

2021

FAKTA OM TURISMEN

Samlad statistik från Jämtland Härjedalen



Snabba fakta

– om turismen i Jämtland Härjedalen

Coronapandemin som slog till med full kraft i mars 2020 har inneburit en stor utmaning för besöksnäringen. Detta avspeglar sig med stor tydlighet i nästan alla siffror som beskriver besöksnäringen och dess utveckling. Samtidigt kan konstateras att Jämtland Härjedalen som helhet klarat sig bättre än många andra regioner i landet.

- Turismen i Jämtland Härjedalen omsatte 4,77 miljarder kronor 2020. Jämfört med 2019 en minskning med 1,07 miljarder kronor, motsvarande -18%.
- Liftkortsförsäljningen (577 miljoner kronor) står för en dryg tiondel av den totala omsättningen. Minskningen jämfört med 2019, -45 miljoner kr (-7%). Antalet skiddagar vintern 2019/20 var 2,52 miljoner. En minskning med 9,7% jämfört med 2018/19.
- Totalt 10,1 miljoner gästnätter (-12%), varav drygt 2,6 miljoner i kommersiellt boende (-17%).
- Turismen genererar skatteintäkter (kommun och landsting) på 630 miljoner kronor.
- Totalt genereras motsvarande knappt 6 700 årsarbeten av turismen. Jämfört med 2019 en minskning med -16%.
- Covid 19-pandemin har av naturliga skäl påverkat utlandsmarknaden. De utländska kommersiella gästnätterna minskade totalt sett med 375 000 eller -61% jämfört med 2019. Störst är tappet på den norska marknaden, -250 000 gästnätter motsvarande -82%.
- Totalt drygt 1 miljoner dagsturister, en minskning med cirka 17%.



Fiske. Foto: Niclas Vestefjell



Trumvallen, fjällridning i Vemdalen. Foto: Anette Andersson

Innehåll

2	Sammanfattning
3	Innehållsförteckning
4	Jämtland Härjedalen Turism
5	Fakta och definitioner
6	Turismen i siffror
6	Ett speciellt år
7	Turismen omsätter 5,77 miljarder kronor
8	Turismens ekonomiska betydelse
12	10,1 miljoner gästnätter/år
14	Kommersiella gästnätter
15	Stora skillnader mellan länets kommuner
16	Arbetsstillfällena och skatteintäkter
17	Besöksnäringen - en motor för Jämtland Härjedalen
18	Den svenska gästen
19	Vintergästen
19	Snöskoterturism
20	Skidåkning
21	Sommargästen
22	Cykling
22	Vandring
22	STF gör fjällvärlden tillgänglig
23	Fiske
24	Gastronomy
25	Sevärdheter
26	Evenemang
27	Den internationella gästen
28	Vad attraherar utländska gäster?
30	Resa hit
30	Tåg, flyg, bil och buss
32	Bilden av Jämtland Härjedalen
37	Framtidens gäster
38	Hur hittar nya besökare till regionen?
43	Ett gott värdskap ger fler gäster

Fakta om turismen i Jämtland Härjedalen 2021 (avser statistik och underlag insamlat under 2020) gavs ut av Jämtland Härjedalen Turism i juni 2021. Statistiska underlag bearbetade av Nord-Analys. Grafisk form: Gustav Kron. Omslagsfoto: Erika Enequist - "Husbil på Hotings Camping". Tryck: DAUS Tryckeri Östersund.



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 företrädar 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 ska vara en ledande region för naturbaserade upplevelser.

Den parallella processen med att uppdatera strategin för besöksnäringen nationellt och regionalt har försenats på grund av pandemin.

JHTs projekt och projektmedverkan 2020 är steg på vägen mot de mål som finns för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen:

- Internationell konkurrenskraft, 2017-2022.
- Framtidens besöksservice i Jämtland Härjedalen, 2017-2020.
- Welcome! 2019-2022.
- Den digitala transformationen 2019-2021.
- Besöksnäringens roll för regional utveckling 2019-2020.
- Branschorganisation för hållbar skoterturism 2018-2019.
- Morgondagens medarbetare, 2.o. 2020-2022.

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



”Vi vill tillsammans fortsätta att utveckla besöksnäringen och vår vision är att Jämtland Härjedalen 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.

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 2020 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. 2020 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 kapiteln, till exempel texten som handlar om vad som attraherar utländska gäster, finns smakprov från undersökningar som genomförts i Jämtland Härjedalen.

Definitionen av turism

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. 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

Ett speciellt år

2020 blev ett mycket speciellt år på grund av pandemiutbrottet. För Region Jämtland Härjedalen innebar det bland annat att skidanläggningarna stängde inför påskloven 2020 med långtgående effekter. Den 13 juni ändrade Folkhälsomyndigheten rekommendationerna kring inrikes resor, fortsatt med ett stort eget ansvar, och i och med detta fick många destinationer med friluftsfokus och större andel stugboende ett ökat antal bokningar. I Jämtland Härjedalen upplevde fjälldestinationerna en bra sommar trots omständigheterna. Fjälldestinationerna blev vinnare med ett ökat intresse för utomhusvistelser och friluftsliv.

De allra tydligaste effekterna av pandemin är den kraftiga minskningen av utländska gäster och då särskilt de norska. Normmännen har i princip, huvudsakligen genom egna restriktioner, varit helt utestängda från att besöka Sverige sedan pandemin tog fart under andra hälften av mars. Även andra viktiga utlandsmarknader har påverkats markant. Andra tydliga effekter är att mötes- och konferensmarknaden i princip helt raderades. Även ett stort antal inställda evenemang under 2020 har haft stor påverkan på flera destinationer.

Fjälldestinationerna i Härjedalen har generellt sett klarat sig bäst. Tack vare en kombination av normalt sett hög andel svenska gäster, mindre beroende av mötes- och konferensmarknaden i kombination med en stark trend för friluftsliv. Dessutom med en mycket stark utveckling under den del av vintersäsongen som var opåverkad av pandemin.

Destination Vemdalen hade 2020 ett rekordstort antal kommersiella gästnätter under 6 av 12 månader, varav 4 barmarksmånader

Lofsdalen upplevde en ny typ av gäster med större plånbok i och med den högre andelen svenskar bland gästerna. Vintergästerna 2020/2021 efterfrågade i större grad privatlektioner, vilket kan bero på att de inte ville boka gruppdeltagande under pandemin, samt att Lofsdalen fått en ny målgrupp som inte är vana skidåkare (samma observation finns från fler håll). Däremot har skiduthyrningen gått ned, kanske för att fler gäster äger egen utrustning eller att fler kanske hyr/lånar från annat håll. Butiker och restauranger även i fjälldestinationerna ser en minskning till följd av att gästerna faktiskt följer uppmaningarna från Folkhälsomyndigheten och i högre grad handlar på hemorten och äter i det egna boendet.

Åre har påverkats mer än övriga stora fjälldestinationer, främst på ett större beroende av utlandsmarknaderna liksom mötes- och konferensmarknaden. Tack vare en förhållandevis stark utveckling på den svenska privatmarknaden har nedgången kunnat bromsas upp.

Östersund är utan tvekan den destination som drabbats allra hårdast av pandemin. Ett stort utlandsberoende via den norska marknaden, många inställda större evenemang, en helt avstannad konferens- och mötesmarknad, i kombination med minskat övrigt affärsresande har inneburit dramatiska konsekvenser.

Pandemin har också starkt inverkat på möjligheterna till shopping, restaurangbesök och nöjen, vilket också påverkar Östersund och dessa branscher specifikt.

I Storsjöbygden reste färre i grupp och konferenser uteblev, medan attraktioner som innebar upplevelser i fria luften och aktiviteter som passade för familjer hade en bra sommarsäsong. Ett exempel är Hoverbergsgrottan som tidigare somrar haft omkring 3500 besökare och som ökade till 5000 besökare sommaren 2020.



Turåkning i Funäsfjällen. Foto: Martin Söderqvist

”Jämtland Härjedalen är en av de mest turismberoende regionerna i Sverige. Besöksnäringen kan definitivt ses som en av länets basnäringar.”

Turismen omsätter 4,77 miljarder kronor

Den inresande turismen till Jämtland Härjedalen omsatte under år 2020 4,77 miljarder kronor. Det är en minskning med 1,07 miljarder kronor jämfört med 2019 då omsättningen var 5,84 miljarder kronor. Inledningen av 2020, innan pandemin slog till, visade på tydliga ökningar på framförallt fjälldestinationerna och bokningsläget för hela vintern såg mycket bra ut, med ökningar upp mot 10%. Utan pandemin är det inte omöjligt att omsättningen hade hamnat närmare 6,5 miljarder kronor 2020.

Effekterna av pandemin har drabbat olika både utifrån geografi och verksamhet. Hotellnäringen har drabbats hårdare än andra boendeformer, restaurangnäringen har utifrån hårda restriktioner påverkats mycket tydligt liksom Norgehandeln. Destinationer där evenemang, möten och konferenser är viktigt har också drabbats särskilt hårt. Detta märks inte minst i Östersund. Men även Åre har påverkats tydligt av dessa förhållanden jämfört med övriga fjälldestinationer.

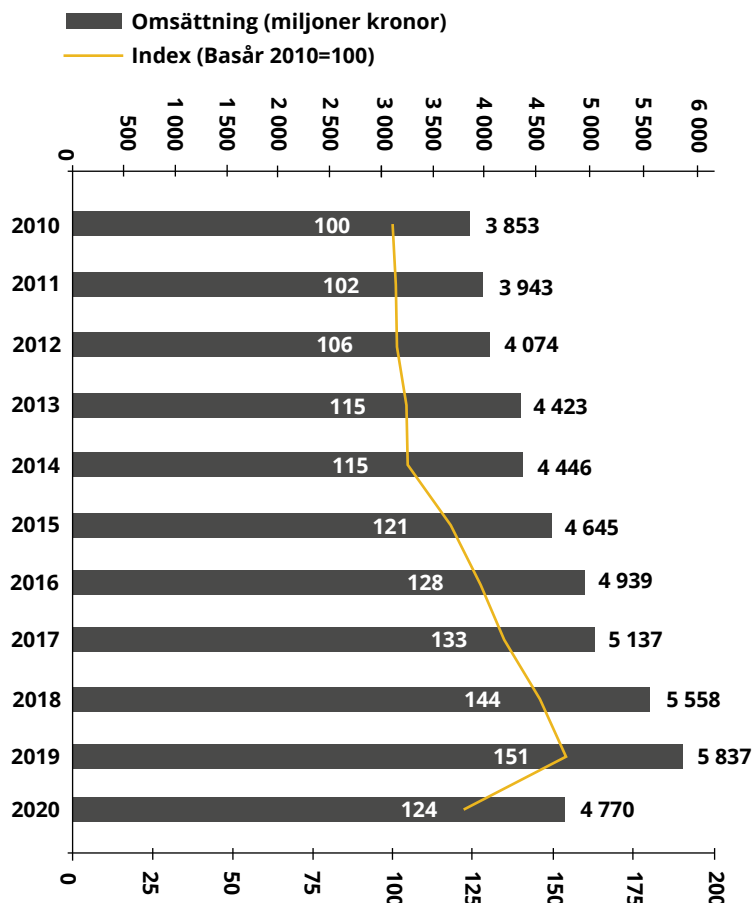
Jämtland Härjedalen – En turismberoende region

Sett i ett 10-årsperspektiv uppvisar Jämtland Härjedalen totalt sett en stadig omsättningsökning. Mellan 2009 och 2019 var ökningen 66%, men effekten av pandemin har inneburit att omsättningen nu ligger på ungefär samma nivå som 2015. Utvecklingen för den senaste 10-årsperioden (2010-2020) landar på +24%. 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. Besöksnäringen kan definitivt ses som en av länets ”basnäringar”.

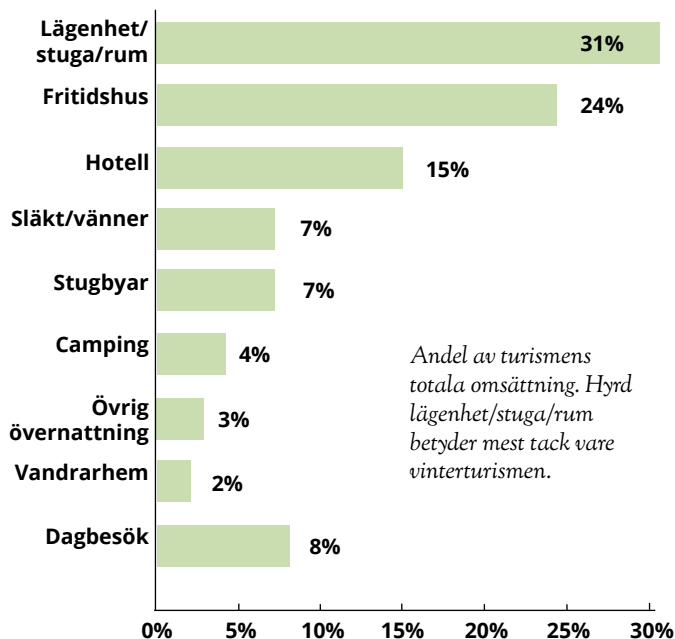


Gröndalen härbre. Foto: Linda Wasell

Omsättningsutveckling 2010-2020



Utläggerna fördelade efter boendekategori



Turismens ekonomiska betydelse

Kommersiellt boende ger drygt hälften av turistintäkterna

58% av de totala turistintäkterna kommer från besökare som bor kommersiellt, vilket är en liten minskning jämfört med 2019. Hyrd stuga/lägenhet/stugby är fortsatt den ekonomiskt viktigaste boendeformen och står totalt sett för knappt 40% av omsättningen. Vinterturismen är en viktig förklaring. Den andra stora kommersiella boendeformen är hotellen med en andel på 15%, med en tydlig minskning i volym jämfört med 2019 (19%). Hotellen är den boendeform som tappat mest jämfört med 2019.

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.

Detta förhållande har ytterligare förstärkts av pandemin, där många fritidshusägare (svenska) valt att spendera mer tid än vanligt i sina fritidshus. Däremot har besök av släkt/vänner begränsats av restriktioner/rekommendationer kopplade till pandemin. Dagsbesök står för 8% av de totala utläggerna, samma andel som 2019.

Genomsnittligt dygnsutlägg – hotellgäster spenderar mest

Det genomsnittliga dygnsutlägget minskar, från 507 kronor (2019) till 473 kronor per person och dygn. Det är främst en effekt av att man spenderat mindre på restaurang och nöjesliv, men även i viss utsträckning handel och vissa typer av aktiviteter/evenemang. Hotellgästerna spenderar mest, 1 099 kronor per person och dygn, mer än 4 gånger så mycket som de som bor hos släkt och vänner och 4 gånger så mycket jämfört med fritidshusboende. Dagsbesökaren spenderar 367 kronor per person och dag. Shopping är en viktig förklaring. Snittutlägget har dock minskat något jämfört med 2019.

Utläggerna 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 dygnsutläggerna blir något lägre, men man kan nog med fog säga att Åres sommar-gäster är förhållandevis högspenderande. 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

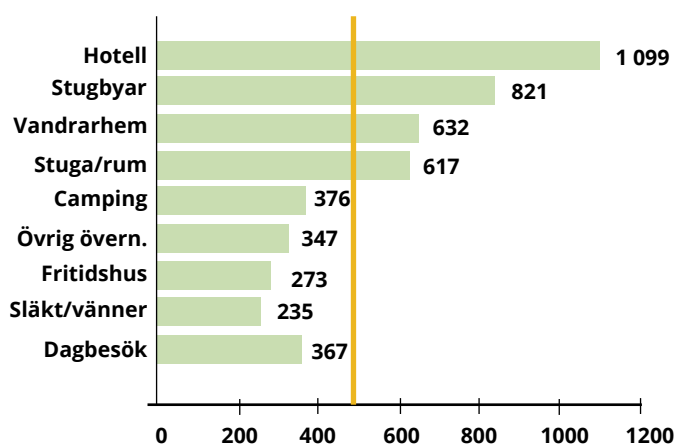


Foto: Anette Andersson

”Hotellgästerna spenderar mest, 1 000 kronor per person och dygn, mer än 4 gånger så mycket som de som bor hos släkt och vänner och 4 gånger så mycket jämfört med fritidshusboende.”

med undersökningar från Östersund 2017 och den undersökningen som genomförts kopplat till ett antal infopoints runt om i Jämtland Härjedalen 2019 så är skillnaderna betydande. Beaktat att båda de sistnämnda undersökningarna i allt väsentligt mäter mot bredare målgrupper, där alla typer av besökare,

Genomsnittligt dygnsutlägg efter boendeform



Genomsnitt 473 kronor per person och dygn.
Hotellgäster spenderar mest.



Blomsterfjället/Ansätten i Krokom. Foto: Anneli Åman

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 2017, där alla typer av boendeformer finns representerade, visar på ett

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

Visste du att...

- Det finns drygt 18 000 "rent" kommersiella gästbäddar (hotell, vandrarhem, stugbyar) i Jämtland Härjedalen. Övriga kommersiella bäddar hyrs ut via förmedlingar.

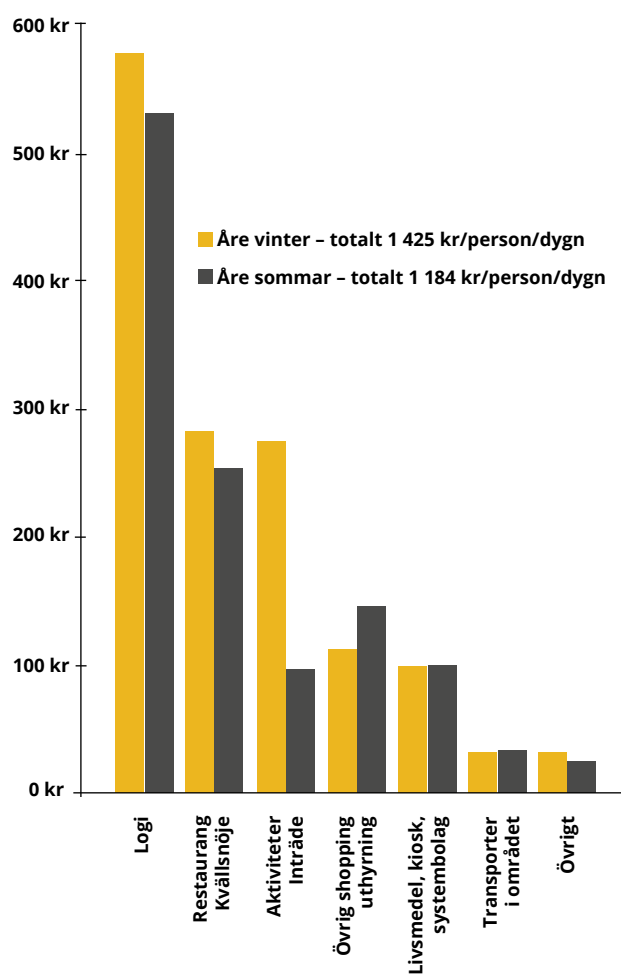
Kommersiella bäddar i de större destinationerna

Åre 35 000 bäddar
 Funäsfjällen 25 000 bäddar
 Vemdalen 19 000 bäddar
 Lofsdalen 10 000 bäddar
 Bydalsfjällen 7 000 bäddar
 Östersund 2 700

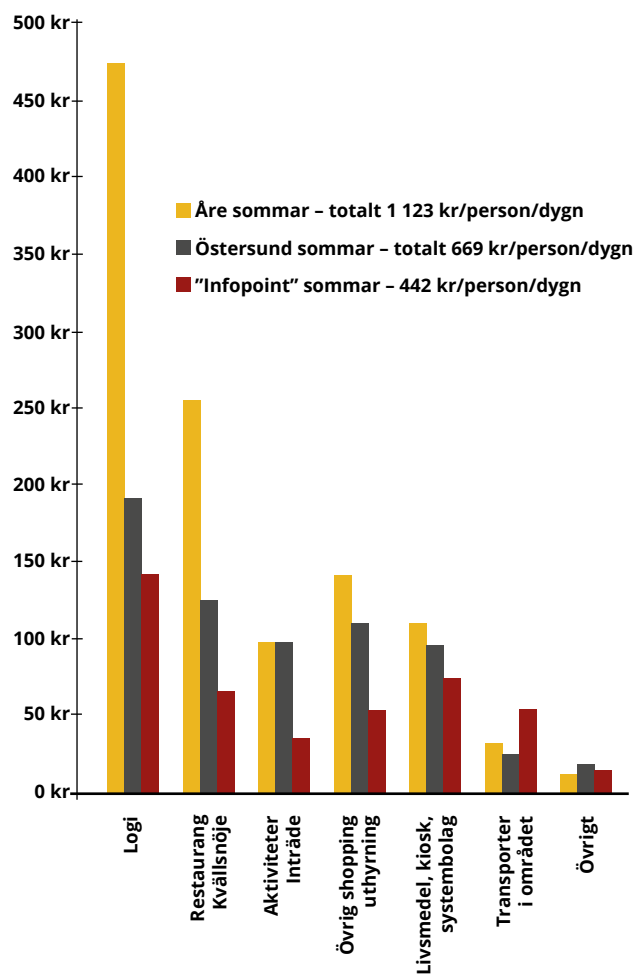
- Enligt Tillväxtverket ligger Jämtland Härjedalen och Gotland i topp när det gäller logiintäkter per capita bland de svenska regionerna.

- Hovde hotell i Vemdalen bedömdes ha "God nivå" och Fjällnäs i Funäsfjällen, Åregården samt Copperhill Mountain Lodge i Åre "mycket god nivå" av White Guide i listan över Sveriges bästa hotell 2020.
- Husbilsdestination Sverige uppskattar att var 3:e husbilsnatt sker på en campingplats för att bedöma husbilturismens omfattning i Sverige.
- Åre kommun ligger betydligt över genomsnittet i Sverige när det kommer till glasinlämning för återvinning: 70,62 kg per person i Åre jämfört med 22,6 kg/fast boende invånare i Sverige. Det höga talet för glasinlämning i Åre visar sannolikt besöksnäringens roll och siffran var ännu högre före pandemiutbrottet: 87,83 kg under 2019. (FTI).

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



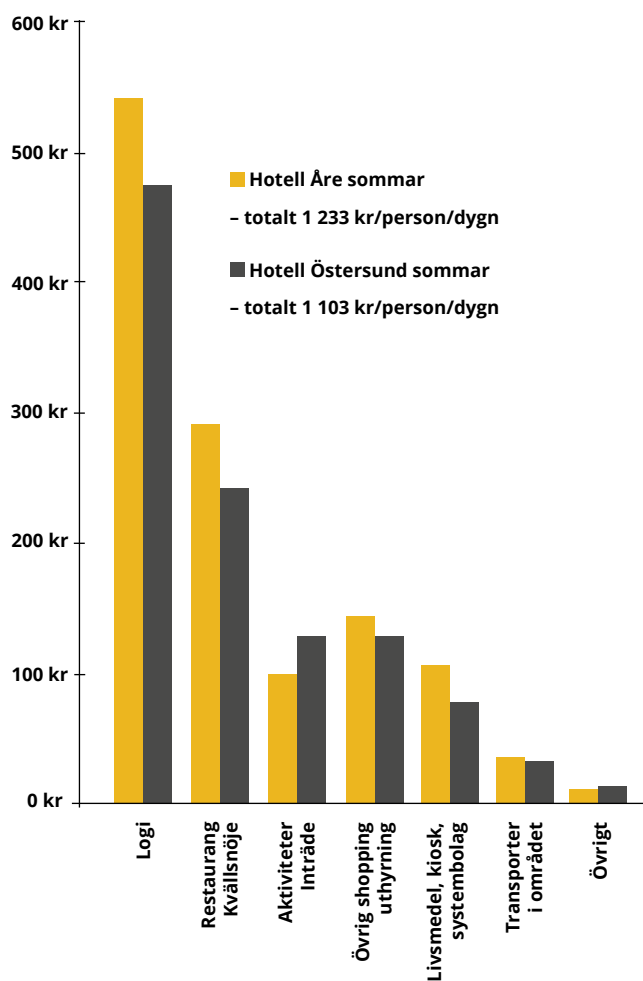
Sommar 2017 – skillnad i utläggsmönster



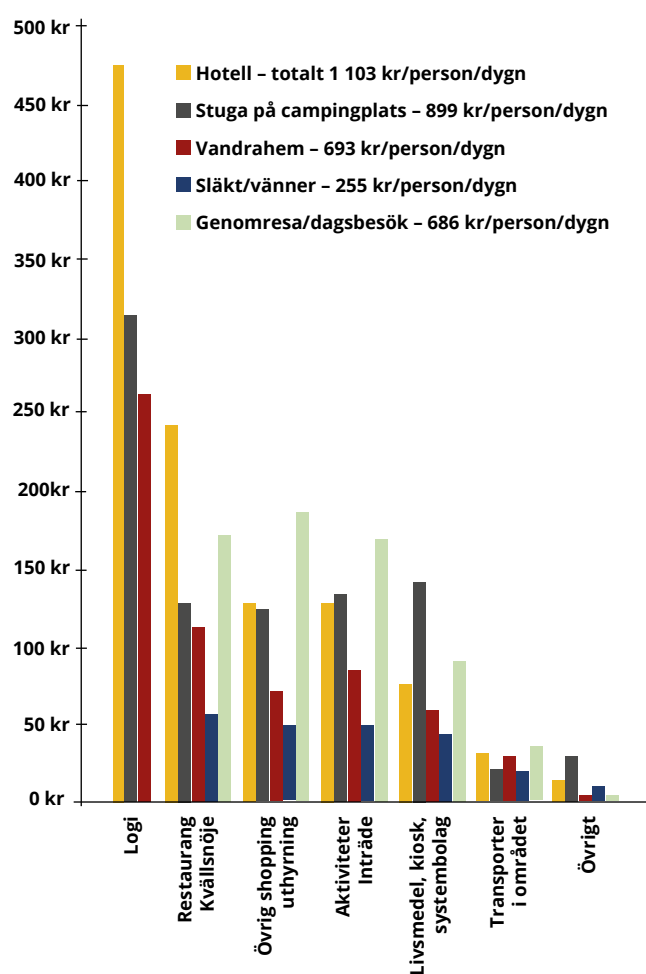
Downhill i Åre. Foto: Niclas Vestefjell



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



Sommarbesökare i Östersund 2017 – så spenderar de utifrån boendeform



10,1 miljoner gästnätter/år

Sammantaget visar producentstatistik (SCB) tillsammans med skattningar att det totalt förläggs drygt 10,1 miljoner övernattningar i länet. Det är en minskning med ca 1,4 miljoner gästnätter (-12%) jämfört med 2019.

För de kommersiella boendeformerna som mäts via producentstatistik utgör förmedlade stugor/lägenheter tillsammans med stugbyar den största boendekategorin med 1 385 000 gästnätter, en minskning med -51 000 gästnätter (-3,6%) jämfört med 2019. En mycket stor del av dessa gästnätter är kopplade till länets större skidorter under vintern. Hotellen minskade med hela -33%, i volym mätt (-310 000 gästnätter) och den totala volymen uppgår nu till 630 000 gästnätter. Östersund (-134 000) och Åre (-98 000) står för en stor andel av hotellens minskning. Campingen som är en stor boendeform under sommaren minskade också, -128 000 gästnätter (-22%). En starkt bidragande orsak är frånvaron av norska gäster, inte minst i Östersund. Även vandrarhemmen minskade tydligt, här rör det sig om en minskning med -55 000 gästnätter motsvarande -28%. Sammantaget minskade de kommersiella övernattningarna med 554 000 gästnätter (-17%). Naturligtvis ett mycket kraftig minskning, men satt i relation ändå förhållandevis "OK". Riket som helhet minskade med -36%.

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 2020, ytterligare påverkad av pandemin. Känt är att delar av fritidsboendet i länet har nyttjats i högre grad (svenskar), medan boendet hos släkt och vänner rimligen har varit på en lägre nivå än tidigare. Detta har tagits hänsyn till och en bedömning har gjorts med hänsyn till utvecklingen för det kommersiella boendet i kombination med ytterligare ett antal indikatorer.



Klövsjöfjäll Hotell. Foto: Mats Lind

Antal fritidshus är beräknade utifrån Fastighetstaxeringsregistret (FTR). Fritidshus definieras från 2015 som värderingsenheter/taxeringsenheter som saknar folkbokförd befolkning. Bara fritidshus som ägs av fysiska personer (inklusive utländska personer utan svenskt personnummer) eller dödsbon ingår. Observera att en stor del av fritidsboendet i fjälldestinationerna utgörs av bostadsrätter och då inte räknas med i "antal fritidshus".

Kommun	2010	2015	2020	Förändring 2010-2020	Antal inv 2020 (SCB)	Fritidshus i relation till invånarantal 2020
Härjedalen	7 865	8 461	9 181	+1 316	10 070	0,9
Åre	4 955	5 309	5 572	+617	12 049	0,46
Berg	4 036	4 235	4 544	+508	7 120	0,64
Strömsund	3 390	3 456	3 906	+516	11 488	0,34
Krokom	2 819	2 847	3 033	+214	15 054	0,2
Bräcke	2 057	2 133	2 222	+165	6 181	0,36
Östersund	1 859	1 850	1 858	-1	63 985	0,03
Ragunda	1 285	1 272	1 424	+139	5 208	0,27
Summa	28 266	29 563	31 740	+3 474	13 1155	0,24

Härjedalen har flest fritidshus per innekänare

Under de senaste 10 åren har antalet fritidshus ökat med 3 474 st. Flest fritidshus per capita har Härjedalen bland regionens kommuner, 0,9 fritidshus per innekänare. Även Berg och Åre har relativt hög andel fritidshus i relation till antalet innekänare (0,64 respektive 0,46). Minst andel har Östersunds kommun (0,03).

Att det faktiska antalet fritidshus minskat i Åre och Östersund kan ha förklaringen i att fler fritidshus övergått till permanent boende. 5% av det totala antalet fritidshus i Sverige finns i Jämtland Härjedalen.

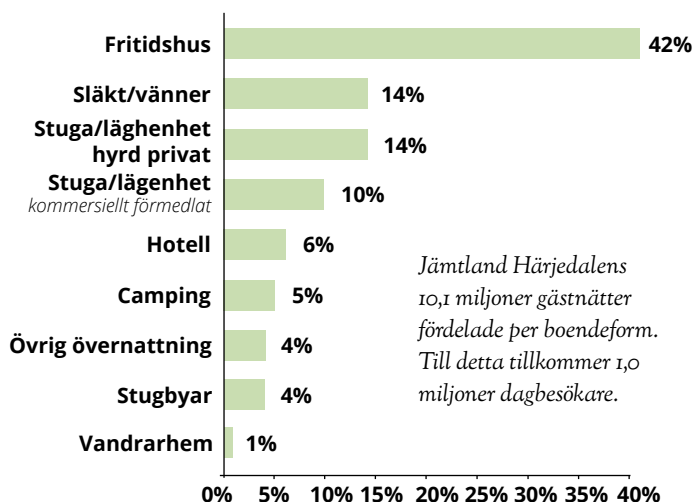
Under vintersäsongen sjunker andelen av det icke kommersiella boendet medan i första hand stuga/ rum/lägenhet och hotell ökar sin andel. Sommartid ökar campingen.

Trenden när det gäller gästnätter är den senaste 15-årsperioden tydligt positiv efter en nedgång under första hälften av 2000-talet, men den bryts ju abrupt under 2020 som en direkt effekt av pandemin. 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. Sett till den senaste 10-årsperioden är gästnatt-sökningen +23%.

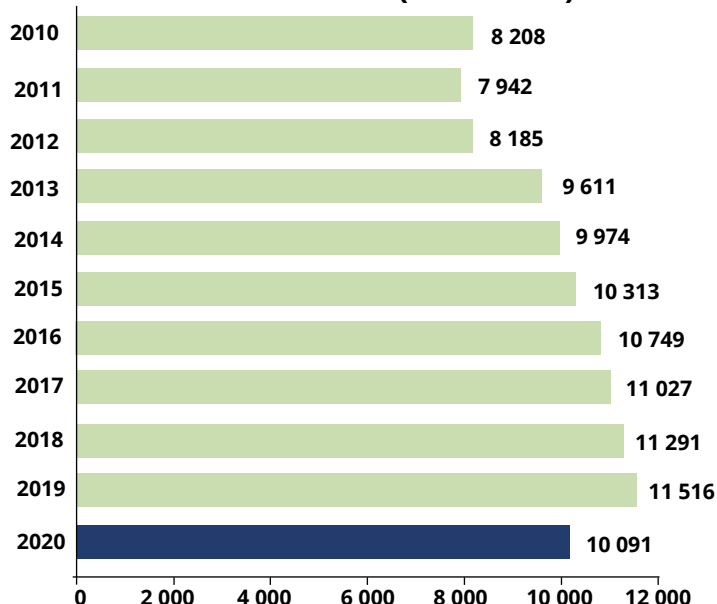
Sammantaget, sett över den senaste 10-årsperioden, innebär det att den totala omsättningsökningen är något högre (+24%), från att tidigare visat större skillnad. Men minskade dygnsutlägg under 2020 har bidragit till att minska skillnaden.

Antalet dagsturister uppgår med den nya mätmetoden (fr o m 2013), som även omfattar kortare dagsresor än 100 kilometer, till drygt 1 miljoner, en skattad minskning med knappt 0,2 miljoner jämfört med 2019, men även dagsturismen mäts med osäkra metoder, vilket ger upphov till stora felmarginaler och därmed svängningar i siffrorna.

Totalt 10,1 miljoner gästnätter och 1,0 miljoner dagsturister



Gästnätter 1000-tal (2010-2020)



Kajak på Storsjön. Foto: Lars Häreblad

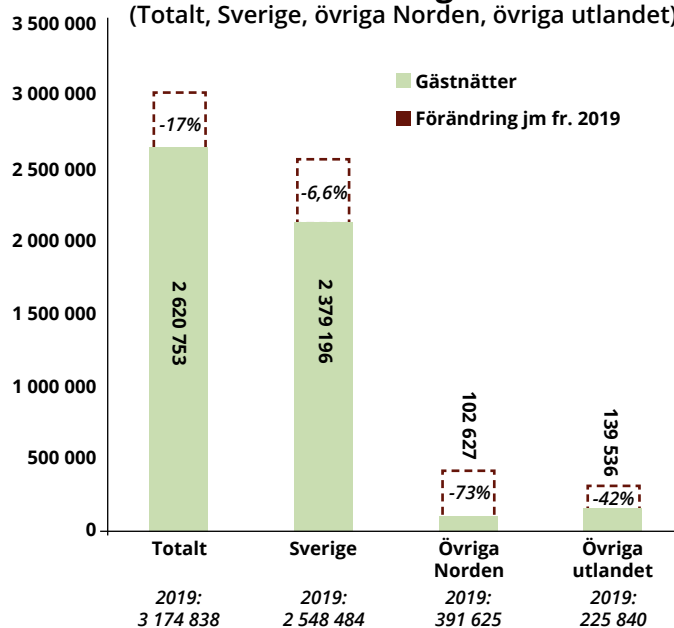
Kommersiella gästnätter

Det totala antalet kommersiella gästnätter (hotell, stugby, vandrarhem, camping och kommersiellt förmedlade stugor/lägenheter) uppgick 2020 till drygt 2,6 miljoner.

Den svenska marknaden stod för 2,38 miljoner, Norden för 102 000, medan övriga utlandet genererade 140 000 gästnätter.

Jämfört med 2019 så är det en minskning med -17%, motsvarande -554 000 gästnätter. Den svenska marknaden minskade med -7% (169 000 gästnätter), medan övriga Norden redovisade -73%, motsvarande -282 000 gästnätter. Övriga utlandet minskade med -102 000 gästnätter (-42%). Effekterna av pandemin är påtagliga, framförallt när det gäller utlandsmarknaderna och då allra tydligast för Norge.

Gästnattsförändring (Totalt, Sverige, övriga Norden, övriga utlandet)



Hällrisningar i Glösa. Foto: Erika Willners

Stora skillnader mellan kommuner

Under ett normalt år ligger antalet kommersiella gästnätter på ca 3,2 miljoner (2019) i Jämtland Härjedalen. Av dessa står Härjedalens och Åre kommun tillsammans för drygt 70% av samtliga gästnätter. Förklaringen är alla stora skiddestinationer och man kan samtidigt konstatera att drygt tre fjärdedelar av de båda kommunernas gästnätter är förlagda till vinterperioden. Dessa två kommuners dominans förstärktes ytterligare under pandemiåret 2020, då fjälldestinationerna hade en förhållandevis bra sommar, tack vare den svenska marknaden. Under 2020 var drygt tre fjärdedelar av samtliga kommersiella gästnätter förlagda i Åre respektive Härjedalens kommun.

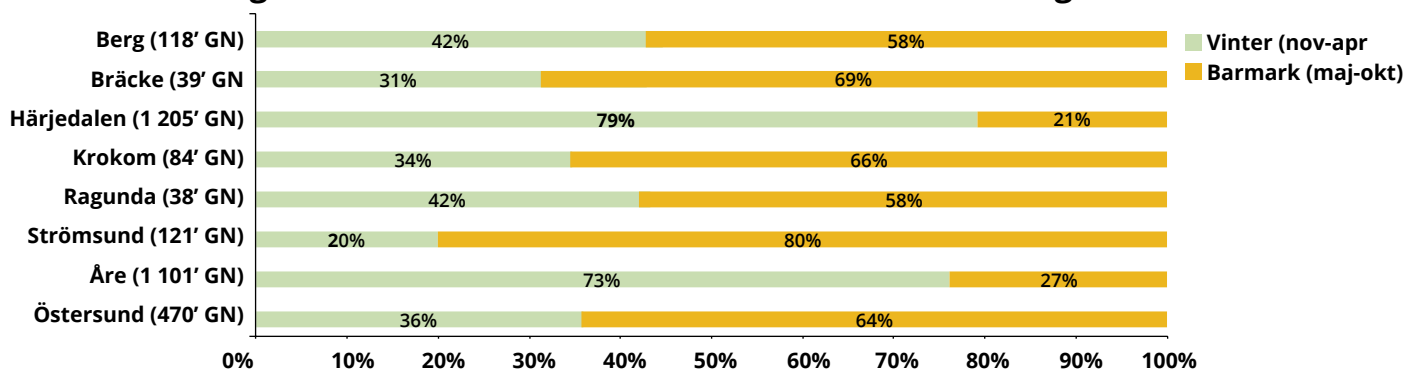
Östersund, som är den tredje största kommunen sett till antalet gästnätter är mer en sommardestination, där normalt sett knappt

60% av gästnätterna är förlagda till barmarksperioden. Strömsunds kommun är den mest utpräglade barmarksdestinationen, med 80% av gästnätterna under ett normalår.

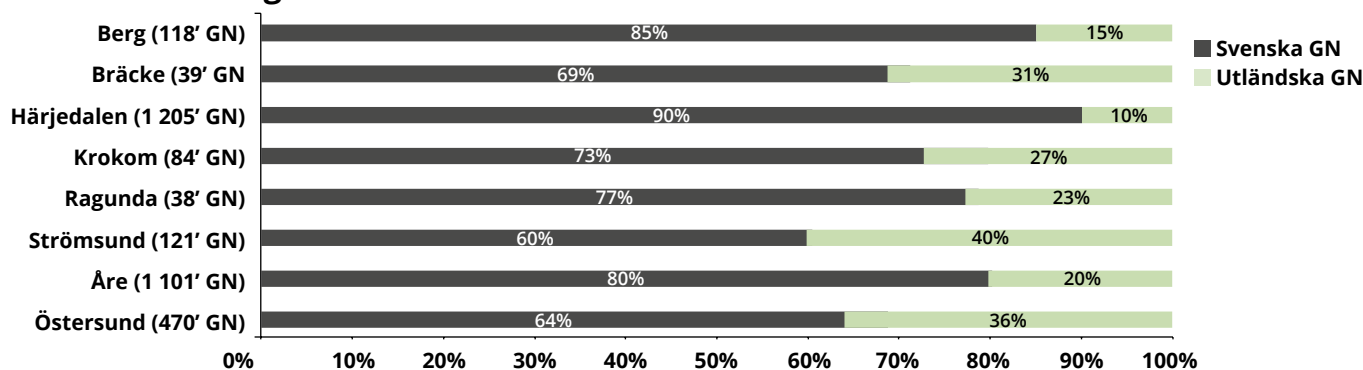
Strömsunds kommun är samtidigt den kommun som har högst andel utländska gäster (40%). Det är framförallt den norska marknaden som bidrar till detta, men även höga andelar av tyska och holländska gäster. Även Östersund har förhållandevis hög andel utländska gäster (36%), vilket till stor del är tack vare norska besökare. Detta förhållande gäller dock inte under 2020, då dessa marknader har påverkats mycket kraftigt av pandemin. Härjedalens kommun som totalt sett har flest gästnätter, har lägst andel utländska gäster (10%), även om de till antalet var många (115') under 2019. Härjedalens kommun har också klarat sig bäst under pandemin, där normalt sett en låg andel utländska gäster är en delförklaring. En annan del av förklaringen är det ökade intresset för skid- och fjälldestinationerna i och med det ökade intresset för friluftsliv inklusive skidåkning, under pandemin.

Obs Nedan tre figurer visar förhållanden 2019 = normalår

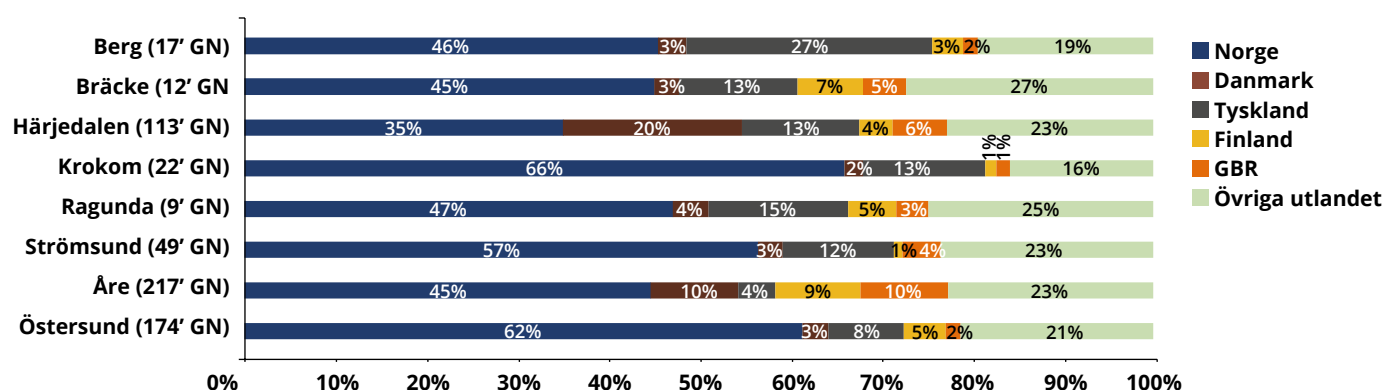
Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter säsong



Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter svenska och utländska GN



Kommersiella gästnätter i länets kommuner fördelat efter de största utlandsmarknaderna



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.

Många arbetstillfällen innebär stora skatteintäkter

Direkta skatter kommer från sysselsättningen i de företag som direkt påverkas av besökarnas utlägg. Indirekta skatter avser de företag som fungerar som underleverantörer till de företag som berörs direkt. Nya beräkningsmodeller från och med 2013 medför att jämförelser med tidigare årssiffror inte kan göras. Sysselsättningen som genereras av turismen ger löneskatter till Jämtland Härjedalen på totalt ca 630 miljoner kronor per år. Två tredjedelar tillfaller kommunerna medan landstinget får en tredjedel. Skatteintäkterna följer i stort sysselsättningen, men kan på grund av ändrade beräkningsgrunder inte rakt av jämföras med tidigare årsserier.

En utmaning inte minst för fjälldestinationerna och de berörda kommunerna är att stimulera säsongsanställda att skriva sig inom den kommun de arbetar i. En analys av registerdata för Åre kommun (2017) visar till exempel att av de drygt 7 500 som under 2017 fick lön utbetalt av något företag i Åre kommun, så var 3 070 (41%) inte skrivna i Åre kommun, vilket innebär att de skattar i en 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 då jobbade i Åre kommun skattade utanför Jämtland Härjedalen. Samma mönster gäller för såväl Funäsfjällen som Vemdalen, där ca 4 av 10 är skrivna utanför Härjedalens och Bergs kommuner.



Blåvatten i Rogen. Foto: Lena Hedman

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.

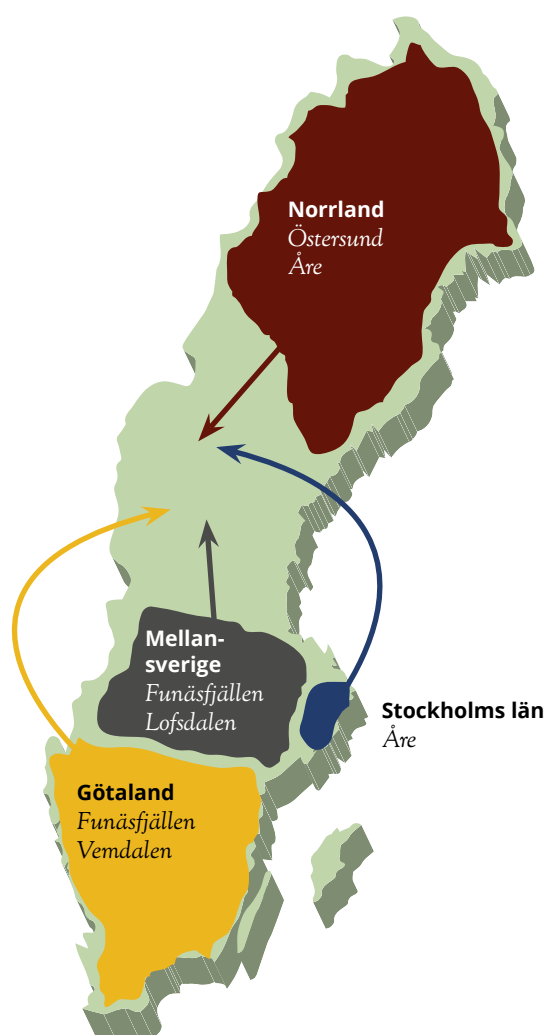
Sommargästen

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 senaste 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 färdssättet, det är egentligen bara Åre som kan räkna in högre andelar via kollektiva färdssätt; främst tåg, följt av flyg.

Vintergästerna har höga förväntningar

Kärnupplevelsorna får goda betyg där skidåkning, värskapet, 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

Skilnaderna 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.

Snöskoterturism

Snöskoteråkning är en betydande del av vinterturismen i Jämtland Härjedalen. I många vinterdestinationer är snöskoteråkning en del av en vintersemester och i vissa områden består skoteråkning av 70-100% av hela anledningen till vinterresan.

Omsättningen är både ökande och betydande med stora investeringskostnader, vilket vi bl a kan se med hjälp av försäljningsstatistik. Även antalet utfärdade förarbevis för skoter ökar. Dygnsutlägg i och med skoteråkning är betydande då många gärna åker långt för att få bra åkning och passar på att bo bra och äta gott under sin resa.

Skoterleder i Jämtland Härjedalen

Strömsund:	150 mil	Ragunda:	65 mil
Krokom:	130 mil	Funäsfjällen/	
Bergs kommun:	105 mil	Ljungdalsfjällen:	61 mil
Åre kommun:	VÅSEK	Lofsdalen:	15 mil
(70) + Hallen (15), Mörsil-Sällsjö		Östersund:	9 mil
(16) Edsåsdalen (5):	100 mil	Bräcke:	Ingen uppgift
Vemdalen/Hede:	90 mil	Sveg:	Ingen uppgift
		TOTALT:	725 mil

Snöskoterklubbarna sköter en stor del av ledsystemet på ideell basis. Avgifter, skoterpass, ledavgifter för att få tillgång till att köra på preparerade, skyltade skoterleder skiljer sig mellan olika områden.

Snöskoterklubbar i Jämtland Härjedalen

Krokoms kommun:	13 st
Strömsunds kommun:	17 st
Åre kommun:	14 st
Bergs kommun:	12 st

Bräcke kommun:	6 st
Östersunds kommun:	7 st
Ragunda kommun:	5 st
Härjedalens kommun:	13 st
TOTALT antal klubbar i länet:	87 st

Skoterallianser: 4 st (Strömsund, Krokoms, Berg och Ragunda).
Kommersiella ledbolag: 2 st (Funäsdalen och Lofsdalen).
Företag som sysslar med uthyrning, guidning eller skotersafaris: ca 30 st.

Skidåkning

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

2,52 miljoner skiddagar på länets skidanläggningar

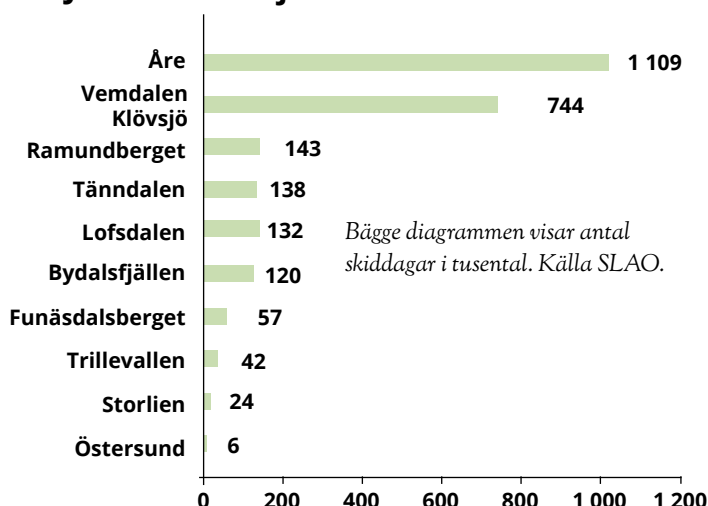
Skidåkning är den aktivitet som lockar besökare allra mest till Jämtland Härjedalen vintertid. Även längdåkning lockar, liksom

andra äventyrsrelaterade aktiviteter som skoteråkning. Det totala antalet skiddagar (1 person som åkt skidor under 1 dag) på länets skidanläggningar uppgick vintersäsongen 2019/2020 till 2,52 miljoner, vilket är minskning med -269 000 skiddagar, motsvarande -9,7% jämfört med föregående säsong. Effekten blev påtaglig när länets skidanläggningar stängde ner innan påskhelgen. Framt o m sportloven var en ny rekordsäsong i sikte, men sedan slog pandemin igenom och ändrade förutsättningarna.

Åre svarar för 46% (1 109 000 skiddagar) av dessa, följt av Vemdalen inklusive Klövsjö med 744 000 skiddagar. På tredje plats hamnar Funäsfjällen med drygt 340 000 skiddagar. Åre tappade drygt 13%, medan destinationerna i Härjedalen klarade sig bättre, Vemdalen backade med -7%, Funäsfjällen -4%, medan Lofsdalen minskade med drygt -2%.

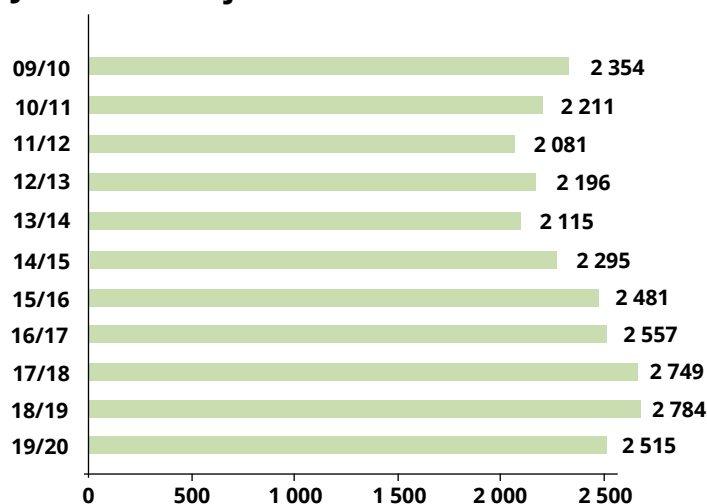
Den totala liftkortsförsäljningen uppgick till 577 miljoner kronor, en minskning med 45 milj kronor (-7,2%) jämfört med säsongen 2018/2019.

Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2019/2020



Bägge diagrammen visar antal skiddagar i tusental. Källa SLAO.

Antal skiddagar i Jämtland Härjedalen 2010-2020



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 turleder. (Funäsfjällen)
- Östersunds kommun sköter totalt om 150 km prepare-rade skidspår. Av dessa är 40 km elbelysta. Dessutom finns 25 km skidspår som sköts av ideella föreningar. 2020 registrerades 221 919 längdskid-dagar för Östersund (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 cyklisterna 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 kulturturer 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.

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 Guldturer med beskrivningar om startplats, längd, svårighet, lämpliga rastplatser m m. I fjälldestinationerna är det extra enkelt att fjällvandera eftersom gäster kan nyttja sittliftar för att ta sig upp eller ner från kalfjället, t ex i Funäsfjällen, Åre, Lofsdalen och vissa datum i Vemdalen.

Under pandemisommaren 2020 fortsatte det ökande intresset för friluftsliv samtidigt som utomhusvistelser rekommenderades från myndighetshåll och svenskar uppmanades till Hemester (semester på hemmaplan) eller möjligen Svemester (semester i Sverige).

Visste du att...

- Åre Bike Park har 42 leder, varav 36 Downhill-leder och 6 CrossCountry-leder. Sommaren 2020 hade liftarna i Åre ca 43 043 cykeldagar (+1,3% jämfört med 2019). Liftåkande gäster utan cykel mellan benen var 31 988 (-21%). (Skistar Åre)
- Destination Vemdalen tog initiativet att köra liften Hovde Express på Vemdalskalet i 12 dagar under vecka 30-32 2020 med 3 830 personer utan cykel som åkte, jämfört med 2 600 året innan. (+47%)
- Lofsdalen Bike Park har 7 leder om totalt 16 km från grön till svart. Skogsleden är den nyaste, en maskingrävd 3,6 km lång led med valmöjligheter längs samma sträcka. Sommaren 2020 nyttjade 4037 personer liften jmf med 2500 2019 (+61%).
- För cyklisterna i Funäsfjällen finns över 30 trailleder i varierande terräng och svårighet och två alpina områden med liftburen cykling och flowleder.

STF gör fjällvärlden tillgänglig

Svenska Turistföreningen (STF) har en lång tradition i Jämtland Härjedalen och en stor betydelse för utvecklingen av regionens turism. 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 (Helags, Storulvån, Sylarna och Blåhammaren) och sju fjällstugor (Arådalen, Lunndörren, Gåsen, Fältjägaren, Stensdalen, Vålåstugan och Anarissstugan) som ägs och drivs av STF. Fjällstationerna och stugorna är öppna under vintern från mitten av februari till slutet av april och under sommaren från midsommar till slutet av september. Ett säkerhetsrum finns öppet på varje plats för fjällbesökare utanför ordinarie säsonger.

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, 1 086 meter över havet.

Vandringen från parkeringen Kläppen i Ljungdalen till Helags Fjällstation (12 km) är en av de lättare. Från fjällstationen är det ytterligare ca 2 km till Sveriges sydligaste glaciär i skuggan av Helags fjälltopp, den högsta toppen söder om polcirkeln (1 796 m ö h). Andra exempel på startpunkter för vandring är Vålådalen, Bydalen, Arådalen, Ramundberget och Ljungdalen. Totalt genererade STF:s egna anläggningar i Jämtland Härjedalen 48 455 gästnätter under 2020, vilket är en minskning från föregående år med 24% p g a att STF införde begränsningar i antal gäster per rum etc utifrån pandemin.

STF har i tillägg anslutna boenden i nästan alla destinationer i Jämtland och Härjedalen som utgör ca 65% av det totala antalet gästnätter som STF Jämtland Härjedalen står för.

Visste du att...

- Det finns 220 naturreservat att upptäcka i Jämtland Härjedalen och en nationalpark, Sonfjället. (Länsstyrelsen Jämtlands län)
- Sveriges Turistförening, STF, grundades 1885 för att främja natur- och kulturturism och få fler att upptäcka Sverige. Idag har STF ca 242 000 medlemmar.
- Det första STF-drivna "sporthärbärg" med logi och matservering öppnade 1890. Hyddan ersattes 1897 med en större stuga med kök och värdinna för 18 gäster och 1933 byggdes en än större fjällstation med restaurang på nuvarande platsen för fjällstationen. Efter en olycka 1980 brann stationen ned och ersattes med nuvarande fjällstation 1983. Fjällstationen renoverades och platsen återfick en restaurang, Spiseriet, 2018.

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 du bara genom vandring i väglöst land, med belöningen att du oftast blir helt ensam vid vattnet.

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

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. Under 2020 såldes 1173 kort fördelat på 1, 3 och 7 dygn samt årskort.
- Vattudalskortet i Strömsunds kommun ger tillgång till 38 fiskevatten i fem fiskevårdsområden från och med januari 2019. Hela fiskeområdet omfattar 1 300 kvadratkilometer. Under 2020 såldes 316 kort fördelat på 1, 3 och 7 dygn.
- 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.
- Fiska i Bergkortet omfattar 130 fiskevatten på över 85 000 hektar.

Camping, stuga eller tält? Du väljer själv – och det finns flera entreprenörer, fiskevärdar och guider som är beredd att hjälpa dig till drömfisket.

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.



Flugfiske. Foto: Sandra Lee Pettersson

Gastronomy Jämtland Härjedalen

Mat är en källa till njutning, måltiden en viktig mötesplats och matvanorna en del av kulturen. I Jämtland Härjedalen finns ett stort utbud av lokalproducerad mat, ett naturens skafferi som förädlas runt om i landskapet. Jämtland Härjedalen Turisms tidigare 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 47 000 renar som ägs av 396 renägare som tillhör någon av de 11 samebyar som finns i regionen. Det finns ca 119 företag som huvudsakligen är sysselsatta med rennäring.
- 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, dvs med fritt skogsbyte, mjölkdjurshållning och beredning av mjölken på vallen. Några få av dessa är öppna för besökare under sommaren. Därutöver finns ca 75 fåbodar som används för kreatursbete och slätter. Förr kunde en gård ha en fåbod för försommarbruk och en för högsommarbruk. Djuren betade fritt och hämtades hem vid Mickelsmäss i slutet av september. (Länsstyrelsen Jämtlands län).
- 2020 fanns 14 av Jämtland Härjedalens restauranger, 1 bar 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.



Lokal mat. Foto: Sandra Lee Petersson

Jämtland Härjedalens största sevärdheter

Sevärdheter baserade på utomhusvistelse kunde i större grad hålla öppet och påverkades mindre av Corona-pandemin 2020. Många sevärdheter hade kortare öppettider eller stängde helt för att anpassa sin verksamhet utifrån rådande restriktioner. Flest besökare hade äventyrsbaden Storsjöbadet (163 366 st) och Holiday Club i Åre (148 367) trots att de minskade antalet besökare med 34% respektive 30%. Jamtli var den 3e största attraktionen år 2020 med 69 124 besökare (65% färre än 2020).

"Besökstalen för Härjedalens Fjällmuseum följer tätt konjunkturen för västra Härjedalen som är ett utpräglat turistområde, skriver Ola Hanneryd, VD för museet. Generellt sett halverades besökstalen under mars och minskade med omkring tre fjärdedelar under april. Antalet verksamhetsbesökare (som passerade kassan) ökade under juli månad med knappt 30 % i jämförelse med 2019. Under augusti och september fick museet färre besökare i jämförelse med föregående år. Totalt sett minskade antalet verksamhetsbesökare med ca 25% och anläggningsbesökarna med ca 47%".

"Sedan 2010 har vi haft 4 000-6 000 besökare per år och under 2020 hade vi 7 500 besökare säger Ida Näslund vid Myskoxcentrum i

Tännäs, Funäsfjällen. Vi minskade storleken på grupperna utifrån restriktionerna, ökade från 3 till 4 visningar per dag, flyttade den inledande utställningen utomhus och vi går inte längre upp i vårt utsiktstorn eftersom det innebär trånga passager. Vi ökade utgifterna med våra löner men fick en fin respons i form av fler gäster med ett ökat antal visningar. Vi gjorde helt enkelt besöket hos oss helt till en utomhusaktivitet och marknadsförde det. Vi fick faktiskt en så bra slant från sommaren så att vi i höstas anlade en damm för myskoxarna i hägnet och under 2021 ska vi rusta upp våra vägar. Under hösten byggde vi om Myskoxcenters stuga så att det under 2021 är möjligt att vara inomhus, men med avstånd", säger Ida Näslund vidare.



Döda Fallet. Foto: Nicklas Blom

Största sevärdheterna besöksmål, antal besök 2019-2020

	2019	2020	Förändring		2019	2020	Förändring
Storsjöbadet, Östersund	247 300	163 366	-34%	Hoverbergsgrottan,			
Holiday Club				Södra Storsjöbygden	3 700	5 000	35%
äventyrsbad, Åre	210 300	148 367	-30%	Frösötornet, Östersund	5 300	4 785	-10%
Jamtli, Östersund	199 000	69 124	-65%	Klövsjö Vemdalens			
Tännforsen, Åre	60 000	67 000	12%	Golfklubb	3 500	4 600	31%
Multichallenge, Östersund	96 500	44 804	-54%	Klövsjö hembygdsgård	3 450	3 311	-4%
Döda Fallet, Ragundadalen	35 000	33 000	-6%	Hede Vemdalens Golfklubb	2 500	3 200	28%
Strömsunds hembygdsgård	30 000	32 000	7%	Ljungdalens hemslöjd	3 450	2 876	-17%
Härjedalens Fjällmuseum,				Frostviken Keramik	3 800	2 500	-34%
Funäsfjällen	51 500	27 677	-46%	Mus-Olles Museum,			
Wikners i Persåsen,				Krokom	2 400	1 197	-50%
Södra Storsjöbygden	28 500	24 000	-16%	Glösa hållristningar,			
Fröjas Oasen i Ås	22 000	22 000	0%	Krokom	4 700	1 196	-75%
Hällingsåfallet, Frostviken	16 500	20 124	22%	Frostvikens Natur-			
Fröa gruva, Åre	15 000	20 000	33%	information, Gäddede	4 700	50	-99%
Utställning,				Frösö kyrka, Östersund	25 000	-	
Turistinfo Ljungdalen	-	15 348		Skärvångens bymejeri,			
Thailändska paviljongen,				Krokom	10 000	10 000	0%
Ragundadalen	8 000	9 000	12%	Byhuset, Krokom	7 500	5 000	-33%
Myskoxcentrum,				Gamla Lanthandeln,			
Funäsfjällen	5 600	7 500	34%	Krokom	6 100	2 500	-59%
Vemdalens hembygdsgård	6 500	6 500	0%	Teknikland,			
				Östersund (stängt 2020)	8 150	0	-100%

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

Jämtland Härjedalens största evenemang

Evenemangen är viktiga för Jämtland Härjedalen. De ökar känslan om Jämtland Härjedalen och genererar gästnätter, intäkter och arbetstillfällen. Andra effekter är ökad sammanhållning och ökad trivsel för både gäster och boende. Utifrån de speciella förutsättningar som gällde kring evenemang år 2020 så ser listan väsentligen annorlunda ut än tidigare år. Gregoriemarknaden hann genomföras ungefär samtidigt som pandemin gav sig till känna 2020. Östersundsrevyn och St Olavsloppet genomfördes som digitala event och Fjällmaratonveckan omorganiserades för att kunna genomföras enligt gällande restriktioner. En stor andel av de övriga evenemangen ställdes helt in eller genomfördes utan publik (t ex Östersundstravet).



Storsjöyrans. Foto: Göran Strand

Jämtland Härjedalens största evenemang 2019-2020

	2019	2020	Förändring		2019	2020	Förändring
Gregoriemarknaden,				Hus- & Hemmässan,			
Östersund	40 000	35 000	-12%	Vemdalen	8 400	—	-100%
Östersundsrevyn	10 100	10 461*	4%	Jämtlands stora pris,			
Fjällmaratonveckan,				Östersund	8 300	(lopp utan publik)	-100%
S Årefjällen	3 000	2 500	-17%	Ovikenveckan,			
St Olavsloppet,				Södra Storsjöbygden	8 000	—	-100%
Ösd – Trondheim	7 000	1 608*	-77%	Fjälltouren, Funäsfjällen	5 500	—	-100%
Alpina VM 2019, Åre	134 700	—	-100%	Joelmässan, Strömsund	5 000	—	-100%
VM Skidskytte 2019,				Åk en mil, vinn en bil,			
Östersund	113 700	—	-100%	Storhogna	3 200	—	-100%
Östersundstravet	23 400	—	-100%	Flyktingloppet, Gäddede	1 900	—	-100%
Åre Höstmarknad	20 000	—	-100%	Åre Extreme Challenge,	1 500	—	-100%
WC Skidskytte, Östersund	16 800	—	-100%	Arctic Cat Cup, Östersund	1 500	—	-100%
Gymkhana Drift, Östersund	10 000	—	-100%	Bluesfestivalen, Östersund	1 300	—	-100%

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

* Digitala evenemang

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.
- Storsjöyrans 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 normalt för knappt 20% av alla kommersiella gästnätter. I och med Coronapandemin är inget sig längre likt.

Olika typer av restriktioner gjorde att resandet från utlandet rasade efter pandemins utbrott i mars 2020. Under 2019 genererades 617 000 utländska kommersiella gästnätter.

2020 är motsvarande siffra 242 000 gästnätter, en minskning med 376 000 motsvarande -61%. Av de 242 000 gästnätterna är 171 000 från årets 3 första månader, medan resterande 71 000 gästnätter för perioden april-december utgör 29% av alla utländska gästnätter. Ett normalt år ligger den andelen på knappt 70%, d v s det omvända förhållandet jämfört med 2020.

Vår viktigaste utlandsmarknad - Norge

Den norska marknaden är alltså den största, men det är samtidigt den marknad som påverkats i särklass mest av pandemin. 2019 uppgick de kommersiella norska gästnätterna till 306 000, 2020 har siffran minskat till 55 000, ett tapp på drygt 80%. Det innebär också att den norska andelen av den totala utlandsmarknaden nu är nere på 23%, vilket ska jämföras med 50% 2019 och 59% 2016, då den norska marknaden var som allra mest dominant.

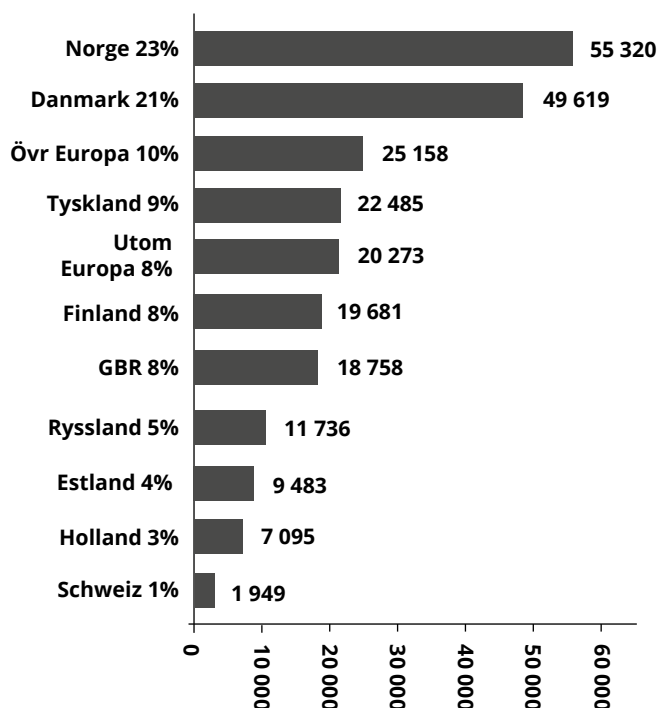
Den danska marknaden landade på knappt 50 000 gästnätter och tappade därmed bara 2 000 gästnätter (-4%). Detta beror främst på en mycket stark utveckling på skidorterna innan

Coronapandemin slog till. Bland andra viktiga enskilda marknader så minskade den tyska från 62 000 till 22 000 (-64%). Finland backar med 14 000 (-41%), medan Storbritannien redovisar -16 000 (-47%). Ryssland (-28%) och Estland (-24%) klarade sig något bättre, till stor del beroende på att en stor andel av besöksvolymerna från dessa marknader är förlagda till första delen av vintern.

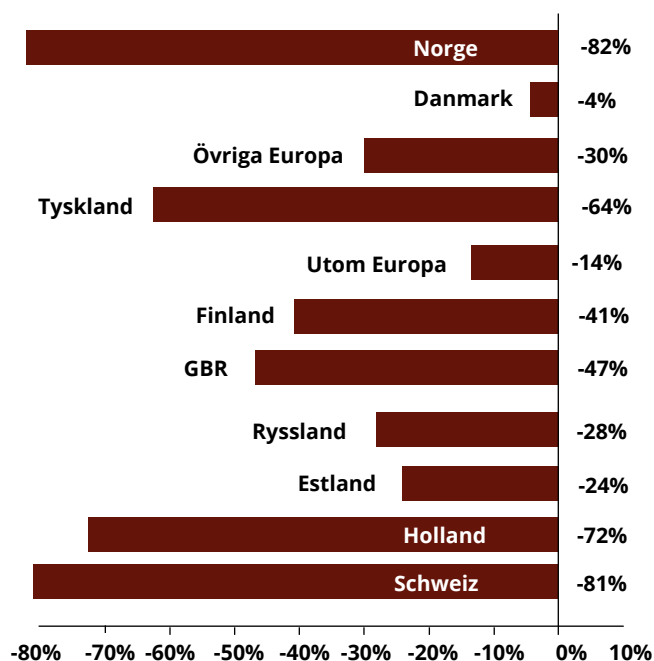
Normalt sett fler internationella gäster sommartid

2019 var 44% av det totala antalet utländska gästnätter förlagda till vinterhalvåret (nov-apr). Detta gäller inte för 2020 och är en direkt effekt av corona-pandemin, vilken helt har förändrat förutsättningarna. Det blir naturligtvis intressant att se hur mönstret kommer att se ut framåt i tiden, när saker och ting "normaliseras". Under normala omständigheter, med exempelsiffror från 2019, kan man konstatera att utpräglade tydliga vintermarknader är Ryssland (96%), Lettland (90%), Estland (86%), Danmark (79%), Finland (74%) och Storbritannien (72%), medan Holland (17%), Tyskland (17%), Schweiz (28%) och Norge (35%) är tydliga sommarknader.

Marknadsfördelning av de totalt 242 000 utländska gästnätterna i Jämtland Härjedalen



Förändring av antal utländska gästnätter i kommersiellt boende jämfört med 2019





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:

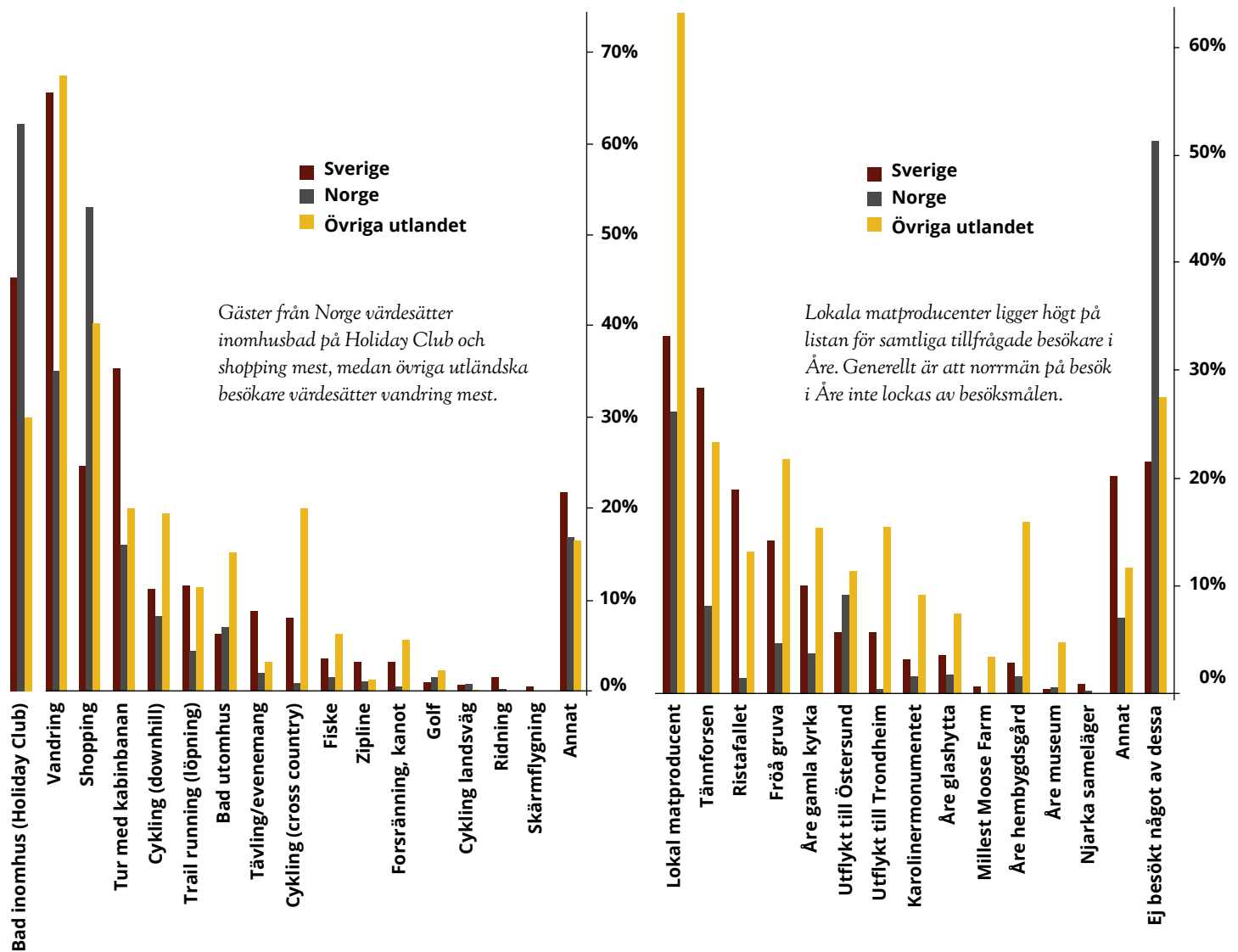
- Stadsliv
- Restauranger
- Shopping
- Äventyrsbad
- Djurpark
- "Familjemys"

Övriga internationella gäster gillar:

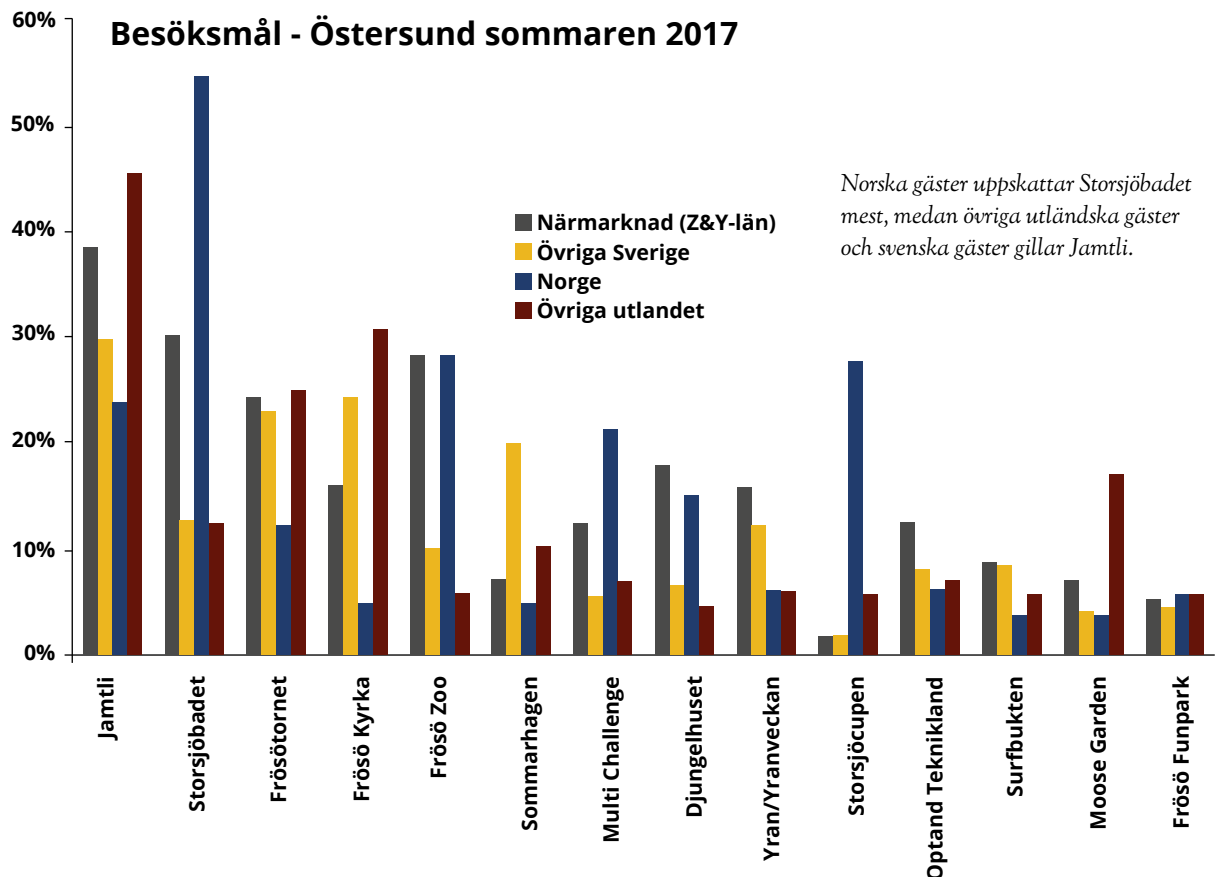
- Kultur
- Historia
- Natur
- Vandring
- Fiske
- Cykling
- Skidåkning
- Vinteraktiviteter vid sidan av skidåkningen

Aktiviteter - Åre sommaren 2018

Besöksmål - Åre sommaren 2018



Besöksmål - Östersund sommaren 2017



Resa hit

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

Tåg

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

Inlandsbanan

Inlandsbanans turisttrafik ställdes tyvärr in sommaren 2020 utifrån pandemiutbrottet. Östersund är en centralort för Inlandsbanan då tågen går söderut och norrut därifrån varje morgon och ankommer varje kväll, vilket oftast medför att resenärerna sover över en natt. Under de 10 veckor trafiken var igång sommaren 2019 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

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 2019/2020 åkte 5 300 personer med Snötåget mellan Mora och Östersund, en minskning med 35% jämfört med säsongen innan med anledning av pandemiutbrottet. (Inlandsbanan)

Snälltåget

Snälltåget erbjuder vintertrafik till bland annat Vemdalen, Åre och Storlien från Malmö, Göteborg och Stockholm. Under vintersäsongen 2019/2020 gjordes ca 32 000 resor via Snälltåget till Jämtland Härjedalen, en minskning med 22% jämfört med 2019 (41 000 resor) på grund av pandemiutbrottet. Av dessa var 3 700 resor till Vemdalen, 2 000 till Östersund och resten till Västjämtland med Åre som dominerande destination. Utöver detta kördes tåg mellan slutet av juli och in i september 2020 med totalt 6 500 resenärer till Jämtland Härjedalen med bl a fjällvandring som målsaktivitet. (Snälltåget)

SJ

2020 åkte ca 127 000 passagerare med SJ till Jämtland, en minskning med 38% (-77 000 passagerare) jämfört med 2019 på grund av pandemiutbrottet. Av dessa 127 000 hade en något mindre andel Östersund som destination (50%) jämfört med 2019 (55%). Något fler hade västra Jämtland som slutmål (47%) jämfört med 2019 (40%). Av resenärerna åkte 35% under vintersportsäsongen

februari-april (33% 2019) och 23% under sommarperioden; mitten av juni – mitten av september (33% 2019). (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 under ett normalår från Stockholm 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 Stockholm Arlanda.

Totalt reste 140 572 passagerare till/från Åre Östersund Airport 2020 (-70% jmf med 2019) varav 9 982 utrikes. Totalt gjordes 1 230 landningar vid flygplatsen varav 73 med utländsk avreseort. Minskningen i antalet landningar uppgick till -65% jämfört med 2019 på grund av pandemiutbrottet. (Swedavia)

I tillägg till Åre Östersund och Sveg flygplatser kan resenärer till regionen under ett normalår 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 under ett normalår från omkring 40 destinationer (varav ca 10 st utanför Norge) beroende på säsong. 2020 tappade Avinor 6 av 10 passagerare utifrån omständigheterna. (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 chartertrafik under 1990- och 2000-talet. Till Åre vintertid: 2001 från Ryssland och Finland, 2002 från England, 2005 från Danmark och 2010-2011 från Holland. Gemensamma satsningar gjordes från Schweiz och Tyskland sommardag 2001-2006. Östersund satsade från 2005 på Holland via reguljärflyg och samarbetade med Åre kring Hollandscharter 2010-2011. 2010 gjordes chartersatsningar till Lofsdalen från Danmark via Svegs flygplats och till Funäsfjällen från Stockholm via Röros flygplats i Norge.

2016 startade reguljära turer med easyJet till Åre/Östersund airport från Gatwick/London. 2017 kompletterades vintertrafiken via easyJet med en linje från Köpenhamn och vintern 2019/2020 från Berlin. Samtliga dessa linjer trafikerade regionen från december till mars med 1-2 rotationer per vecka från respektive avreseort. Cirka hälften av gästerna på rutter mot Jämtland Härjedalen fortsatte vidare till Åre, övriga besökare återfanns

på såväl stora som mindre resmål i regionen, några gäster reste sedan vidare med tåg.

Även andra flygbolag ökade samtidigt antalet resenärer mot Jämtland Härjedalen via Vaernes/Trondheim och Arlanda/Stockholm. 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 en kombination av skidåkning och andra aktiviteter är reseanledningen. Resemönstret har inneburit att nya upplevelser utvecklats hos aktivitetsbolagen och även nya företag har startats med fokus på den internationella gästen.

Med anledning av Covid-19 har en stor del av den internationella flygtrafiken pausats/upphört 2020 på samtliga flygplatser som vår näring nyttjat som noder. Fortsatta kontakter samt internationell bearbetning fortsätter med syfte att försöka återuppta de flyglinjer som tros vara lönsamma post Corona.

Buss och bil

Vägarna E14 mellan Sundsvall och Trondheim, Norge, tillsammans med E45 mellan Italien (Göteborg) och Karesuando är de största vägarna som leder till och genom Jämtland Härjedalen. Från de stora genomfartsvägarna finns ett nät av mindre vägar.

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.

Sveriges högst belägna allmänna väg går över Flatruet mellan Ljungdalsfjällen och Funäsfjällen, 975 m ö h.

Bussen Härjedalingen tar resenärer från Mälardalen till Lofsdalen, Funäsfjällen, Vemdalen och Östersund. Årebussen (Viatour) hämtar resenärer från Stockholm, Uppsala, Gävle och Sundsvall till Åre. Härjedalingen samarbetar med Flixbus som äger Swebus Express för att gäster ska kunna åka på en och samma biljett från sin avreseort till Jämtland Härjedalen. I tillägg till fjärrtrafik med buss finns regionaltrafik via Länstrafiken i Jämtland Härjedalen och lokalt Stadsbussarna i Östersund. I destinationerna Åre, Funäsfjällen och Vemdalen finns skidbussar vintertid.



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

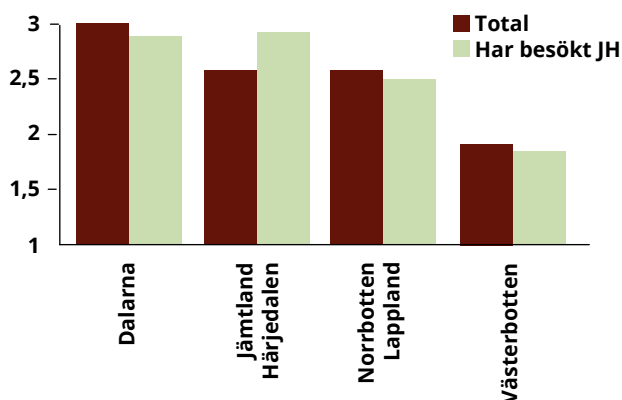
På den öppna/spontana frågan om vilka orter/platser som man förknippar med norra Sverige utmärker sig i första hand Östersund och Åre. Båda är dock tydligt distanserade av Kiruna, Luleå och Umeå. Man kan anta, utifrån frågans formulering där norra Sverige är referensen, att framförallt Kiruna "gynnas" 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, medan Jämtland Härjedalen delar andra platsen med Norrbotten Lappland, medan Västerbotten hamnar på en tydlig fjärde plats. Förutom intresse/attraktivitet påverkas den här

Rangordning av regioner utifrån attraktivitet/intresse

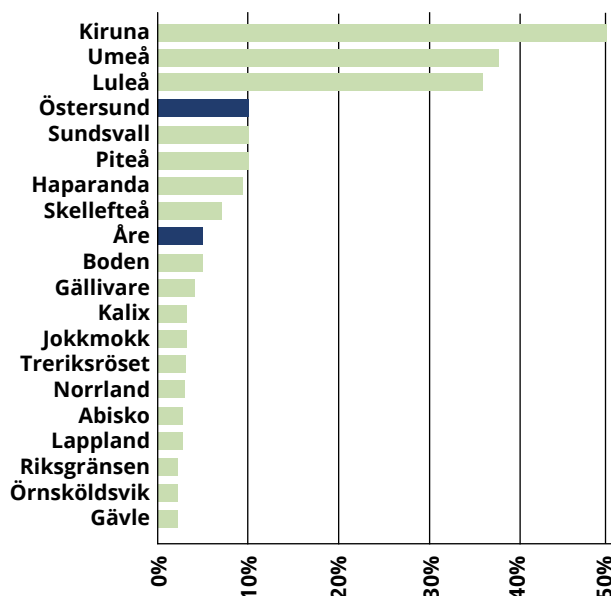


frågan av det geografiska avståndet, vilket i det här fallet torde gynna Dalarna, som ligger närmare stora befolkningscentra, vilket i sin tur innebär att det finns en starkare koppling/relation. Detta bekräftar av det faktum att svarande som någon gång har besökt Jämtland Härjedalen rankar regionen som mest intressant/attraktivt.

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.

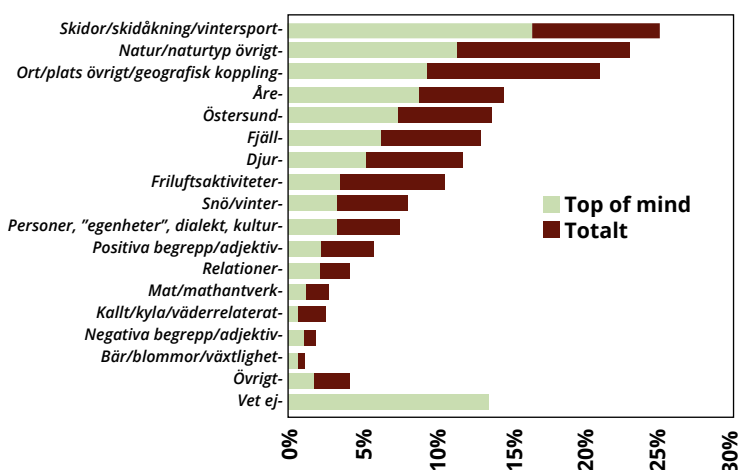
Spontana associationer - orter/platser i norra Sverige (totalt- upp till 3 svar per respondent)



Spontana associationer till Jämtland Härjedalen (totalt- upp till 3 svar per respondent)



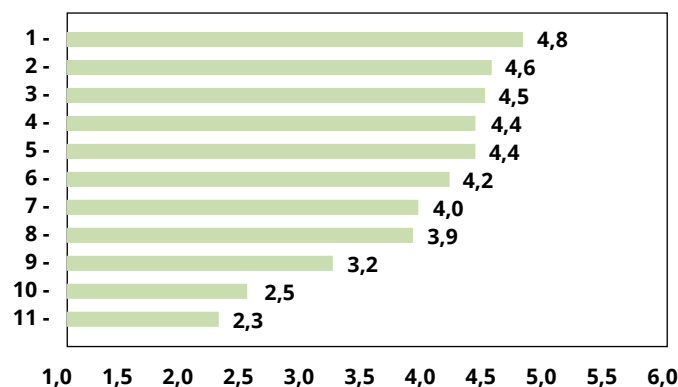
Spontana associationer till Jämtland Härjedalen kategoriserat ("top of mind" och totalt- upp till 3 svar per respondent)



Deltagarna i enkäten har även värderat bilden av Jämtland Härjedalen genom att gradera ett antal positivt laddade påståenden (1-6, där 6 innebär "instämmer helt"). Sammanfattningsvis så framträder en i allt väsentligt positiv bild av Jämtland Härjedalen. Samtidigt kan man konstatera att kunskapen och kännedomen inte är påfallande hög, men fullt naturlig utifrån att det handlar om en "bred" målgrupp, den svenska allmänheten. Kunskapen/

Bilden av Jämtland Härjedalen - påståenden med instämmelegrad 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 frågor 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 därefter 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.

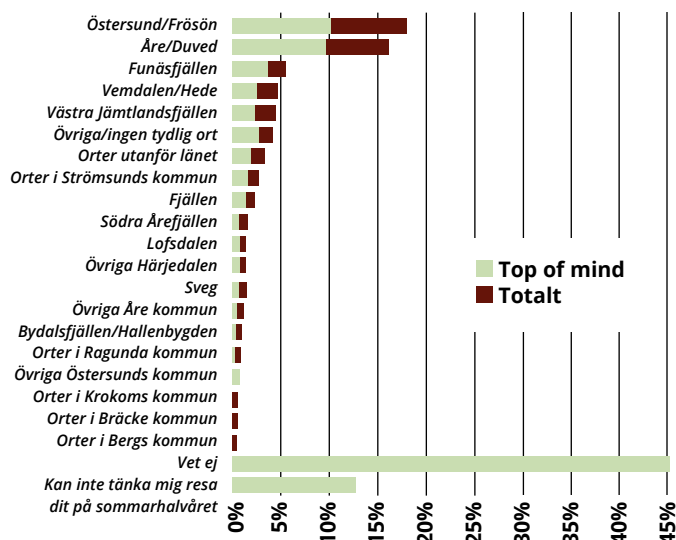
Marknadens intresse - resmål och sommarupplevelser

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.



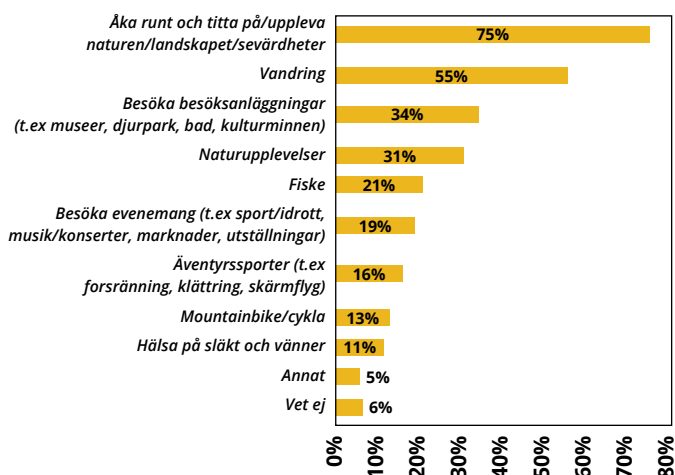
Fjällvandring. Foto: Niclas Vestefjell

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 besöksfarenhet och en relation till regionen. Bland dem som besökt Jämtland Härjedalen de senaste 5 åren utmärker sig också fiske och vandring i viss utsträckning.

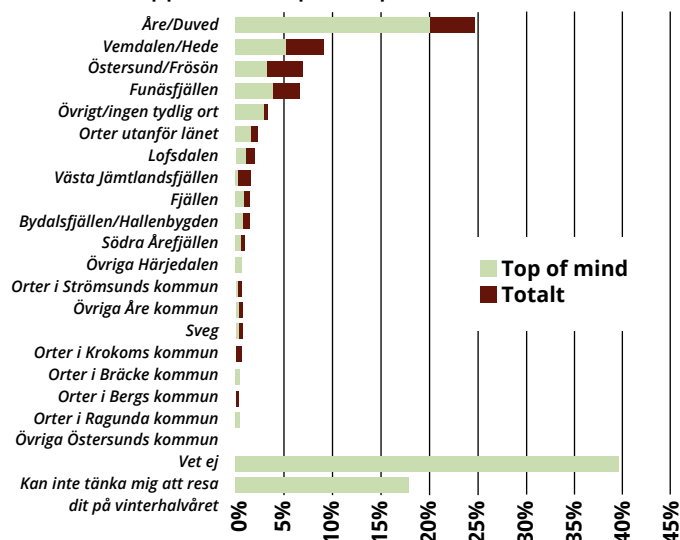
Se/göra/uppleva vid en eventuell sommarresa till Jämtland Härjedalen



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 Lofsöfjällen, 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)

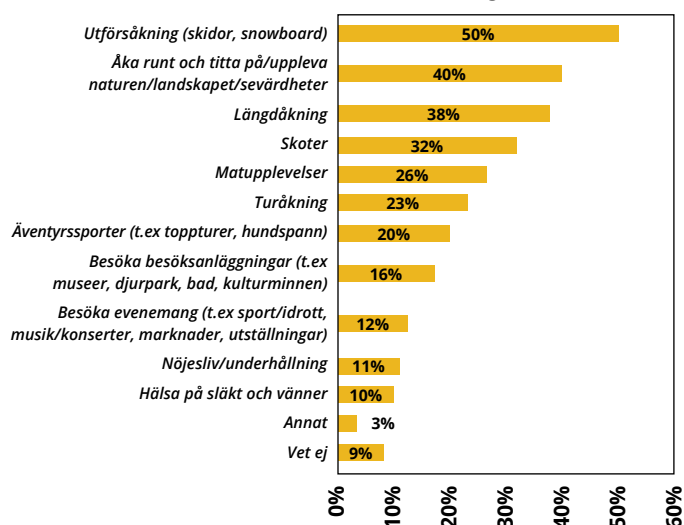


Utförsåkning är det som är mest intressant under ett eventuellt vinterbesök och anges av 50% av de svarande, 75% bland dem som har besökt Jämtland Härjedalen de senaste 5 åren. Därefter följer "åka runt och titta på/uppleva naturen/landskapet/sevärdheter" (40%), det vill säga det som är mest intressant 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.

*"Utförsåkning är största
reseanledningen vintertid i
Jämtland Härjedalen"*

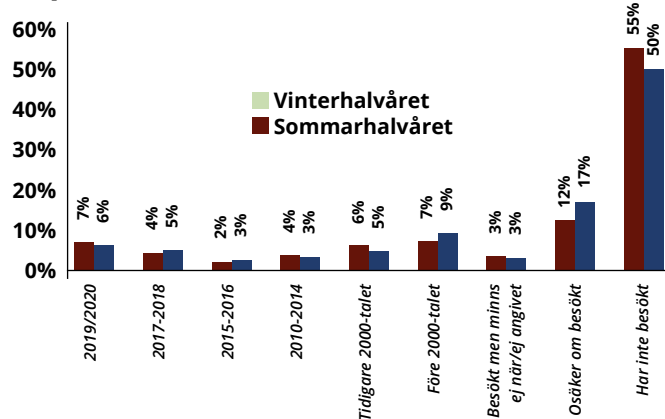
Se/göra/uppleva vid en eventuell vinterresa till Jämtland Härjedalen



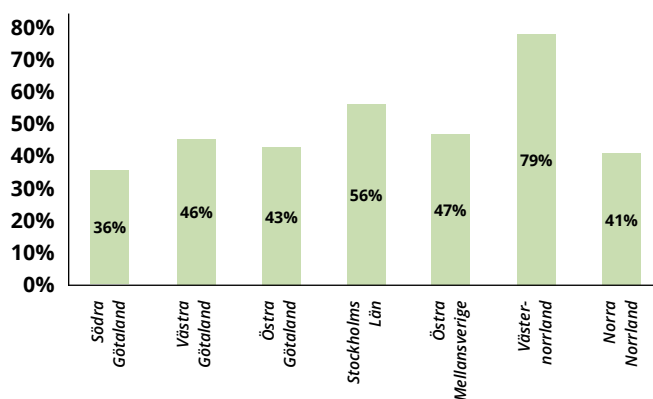
Marknadens besökshistorik

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 "färsk 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



Pyramiderna. 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 under ett normalår 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.

”Under pandemiåret 2020 upplevde fjälldestinationerna en jämnare belägningsgrad, än under ett normalår. Troligen beroende på att fler tog chansen att kombinera en fjällvistelse med distansarbete.”



Åreskutan från Fröå gruva. Foto: Sandra Lee Pettersson



Marika välkomnar gäster till Jormvattnets Fiskecamp. Foto: Mats Lind

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. Vi är medvetna om att dessa mönster kan förändras efter pandemin, men så här såg det ut före utbrottet.

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

Skapa kännedom om våra resmål

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

Rekommendationer från vänner och bekanta

Både kännedom om och bilden av ett resmål är något som i de flesta fall byggs upp över tid, även om det också kan handla om snabba processer. Exponering i olika typer av media, det man får höra och se (t ex i sociala medier) 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.

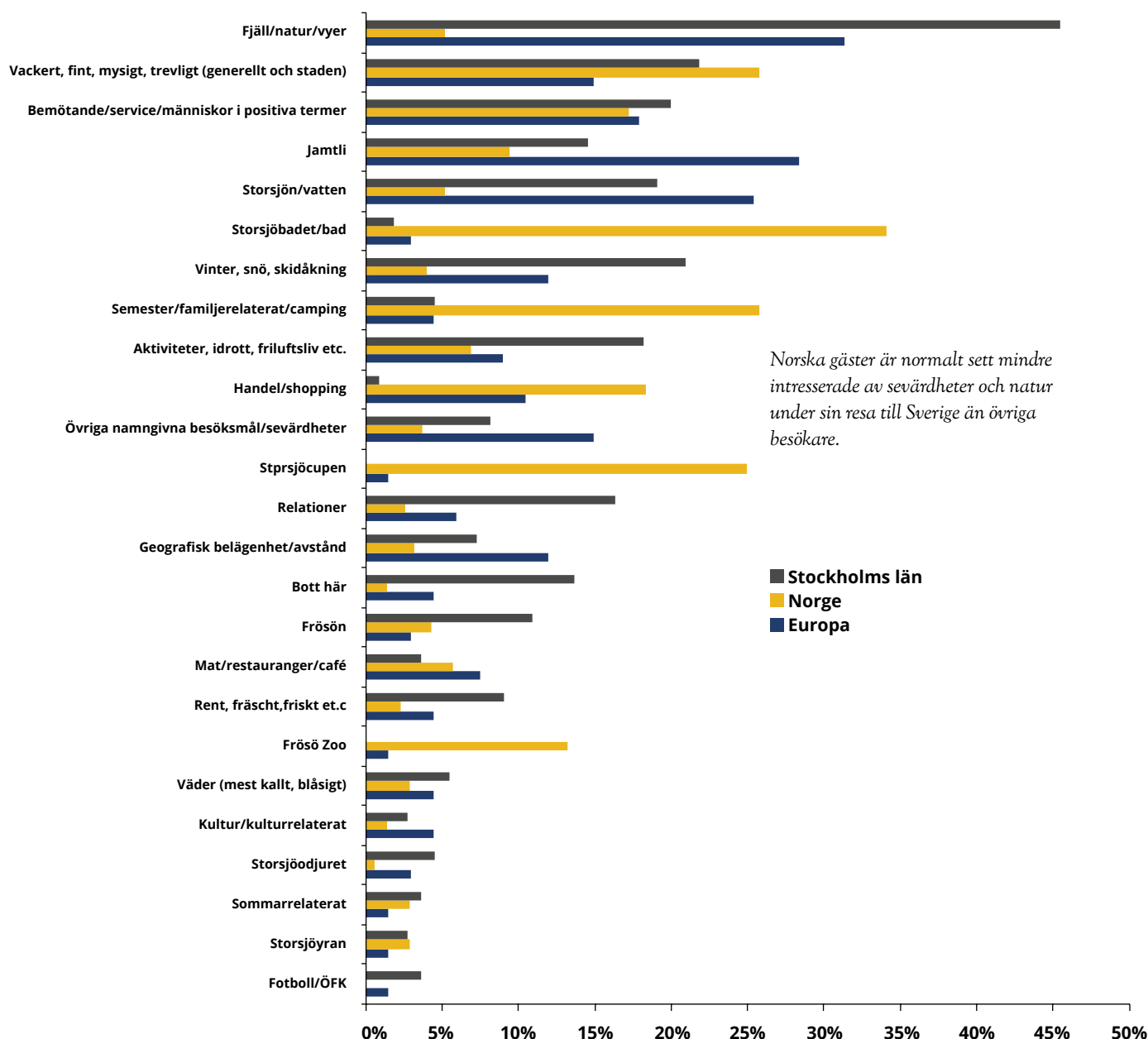
Nya gäster till följd av pandemin

Till följd av pandemin och restriktioner kopplade till denna kunde vi se ett ökat intresse för Hemester och Svemester samt friluftsliv med delvis helt nya gäster för regionen. Med tanke på gästnattsutvecklingen så ser det ut som om en relativt stor andel svenskar känner till Jämtland Härjedalen och att pandemin nu fick dem att ta steget att göra en resa. Det kommer att bli intressant att se om dessa nya gäster kommer att bli återkommande.

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 – före pandemin. För att 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.

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



Drivkrafter för en sommarresa

Särskilt intressant är det att studera och analysera likheter och skillnader mellan de olika marknaderna. Vissa saker uppvisade små skillnader, exempelvis avkoppling/vila, mat- och restaurangupplevelser och besöksanläggningar när det handlar om generella drivkrafter för en sommarresa i Sverige. Andra faktorer, exempelvis sevärdheter/natur, umgänge/sociala relationer, shopping, sol/bad/värme uppvisar betydande skillnader mellan de olika marknaderna. Norska gäster är mindre intresserade av sevärdheter och natur under sin resa till Sverige än övriga besökare i undersökningen som utfördes 2017.

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.

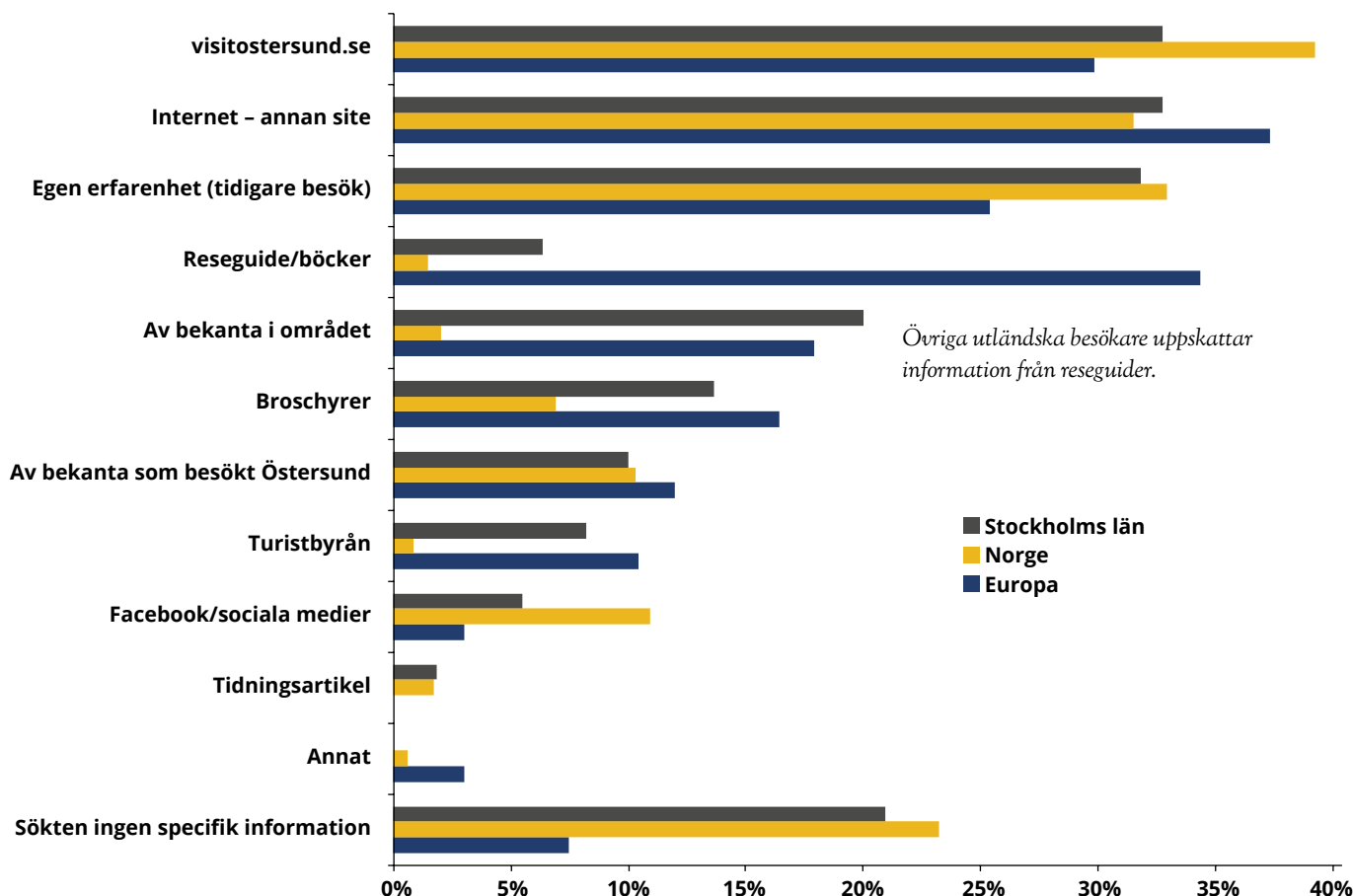
Även bilden av Östersund ser väsentligt olika ut för de olika marknaderna, särskilt den norska marknaden avviker kraftigt. Det avspeglar sig tydligt när det handlar om frågan varför man primärt besökte Östersund. Den norska gästen uppskattar Storsjöbadet, evenemang och att umgås med familjen, medan övriga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

Kontentan är att det är viktigt med omvärldsbevakning och att följa trendutveckling för 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.



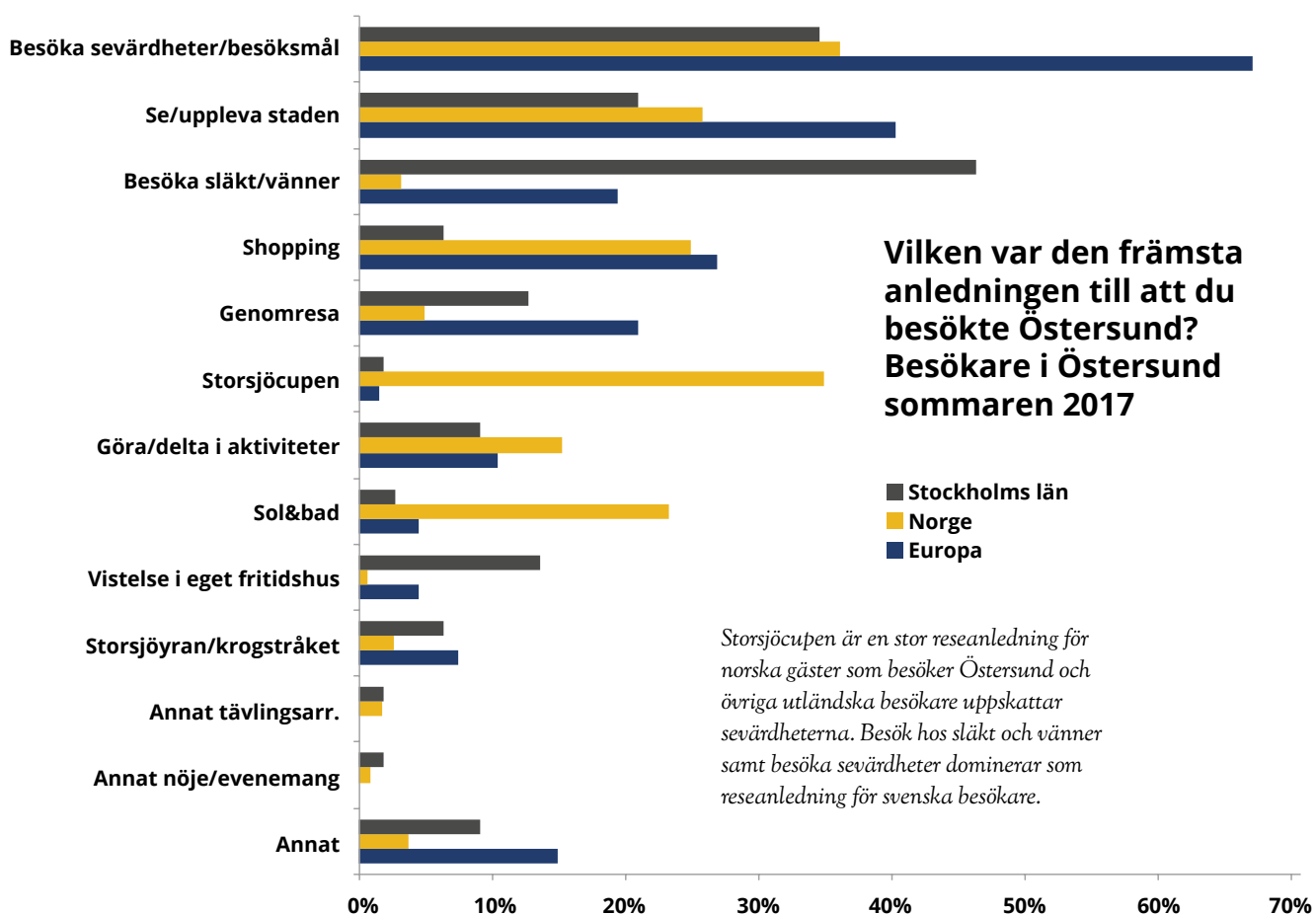
Restaurangbesök i Östersund. Foto: Sandra Lee Pettersson

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





Kajakpaddling vid Norderön. Foto: Erika Enequist



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 100 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 var 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%.

Vemdalens turistinformation ökade antalet besökare med 6 606 personer (+62%) under 2020, från 10 597 år 2019 till 17 203 under 2020. Särskilt många gäster hade turistinformationen vecka 25-29 då antalet gäster fördubblades jämfört med året innan.

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.

Viktigt vid informationsbehov på plats i en destination

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.

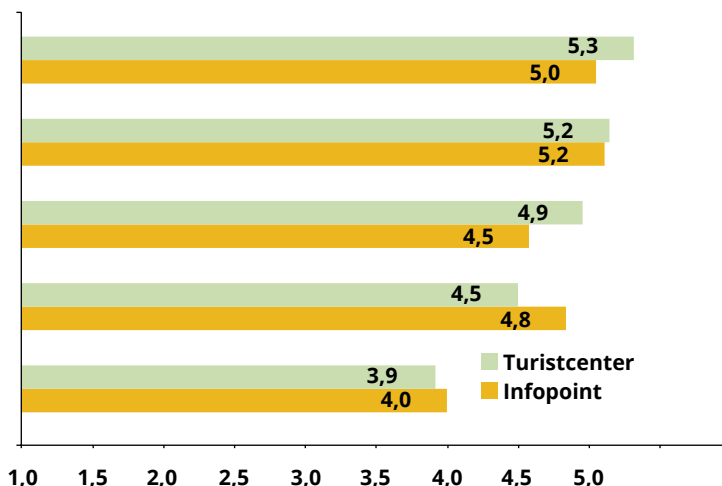
Personlig kontakt som kan ge information, tips och idéer

Skyltning/informationstavlor på besöksmål som ger information om platsen

Tillgång till tryckt information (broschyr, kartor etc.)

Tillgång till digital information på dator/läsplatta och/eller mobil

Interaktiv information i mobil/läsplatta via Appar som känner av var jag befinner mig och kan ge information om platsen



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 samlat vid en jämförelse mellan destinationerna jämfört med hur det såg ut för 5-10 år sedan, trenden på de destinationer som gör mätningar regelbundet är dessutom positiv.

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

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

Sommargästernas helhetsbetyg

Färskasommarundersökningar från Åre (2018), 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.



Skridskoåkning Ännsjön. Foto: Anette Andersson.

BESÖKSNÄRINGEN I JÄMTLAND HÄRJEDALEN

"Ledande inom natur-baserade upplevelser"



Besöksnäringen är en basnäring som varje år omsätter:



4%
Av turismomsättningen i Sverige

Besöksnäringen genererar varje år:



-16% **4.220** **2.460** -16%
Direkta arbeten Indirekta arbeten



150

MAT-PRODUCENTER



Fakta om turismen i Jämtland Härjedalen 2020. Illustration: Aloq



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