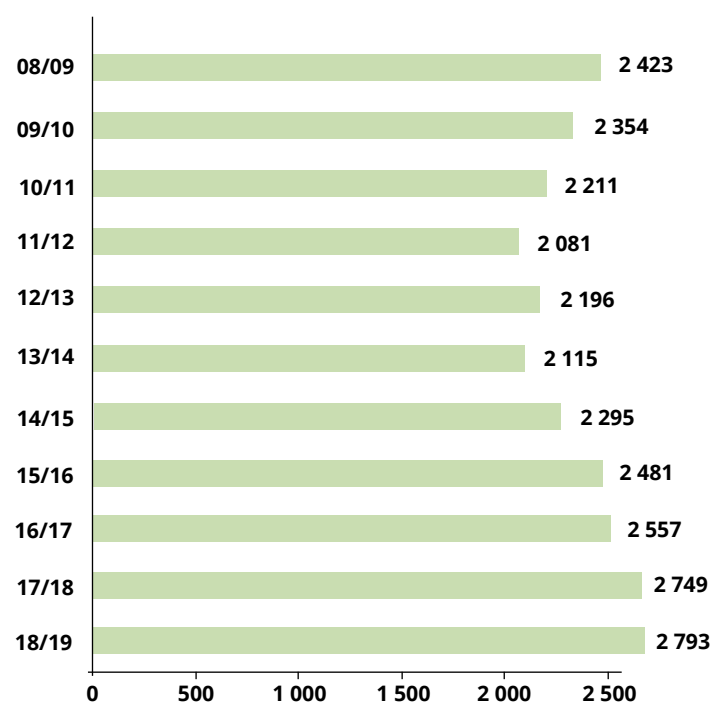
Åre svarar för 46% (1 278 000 skiddagar) av dessa, följt av Vemdalen inklusive Klövsjö med 800 000 skiddagar. På tredje plats hamnar Funäsfjällen med drygt 360 000 skiddagar. Jämfört med säsongen 14/15 har antalet skiddagar i JH ökat med 500 000 motsvarande +22%. Det är framförallt Åre (+248 000) och Vemdalen (+135 000) som ligger bakom ökningen. Även andra områden har ökat, men det handlar om väsentligt lägre volymer. Den totala liftkortsförsäljningen uppgick till 622 miljoner kronor, en ökning med +5% jämfört med säsongen 2017/2018.

Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2018/2019



Bägge diagrammen visar antal skiddagar i tusental. Källa SLAO.

Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2009-2019



Visste du att...

- Sveriges första skidlift invigdes under Trettondagshelgen 1940 vid Lundsgården i Åre. Den var 400 m lång med 125 m fallhöjd och kunde ge lift åt 150 personer i timmen. 1942 invigdes första liften i Storlien och 1952 öppnade Gustavsbergsbacken på Frösön. (SLAO)
- De brantaste pisterna i Jämtland Härjedalen är "Rännan" i Lofsdalen (42 grader), "Nol i Egga" på Funäsdalsberget (40 grader) och "Stövelbranten" i "Störtloppet" i Åre (33 grader).
- Ett av världens längsta skidsystem finns i Funäsfjällen. Nordic Ski Center för längd- och tur-åkning har 300

km pistade och välskyttade spår samt 450 km rösade turlleder. (Funäsfjällen)

- Östersunds kommun sköter totalt om 150 km preparerade skidspår. Av dessa är 40 km elbelysta. Dessutom finns 25 km skidspår som sköts av ideella föreningar. (Östersunds kommun)
- Mid Sweden 365, utanför Gällö, är världens längsta skidtunnel i ett berg. Tidigare fanns hemlighetsstämplad militär verksamhet i tunnarna och nu används de istället för längdåkning, skidskytte och testverksamhet året runt.

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 (Bilderna av JH 2020).

Aktiviteter, vandring och sevärdheter

Resanledningarna under sommaren skiljer sig en hel del åt mellan de olika destinationerna. Förutom den "klassiska rundtursresan" kan man 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 Storsjöran, men det finns även gott om exempel på andra evenemang som lockar betydande besöksvolym, t ex Marknaden i Funäsdalen, St Olavsloppet, Fävikens Game Fair och Höstmarknaden i Åre.

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.

Huvudsakligt ressyfte

Svenskar:

1. Delta i aktiviteter
2. Besöka sevärdheter
3. Delta i event/tävlingar

Norrmän:

1. Delta i aktiviteter
2. Shopping
3. Besöka sevärdheter

Övriga utländska besökare:

1. Delta i aktiviteter
2. Besöka sevärdheter
3. Rundresa

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 (säsongen följer generellt datum för det svenska sommarlovet). 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. 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.

Sommargästerna ger bästa betyg för:

- Aktivitetsupplevelser
- Besöksmål
- Bemötande från personal och serviceförmåga
- Evenemangsupplevelser
- Bemötande från lokalbefolkning

Sommargästerna ser förbättringspotential kring:

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

Genomsnittligt utlägg bland sommarbesökarna

I Östersund, där samtliga typer av besökare ingår i genomförda undersökningar ligger utläggsnivån på drygt 670 kronor per person och dygn (2017). För Åre sommaren 2018 hamnade nivån på knappt 100 kronor per person och dygn. Åreundersökningen jämfört med Östersund, baseras dock bara på kommersiellt boende gäster, mest hotell, vilket gör att utläggen 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 2019 med koppling till Turistinformation, Turistcenter och Infopoints i Jämtland Härjedalen visar på ett genomsnittligt dygnsutlägg på cirka 500 kr.

Cykling

För cyklister 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 pistat underlag, t ex i regionens vinterdestinationer.

Liftburen downhill-cykling: Lofsdalen Bike Park och Åre Bike Park samt i Östersund (Ladängen, Frösön vissa datum).

Crosscountry-cykling längs leder finns framförallt i: Åre, Funäsfjällen, Vemdalen, Lofsdalen, Ljungdalsfjällen och Östersund.

Vandring

Jämtland Härjedalens långa tradition som vandringsdestination håller i sig. Här finns ett stort utbud av möjligheter till dagsturer 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, t ex St Olavsleden, 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 i Södra Årefjällen eller familjevänlig vandring till "Finn fem fall" i Vemdalen. I Funäsfjällen finns 30 Guldtureturer med beskrivningar om startplats, längd, svårighet, lämpliga rastplatser m m. I fjälldestinationerna är det extra enkelt att fjällvandra eftersom gäster kan nyttja sittliftar för att ta sig upp eller ner från kalvfjället, t ex i Funäsfjällen, Åre, Lofsdalen och vissa datum i Vemdalen.

Visste du att...

- Åre Bike Park har ca 40 leder. Sommaren 2019 hade liftarna i Åre ca 42 500 (+13%) cykeldagar. Liftåkande gäster utan cykel mellan benen var 40 500 (+20%). (Skistar Åre)
- Destination Vemdalen tog initiativet att köra liften Hovde Express på Vemdalskalet vissa dagar under 2019 med 2 600 personer utan cykel. (Destination Vemdalen)
- Lofsdalen Bike Park har 7 leder om totalt 16 km från grön till svart. Sommaren 2019 nyttjade 2 500 personer liften i Lofsdalen. (Destination Lofsdalen)
- För cyklister i Funäsfjällen finns 423 kilometer cykelled i varierande terräng och svårighet. (Destination Funäsfjällen)

STF gör fjällvärlden tillgänglig

Svenska Turistföreningen (STF) har en lång tradition i Jämtland Härjedalen och en stor betydelse för utvecklingen av regionens fjällturism. Det första STF-boendet i området var Sylhyddan som stod klar 1890.

I fjällområdet från Funäsfjällen i söder till Storlien i norr, Höglekardalen i öster och norska gränsen i väster finns över 500 km skid- och vandringsleder i till stora delar väglöst land. I området finns idag fyra fjällstationer och sju fjällstugor som ägs och drivs av STF. Fjällstationerna och stugorna är öppna under vintern från mitten av februari till månadsskiftet april/maj och under sommaren från midsommar till slutet av september. Ett säkerhetsrum finns öppet på varje plats för fjällbesökare utanför ordinarie säsonger. STF har i tillägg franchiseavtal med hotell och vandrarhem i nästan alla destinationer i Jämtland och Härjedalen.

Jämtlandstriangeln är en klassisk fjälltur som går mellan tre fjällstationer, Storulvån, Sylarna och Blåhammaren. Storulvåns 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 det första som lockade STF-medlemmar till Jämtlands- och Härjedalsfjällen. Blåhammaren är STF:s minsta, men högst belägna fjällstation på 1 086 meter över havet.

Andra exempel på startpunkter för vandring är Vålådalen, Bydalen, Arådalen, Ramundberget och Ljungdalen. Vandringen från Ljungdalen till Helags Fjällstation är en av de lättare. Från stationen är det ytterligare ca 2 km till Sveriges sydligaste glaciär i skuggan av Helags fjälltopp, den högsta toppen söder om polcirkeln.

STF-gästnätter

Totalt genererar STF:s egna anläggningar i Jämtland Härjedalen 64 103 gästnätter, vilket är en ökning från föregående år med 12% (jämfört med 2018). STF:s franchiseanläggningar i Jämtland hade 65 960 gästnätter 2019 (+9,3% jämfört med 2018) och Härjedalen hade 55 509 gästnätter 2019 (-11% jämfört med 2018). STF totalt i Jämtland Härjedalen hade ca 185 572 gästnätter 2019.

Visste du att...

- Det finns 200 naturreservat att upptäcka i Jämtland Härjedalen och en nationalpark, Sonfjället. (Länsstyrelsen Jämtlands län)
- Vandringen till Helags togs upp av National Geographic 2015 som en av "The Worlds Best Summit Hikes".
- Sveriges Turistförening, STF, grundades 1885 för att främja natur- och kulturturism och få fler att upptäcka Sverige. Idag har STF ca 242 000 medlemmar.

Fiske

Drömfiske för alla

Fisket är inte bara en anledning till att många besöker Jämtland Härjedalen, utan även en anledning till att människor vill bo här. Oavsett om du vill fånga storöringar, drömharrar eller monstergäddor så är Jämtland Härjedalen landskapet för dig och dina fiskekamrater. Sanningen är att det nästan finns lika många fiskeplatser som fiskare, vilket gör att trängsel inte behöver uppstå. Många av vattenen erbjuder ett fiske i toppklass och lockar gäster från världens alla hörn.

Här finns sjöar, tjärnar och vattendrag i storslagen natur, från vidsträckta fjäll, genom tätvuxen gammelskog till vägnära vatten i lågland. Vissa är lättillgängliga, vissa når gäster bara genom vandring i väglöst land, med belöningen att oftast bli helt ensam vid vattnet.

Hårkan, Dammån, Gimån, Jormvattnet och Valsjön är bara namnen på några vatten som gjort sig internationellt kända genom fiskehistorien.

Fisketurismen är under stark utveckling i Jämtland Härjedalen, och fiskevårdsområdena i länet har ökat arbetsinsatsen för att skapa en attraktiv och mer hållbar förvaltning av vatten och fiskbestånd – till gagn för både besökare och bofasta.

Visste du att...

- Harren (*Thymallus thymallus* på latin) är Härjedalens landskapsfisk.
- Öringen (*Salmo trutta*) är Jämtlands landskapsfisk.
- I Jämtland Härjedalen finns 17 000 sjöar med en yta av 4 500 km² och 2800 km älvar och åar.
- 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.
- Funäsfjällen har ett av Sveriges största sammanhängande fiskekortsområden med fiske i över 200 fjällsjöar och i mer än 30 mil av strömmande vatten på ett och samma fiskepass.
- I Frostviken, Strömsunds kommun finns ett gemensamt fiskekort som binder samman 110 fiskevatten fördelat på 11 st fiskevårdsområden.
- Vattudalskortet i Strömsunds kommun ger tillgång till 38 fiskevatten i fem fiskevårdsområden från och med januari 2019. Hela fiskeområdet omfattar 1 300 kvadratkilometer.
- Hotagenkortet är ett samarbete mellan fyra fiskevårdsområden i Krokoms kommun: Gunnarvattnet, Hotagen-Flinten, Rörvattnet-Skogsjö och Valsjön. Vattenarealen är ca 6 000 hektar fördelat på över 100 olika fiskevatten.

Fiske i Kvissleströmmen. Foto: Anette Andersson.





Provsmaeking. Foto: Sandra Lee Petersson

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 försäljning i anslutning till sin produktion.
- 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 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 Jämtland Härjedalen finns cirka 45 000 renar och ca 95 företag som huvudsakligen är sysselsatta med rennäring i 11 samebyar.
- Jämtlands bryggeri i Pilgrimstad är ett av Sveriges minsta och det mest prisbelönta bryggeriet. De har vunnit över 130 medaljer sedan starten 1995 med sina 16 ölsorter. Det finns även små ölbryggerier i t ex Tännäs, Lofsdalen, Åre och Östersund.
- Idag brukas nästan 25 fåbodar i Jämtland Härjedalen traditionellt, d v s med fritt skogsgräs, 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 slåtter. 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).
- 2019 fanns 15 av Jämtland Härjedalens restauranger och 14 caféer med i prestigefyllda White Guide. Östersund är en av de cafétätaste städerna i Sverige.
- 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 Östersunds och Jämtlands höga nivå inom gastronomi och mathantverk.

Jämtland Härjedalens största sevärdheter

Bland sevärdheterna lockade Storsjöbadet i Östersund flest besökare med över 247 000 besökare 2019, med inom- och utomhusbassänger samt vattenrutschbanor. Äventyrsbadet på Holiday Club lockade över 210 000. Jamtli är läns museet i Jämtland Härjedalen med omkring 199 000 besökare till de året-runt-öppna basutställningarna, Historieland med aktörer sommartid och arkivet för dem som vill lämna in eller låna minnen från förr och nu.

Visste du att...

- Vattenfall: Hällingsåfallet är ett av Sveriges högsta 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 i det 60 m breda och 37 m höga fallet. 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 älg.
- Gamla Lanthandeln i Krokom byggdes från början 1850 och stod då på Rödön. 1890-91 flyttades huset in till Krokom för att bli affär och gästgiveri. Idag är det en nostalgihandel och café med bl a musik- och berättarkvällar.
- 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 en stor samling hus, två utställningar om Beppe Wolgers i den gamla danslogen, den öppna förskolan Dunderklumpen, en slöjdmässa med alster från lokala hantverkare och Café Tomten.

Största sevärdheterna

Besöksmål	Antal besök 2019
Storsjöbadet, Östersund	247 300
Holiday Club äventyrsbad, Åre	210 300
Jamtli, Östersund	199 000
Multichallenge, Östersund	96 500
Tännforsen, Åre	60 000
Härjedalens Fjällmuseum, Funäsfjällen	51 500
Döda Fallet, Ragundadalen	35 000
Strömsunds hembygdsgård	30 000
Wikners i Persåsen, Södra Storsjöbygden	28 500
Frösö kyrka, Östersund	25 000
Fröjas Oasen i Ås	22 000
Hällingsåfallet, Frostviken	16 500
Fröå gruva, Åre	15 000
Skärvångens bymejeri, Krokom	10 000
Teknikland, Östersund	8 150
Thailändska paviljongen, Ragundadalen	8 000
Byhuset, Krokom	7 500
Vemdalens hembygdsgård	6 500
Gamla Lanthandeln, Krokom	6 100
Myskoxcentrum, Funäsfjällen	5 600
Frösötornet, Östersund	5 300
Glösa hällristningar, Krokom	4 700
Frostvikens Naturinformation, Gäddede	4 700
Frostviken Keramik	3 800
Hoverbergsgrottan, Södra Storsjöbygden	3 700
Klövsjö Vemdalens Golfklubb	3 500
Ljungdalens hemslöjd	3 450
Klövsjö hembygdsgård	3 450
Hede Vemdalens Golfklubb	2 500
Mus-Olles Museum, Krokom	2 400

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



Döda Fallet. Foto: Nicklas Blom

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.

Storsjöran i Östersund med Yranveckan lockade 2019 ca 292 000 personer med kulmen under festivaldagarna fredag – lördag med ca 30 000 inlösta personer. Den veckolånga fotbollsturneringen i Östersund för ungdomar med ett stort antal norska deltagare, Storsjöcupen, hade ca 135 000 deltagare och besökare vid matcherna.

Jämtland Härjedalens största evenemang

Evenemang	Antal besök 2019
Storsjöran, Östersund	292 000
Storsjöcupen, Östersund	135 000
Alpina VM 2019, Åre	134 700
VM Skidskytte 2019, Östersund	113 700
Gregoriemarknaden, Östersund	40 000
Västgård Game Fair, Åre	25 000
Jamtli Julmarknad, Östersund	24 500
Östersundstravet	23 400
Åre Höstmarknad	20 000
WC Skidskytte, Östersund	16 800
Östersundsrevyn	10 100
Gymkhana Drift, Östersund	10 000
Åre Sessions	10 000
Hus- & Hemmässan, Vemdalen	8 400
Jämtlands stora pris, Östersund	8 300
Ovikenveckan, Södra Storsjöbygden	8 000
St Olavsloppet, Ösd – Trondheim	7 000
Expo Norr, Östersund	6 500
Hotingtravet	6 400
Ovalla travbana, Södra Storsjöbygden	6 000
Dundermarknaden, Strömsund	6 000
Fjälltouren, Funäsfjällen	5 500
Jamtli Vårmarknad, Östersund	5 100
Joelmässan, Strömsund	5 000
Åre Bike Festival, Åre	5 000
Åk en mil, vinn en bil, Storhogna	3 200
Fjällmaratonveckan, S Årefjällen	3 000
Flyktingloppet, Gäddede	1 900
Åre Extreme Challenge	1 500
Skutskjutet, Åre	1 500
Arctic Cat Cup, Östersund	1 500
Bluesfestivalen, Östersund	1 300

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



Foto: Håkan Wike

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.
- Storsjöran eller Yran kort och gott, är en av Sveriges äldsta stadsfestivaler med anor från 1963. Festivalen i nuvarande form har funnits i ca 30 år.
- 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 arrangerades VM i skidskytte i Östersund. Staden har tidigare arrangerat VM 2008 och 1970.
- Alpina VM har arrangerats i Åre 1954 och 2007. 2019 var det dags för 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.

Den internationella gästen

Utländska gäster är viktiga för Jämtland Härjedalen och står för knappt 20% av alla kommersiella gästnätter, sammanlagt knappt 617 000 gästnätter. 2019 innebar ökning med 6 000 gästnätter, motsvarande +1% med stora skillnader mellan olika marknader.

Vår viktigaste utlandsmarknad – Norge

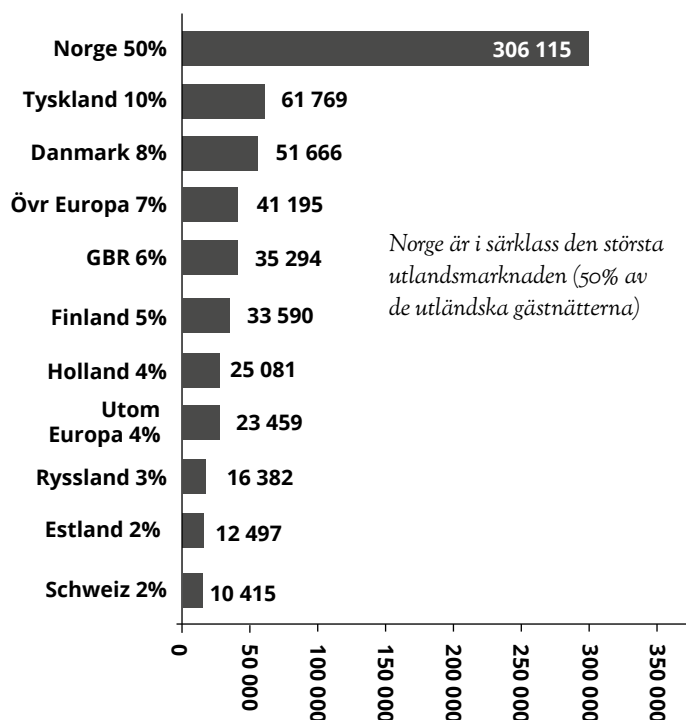
Den norska marknaden med 306 000 gästnätter, står för hälften av de kommersiella utländska gästnätterna. Den norska marknadens andel har minskat stadigt, från toppåret 2016 då de norska gästnätterna utgjorde 59% av alla utländska gästnätter. Jämfört med 2018 är minskningen -22 000 gästnätter. Men den norska marknaden är fortfarande den i särklass viktigaste utlandsmarknaden. Den näst största enskilda marknaden är Tyskland med nästan 62 000 gästnätter, en mycket tydlig ökning med +31% jämfört med 2018. Därefter följer Danmark med knappt 52 000 gästnätter, en minskning med -4%. Den brittiska marknaden (totalt drygt 35 000 gästnätter) har seglat upp på fjärdeplatsen, där flygsatsningarna de senaste åren har burit frukt. Ökningen jämfört med 2018 är +31%. Den finska marknaden vänder på en tidigare nedåtgående trenden och ökar med +7% till knappt 34 000 gästnätter. Även Holland, Schweiz, Ryssland och Estland uppvisar betydande ökningar. Sammantaget en väldigt bra utveckling för merparten av utlandsmarknaderna, men utlandet som helhet ökar bara med 6 000 gästnätter (+1%) p g a av en svag utveckling för den stora norska marknaden och i viss mån den danska. 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. Utvecklingen vände i positiv riktning redan för 7 år sedan efter flera svaga år, men har förstärkts ytterligare av easyJet-linjen.

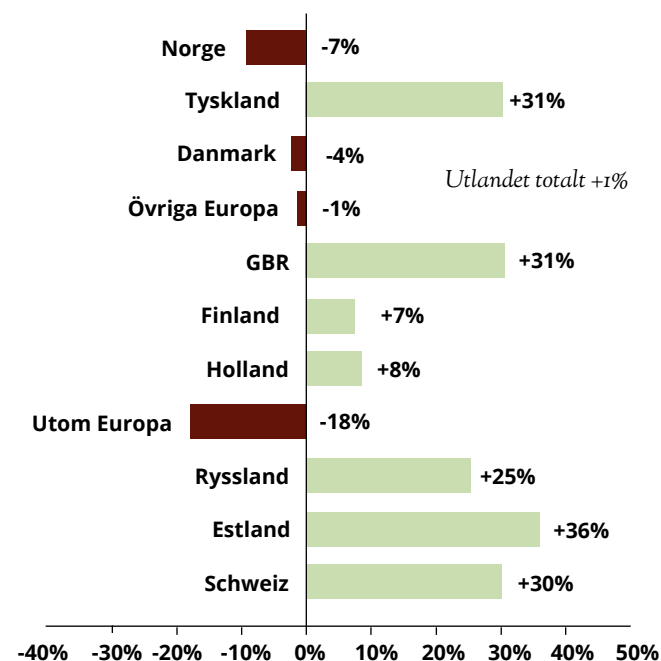
Fler internationella gäster sommartid

44% av det totala antalet utländska gästnätter är förlagda till vinterhalvåret (nov-apr), vilket är marginellt lägre jämfört med 2018. Den svenska andelen av totala antalet gästnätter har minskat något från 71% till 69%, men är ju betydligt högre jämfört med utlandet. En viktig förklaring till utlandets totalt sett lägre andel, är att 65% av de norska gästnätterna är förlagda till barmarksspe-rioden. Mot bakgrund av den norska marknadens volymmässiga dominans, påverkar detta den totala fördelningen av utländska gästnätter sett över året. Utpräglad tydliga vintermarknader är Ryssland (96%), Lettland (90%), Estland (86%), Danmark (79%), Finland (74%) och GBR (72%), medan Holland (17%), Tyskland (17%), Schweiz (28%) och Norge (35%) är tydliga sommarmarknader.

Marknadsfördelning av de totalt 617 000 utländska gästnätterna i Jämtland Härjedalen



Förändring av antal utländska gästnätter i kommersiellt boende jämfört med 2018





Pinnbrödsbakning. Foto: Ulrika Larsson

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 Multi Challenge, medan man är mindre intresserad av exempelvis Jamtli, Sommarhagen och Moose Garden, vilka i sin tur är klart mer intressanta för andra utländska besökare.

Generellt kan man säga att aktiviteter och besöksmål kopplade till naturen är mindre intressanta för den norska gästen, medan andra nationaliteter ser detta som det mest intressanta. Samma mönster märks också tydligt i Åre under sommaren, där norska gäster är tydligt underrepresenterade när det t ex handlar om vandring, fiske, cykling, samt när det gäller att besöka olika typer av sevärdheter, t ex Tännforsen eller Fröå gruva. Övriga

nationaliteter är däremot tydligt överrepresenterade när det gäller ovan nämnda exempel, även jämfört med svenska gäster. Också i Åre håller sig den norska gästen i första hand "bynära" där shopping, restaurangbesök och bad på Holiday Club är centrala inslag. Även på vintern går lite av detta mönster igen, om än inte lika tydligt, men det är uppenbart att utländska gäster totalt sett, Norge undantaget, tar del av fler olika typer av aktiviteter vid sidan av utförsåkning.

Den norska gästen gillar:

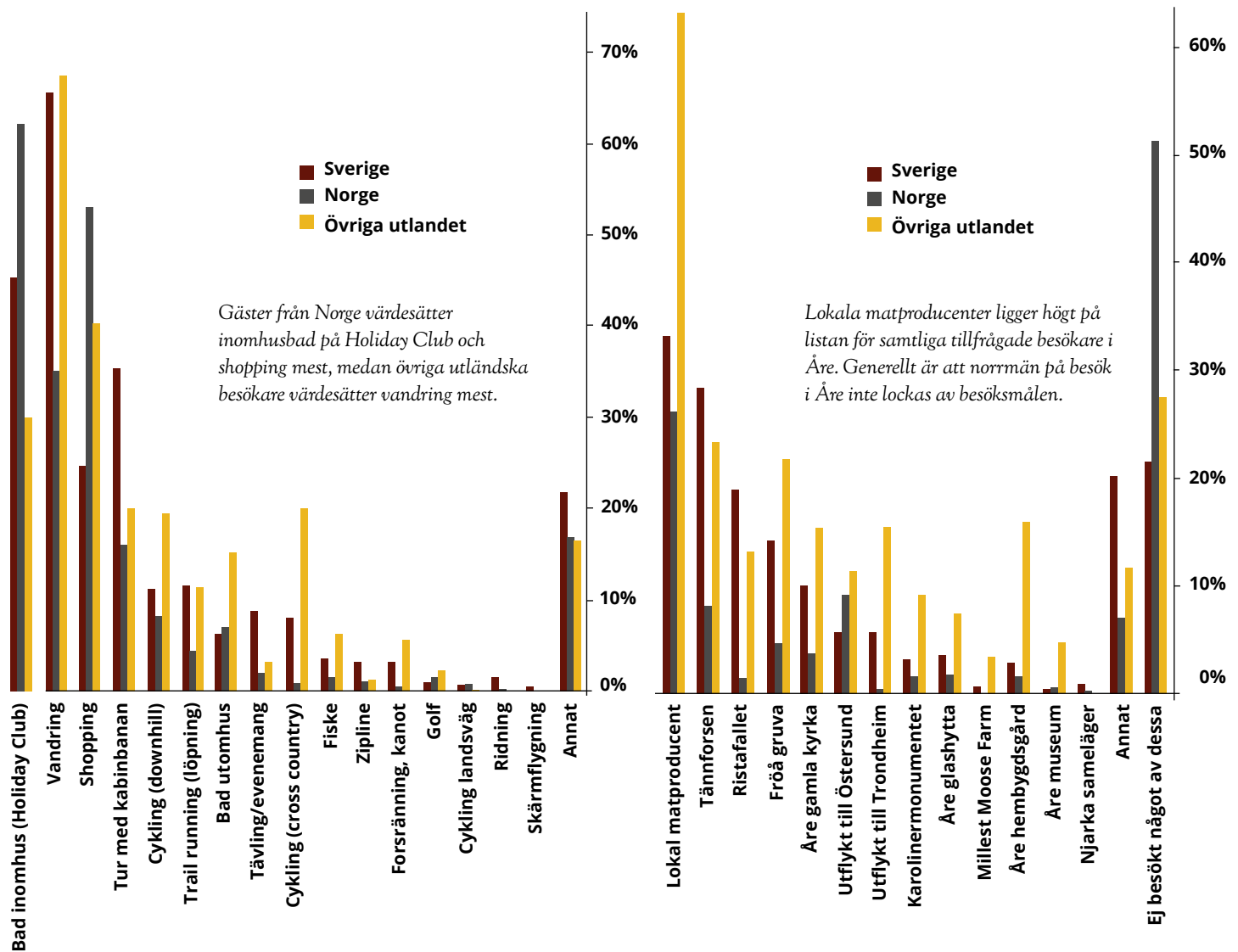
- Stadsliv
- Restauranger
- Shopping
- Äventyrsbad
- Djurpark
- "Familjemys"

Övriga internationella gäster gillar:

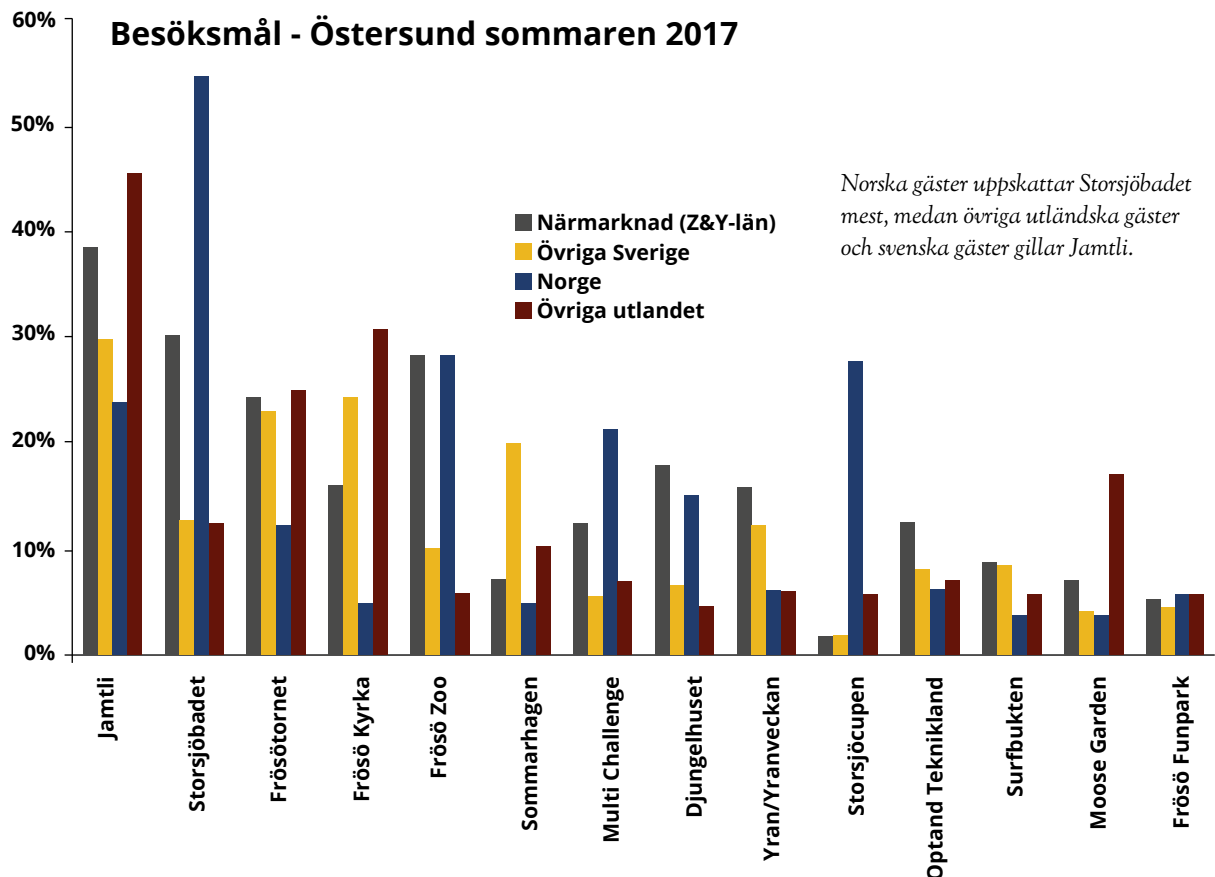
- Kultur
- Historia
- Natur
- Vandring
- Fiske
- Cykling
- Skidåkning
- Vinteraktiviteter vid sidan av skidåkningen

Aktiviteter - Åre sommaren 2017

Besöksmål - Åre sommaren 2017



Besöksmål - Östersund sommaren 2017



Res 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 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

Inlandsbanan körde turisttrafik under 10 veckor sommaren 2019. I Östersund steg 4 850 personer av tåget och de allra flesta bodde över minst en natt. Östersund är en centralort för Inlandsbanan då tågen går söderut och norrut därifrån varje morgon och ankommer varje kväll. I hela Östersunds kommun steg 4 874 personer av, Bergs kommun 161, Härjedalens kommun 205 och i Strömsunds kommun steg 161 personer av sommaren 2019 för att besöka sevärdheter, övernatta och delta i aktiviteter. Totalt hade Inlandsbanan under sommaren 2019 14 803 avstigningar längs banan, jämfört med 12 588 sommaren 2018. (Inlandsbanan)

Snötåget 2018-2019

Snötåget startade 2012 i samarbete mellan Inlandsbanan, SkiStar och Destination Vemdalen för tågtrafik vintertid till Vemdalen. Snötåget har dagliga avgångar vintertid Östersund - Röjan - Mora och tillbaka 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 2018/2019 åkte 7 969 personer med Snötåget mellan Mora och Östersund. (Inlandsbanan)

Snälltåget

Snälltåget erbjuder vintertrafik till bland annat Vemdalen, Åre och Storlien från Malmö, Göteborg och Stockholm. Under vintersäsongen 2018/2019 gjordes ca 41 000 resor via Snälltåget till Jämtland Härjedalen. Av dessa var 3 800 resor till Vemdalen, 3 000 till Östersund och resten till Västjämtland med Åre som dominerande destination. Utöver detta kördes tåg på hösten som hade 5 000 resenärer till Jämtland Härjedalen med bl.a. fjällvandring som målkativitet. (Snälltåget)

SJ 2019

2019 åkte ca 204 000 passagerare med SJ till Jämtland, varav 55% hade Östersund som destination medan 40% hade västra Jämtland som slutmål. Cirka 1/3 åkte under vintersäsongen februari-april, ca 1/3 under sommaren mitten på juni – mitten på september. (SJ)

Flyg

Det finns två flygplatser i Jämtland Härjedalen – Åre Östersund Airport och Sveg Airport. Åre Östersund Airport ligger 10 minuter från Östersund, en timme från Åre samt ca 1,5 timmar

från Vemdalen. Reguljär trafik till Åre Östersund Airport finns från Bromma, Arlanda och Umeå samt säsongvis från Malmö, Göteborg, London, Köpenhamn och Berlin. 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 473 500 passagerare till/från Åre Östersund Airport 2019 (-7,5% jmf med 2018) varav 32 725 utrikes. Totalt gjordes 3 500 landningar vid flygplatsen varav 215 med utländsk avreseort. (Swedavia)

5 525 personer reste till/från Sveg Airport 2019 (-14% jämfört med 2018). (Transportstyrelsen)

I tillägg till Åre Östersund och Sveg flygplatser kan resenärer till regionen nyttja Röros och Trondheim/Vaernes flygplatser i Norge. Trondheim/Vaernes flygplats är Norges tredje största flygplats och ligger 130 km från Åre (ca 2 tim transfer). Direktflyg till Vaernes finns från omkring 40 destinationer (varav ca 10 st utanför Norge) beroende på säsong. 2019 uppgick antalet passagerare till ca 4,5 miljoner. (Avinor)

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

Chartertrafik och internationellt reguljärflyg

Jämtland Härjedalen har haft charterturism under 1990- och 2000-talet. Till Åre vintertid: 2001 från Ryssland och Finland, 2002 från England, 2005 från Danmark och 2010-2011 från Holland. Gemensamma satsningar gjordes från Schweiz och Tyskland sommartid 2001-2006. Östersund satsade från 2005 på Holland via reguljärflyg och samarbetade med Åre kring Hollandscharter 2010-2011. 2010 gjordes chartersatsningar till Lofsdalen från Danmark via Svegs flygplats och till Funäsfjällen från Stockholm via Röros flygplats i Norge.

Det är nu fyra vintrar sedan vi hade vår första internationella reguljära premiärrutt med easyJet till Åre/Östersund airport. Det som från starten inleddes med avgångar från Gatwick/London har utvecklats till att också inkludera direktflyg vintertid från Köpenhamn och vintern 2019/2020 från Berlin. Samtliga dessa linjer trafikerar regionen från december till mars med 1-2 rotationer per vecka från respektive avreseort. Cirka hälften av gästerna på rutter mot Jämtland Härjedalen fortsätter vidare till Åre, övriga besökare återfinns på såväl stora som mindre resmål i regionen, några gäster har även rest vidare med tåg.

Även andra flygbolag har, via Vaernes och Arlanda, ökat antalet resenärer mot Jämtland Härjedalen. Detta skulle kunna vara ett resultat av det kännedomsarbete och marknadsföring JHT gjort

på identifierade marknader kopplat till den nya tillgängligheten. De internationella gästerna är mycket nöjda med regionens vinterprodukter där just vintern som sådan många gånger är huvudsaklig reseanledning med en kombination av skidåkning och andra aktiviteter. Resemönstret har inneburit att nya upplevelser utvecklats hos aktivitetsbolagen och även nya företag har startats med fokus på den internationella gästen.

Buss och bil

Vägarna E4 mellan Sundsvall och Trondheim, Norge, tillsammans med E45 mellan Italien (Göteborg) och Karesuando är de största vägarna som leder till och genom Jämtland Härjedalen. Från de stora genomfartsvägarna finns ett nät av mindre vägar. Sveriges högst belägna allmänna väg går över Flatruet mellan Ljungdalsfjällen och Funäsfjällen, 975 m ö h.

Bussbolaget Härjedalingen tar resenärer från Mälardalen till Lofsdalen, Funäsfjällen, Vemdalen och Östersund. Årebussen hämtar resenärer från Stockholm, Uppsala, Gävle och Sundsvall till Åre. Härjedalingen samarbetar med Flixbus som äger Swebus

Visste du att...

Under 2019 nyregistrerades totalt 4155 husbilar i Sverige, en minskning med 3063 husbilar jämfört med 2018 (-42%), delvis på grund av en ökad beskattning av nya husbilar.

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.



Vandring. Foto: Sandra Lee Pettersson

Bilden av Jämtland Härjedalen

Under maj 2020 svarade drygt 1100 slumpmässigt utvalda svenskar (18-74 år) via en webbenkät på frågor om vilken bild/uppfattning de har om Jämtland Härjedalen. Boende i Jämtlands län ingår inte i målgruppen. (Bilden av JH 2020).

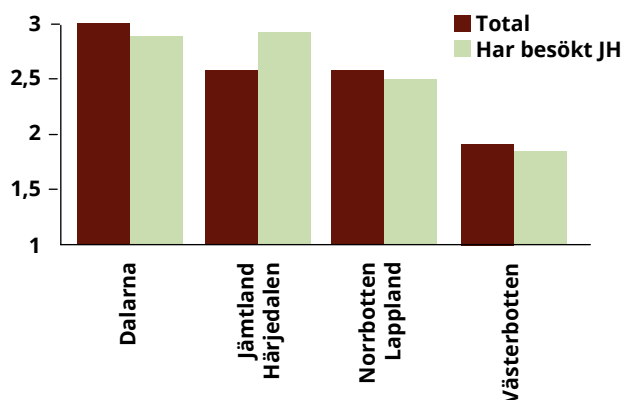
Östersund och Åre är tydligt positionerade i norra Sverige

På den öppna/spontana frågan om vilka orter/platser som man förknippar med norra Sverige utmärker sig i första hand Östersund och Åre. Båda är dock tydligt distanserade av Kiruna, Luleå och Umeå. Man kan anta, utifrån frågans formulering där norra Sverige är referensen, att framförallt Kiruna "gynnas" av detta, men även Luleå i termer av den största staden i Norrbotten. Umeå är väl positionerad som Norrlands största stad. Att just Östersund och Åre hamnar högst på listan bland orter/platser i Jämtland Härjedalen är på intet sätt oväntat. Östersund som centralorten mitt i Sverige och Åre som Sveriges alpina centrum, där framförallt Åre utifrån storleken får extremt mycket publicitet och uppmärksamhet i media. Detta förstärks också av att både Åre och Östersund under de senaste 12-13 åren har genomfört två VM-arrangemang och däremellan regelbundet WC-tävlingar i utförsåkning, skidskytte och längdåkning.

Jämtland Härjedalen är intressant och attraktivt

I den aktuella undersökningen har ett moment ingått där man ombetts att rangordna 4 regioner utifrån hur intressanta/attraktiva man upplever att de är. På en klar första plats hamnar Dalarna. Jämtland Härjedalen delar andra platsen med Norrbotten och Lappland medan Västerbotten hamnar på en tydlig fjärde plats. Förutom intresse/attraktivitet påverkas den här frågan av det geografiska avståndet, vilket i det här fallet torde gynna

Rangordning av regioner utifrån attraktivitet/intresse

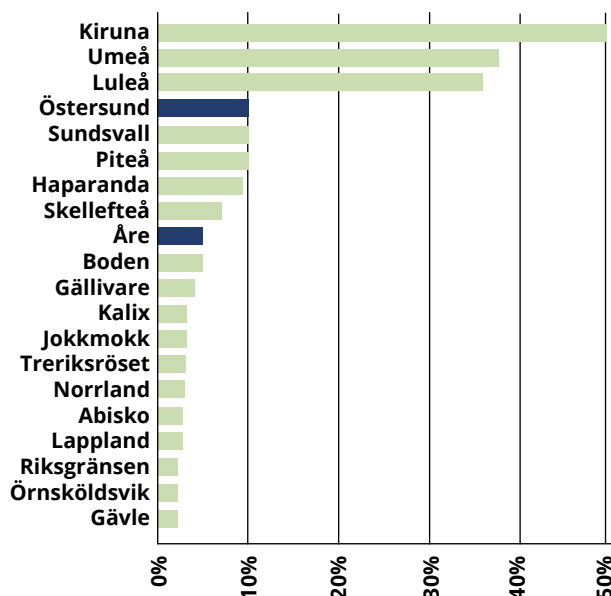


Dalarna, som ligger närmare stora befolkningscentra, vilket i sin tur innebär att det finns en starkare koppling/relation. Detta bekräftas av det faktum att svarande som någon gång har besökt Jämtland Härjedalen rankar regionen som mest intressant/attraktiv.

Spontana associationer av Jämtland Härjedalen

På frågan om vad man spontant associerar med Jämtland Härjedalen är många av svaren kopplade till skidåkning, vinter/vintersport och friluftaktiviteter, i kombination med natur och naturrelaterade begrepp (djur och växter). Därutöver nämns ofta ortsnamnen Åre och Östersund. Bland dem som har besöks erfarenhet av Jämtland Härjedalen kännetecknas utfallet av en högre andel "tydliga" svar, t ex ortsnamn, skidåkning/vintersport och friluftaktiviteter. Männan har totalt sett en tydligare bild av Jämtland Härjedalen (lägre andel vet ej) och man kan också se att kännedomen ökar med stigande ålder.

Spontana associationer - orter/platser i norra Sverige (totalt- upp till 3 svar per respondent)



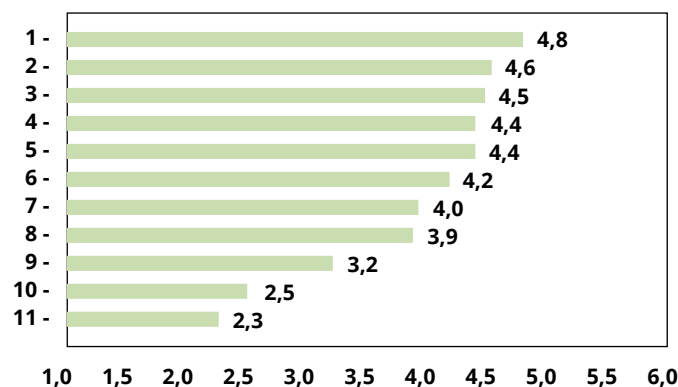
Östersund



Temat	Top of mind (%)	Totalt (%)
Skidor/skidåkning/vintersport	16	25
Natur/naturtyp övrigt	11	24
Ort/plats övrigt/geografisk koppling	9	21
Äre	9	14
Östersund	7	13
Fjäll	6	13
Djur	5	12
Friluftaktiviteter	4	11
Snö/vinter	4	8
Personer, "egenheter", dialekt, kultur	3	7
Positiva begrepp/adjektiv	3	6
Relationer	2	4
Mat/mathantverk	2	3
Kallt/kyla/väderrelaterat	2	3
Negativa begrepp/adjektiv	1	2
Bär/blommor/växtlighet	1	1
Övrigt	2	3
Vet ej	13	0

Bilden av Jämtland Härjedalen - påstående med instämmandegrad på en 6-gradig skala

1. I Jämtland Härjedalen finns en ren/oförstörd och vacker natur
2. Jag förknippar Jämtland Härjedalen med en sund och aktiv livsstil
3. När folk i min omgivning pratar om Jämtland Härjedalen är det oftast i positiva termer
4. I Jämtland Härjedalen finns mycket som är attraktivt att se, uppleva eller göra under vinterhalvåret
5. Befolkningen i Jämtland Härjedalen är överlag öppen och gästvänlig
6. I Jämtland Härjedalen finns mycket som är attraktivt att se, uppleva eller göra under sommarhalvåret
7. I Jämtland Härjedalen arrangeras många spännande sportevenemang
8. I Jämtland Härjedalen finns en spännande/attraktiv matproduktion och restauranger
9. Kommunikationsmöjligheterna till Jämtland Härjedalen är goda
10. Min kännedom/kunskap om Jämtland Härjedalen är god
11. Jämtland Härjedalen är en region som jag skulle kunna bosätta mig i



kännedomen är något högre bland männen och ökar med stigande ålder. Här finns också delvis en geografisk koppling utifrån var man bor, och naturligtvis påverkas både kännedom och den allmänna bilden positivt om man har besökt Jämtland Härjedalen. I gruppen som besökt Jämtland Härjedalen någon gång de senaste 5 åren är det ungefär en tredjedel som svarar att man har god eller mycket god kunskap/kännedom om regionen.

När man studerar svaren på frågorna, är en ren/oförstörd och vacker natur det påstående som får flest värderar högst, 4,8 på en 6-gradig skala. Därefter följer "sund och aktiv livsstil" (4,6) och påståendet att folk i en omgivning oftast pratar om Jämtland Härjedalen i positiva termer (4,5).

Regionen uppfattas som något mer attraktivt (se/göra/uppleva) på vintern (4,4) jämfört med sommaren (4,2). Befolkningen upplevs i hög grad som gästvänlig (4,4) och man instämmer också i relativt hög grad till att det arrangeras många spännande sportevenemang (4,0). Även spännande/attraktiv matproduktion/

restauranger förknippas i relativt hög grad med Jämtland Härjedalen (3,9). Däremot ses kommunikationerna till regionen inte som en tydligt positiv faktor (3,2).

I gruppen som har besökt Jämtland Härjedalen förstärks ytterligare den positiva bilden likväl som kunskap och kännedom. Nästan hälften av de svarande har besökt regionen vid minst ett tillfälle. 11%, samma andel sommar och vinter, har gjort ett besök en eller flera gånger de senaste 3 åren.

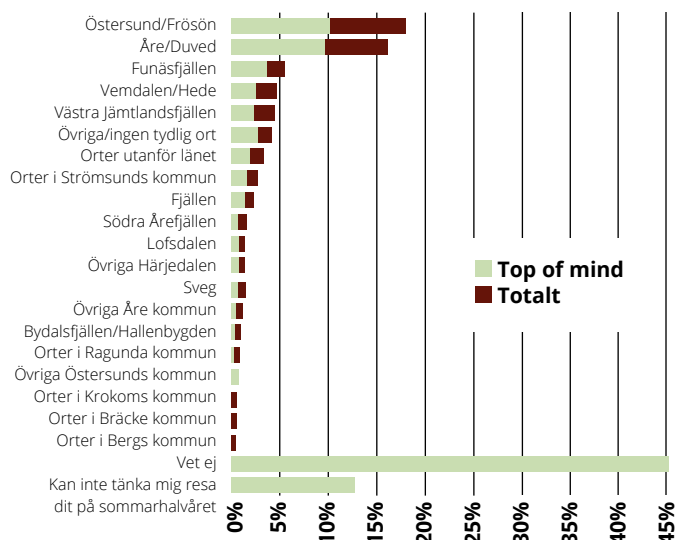
Marknadens intresse - resmål och sommarupplevelser

Nästan 9 av 10 svarande kan tänka sig att besöka Jämtland Härjedalen under sommaren, men av dessa är det knappt hälften som kan ange minst ett tänkbart/önskat resmål. Listan toppas av Östersund och Åre. Därefter ett hopp ner till Funäsfjällen följt av Vemdalen/Hede och västra Jämtlandsfjällen.



Fjällbäck. Foto: Niclas Vestefjell

Tänkbara sommarresmål i Jämtland Härjedalen kategoriserat (top of mind och totalt- upp till 3 svar per respondent)



Även om det destinationsspecifika resandet, framförallt kopplat till fjälldestinationerna, har ökat under de senaste åren, är det fortfarande den "klassiska rundresan" som står högst på önskelistan över se/göra/uppleva vid en eventuell sommarresa. "Åka runt och titta på/uppleva naturen/landskapet/sevärdheter" anges av tre fjärdedelar. Därefter följer vandring (55%), besök av besöksanläggningar (34%), matupplevelser (31%) och fiske (21%). Kvinnor är mer intresserade av besöksanläggningar och matupplevelser, medan männen hellre fiskar. Aktiviteter som mountainbike/cykling och "äventyrssporter" är också lite mer intressant för männen, men allra tydligast är intresset, kanske inte helt oväntat, åldersrelaterat. Det är överlag små skillnader kopplat till intresset beroende på om man har besökt Jämtland Härjedalen på sommaren tidigare eller ej, med några undantag. Hälsa på släkt och vänner är av förklarliga skäl betydligt mer intressant/prioriterat bland dem som har tidigare besöks erfarenhet och en relation till regionen. Bland dem som besökt Jämtland Härjedalen de senaste 5 åren utmärker sig också fiske och vandring i viss utsträckning.

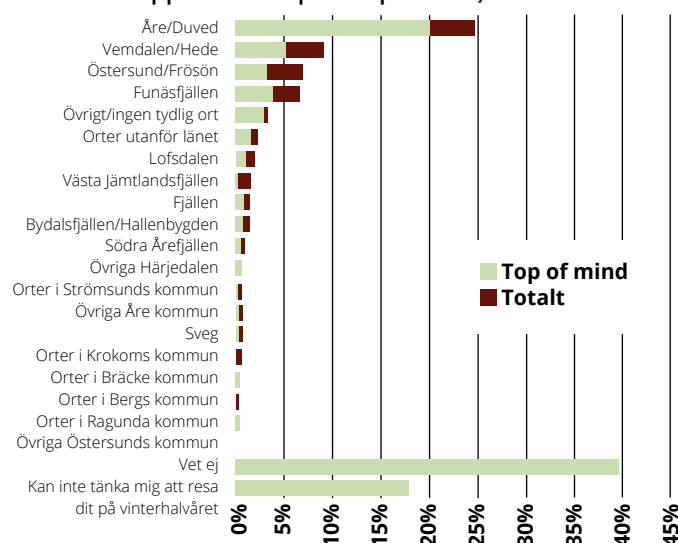
Se/göra/uppleva vid en eventuell sommarresa till Jämtland Härjedalen



Marknadens intresse - resmål och vinterupplevelser

Drygt 8 av 10 svarande kan tänka sig att besöka Jämtland Härjedalen under vintern, och av dessa är det drygt hälften som kan ange minst ett tänkbart/önskat resmål. Åre intar en särställning bland tänkbara resmål, följt av Vemdalen/Hede, Funäsfjällen och Östersund/Frösön. I gruppen som besökt Jämtland Härjedalen de senaste 5 åren på vintern utmärker sig de 3 stora vinterdestinationerna inte oväntat ännu tydligare. Men även Lofsdalen, Bydalsfjällen och Södra Årefjällen ökar sina svarsandelar tydligt.

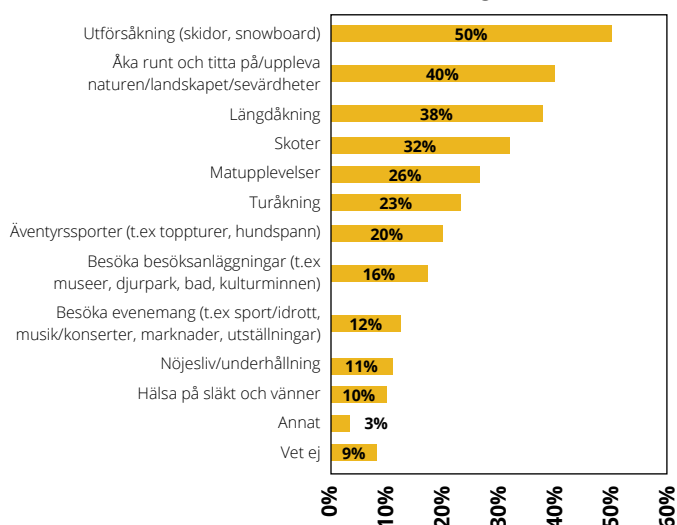
Tänkbara vinterresmål i Jämtland Härjedalen kategoriserat (top of mind och totalt- upp till 3 svar per respondent)



Utförsåkning är det som är mest intressant under ett eventuellt vinterbesök och anges av 50% av de svarande, 75% bland dem som har besökt Jämtland Härjedalen de senaste 5 åren. Därefter följer "åka runt och titta på/uppleva naturen/landskapet/sevärdheter" (40%), det vill säga det som är mest intressant under sommarhalvåret, följt av längdåkning (38%), skoter (32%), matupplevelser (26%) och turåkning (23%). Samtliga svar som relaterar till skidåkning i olika former är relativt sett mindre intressanta för gruppen som inte har besökt regionen på vintern, även om de ligger högt upp även för denna grupp.

Relativt sett finns i gruppen ett något större intresse för skoter, besöksanläggningar och evenemang samt rundresa. Detta kan vara intressant att ha i åtanke när man letar nya målgrupper och besökare under vintern, där det inte är givet att det "traditionella utbudet" på skiddestinationerna som är mest intressant.

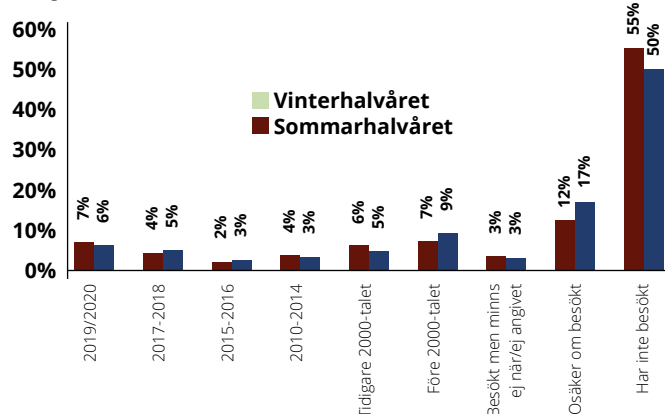
Se/göra/uppleva vid en eventuell vinterresa till Jämtland Härjedalen



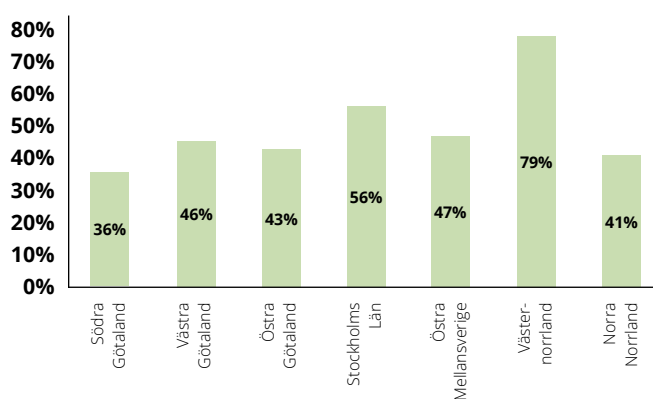
Marknadens besökshistorik

Sammantaget så har knappt hälften av den svenska marknaden någon gång besökt Jämtland Härjedalen, antingen på sommarhalvåret, vinterhalvåret eller både och. Om man tittat på besök av mer "färska karaktär" så är det drygt 1 av 10 som har gjort ett besök de senaste 3 åren, samma andel sommar som vinter. Det geografiska avståndet har en relativt stor betydelse kopplat till besökshistoriken, där andelen som någon gång har besökt Jämtland Härjedalen är högst i Västernorrlands län, medan motsatsen gäller för södra Götaland.

Besökshistorik för sommarhalvåret respektive vinterhalvåret



Andel som någon gång har besökt Jämtland Härjedalen efter hemregion



Samevistet. Foto: Anette Andersson

Framtidens gäster i Jämtland Härjedalen

Framtida boendekapacitet

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

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

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

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

Om man ser framför sig att den målsatta ökningen på ca 600 000 gästnätter skulle fördelas i rum och tid så som nuvarande beläggning ser ut, innebär det att ca 115 000 av totalt 600 000 gästnätter hamnar på perioder i de 4 destinationerna där det i dagsläget i princip är fullbelagt. Hur detta hanteras finns det naturligtvis många alternativa lösningar på.

Ett exempel på beräkning, baserat på hur nuvarande boendestruktur ser ut resulterar i ett behov av knappt 3 000 nya kommersiella bäddar. Med en mix av hotell och stugor/lägenheter skulle det innebära ett nybyggnadsbehov på ca 450 nya hotellrum och ca 1 500 nya lägenheter/ stugor. I dessa beräkningar har inte behovet av att ersätta äldre boendekapacitet med ny modernare utifrån gästernas ökade krav tagits med.





Trumvallens fjällridning. Foto: Anette Andersson

Hur hittar nya besökare till regionen

Återkommande 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 & 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 viktigt input. Om man sedan upplever att resmålet är tillräckligt intressant utifrån egna preferenser och önskemål påbörjas en mer aktiv process där man söker information på olika sätt. Här är digital information central, genom googling, specifika resesajter, bokningssajter m.m. Men även tryckt information (broschyrer, kartor, reseguider etc.) spelar fortfarande, särskilt för vissa grupper, en betydande roll. Även personliga kontakter, exempelvis via ett turistcenter

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

Besökarens beslutsprocess – Exemplet Östersund

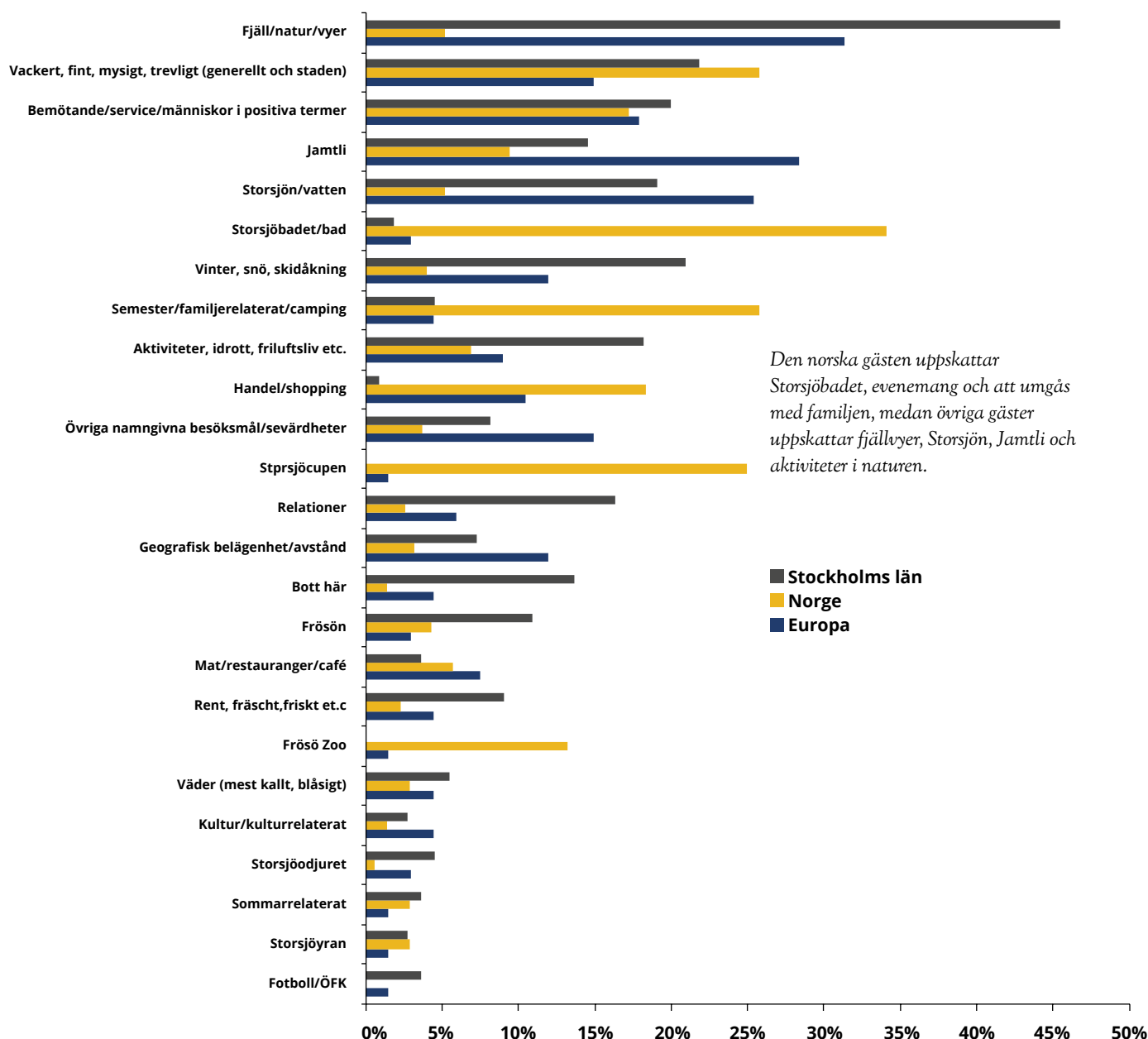
Lite av ovanstående resonemang kan exemplifieras med hjälp av ett axplock av frågeställningar från den undersökning som genomfördes i Östersund sommaren 2017. För att också belysa skillnader mellan olika typer av besökare så visas exempel utifrån tre olika geografiska marknader, Stockholm, Norge och 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,

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



exempelvis sevärdheter/natur, umgänge/sociala relationer, shopping, sol/bad/värme uppvisar betydande skillnader mellan de olika marknaderna. Norska gäster är mindre intresserade av sevärdheter 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.

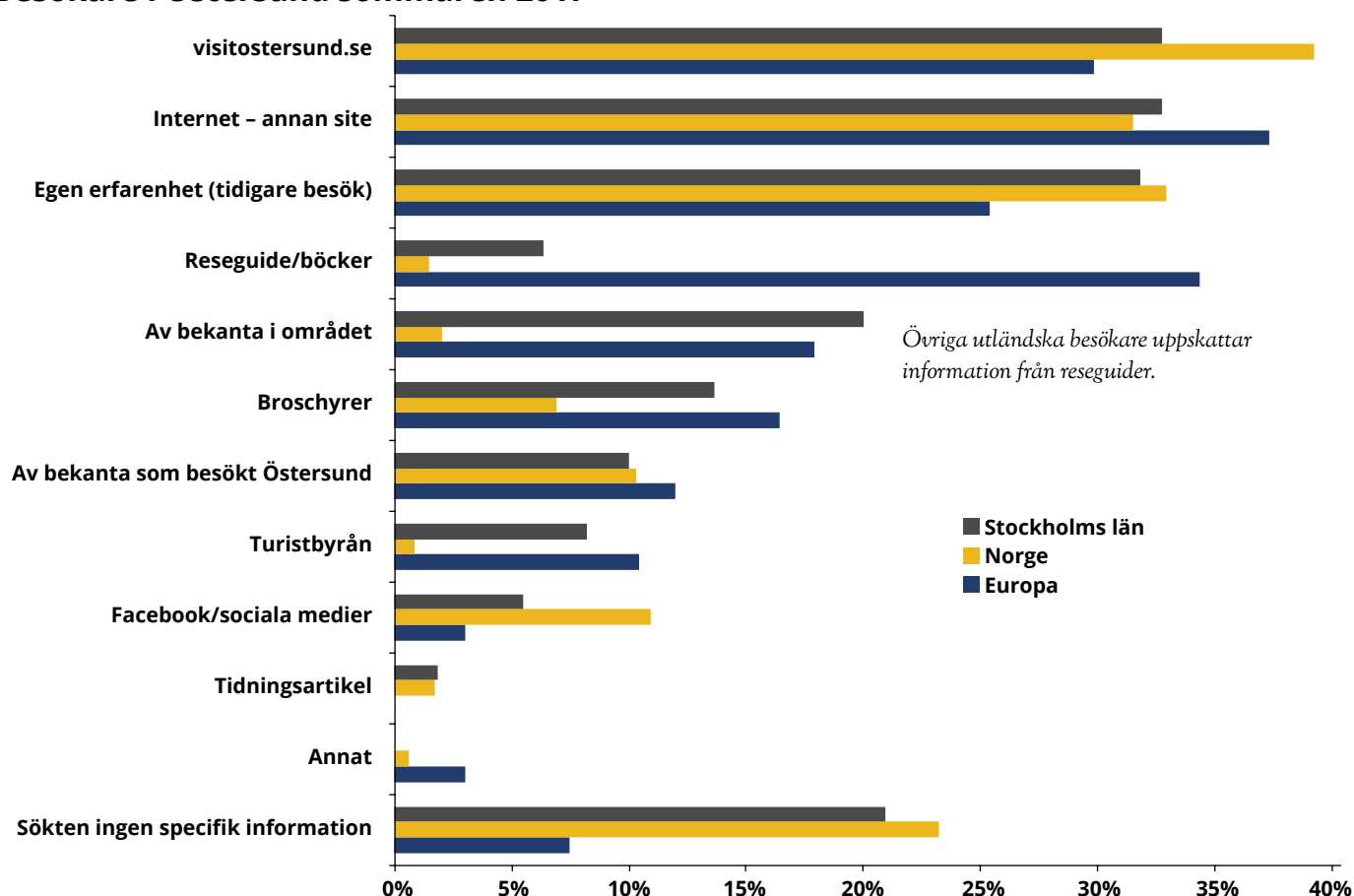
Även bilden av Östersund ser väsentligt olika ut för de olika marknaderna, särskilt den norska marknaden avviker kraftigt. Det avspeglar sig tydligt när det handlar om frågan varför man primärt besökte Östersund. Den norska gästen uppskattar Storsjöbadet, evenemang och att umgås med familjen, medan övriga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



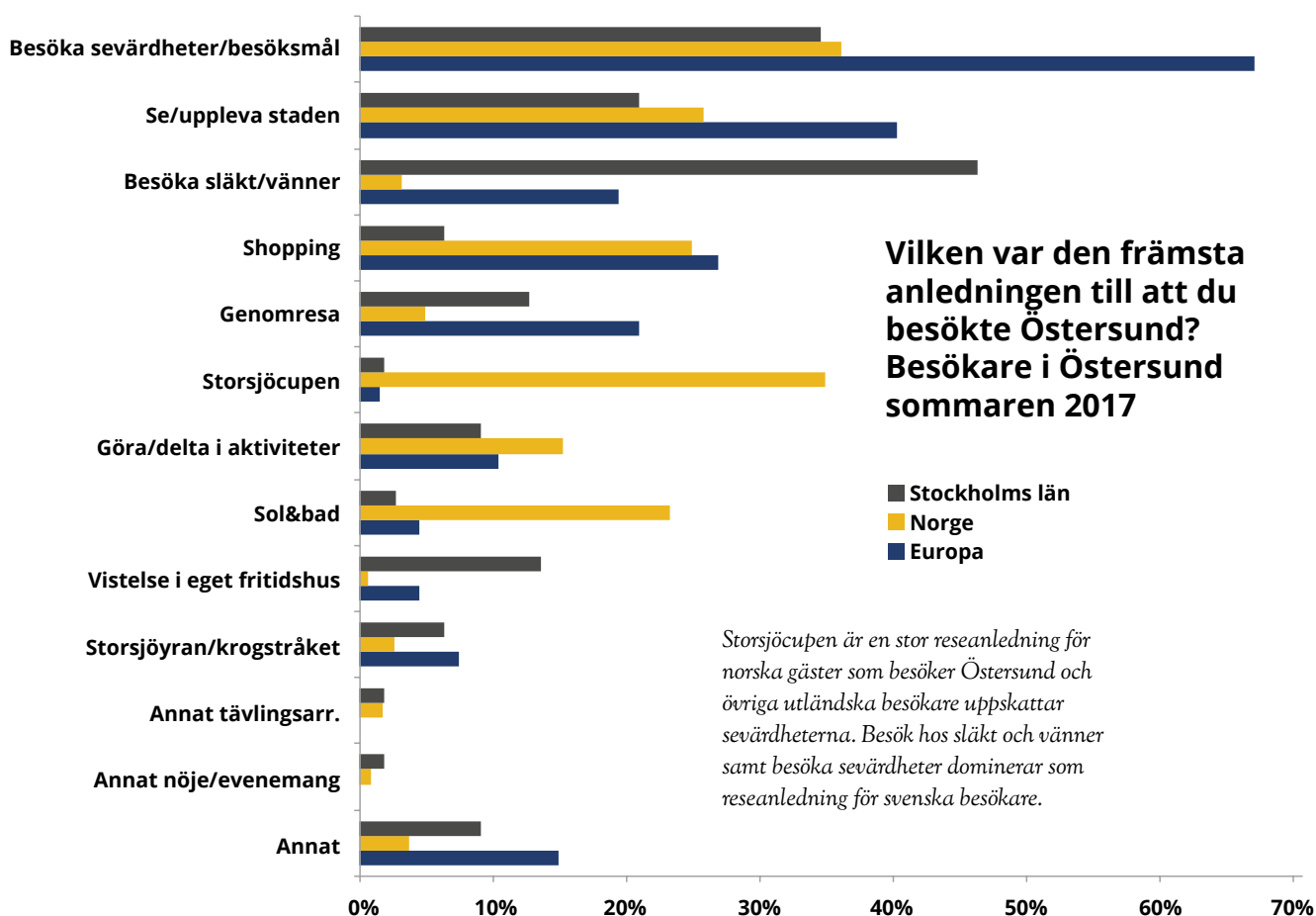
Shopping i Östersund. Foto: Sandra Lee Pettersson

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





Kajakpaddling Storsjön. Foto: Lars Häreblad



Infopoints - ett nytt sätt att ge information på plats

Även om resandet under barkmarksperioden/sommaren på senare tid blivit mer destinationsbundet, så är det fortfarande en stor andel som reser runt inom ett större område. För dessa ökar betydelsen av att kunna få tillgång till relevant information under själva resan/vistelsen, både för att hitta olika typer av upplevelser, logi och annan service. Här sker idag ett utvecklingsarbete på flera fronter för att tillgodose gästernas behov. Den kanske tydligaste insatsen handlar om utvecklingen av så kallade Infopoints. Tanken är att utöka antalet informationsplatser runt om i Jämtland Härjedalen genom att låta olika typer av serviceställen (exempelvis bensinmackar, butiker, campingplatser) få rollen som en informationspunkt, man skulle kunna kalla det en "turistinformation light". Genom utbildning och informationsstöd blir personalen på dessa Infopoints också turistinformatörer som kan ge service till besökarna. Runt om i länet finns i dagsläget ca 90 infopoints fördelat på 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 2019 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: Knappt 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 infopoint:en inte var medvetna om att de besökt en infopoint. Bland dem som besökte en turistinformation/ett turistcenter var det drygt 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

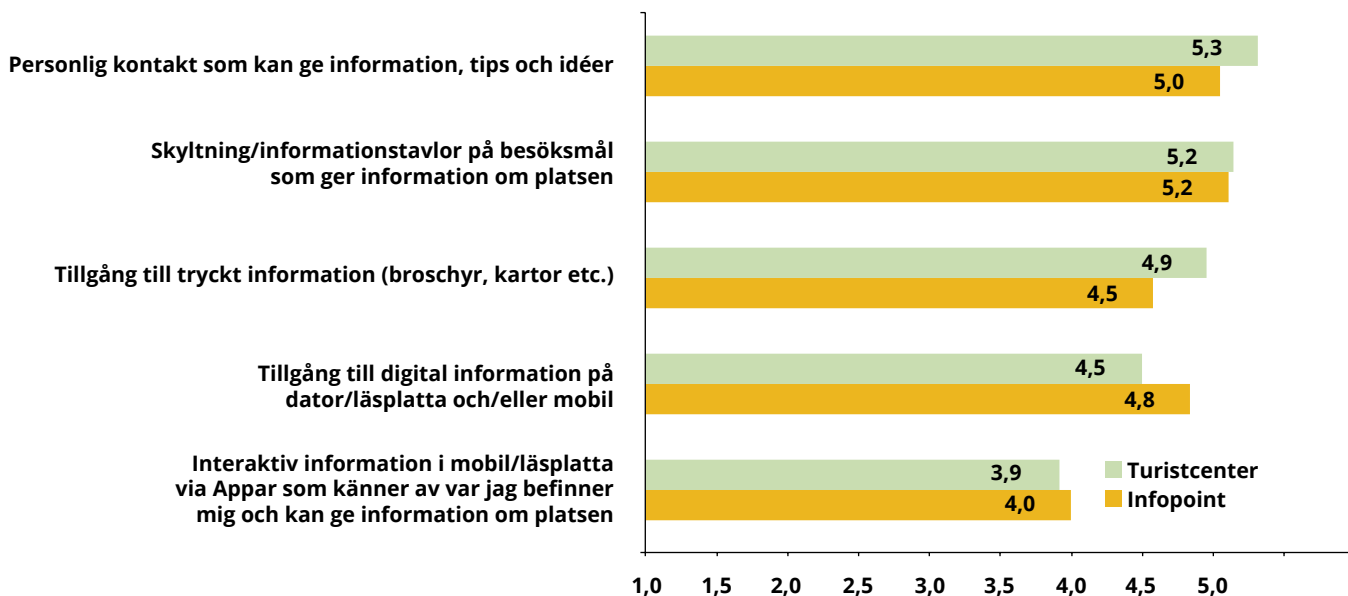
Oavsett om det handlar om en infopoint eller en turistinformation/turistcenter så är besökarna generellt sett mycket nöjda med såväl bemötande, serviceförmåga och kunskap som levereras av personalen. En absolut merpart, drygt 8 av 10, svarar att de absolut fick hjälp/service med sin fråga/sitt ärende, något högre andel på turistinformation/ turistcenter jämfört med infopoint. Drygt 3 av 10 (fler jämfört med 2017) angav att man fick tips/idéer som gjorde att man ändrade sina planer och nästan 40% 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 infopoints:en bidrar positivt. Av samtliga som besökt en infopoint är det cirka 7% 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 skyltning/informationstavlor på besöksmål. Men även tillgång till digital information på dator/läsplatta och/eller mobil värderas högt, särskilt bland besökarna på en infopoint, medan turistcenterbesökaren i högre grad värderar 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.

I topp hamnar personlig kontakt följt av informationstavlor på besöksmål och tryckt information.

Minst intressant för besökare vid en turistinformation eller InfoPoint är interaktiv information via appar etc.



Ett gott värdska ger fler gäster

Att ett gott värdska ger fler gäster är ingen nyhet, men med den ständigt ökande konkurrensen är det kanske än mer angeläget i dag att erbjuda våra gäster en högkvalitativ upplevelse. Under de senaste åren har det runt om i Jämtland Härjedalen genomförts utbildningar i värdska för att ytterligare öka konkurrenskraften när det gäller personalens bemötande, service och kunskap. Detta avspeglar sig inte minst i resultat från den genomförda undersökningen bland regionens större vinterdestinationer där gästerna överlag ger goda betyg samt uppvisar en hög återvändarfrekvens och vilja att rekommendera vänner och bekanta. Man kan konstatera att resultatet ligger mer samlad vid en jämförelse mellan destinationerna jämfört med hur det såg ut för 5-10 år sedan, trenden på de destinationer som gör mätningar regelbundet är dessutom positiv.

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

vinterdestinationer att sannolikheten är 2,5 gånger större att den mycket nöjda gästen (betyg 6) jämfört med en gäst som är ganska nöjd (betyg 4) återvänder. När det gäller viljan att säkert ge rekommendationer är viljan drygt 3 gånger så hög bland de mycket nöjda gästerna (betyg 6) jämfört med de ganska nöjda gästerna (betyg 4).

Sommargästernas helhetsbetyg

Färska sommarundersökningar från Åre (2018), Östersund (2017) och JH Infopoint (2019) 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). I den länsövergripande undersökningen kring besöksservice 2019 hade helhetsbetyget förbättrats från 5,3 (2017) till 5,4 (2019). Det har i sin tur medförd ökade benägenhet att rekommendera vänner/bekanta, från 55% till 62% (svarat ja, säkert). I Åres fall kan man dock konstatera att trots ett förbättrat helhetsbetyg, har viljan att rekommendera inte förbättrats i samma utsträckning, 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.



Snöskovandring. Foto: Anette Andersson.

11,5 MILJONER GÄSTNÄTTER/år



3,2 MILJONER KOMMERSIELLA GÄSTNÄTTER



19% UTLÄNDSKA



50% NO



DAGTURISTER
1,2 MILJONER/år

SONFJÄLLETS
NATIONALPARK

2,79
MILJONER/år

18 000

WHITE
GUIDE **29**

**>150 MAT
PRODUCENTER**

Besöksnäringen i Jämtland Härjedalen

"Ledande på naturbaserade upplevelser"

I Jämtland Härjedalen är besöksnäringen
en basnäring som varje år omsätter

5,84 MILJARDER sek

Näringsen genererar

5 050 DIREKTA HELÅRSARBETEN

Trondheim/
Vaernes

Röros

Lofsdalen

Sveg

Ljungdalsfjällen

Funäsfjällen

Vemdalen

Åre

Bydalsfjällen

**130 000
INVÅNARE**

Krokom

Östersund

Ragunda

Bräcke

Sundsvall/
Midlanda

**45 000
RENAR**

55-70 000 ÄLGAR

Vilhelmina /
South Lapland

Strömsund



Jämtland Härjedalen Turism ekonomisk förening (JHT)

bildades 1995 och är en samverkansplattform för utveckling av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. JHT företräder besöksnäringen i regionen i nationella och internationella sammanhang och samverkar med regionens destinationer och turistföretag, med företrädare för offentlig sektor, intresseorganisationer m fl.