

Nulägesanalys

Ett och ett halvt år med Covid-19 Jämtland Härjedalen

En rapport från projekten:
Besöksnäringens roll för regional utveckling 2.0
Morgondagens medarbetare 2.0.

Östersund november 2021
Klyo AB och Nordanalys AB

REGION
**JÄMTLAND
HÄRJEDALEN**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projekten Besöksnäringens roll för regional utveckling 2.0 och Morgondagens medarbetare 2.0, genomförs av Jämtland Härjedalen Turism med stöd från Region Jämtland Härjedalen och den Europeiska regionala utvecklingsfonden.

Innehållsförteckning

SAMMANFATTNING	4
1 INLEDNING OCH BAKGRUND	8
1.1 UPPDRAGET	8
1.2 RAPPORTEN	8
1.3 METODER	9
1.3.1 OMVÄRLDSANALYS	9
1.3.2 STATISTIK	9
1.3.3 INTERVJUSTUDIE	9
1.3.4 BESÖKSNÄRINGSANEL	10
1.3.5 ANALYS OCH REKOMMENDATIONER	10
2 INNAN PANDEMIN OCH FÖRSTA TIDEN MED PANDEMIN	11
2.1 BESÖKSNÄRINGEN FÖRE PANDEMIN	11
2.1.1 LÄGET VID PANDEMINS BÖRJAN	11
2.1.2 TRENDER REDAN FÖRE PANDEMIN	12
2.2 BESÖKSNÄRINGEN HÅRT OCH DIREKT DRABBAD	12
2.2.1 JÄMTLAND HÄRJEDALEN	13
3 UNDER PANDEMIN	15
3.1 PANDEMIN I SIFFROR	15
3.1.1 PANDEMIN HAR SLAGIT OLIKA HÅRT	15
3.1.2 I RELATION TILL OMVÄRLDEN	20
3.1.3 UTLANDSMARKNADEN	23
3.1.4 ÅTERHÄMTNINGEN	25
3.1.5 SAMMANFATTNING AV STATISTIK FRÅN JÄMTLAND HÄRJEDALEN	31
3.2 VAD SÄGER BESÖKSNÄRINGEN I JÄMTLAND HÄRJEDALEN?	33
3.2.1 PANDEMINS GENERELLA PÅVERKAN	34
3.2.2 PANDEMINS PÅVERKAN INOM NÅGRA SPECIFIKA OMRÅDEN	35
3.2.3 TRE OLIKA TYPDESTINATIONER	39

4	TIDEN EFTER PANDEMIN	42
4.1	EN FRAMTID MED MÅNGA FRÅGETECKEN	42
4.2	SCENARIER FÖR FRAMTIDENS RESANDE	43
4.3	TRENDER SOM FÖRSTÄRKTS AV PANDEMIN	43
4.4	TRENDER OCH SCENARIER AKTUELLA FÖR JÄMTLAND HÄRJEDALEN	44
4.4.1	JHT:S OCH JÄMTLAND HÄRJEDALENS SCENARIOARBETE	45
4.4.2	VIKTIGA FRÅGESTÄLLNINGAR FÖR BESÖKSNÄRINGEN I JÄMTLAND HÄRJEDALEN	46

Sammanfattning

Vid tiden för pandemins utbrott, tidigt under år 2020, hade besöksnäringen haft flera år av stark utveckling och ökat resande. Den positiva utvecklingen för turismen gällde också för Jämtland Härjedalen, där inte minst Östersund och fjälldestinationerna uppvisat en positiv utveckling de senaste åren. Många destinationer är i hög grad beroende av turismen när vi ser till omsättning och sysselsättning. Jämtland Härjedalen är, och har länge varit, en turismintensiv region.

När coronaviruset spred sig över Sverige påverkades turismen omedelbart och omfattande. Statliga restriktioner som i flera steg begränsade antalet närvarande vid allmänna sammankomster, tillsammans med införande av reserestriktioner, inskränkningar för restauranger och stängda gränser, innebar att nästan allt långväga resande ställdes in. I turismintensiva regioner som Jämtland Härjedalen var pandemins effekter extra påtagliga, inte minst då länets skidanläggningar stängdes inför påsken 2020.

EFFEKTER, ANPASSNINGAR OCH FÖRÄNDRINGAR

Baserat på statistik, enkät och intervjuer med företrädare från flertalet destinationer och kommuner i regionen, synliggörs några tydliga effekter som iakttagits oavsett geografiskt läge, storlek eller styrkan i det turistiska varumärket. De allra flesta av dessa effekter och förändringar känns igen från den nationella nivån, likväl som i Jämtland Härjedalen, med en rad nödvändiga anpassningar som följd. Det vanligaste anpassningarna har varit permitteringar, digitalisering, ökat tillgängliggörande, insatser för begränsad smittspridning och ökad information. Många berättar om en ökad arbetsbelastning, ökad samverkan och ökad uppvaktning från media.

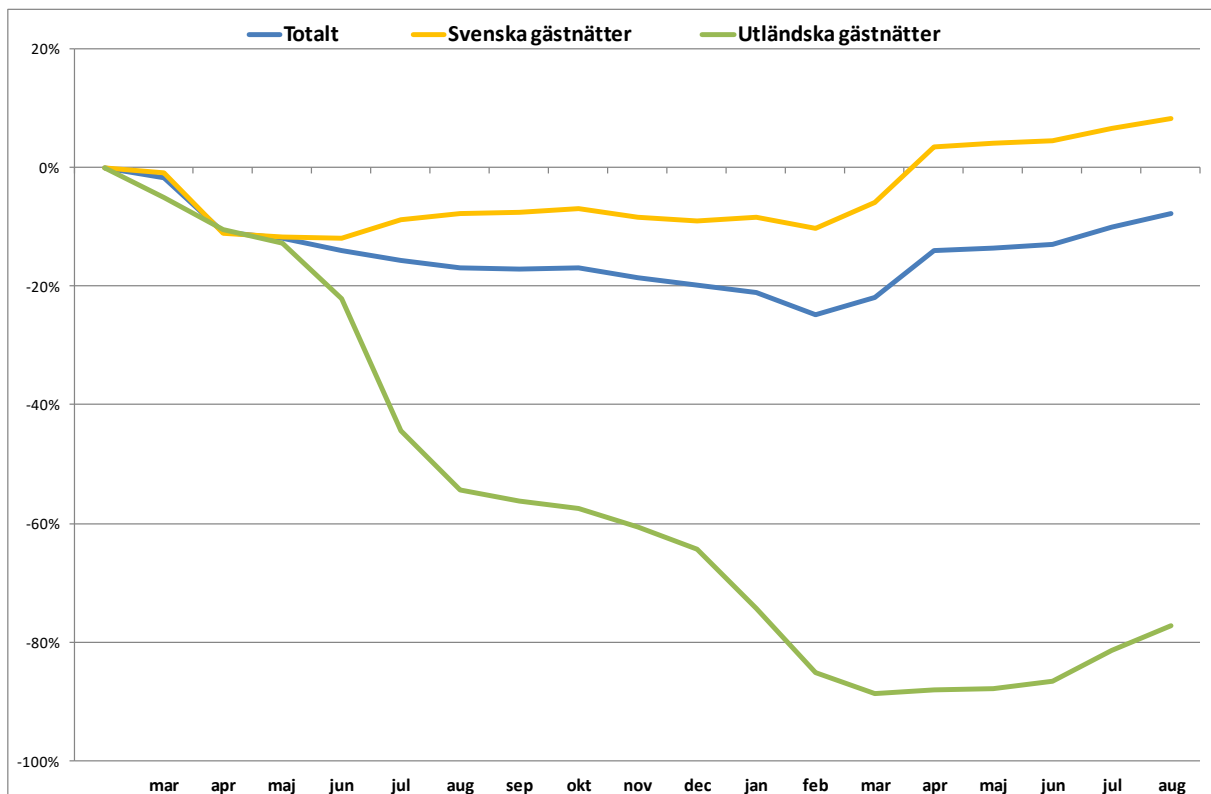
Ur ett besökarperspektiv märks en ökad efterfrågan till flera av länets destinationer, där inte minst storstadsboende upplever Jämtland och Härjedalen som relativt säkert och en plats för utomhusaktiviteter. Det syns också en ökning i att använda bilen som färdmedel och en ökning i nyttjandet av egna fritidshus.

Jämtland Härjedalen kan sammantaget sägas ha klarat sig relativt väl genom pandemin med några undantag. Flera destinationer uppvisar en ökning av antalet besökare, inte minst sommartid. Hårdast drabbade är destinationer med stort beroende av handel, affärs- och konferensgäster samt större evenemang. I rapporten presenteras tre typdestinationer som påverkats olika under pandemins första ett och ett halvt år. De tre typdestinationerna är: 1) Större destinationer som lockar både besökare och personal, 2) städer (stad) som ännu inte märkt av en återhämtning av besökare och därför inte haft behov av att rekrytera personal, samt 3) mindre destinationer som lockar besökare, men har svårare att konkurrera om personal.

PANDEMIN I SIFFROR

Delar av länet likväl som många enskilda aktörer har genomgått en mycket tuff period. Samtidigt har flera av de större fjälldestinationerna gjort en snabb återhämtning för att nu ligga på all-time-high. Ett antal gynnsamt påverkande omvärldsfaktorer, i kombination med en stark intern kraftsamling har gjort att framför allt Lofsdalen och Vemdalen ligger på tydliga plussiffror när vi studerar den kommersiella gästnattsstatistiken. Även Funäsfjällen ligger nära plus och tar vi hänsyn till det ökade nyttjandet av fritidshusboendet så handlar det totalt sett om plussiffror även där. Även södra Årefjällen har haft en fin utveckling, medan Åres kommersiella gästnattsiffror ännu inte återhämtat sig helt. Viktiga förklaringar är större beroende av utländska gäster, tillsammans med uteblivna konferenser och möten. Liksom i övriga fjälldestinationer har nyttjandet av eget fritidshusboende ökat markant och på så sätt delvis kompenserat för minskningen av kommersiella gästnätter.

Gästnattsutveckling ackumulerade 12-månadersperioder jämfört med referensperioden mars 2019 - februari 2020. Hela Jämtland Härjedalen.



För Jämtland Härjedalen kan vi se att den totala gästnattsutvecklingen fortfarande ligger på minus, men att återhämtningen har varit stadig sedan februari (-24 %) till -7 % i augusti. De svenska gästnätterna hamnade på plus redan i april efter en stark återhämtning under den gångna vintersäsongen. Däremot, de utländska gästnätterna har visat på "stabila" negativa siffror. Det är först under juli och ännu lite tydligare i augusti, som man kan se en tendens till vändning, vilket i hög grad sammanfaller med att reserestriktionerna successivt minskade och upphävdes.

TIDEN EFTER PANDEMIN

Den globala påverkan från pandemin på besöksnäringen har, och kommer att få fortsatta konsekvenser för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. Framtida resandemönster, attityder, beteenden och trender är idag mer osäkra än innan pandemin, och som flertalet scenarier visar, mycket svåra att förutsäga. Under den närmsta framtiden kommer vi sannolikt att få se en mix av gamla och nya trender. Något som ställer krav på en mer resilient regional besöksnäring som bygger på gränsöverskridande samverkan, kunskap och anpassningsförmåga.

Förändringar och utveckling krävs på utbudssidan gällande t.ex.:

- Kompetens
- Ledarskap
- Arbetskraftsförsörjning
- Innovationskraft

Förändringar och utveckling krävs på efterfrågesidan där en förändrad efterfrågan och kravbild ger nya förutsättningar för t.ex.:

- Marknadsföring
- Finansiering
- Transportlösningar.

Utvecklingen Jämtland Härjedalen

Signalerna inför vintersäsongen 2021/2022 på skiddestinationerna i Jämtland Härjedalen är fortsatt positiva. Samtidigt kan vi nog förvänta oss att en del av de "nya gäster" som hittade till Jämtland Härjedalen förra vintern, givet att inget dramatiskt händer framöver, kommer att resa utomlands i vinter. Det är troligt att förvänta sig en mycket offensiv marknadsföring från stora destinationer, inte minst i Europa, i ambition att försöka återta det man har tappat under pandemin.

Tittar vi lite längre fram, mot sommaren 2022, finns det kanske anledning att förvänta sig en viss avmattning för fjälldestinationerna. För en del av de "nya gästerna" som lockats de senaste två somrarna har valet sannolikt styrts av restriktioner såsom stängda gränser. Om vi återgår till en mer normal situation under kommande sommar är det rimligt att anta att en hel del av dessa gäster återgår till ett annat resmönster. Samtidigt har destinationerna förhoppningsvis hittat nya gäster som upptäckt och uppskattat det nya och därmed också gärna vill återkomma. För Östersund och andra delar av regionen utanför fjälldestinationerna är förhoppningen att en återstart av främst evenemang och handel i kombination med en ökade tillströmning av utländska gäster, återigen kan få fart på näringen.

TENDENSER OCH FRÅGESTÄLLNINGAR FÖR BESÖKSNÄRINGEN I JÄMTLAND HÄRJEDALEN

Besöksnäringen skiljer sig markant mellan geografiska områden i Jämtland Härjedalen. Även pandemins påverkan har fått väldigt olika konsekvenser i olika områden och för olika verksamheter. Jämtland Härjedalen borde över tid kunna stå sig bra i konkurrensen tack vare profilen med natur, utomhusaktiviteter och destinationer som upplevs som relativt små och säkra, men det kommer kräva fortsatt utveckling, anpassning och samverkan. Nedan summeras några tendenser åtföljda av frågeställningar i syfte att kunna påverka och utveckla turism och besöksnäringen i Jämtland Härjedalen.

Ökat resande till glesare regioner, och mindre destinationer till förmån för storstadsregioner.

- Hur tar vi tillvara på denna möjlighet? Kan det göras gemensamt inom länet och tillsammans med andra regioner? Hur gör vi det på ett hållbart sätt?

Störningar, som mindre kriser och större katastrofer kan ge större påverkan på resande och turism än tidigare då människor idag blivit mer riskmedvetna. Hur kan vi hålla denna insikt och kunskap aktuell?

- Är det något som det offentliga tillsammans med lokala och regionala destinationsorganisationer kan bidra till medan företagen fokuserar på affärsmässiga mål?

Pandemin har påskyndat digitaliseringen inom besöksnäringen, vilket påverkar branschens kompetensbehov och ger nya affärsmöjligheter.

- Kan gemensamma satsningar med offentliga medel inom detta område fortsätta att driva på utvecklingen för att skapa en starkare konkurrenskraft?

Trygghet och säkerhet har fått ökad uppmärksamhet under pandemin. Något som destinationer behöver utveckla och synliggöra.

- Många destinationsbolag och samverkansaktörer har tagit ett stort ansvar i detta arbete. Finns det möjligheter till ett gemensamt lärande och erfarenhetsutbyte?

Dessa och andra strategiska övervägningar blir viktiga att fånga i det fortsatta strategiarbetet.

1 Inledning och bakgrund

1.1 Uppdraget

Uppdraget har genomförts efter upphandling av Jämtland Härjedalen Turism med utgångspunkt i de båda projekten: *Morgondagens medarbetare 2.0* (MMA) och *Besöksnäringens roll för regional utveckling 2.0* (BRRU). Uppdraget har sträckt sig från maj 2021 till november 2021 och omfattade 164 timmar. Arbetet har genomförts som ett samarbete mellan Lars Häreblad på Nordanalys AB samt Per-Anders Nybond och Robert Pettersson (underleverantör, Pettersson Academy) på Klyo AB.

Uppdragets syfte var att genom omvärldsanalys, statistiska data samt intervjuer och enkäter med lokala företrädare för besöksnäringen genomföra en nulägesanalys för turist och besöksnäringen i Jämtland Härjedalen ett och ett halvt år efter pandemins utbrott. Analysen innefattar de båda perspektiven *kompetens- och personal* (MMA) samt *ekonomiska effekter* (BRRU). Personal- och kompetensperspektivet inkluderar sysselsättningseffekter, kompetensförflyttning och kompetensbehov, besöksnäringens arbetsmarknad, förändring av tjänster samt ledarrollen. Det mer övergripande ekonomiska perspektivet innefattar frågor som pandemins övergripande effekter på besöksnäringen i Jämtland Härjedalen, distansarbete, nyttjande av fritidsboende samt efterfrågeeffekter och pris, transportsätt samt hållbarhet.

1.2 Rapporten

Upplägget i rapporten har delats upp i fyra delar. Först ges en kort inåkning för tiden innan, och precis i början av, pandemin där läsaren får en bild av den generella utvecklingen för branschen samt trender för turist och besöksnäringen. Därefter redogörs för tiden under pandemin, vilket utgör huvuddelen av rapporten. Denna del innehåller både en kvantitativ beskrivning av utvecklingen under pandemin i Jämtland Härjedalen samt en intervjustudie som kompletterar och beskriver den kvantitativa bilden. Vidare synliggörs också pandemins globala påverkan och internationella trender. Slutligen följs detta av en framåtblickande del samt en avslutning med slutsatser och rekommendationer.

1.3 Metoder

1.3.1 Omvärldsanalys

Uppdraget startade med en omvärldsanalys för att belysa skeenden, trender och scenarier samt nuläget under pandemin. Denna del tog sin utgångspunkt i egna och andras studier, trendrapporter och analyser från pandemins utbrott fram till idag. I föreliggande rapport sammanfattas pandemins övergripande påverkan på resor och turism. Fokus i analysen ligger på:

- ändrade resmönster
- förskjutningar i attityder
- förskjutningar i beteenden
- trender under pandemin
- framtida scenarier.

1.3.2 Statistik

För att undersöka och analysera de direkta effekterna av pandemin i termer av gäster, omsättning, sysselsättning etc. från pandemins start fram till och med sommaren 2020 i Jämtland Härjedalen har en statistisk analys genomförts. Fokus i detta arbete har varit:

- sammanfattning och vidare analys av tidigare framtagna uppgifter
- komplettering med uppgifter från vinter- och sommarsäsongen 2021
- komplettering med företagsuppgifter (omsättning).

1.3.3 Intervjustudie

I syfte att komplettera och bättre beskriva den statistiska bilden genomfördes en intervjustudie genom ett antal digitala gruppintervjuer (fokusgrupper) med personer från ett flertal destinationer, platser och kommuner i Jämtland-Härjedalen. Dessa fokusgruppintervjuer har dessutom kompletterats med expertintervjuer och underlag från företagsintervjuer genomförda inom ramen för projektet MMA 2.0.

Intervjuerna utgick från de intervjuer som genomfördes av JHT och ETOUR under 2018-2019 inom ramen för det dåvarande projektet *Besöksnäringens roll för regional utveckling*. I denna uppföljande studie genomfördes fem gruppintervjuer med 2-4 personer per tillfälle. Gruppintervjuerna genomfördes av upphandlade konsulter med deltagande från JHT. Intervjuerna hölls digitalt och tog mellan 60 – 80 minuter. Respondenterna fick i förväg information om upplägg och frågeställningar. Samtalen utgick från fyra frågeområden; "ekonomi/volym", "personal/kompetens", "verksamhet/anpassningar" samt "övrigt". Dessa områden diskuterades utifrån hur de uppfattades under pandemin (fram till intervjuens genomförande) respektive hur man såg på dessa områden framåt (de närmsta åren).

Intervjuerna var semistrukturerade där diskussionen var i centrum och där följdfrågor och fördjupningar skedde. Efter fem genomförda intervjuer bedömdes ett tillfredsställande underlag ha inhämtats. Ytterligare intervjuer bedömdes inte kunna tillföra radikalt nya perspektiv.

Ett strategiskt urval användes för att skapa en god representation från hela länet (geografiskt), med både mindre och större destinationer. Dessutom beaktades kön, ålder samt förmågan att kunna ge en representativ bild för sitt närområde. Den relativt låga andelen företagsledare vägdes upp av att intervjuer med enskilda företagsledare genomförda av projektledare i Morgondagens medarbetare 2.0 under samma tidsperiod vägdes in i analysen.

1.3.4 Besöksnäringspanel

Med utgångspunkt i uppdragets arbete så har också en så kallad *Besöksnäringspanel* upprättas för Jämtland Härjedalen Turism. Panelen utgörs av JHT:s styrelseledamöter, totalt omkring 20 personer med god spridning av personer från samhällets olika sektorer; akademi, näringsliv, offentlighet, politik och ideell sektor. Personerna har en god geografisk spridning och representerar både större och mindre aktörer, men alla med en tydlig koppling till besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. Data har samlats in genom en webbaserad enkät. Panel och metod har inom ramen för uppdraget testats för första gången, men är tänkt att kunna bli ett stående inslag med data tillgänglig för både forskning och för regionens besöksnäring.

1.3.5 Analys och rekommendationer

Dessa fyra delar, omvärldsanalys, statistisk analys, intervjustudie och besöksnäringspanel är det som tillsammans med författarnas erfarenhet och kompetens utgör grund för rapportens avslutande slutsatser och rekommendationer framåt.

2 Innan pandemin och första tiden med pandemin

2.1 Besöksnäringen före pandemin

Turismen i såväl Jämtland Härjedalen som i övriga västvärlden har haft en stabil utveckling under 2000-talet. På flera håll, även i Jämtland Härjedalen, har det till och med rapporterats om överturism, d.v.s. för många besökare på vissa platser, under vissa tider. De senaste åren har sambandet mellan turism, resande och klimatutmaningar fått ökad uppmärksamhet men på det hela taget har turismen stått sig stark trots klimathot och andra mer tillfälliga utmaningar i form av exempelvis lågkonjunkturer, politisk oro och naturkatastrofer. Den senaste störningen i form av en coronapandemi är den hittills största samhällsutmaningen som världen och besöksnäringen har råkat ut för.

2.1.1 Läget vid pandemins början

Vid tiden för pandemins utbrott tidigt under år 2020 hade besöksnäringen uppvisat flera år av stark utveckling och ökat resande. Under hela efterkrigstiden har inga samhällsstörningar eller konjunkturedgångar annat än kortsiktigt kunnat dämpa resandets exponentiella tillväxt. I en globaliserad värld med ökat välstånd och flexibla arbetsförhållanden kan de flesta, åtminstone i västvärlden, resa flera gånger per år. Det ökade resandet har dock också fått samtiden att uppmärksamma resandets negativa miljökonsekvenser. Diskussioner om klimatförändringar, överturism och flygskam har fått såväl producenter som konsumenter att öka sitt fokus på hållbarhet.

Även Sverige uppvisar många år av ökat resande. Svensk besöksnäring kännetecknas av många små företag och ett fåtal större. Företag inom besöksnäringen har dessutom ofta flera ben att stå på. Mångsyssleriet och småföretagandet är återkommande kännetecken där destinationsamarbeten har utmärkt sig för att vara ett viktigt bidrag till en positiv utveckling.

Den positiva utvecklingen av turism syns också i Jämtland Härjedalen där inte minst Östersund och fjälldestinationerna uppvisat en positiv utveckling de senaste åren. Många destinationer är i huvudsak beroende av turism när man ser till omsättning och sysselsättning. Jämtland Härjedalen är, och har länge varit, en turismintensiv region. Intervjuer gjorda under 2018–2019 visar på en stor framtidsoptimism. Natur och hållbarhet tillskrivs stor betydelse, men även mjuka värden (tex hälsa, stolthet, identitet och betydelsen för livsmiljön) spelar en stor roll. Otydliga roller och ansvarsområden, varierande (projekt)finansiering, bristande lönsamhet och hållbarhetsutmaningar konstateras vara Jämtland Härjedalens främsta utmaningar. Men det var före pandemin.

2.1.2 Trender redan före pandemin

Under de senaste åren har vi sett ett antal globala trender som påverkar turism och resande in i 2020-talet. Dessa breda trender kommer att påverka besöksnäringens fortsatta utveckling, där några har förstärkts och några har försvagats under pandemin.

Internationellt resande ökar – I en globaliserad tid med ett ökat välstånd, en avreglerad flygmarknad och en relativt fri rörlighet kan de flesta – åtminstone i västvärlden – resa flera gånger per år även till avlägsna destinationer. Vår vana av internationellt resande är stark och kommer att bestå även efter pandemin. Vi har dessutom aldrig haft en så globaliserad värld när det kommer till privata och professionella nätverk. Dock har många upptäckt det egna landets turistiska utbud och hemestertrenden håller sannolikt i sig en tid.

Mer fokus på miljö – Klimatförändringar och en växande medvetenhet om resandets miljökonsekvenser gör att vi i tider av överturism och flygskam ser att både producenter och konsumenter ökar sitt fokus på hållbarhet.

Fler evenemang – Såväl åskådareevenemang som deltagareevenemang anges allt oftare som reseanledning. Evenemang passar dagens resmönster bra, då vi gärna reser fler gånger per år, men kortare tid per resa. Genom pandemin har möjligheten till digitaliserade och streamade evenemang (t.ex. konserter) tydliggjorts, och i vissa fall har ett evenemang delats upp i flera mindre evenemang för att minska storleken på folksamlingar (t.ex. Kia Fjällmaraton och Vasaloppet).

Mer varierat resande – Valet av resmål, resekonstellation och när på året vi reser varierar allt mer. Det är inte längre självklart att semestern koncentreras till de stora semestertiderna. Dessutom kombineras allt oftare jobb- och privatresor. Pandemin har lärt många att jobba på distans, vilket talar för att vi i större utsträckning kommer att jobba från exempelvis fritidshus och gränserna mellan jobb och fritid suddas ut.

Ökat fokus på hälsa och välmående – Vår fria tid har i alla tider använts för att uppleva det vi tycker vi har för lite av i vardagen såsom sol, tid med familjen eller avkoppling. I tider när många jobbar mycket, och ofta med stillasittande arbetsuppgifter, syns en tydlig trend där människor vill satsa på hälsa och välmående under semestern.

2.2 Besöksnäringen hårt och direkt drabbad

Runt årsskiftet 2019/2020 började det komma uppgifter om ett nytt coronavirus med ursprung i Kina. I det här skedet var vintersäsongen i Jämtland Härjedalen i full gång och från flera håll rapporterades om rekordmånga gäster och ett mycket bra bokningsläge för hela säsongen. Detta bekräftades senare av den kommersiella gästnattsstatistiken för januari och februari. I mitten av februari började dock oroande signaler komma från delar av norra Italien med hög smittspridning. Under de svenska sportloven blev många svenska resenärer smittade, i efterhand har det visat sig inte bara i Alperna, utan även på många andra platser. I mitten av mars började det komma rapporter om smittspridning på svenska skidorter och då särskilt Åre. Bokade vistelser började avbokas och efter flera veckor med en stundtals högljudd debatt om det rimliga i att hålla skidanläggningarna öppna, beslutades om en stängning, vilken trädde i kraft i början av april, innan påskveckorna. Nu var en omfattande samhällsspridning i hela landet också ett faktum.

Effekterna på besöksbranschen var omedelbara, globalt såväl som nationellt och regionalt/lokalt. Skiddestinationerna i Jämtland Härjedalen var näst intill tomma, gränshandel och inresta norrmän minskade drastiskt för att till slut upphöra helt då svensk-norska gränsen stängdes. De kommersiella gästnätterna i april minskade med nästan 90%. Det rådde krisstämning. Beräkningar som gjordes på uppdrag av JHT visade på ett befarat intäktsbortfall fram till midsommar på nästan 1 miljard kronor. I efterhand har beräkningarna visat sig var något för pessimistiska. Sommaren utvecklades trots allt bättre än väntat och flera fjällsdestinationer hade en snabbare återhämtning än väntat.

Nya beräkningar som gjorts för helåret 2020 visar på en omsättningsminskning på drygt 1 miljard kronor, motsvarande -18% jämfört med 2019. Med tanke på den starka inledningen av vintersäsongen är det inte orimligt att anta att det faktiska tappet var ännu högre. Men att tappet trots allt inte blev större, beror på att delar av näringen och framför allt fjälldestinationerna redan under första delen av sommaren upplevde en återhämtning. Upplevelser i naturen och fjällvärlden blev för många helt enkelt substitut till utlandssemester, storstadssemester eller besök på festivaler och nöjesparker. Därtill gynnades regionen av att många valde att nyttja sitt fritidshusboende i högre omfattning än normalt. Detta gäller naturligtvis inte bara Jämtland Härjedalen, men det faktum att stora delar av regionen har en hög koncentration av fritidshus har naturligtvis varit positivt bidragande. Fritidshuseffekterna blir större i en region som Jämtland Härjedalen med ett relativt stort antal fritidshus. Man kan även säga att regionen indirekt har gynnats av att ha en liten befolkning. Det generellt minskade resandet för att besöka släkt och vänner har relativt sett påverkat Jämtland Härjedalen i mindre omfattning jämfört med mer befolkningstäta regioner.

Enligt beräkningar från branschorganisationen Visita minskade den inhemska turismen i Sverige med 50 miljarder kronor under pandemimånaderna 2020, jämfört med samma period året innan. Visitas beräkningar är gjorda utifrån data från SCB och Tillväxtverket och visar att över 100 000 människor i besöksnäringen förlorade jobbet, varslades eller permitterades sedan pandemins start. Enligt Visita hade den svenska hotellbranschen tappat två av tre intäktskronor och omsättningen för landets restauranger hade mer än halverats. För personal inom hotell och restaurang blev restriktioner kopplade till alkoholservice efter en viss tid kännbara.

Flera aktörer inom besöksnäringen var snabba med att genomföra utbildningar för omställning under 2020, till exempel JHT med sin utbildning; Turism Post Corona. I detta webbaserade utbildningsprogram närmare 200 deltagare från Jämtland Härjedalen, Höga Kusten och Sundsvall.

2.2.1 Jämtland Härjedalen

Inledningen av 2020 var framför allt på vinterdestinationerna mycket bra, men utvecklingen bröts abrupt i mars för att i april, när liftanläggningarna stängdes, störttycka. Detta innebar att den normalt stora intjäningsperioden med påskhelg och påsklov uteblev. Därefter har en gradvis återhämtning skett, helt och hållet driven av en stark utveckling på den svenska marknaden, vilken på vissa destinationer fr.o.m. sommarmånaderna helt kompensert för bortfallet av utländska besökare.

Utfallet såg olika ut för olika delar av länet. Bäst gick det inledningsvis för fjälldestinationerna som normalt sett har en lägre andel utländska gäster, medan exempelvis Östersund har drabbats mycket hårt, utifrån ett stort Norgeberoende men också p.g.a. minskat affärsresande. Beläggningen på kommersiella boendeanläggningar (hotell, stugbyar, vandrarhem, camping, förmedlat boende) landade 2020 på en minskning med 17% jämfört med 2019. Under 2020 var minskningen i gästnätter för hotell 33 %, campingen redovisade minus 22 % och vandrarhemmen minus 27 %. Bäst gick det för stugbyar och förmedlat boende, som upplevdes som mest attraktivt i pandemitider. Stugbyarna tappade 9 % och förmedlat boende minskade 2 %.

Den svenska marknaden backade 2020 med 7 %, medan minskningarna var betydligt större för flertalet utlandsmarknader. Allra störst minskning i Sverige var för norska gäster, både i faktiska tal (gästnätter) och relativt med en minskning på hela 82 %. Den danska marknaden klarade sig förhållandevis bra, -4 %, tack vare mycket stora volymökningar innan pandemin slog till. Som helhet klarar sig Jämtland Härjedalen förhållandevis bra. Riket som helhet backade.

3 Under pandemin

I detta kapitel presenteras först pandemin i siffror genom utvecklingen i Jämtland Härjedalen under pandemin med utblick och jämförelser nationellt. Därefter följer resultat och erfarenheter från en intervjustudie med nyckelpersoner från besöksnäringen i Jämtland Härjedalen tillsammans med trender från en omvärldsanalys som tar sin utgångspunkt i lokala, nationella och internationella studier och rapporter samt erfarenheter från Jämtland Härjedalen under pandemin. För dessa två avslutande delar ligger fokus på:

- Förändrade resmönster
- förskjutningar i attityder
- förskjutningar i beteenden
- trender under pandemin.

3.1 Pandemin i siffror

3.1.1 Pandemin har slagit olika hårt

Jämtland Härjedalen har så här långt klarat sig förhållandevis väl genom coronapandemin. Men påverkan ser olika ut beroende på destination och bransch. För vissa enskilda företag har effekterna varit mycket stora. Östersund är den destination som påverkats klart mest negativt. Flera faktorer bidrar till detta. Ett större beroende av traditionellt affärsresande, möten och konferenser har haft stor påverkan. Ett stort beroende av norska gäster, särskilt under sommaren, har satt stora spår. Dessutom ett stort beroende av större evenemang som har måst ställas in har ytterligare bidragit till nattsvarta siffror. Detta syns tydligt i årsbokslut för exv. hotell i Östersund. Omsättningen har minskat dramatiskt. Samtidigt ser det ut som att man oftast har lyckats bromsa och hindra förluster. Genom radikala neddragningar och kanske även i kombination med de olika stödåtgärderna har effekterna lindrats. Än så länge finns det inte heller några tydliga signaler om att antalet konkurser inom branschen skulle ha ökat i någon större omfattning. Men med stor respekt för att många företag naturligtvis haft det och fortfarande har det mycket kämpigt. Den slutliga summeringen får vänta ytterligare en tid.

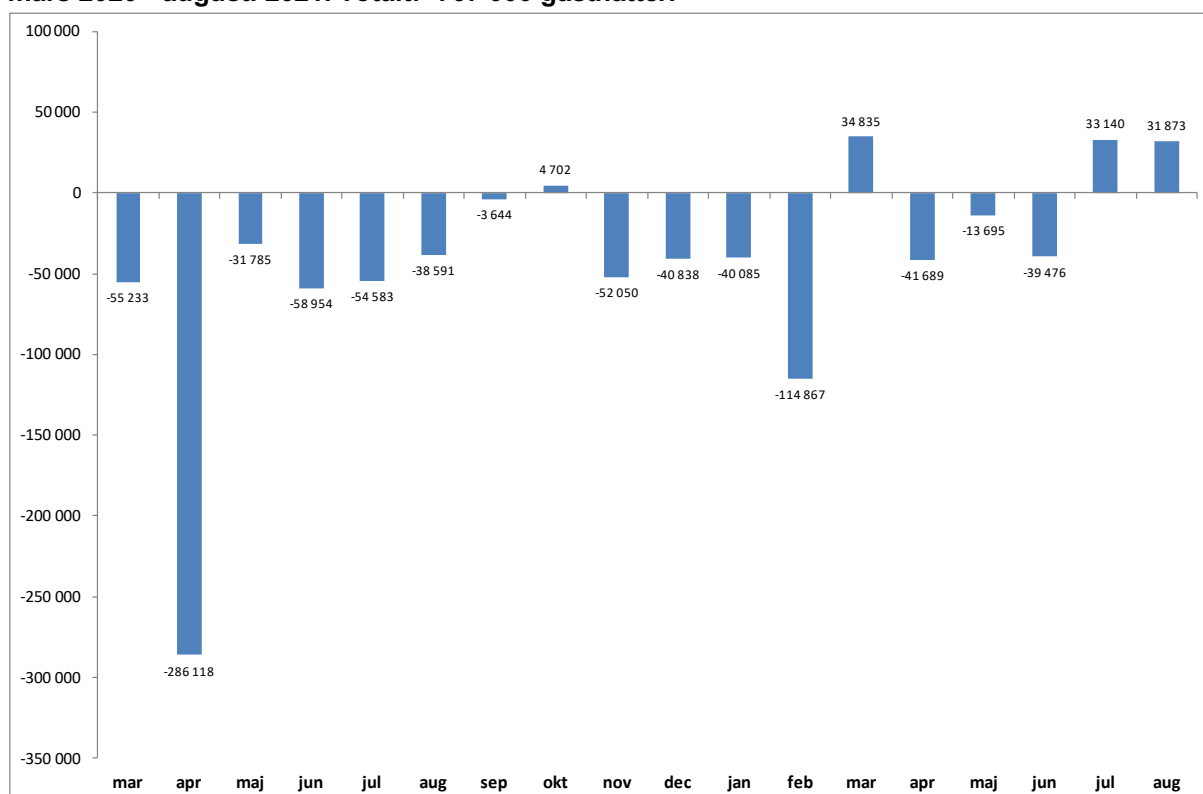
Nu har pandemin pågått under ett och ett halvt års tid. Effekterna kan följas på olika sätt, men det finns inget entydigt sätt att mäta branschens utveckling, pandemi eller inte. Ett mått som används är de kommersiella gästnätterna, vilka kan studeras och analyseras på månadsbasis genom de uppgifter som de kommersiella boendeanläggningarna (hotell, stugby, vandrarhem, camping, kommersiellt förmedlade stugor/lägenheter) rapporterar till SCB. Detta ger långt ifrån hela bilden, men är i brist på annat, ett av de bättre måtten på branschens utveckling. Som tidigare har nämnts finns entydiga signaler på att länets fritidshus, inte minst inom fjälldestinationerna, har nyttjats av ägarna i större omfattning än normalt, både på vintern och barmarksperioden. Här finns inga strukturerade mätningar att tillgå, utan det handlar om vad man ser och upplever på plats inom destinationerna.

Detta bekräftas av andra indikatorer, exv. antalet skiddagar som registreras på länets skidanläggningar. Dessa har förändrats i mer positiv riktning än vad de kommersiella gästnätterna har gjort, vilket stärker bilden av fler gäster som bor och nyttjar sitt eget fritidshusboende. Längre fram redovisas siffror över skiddagar.

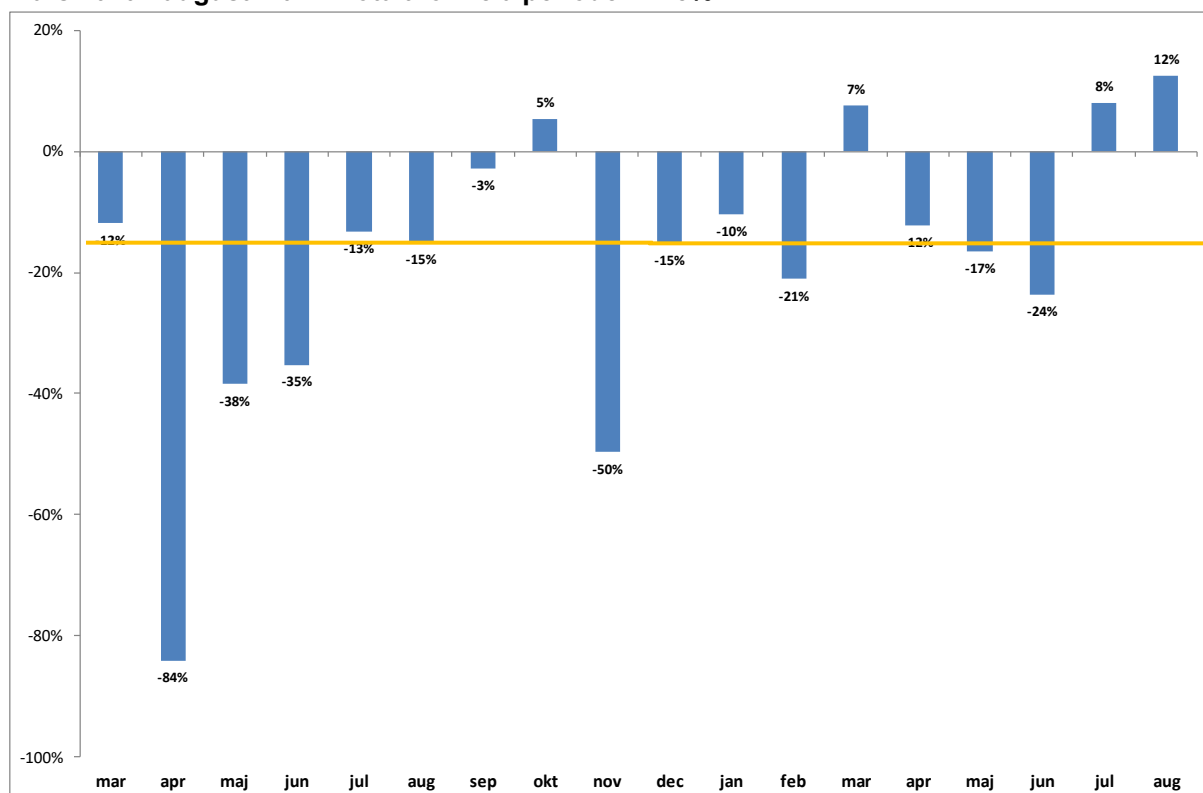
Som tidigare nämnts har Jämtland Härjedalen klarat sig förhållandevis bra genom pandemin, så här långt. I dagsläget finns data på kommersiella gästnätter t.o.m. augusti 2021, vilken kan redovisas på lite olika sätt. I de siffror som presenteras framåt görs genomgående jämförelser med motsvarande perioder innan pandemin. Det gäller såväl enskilda månader som sammanslagna perioder. Perioden innan pandemin definieras fram t.o.m. februari 2020. Observera att månadsjämförelser fr.o.m. mars 2021 görs mot motsvarade månad 2019. Vid jämförelser med släpande 12-månadersperioder är referensperioden före pandemin mars 2019 till februari 2020.

När det gäller förändringen av antal gästnätter under pandemin har utfallet beräknats månadsvis för perioden mars 2020 till augusti 2021 jämfört med motsvarande månad före pandemin. Jämtland Härjedalen har under den aktuella perioden förlorat nästan 770 000 gästnätter, en minskning med -15%. Hela minskningen är kopplad till utländska gästnätter, -797 000 (-77%), medan de svenska gästnätterna har ökat något under perioden, +30 000 (+1%).

Förändring gästnätter månadsvis (jmf. före pandemin) i Jämtland Härjedalen mars 2020 - augusti 2021. Totalt: -767 000 gästnätter.



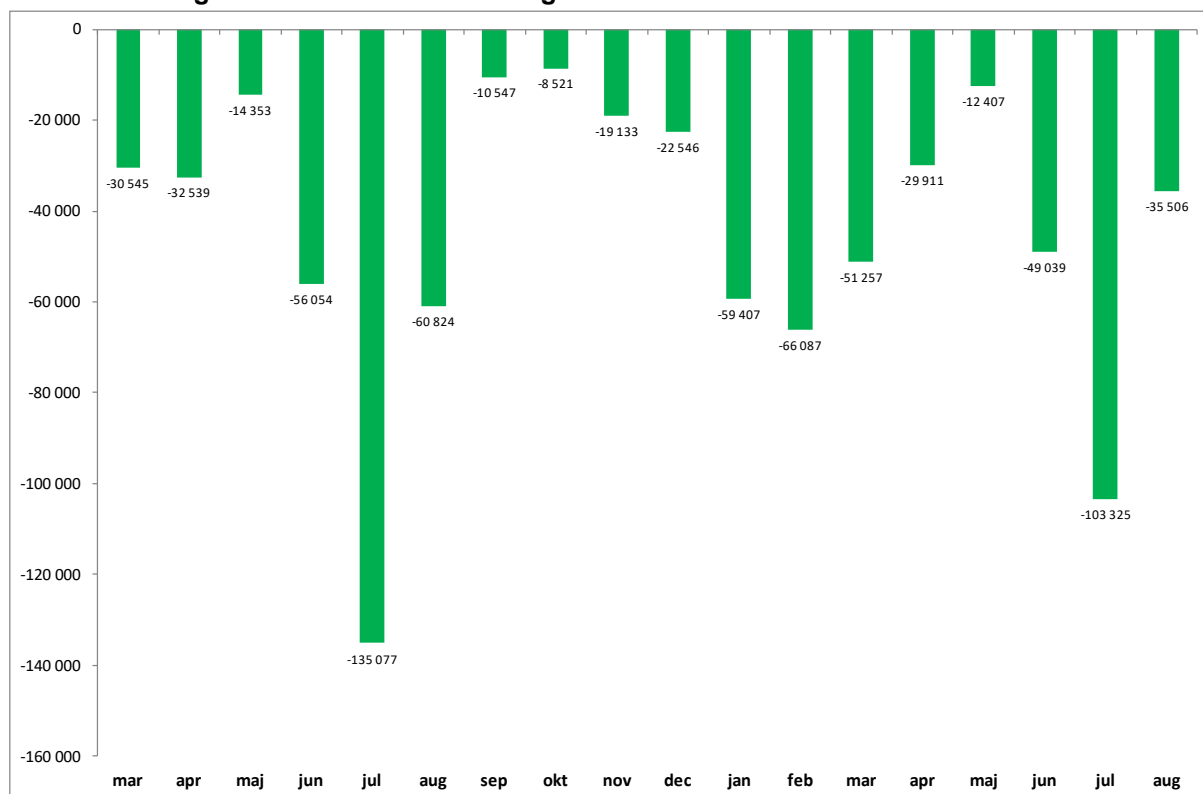
Relativ förändring gästnätter månadsvis (jmf. före pandemin) i Jämtland Härjedalen mars 2020 - augusti 2021. Totalt för hela perioden: -15%.



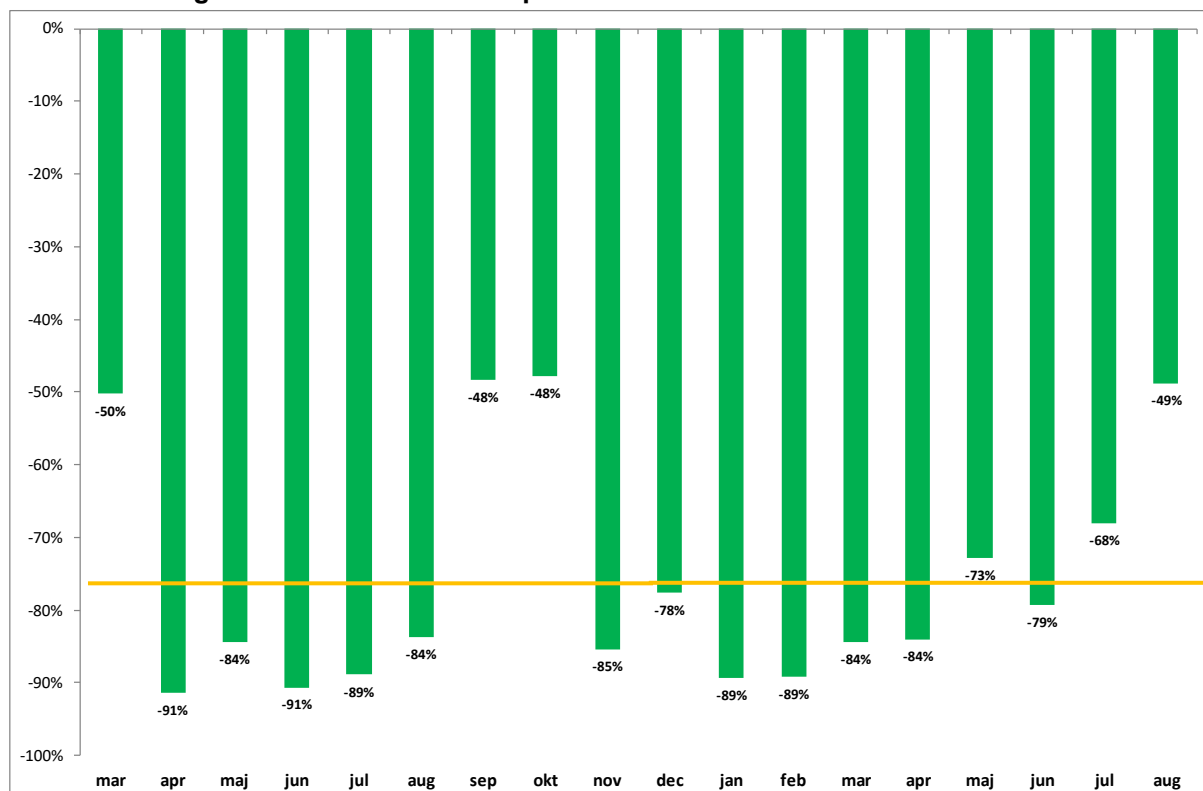
Några kommentarer till ovanstående bild.

- Mar 2020 Efter en stark inledning av vintersäsongen viker siffrorna när pandemin är ett faktum.
- Apr 2020 Skidanläggningarna stängs och påskveckorna i fjällen kollapsar.
- Maj 2020 Fortsatt stor påverkan på årets minst omfattande resemanad.
- Jun-sep 2020 Smittläget förbättras något och en tydlig återhämtning sker på den svenska marknaden. Framförallt fjälldestinationerna gynnas. Det internationella resandet, både in och ut i landet på en mycket låg nivå.
- Okt 2020 Positiv utveckling på den svenska marknaden där höstlovet lockar många besökare till fjälldestinationerna. I många fall istället för en utlandsresa.
- Dec-feb 20/21 Inledningen av vintern jämförs med före pandemin, då gästtillströmningen var mycket hög. God utveckling på den svenska marknaden, men frånvaron av utländska gäster gör ändå att det totalt sett handlar om en minskning.
- Mar-apr 2021 Sammantaget (påskeffekter slår lite olika på de specifika månaderna) ungefär på samma nivå som före pandemin. Normalt sett lägre andel utländska gäster under den här perioden, vilket gör att den starka utvecklingen på den svenska marknaden får ännu större genomslag totalt sett.
- Barmark 2021 Fortsatt stark utveckling för den svenska marknaden (fritidsresenärer) och under slutet av perioden börjar utlandsmarknaderna så smått återhämta sig när reserestriktionerna lättas. Fortsatt fjälldestinationerna som uppvisar den bästa utvecklingen, men betydligt bättre även för t.ex. Östersund jämfört med 2020.

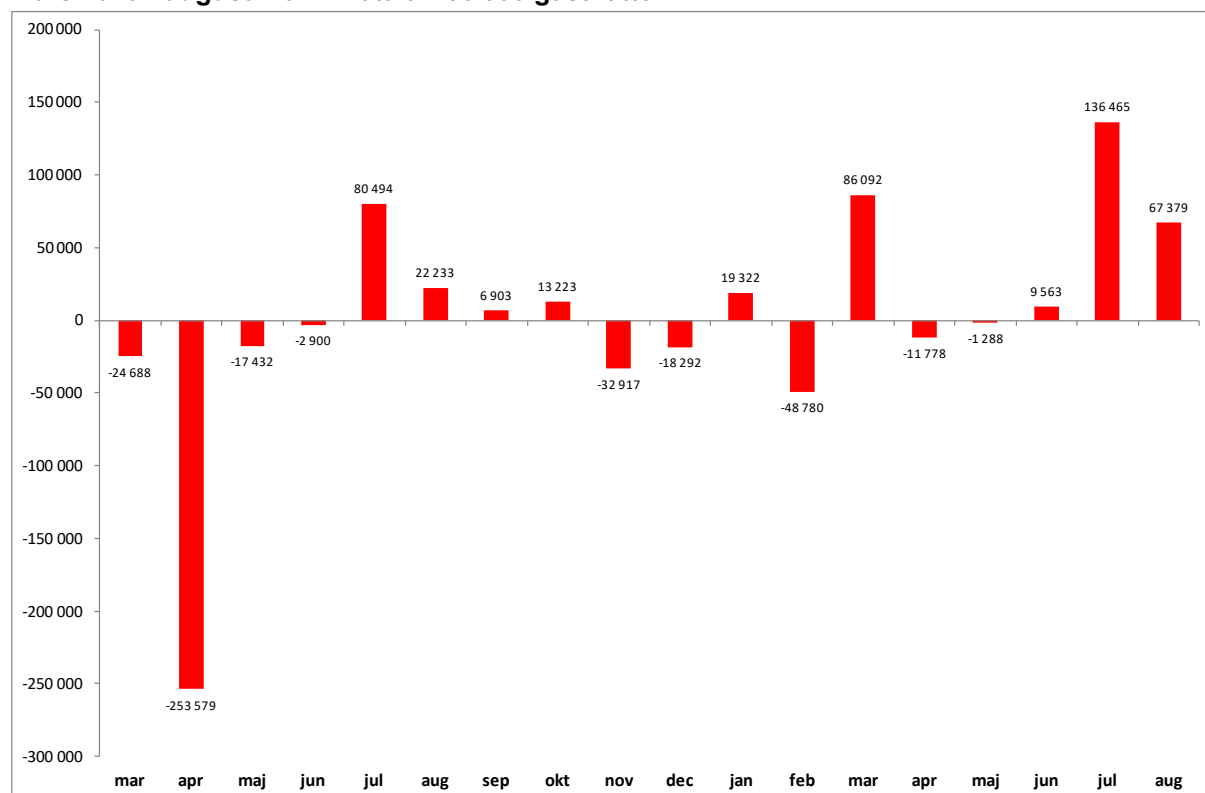
Förändring utländska gästnätter månadsvis (jmf. före pandemin) i Jämtland Härjedalen mars 2020 - augusti 2021. Totalt: -797 000 gästnätter.



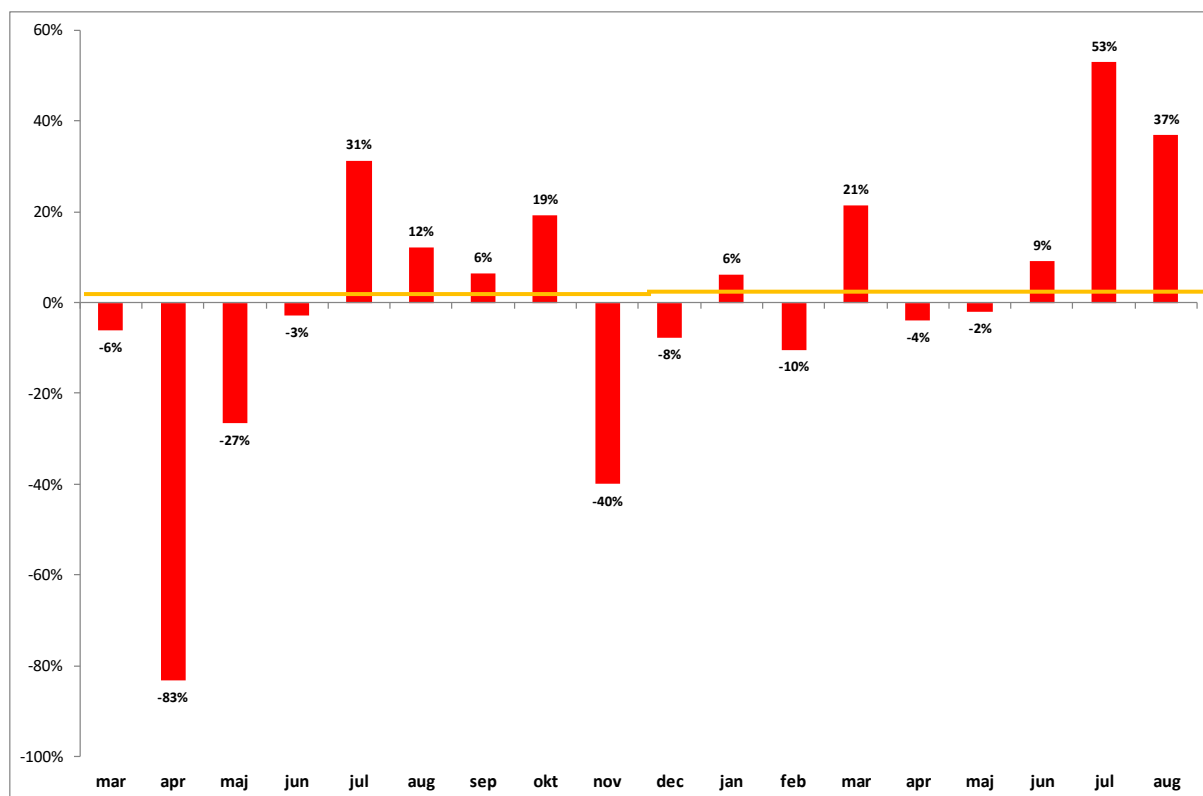
Relativ förändring utländska gästnätter månadsvis (jmf. före pandemin) i Jämtland Härjedalen mars 2020 - augusti 2021. Totalt för hela perioden: -77%.



Förändring svenska gästnätter månadsvis (jmf. före pandemin) i Jämtland Härjedalen mars 2020 - augusti 2021. Totalt: +30 000 gästnätter.



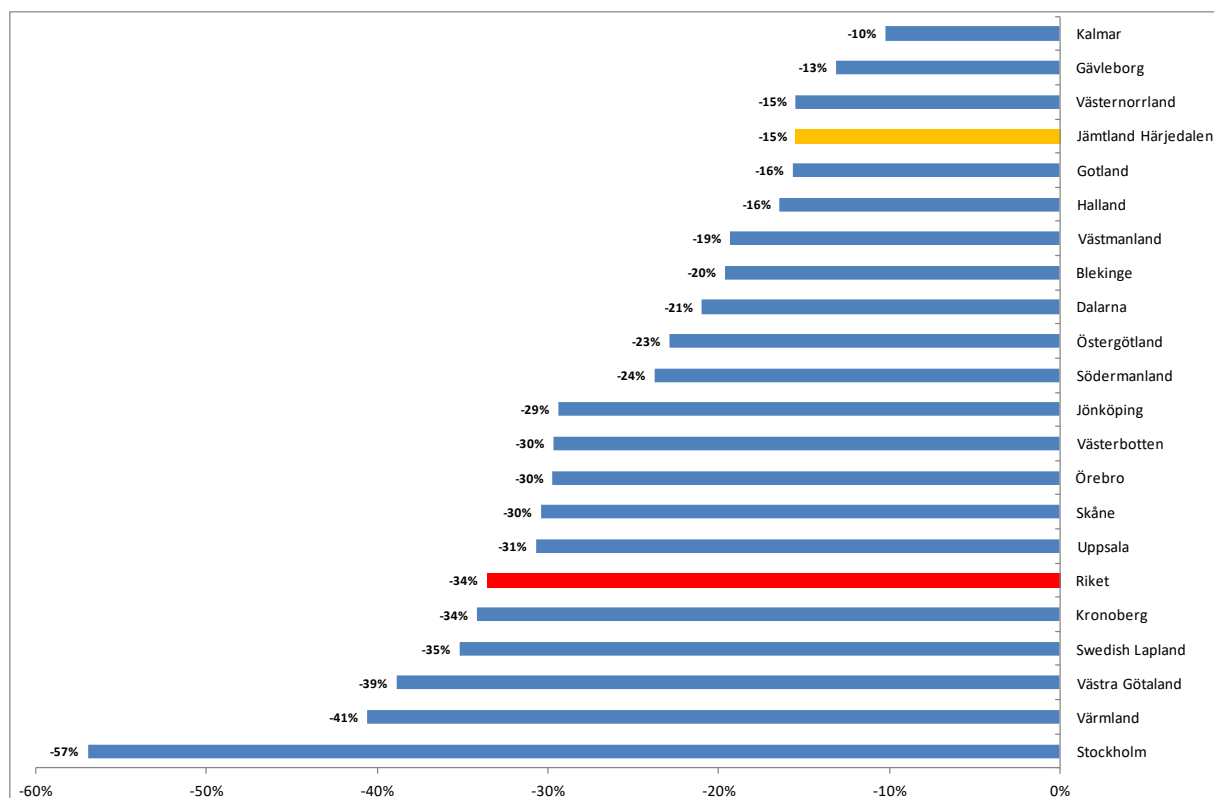
Relativ förändring svenska gästnätter månadsvis (jmf. före pandemin) i Jämtland Härjedalen mars 2020 - augusti 2021. Totalt för hela perioden: +1%.



3.1.2 I relation till omvärlden

Minskningen av gästnätter för Jämtland Härjedalen är i högsta grad kännbar, men jämfört med andra regioner och riket som helhet så är utfallet förhållandevis "positivt". Som framgår av nedanstående bild så tillhör Jämtland Härjedalen det översta skiktet av regioner som klarat sig förhållandevis bra. "bäst" har det gått för Kalmar län, som tappat -10 % under perioden. För riket som helhet är minskningen -34% och allra värst är utfallet för Stockholms län, -57 %. Även västra Götaland har drabbats hårt, där storstadsregionen runt Göteborg är starkt bidragande, medan andra delar av regionen klarat sig bättre. Det finns flera olika parametrar som påverkar utvecklingen i de olika regionerna.

Relativ förändring gästnätter, ackumulerat för perioden mars 2020 - augusti 2021 jämfört med före pandemin.



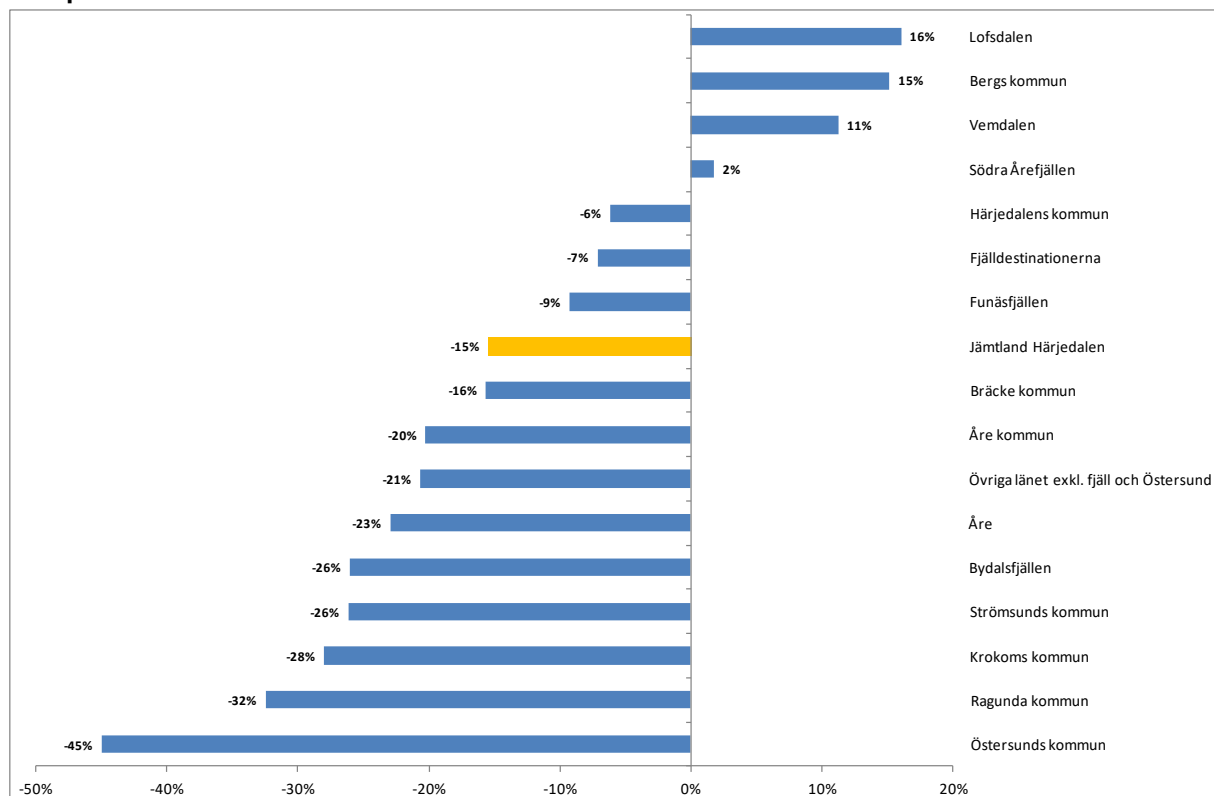
Starkt bidragande faktorer till den svaga utvecklingen för Stockholms län och delvis också andra storstadsregioner är att under normala förhållanden utmärks dessa av hög andel:

- internationella gäster
- affärsresande
- möten, konferenser, kongresser
- reseanledningar kopplade till nöje, restaurang, shopping
- större evenemang
- besöksmål med stor koncentration av besökare (nöjesparker, museer, m.m.)
- Besök hos släkt och vänner.

Jämtland Härjedalen kan å andra sidan sägas ha "gynnats" genom att erbjuda ett alternativ för resande. Det gäller särskilt fjälldestinationerna, som med utbudet av upplevelser företrädesvis utomhus och med gott om utrymmer, har varit ett bra alternativ under coronapandemin med gällande restriktioner. Fjälldestinationerna har totalt sett tappat ca -237 00 gästnätter (-7 %). En absolut merpart av det här tappet härrör från april 2020 (stängningen av liftarna). Även om de utländska gästerna har lyst med sin frånvaro har en ökning av svenska gäster i hög grad kompenserat för detta. Under den senaste vintern har skidorterna sett en tydlig ökning av svenska gäster, säkert i hög grad genom gäster som under normala omständigheter hade rest på skidsemester utomlands eller gjort andra typer av resor, inrikes eller utrikes. Samma mönster gäller i hög grad för barmarksperioden, även då har framför allt fjälldestinationerna märkt av en ökad svensk gästtillströmning. Allra mest positivt har det varit för destinationerna i Härjedalen. Dessa har under normala förhållanden i jämförelse med framför allt Åre en lägre andel utländska gäster, lägre andel möten/konferenser, lägre andel av "nöjes-weekend" och samtidigt en högre andel familjer. Lägg därtill en högre andel som reser med bil. Samtliga dessa faktorer har gynnat destinationerna i Härjedalen, framför allt jämfört med Åre. Samtidigt har Åre, trots sämre

förutsättningar, klarat sig förhållandevis bra genom pandemin, vilket sannolikt förklaras av en stark produkt och ett starkt varumärke. Viktiga faktorer när det handlar om att locka nya gäster.

Relativ förändring gästnätter, ackumulerat för perioden mars 2020 - augusti 2021 jämfört med före pandemin.

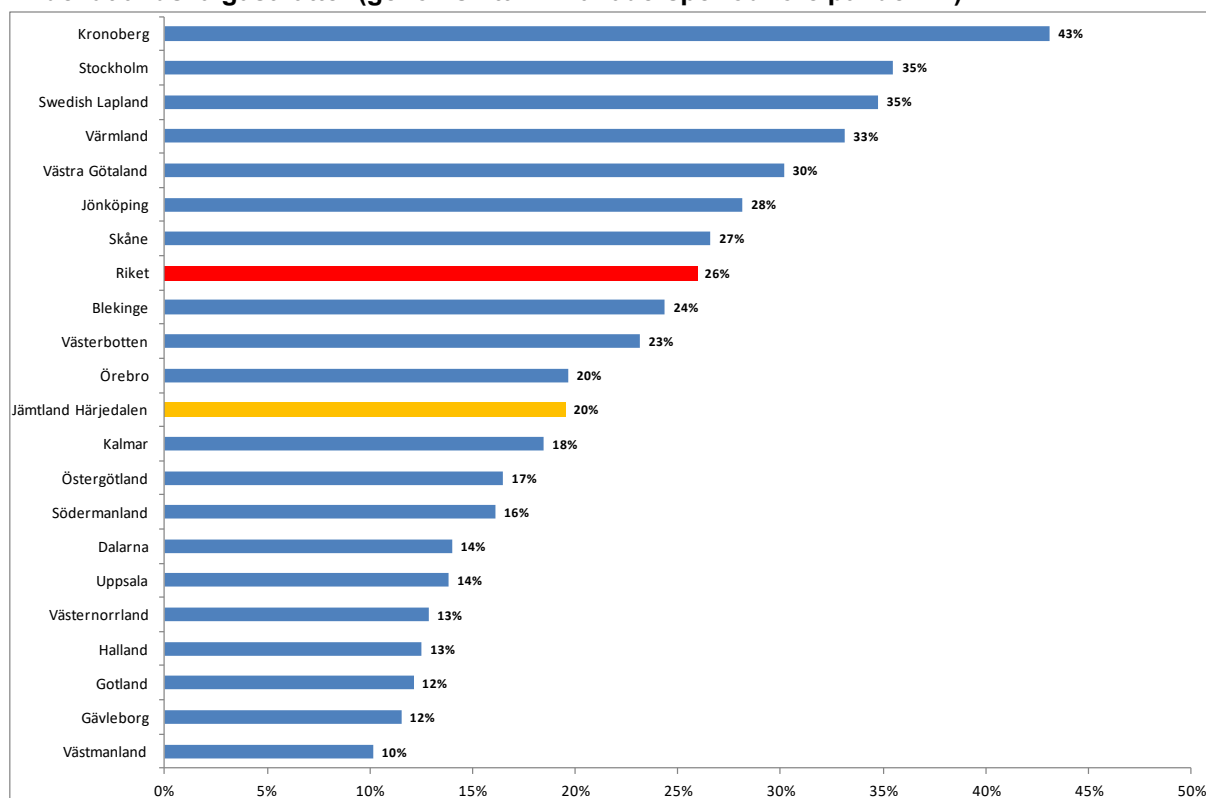


Om fjälldestinationerna har klarat sig bra och i vissa fall t.o.m. har redovisat all-time-high sammantaget under pandemin, så har det varit en mycket negativ utveckling för Östersund, som under perioden har tappat drygt 350 000 gästnätter (-45 %). I jämförelse med regionerna i Sverige bara överträffat av Stockholms län utifrån procentuell minskning. Även om Östersund per definition inte är en storstadsregion så delar man i hög grad samma negativt påverkande faktorer som andra storstadsregioner utifrån att man är ett centrum i regionen. Övriga delar av regionen hamnar mitt emellan fjälldestinationerna och Östersund. Den sammanlagda minskningen är ca 178 000 gästnätter, motsvarande -21%. Notera att för flera av de mindre kommunerna/destinationerna (främst Bräcke, Ragunda, Bydalsfjällen) finns en större osäkerhet i siffrorna p.g.a. få anläggningar i kombination med i vissa fall sämre svarsfrekvens. De vägningar som görs i dessa fall blir mer osäkra.

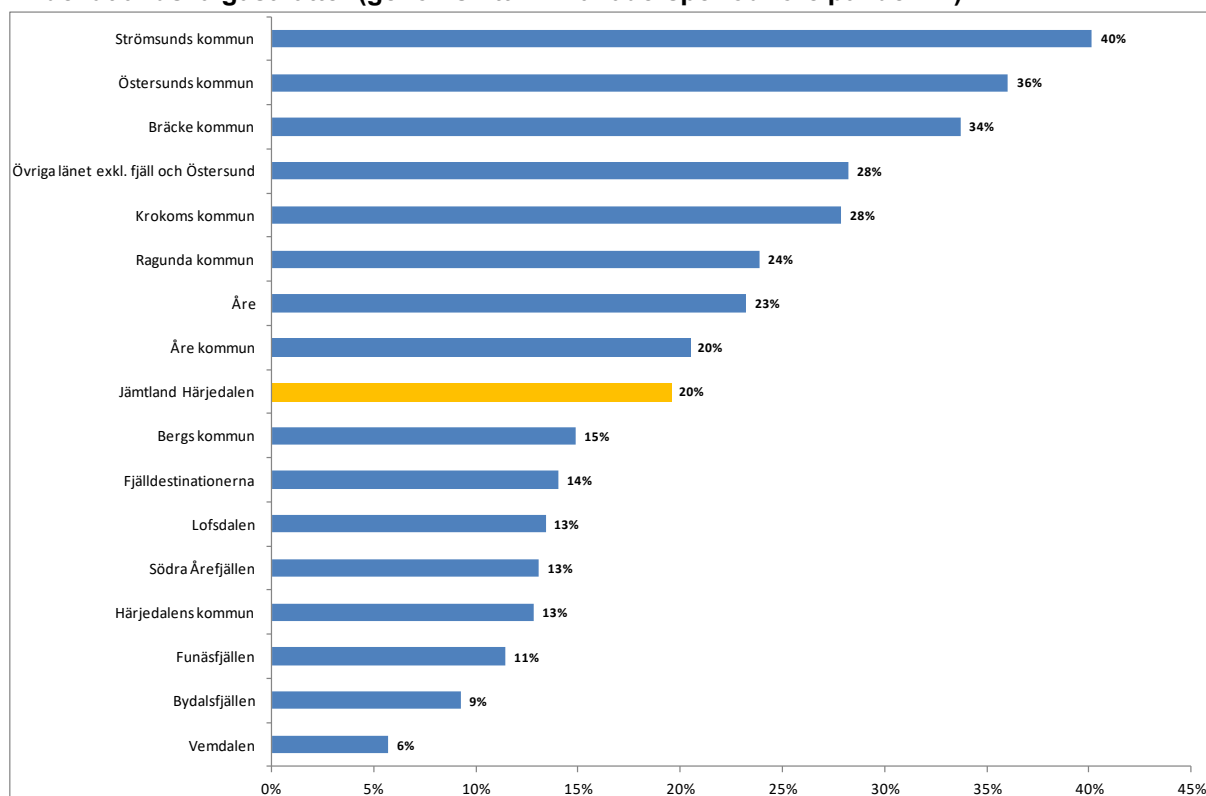
3.1.3 Utlandsmarknaden

Som tidigare nämnts är en under normala förhållanden hög andel utländska gäster något som har haft stor påverkan under pandemin. Oavsett vilken region, kommun eller destination så har tappet av utländska gäster drabbat rakt över. Med en normalt sett hög andel gäster från utlandet, blir tappet extra kännbart. Sambandet är tydligt, en hög andel utländska gäster under normala förhållanden innebär oftast ett totalt sett stort tapp av gästnätter.

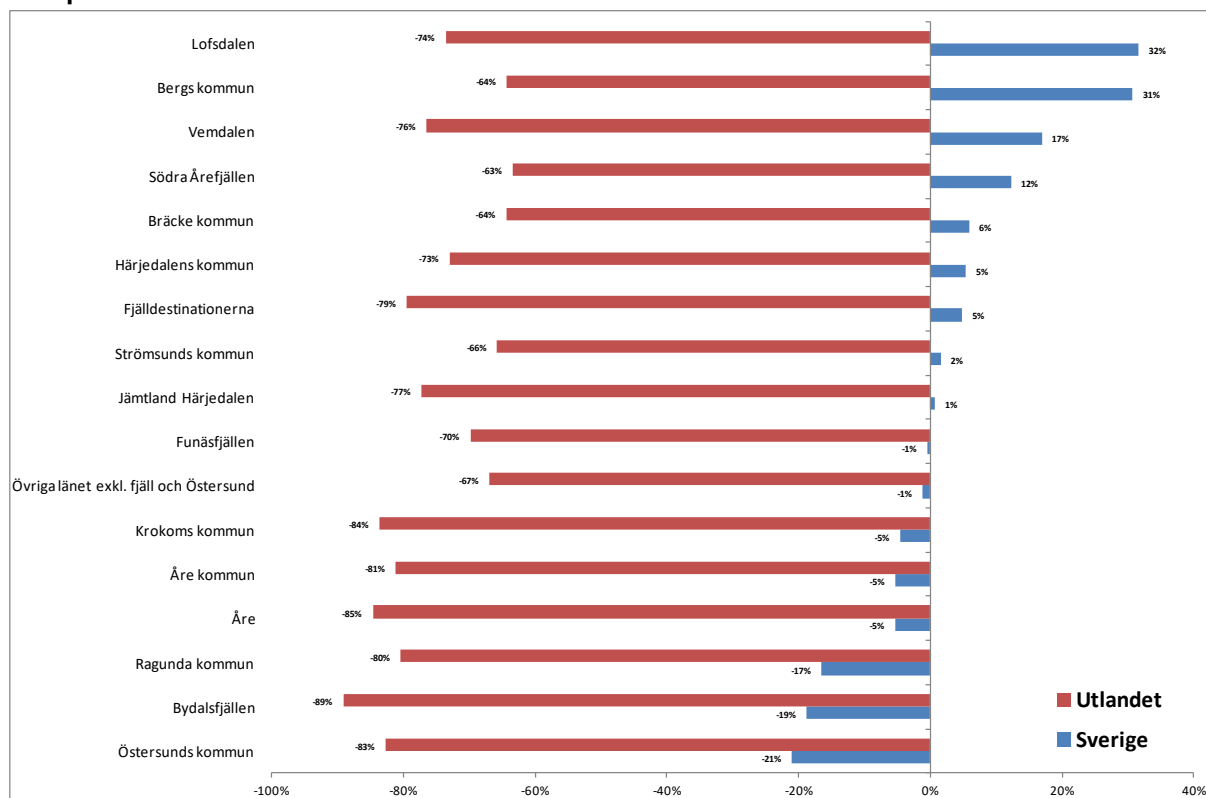
Andel utländska gästnätter (genomsnitt 12 månadersperiod före pandemin).



Andel utländska gästnätter (genomsnitt 12 månadersperiod före pandemin).



Relativ förändring gästnätter, ackumulerat för perioden mars 2020 - augusti 2021 jämfört med före pandemin.



3.1.4 Återhämtningen

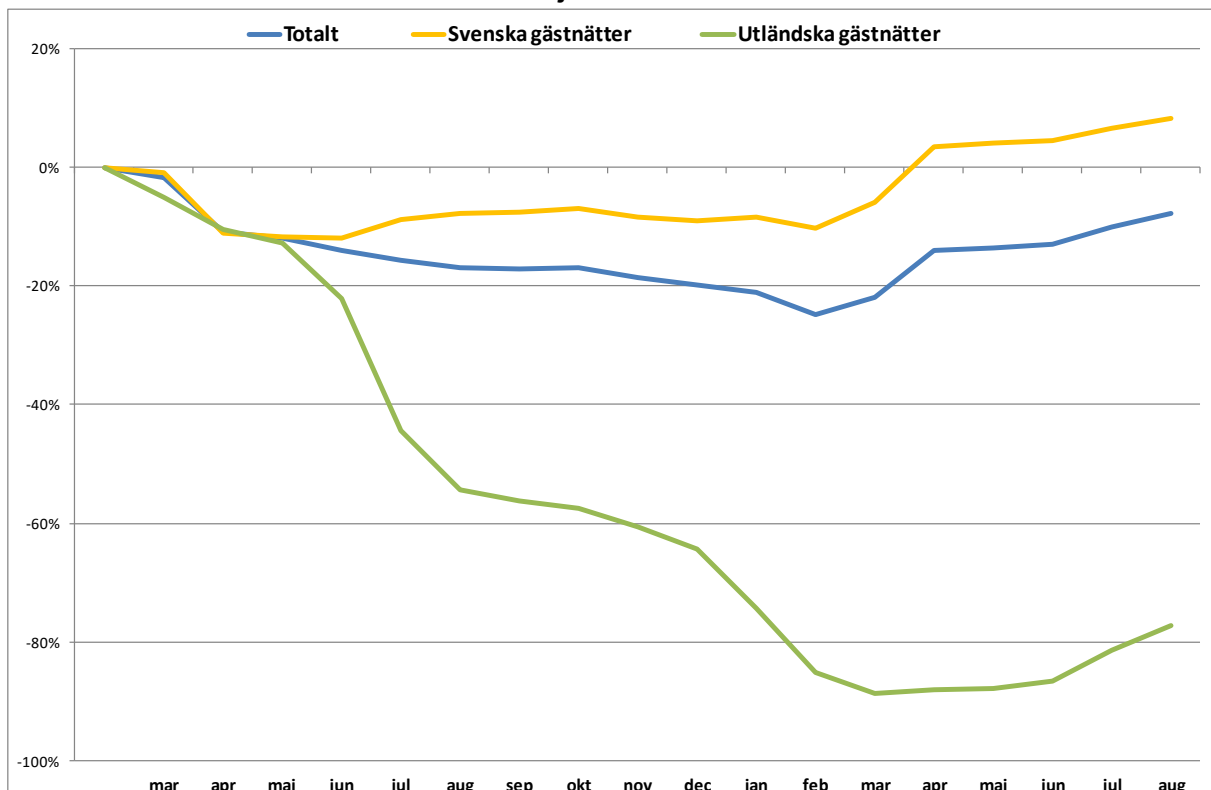
Ett och ett halvt år in i pandemin har det hunnit hända mycket. Näringen i stort har så sakteliga börjat återhämta sig, men det är fortfarande stora skillnader mellan regioner och destinationer.

Återhämtningsgraden kan illustreras på olika sätt. Ett sätt som möjliggör relevanta jämförelser är att utgå från den relativa återhämtningsgraden utifrån ett trendperspektiv. Utgångspunkten är tolv månadersperioden före pandemin (mars 2019 - februari 2020) vilken blir referensperiod. Genom att sedan ta bort en månad och samtidigt addera ytterligare en ny månad för varje nästföljande månad får vi ett släpande tolv månadersmedelvärde som illustrerar den långsiktiga utvecklingen/trenden.

Nedanstående bild för Jämtland Härjedalen illustrerar ovanstående beskrivning. Längst till vänster i diagrammet ligger nollvärdet, som utgörs av tolv månadersperioden mar 2019 – feb 2020. Nästa snäpp till höger i diagrammet, representerat av mars, visar på jämförelsen för perioden apr 2019 - mar 2020 jämfört med referensperioden före pandemin (mar 2019 – feb 2020). För varje steg åt höger dras en månad bort och en ny tillförs. När man nått fram till februari så är det en "helt ny" tolv månadersperiod (mar 2020 – feb 2021) som jämförs med referensperioden före pandemin. Längst till höger i diagrammet representeras av den senaste tolv månadersperioden för vilken det finns statistik (sep 2020 – aug 2021).

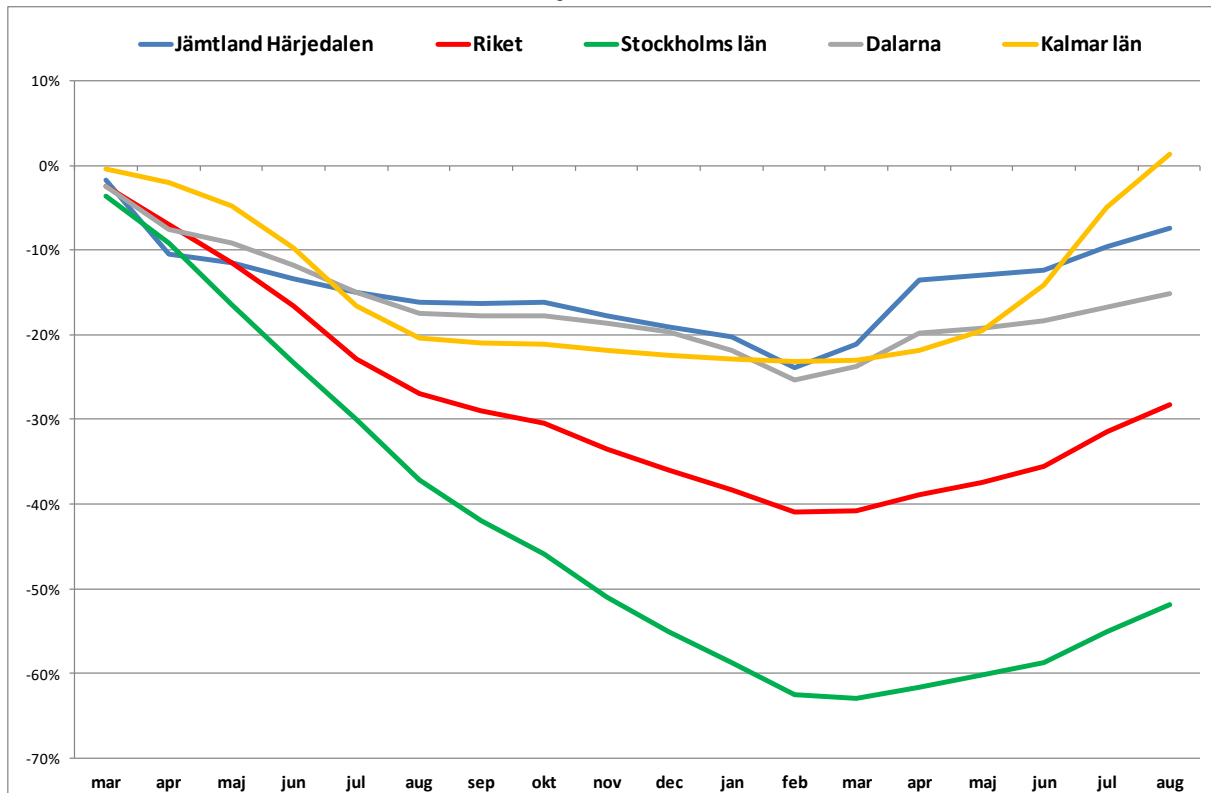
För Jämtland Härjedalen kan man se att den totala gästnattsutvecklingen fortfarande ligger på minus, men att återhämtningen har varit stadig sedan februari (-24 %) till -7% i augusti. De svenska gästnätterna hamnade på plus redan i april efter en stark återhämtning under den gångna vintersäsongen. Däremot, de utländska gästnätterna har visat på "stabila" negativa siffror. Det är först under juli och ännu lite tydligare i augusti, som man kan se en tendens till vändning, vilket i hög grad sammanfaller med att reserestriktionerna successivt minskade och upphävdes.

Gästnattsutveckling ackumulerade 12-månadersperioder jämfört med referensperioden mars 2019-februari 2020. Hela Jämtland Härjedalen.



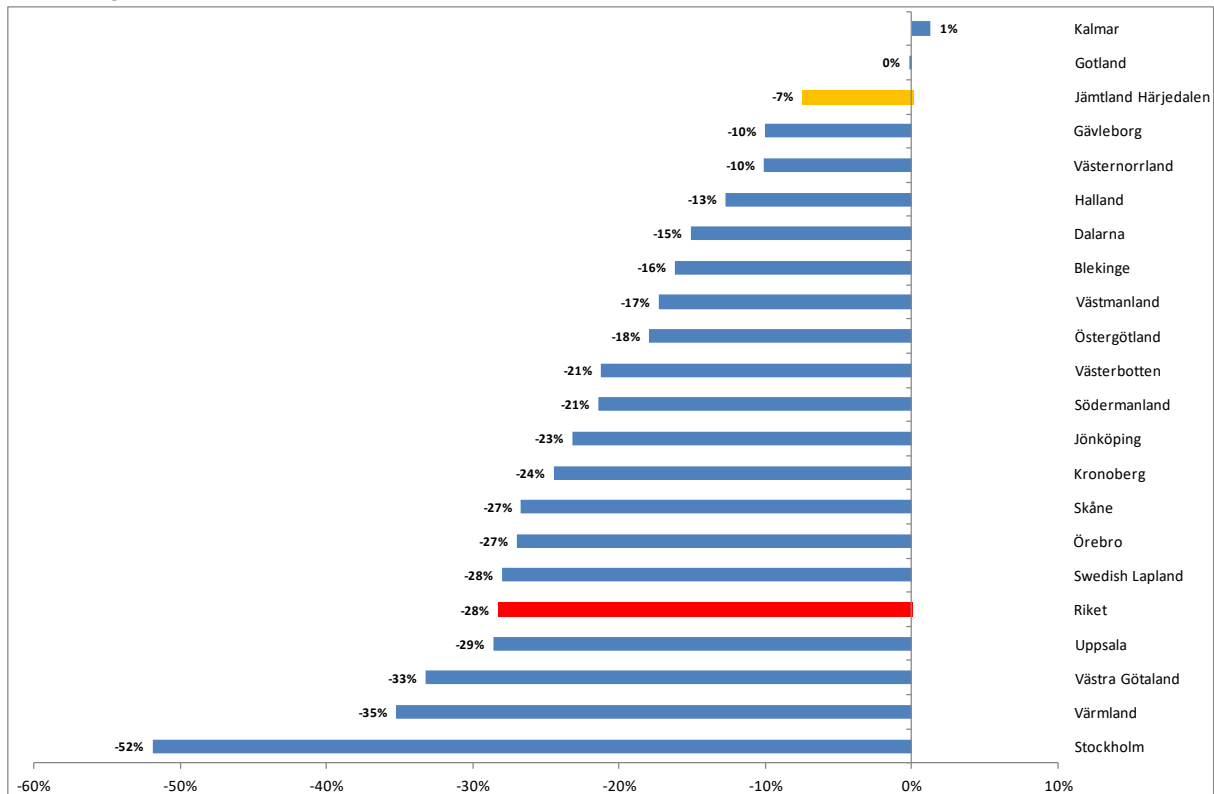
Även när det gäller återhämtningen så ligger Jämtland Härjedalen väl framme. Nedanstående diagram visar på utfallet för några olika regioner tillsammans med riket som helhet. Riket landar på -28 % och för Stockholms län (-52 %) är vägen tillbaka mycket lång. Jämtland Härjedalen överträffas bara av Kalmar län och Gotland (inte med på bilden). Dalarna, som delvis påminner om JH, inte minst med starka vinterdestinationer, uppvisar en kurva som liknar den som JH uppvisar, men noterbart är att JH fr.o.m. mars/april i år haft en tydligt bättre utveckling.

Gästnattsutveckling ackumulerade 12-månadersperioder jämfört med referensperioden mars 2019-februari 2020. Hela Jämtland Härjedalen.

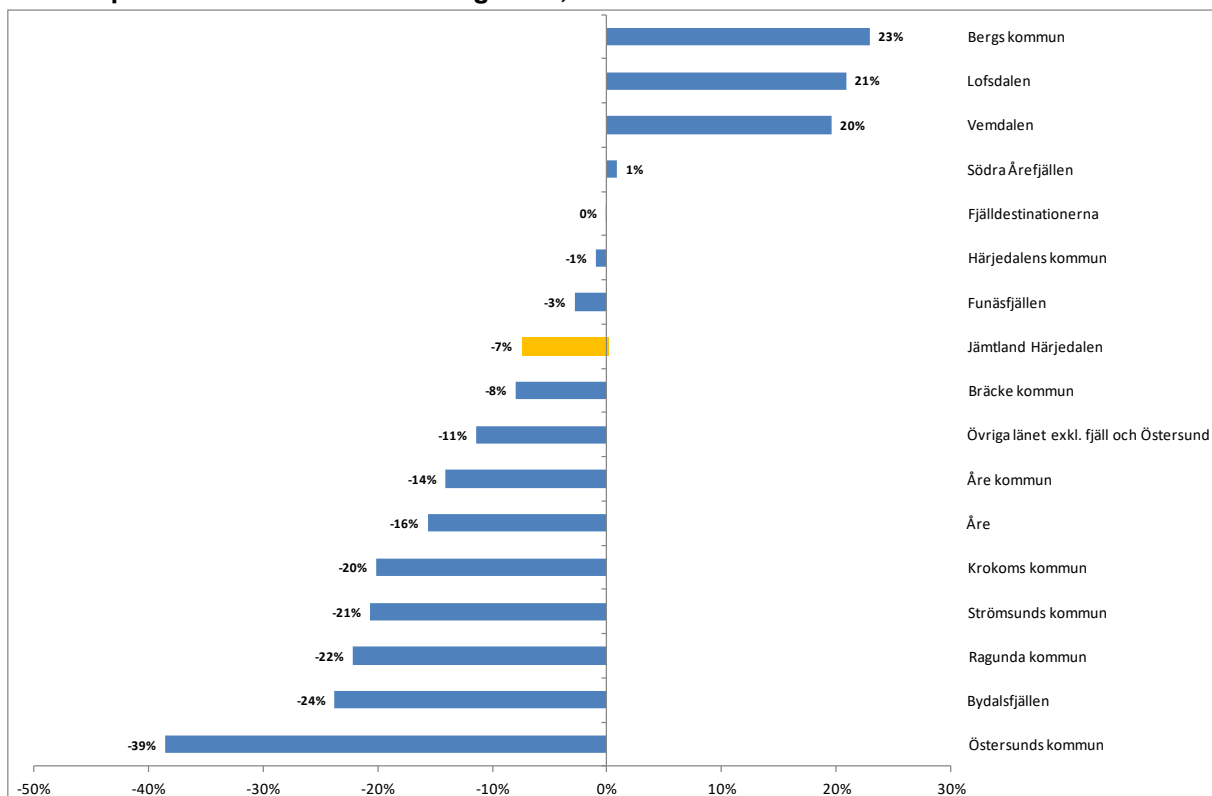


I nedanstående diagram framgår utvecklingen för samtliga svenska län, där värdet är återhämtningsnivån i augusti 2021. Som synes stora skillnader mellan regionerna, där viktiga förklaringsfaktorer gäller på samma sätt som för den totala minskningen. Nästföljande bild visar samma variant, men som jämförelse mellan kommuner och destinationer i Jämtland Härjedalen. Även här är skillnaderna stora och mönstret är i stort detsamma som när man tittar på den totala förändringen av gästnätter under perioden. På nästföljande sidor redovisas på samma sätt uppdelat efter svenska och utländska gästnätter och för Jämtland Härjedalen kan man notera påfallande stor skillnad när det gäller utvecklingen för svenska respektive utländska gästnätter. När det gäller de svenska överträffas man bara av Kalmar län, medan när det handlar om utländska gästnätter bara är Stockholms län och västra Götaland som har en svagare återhämtning. Den främsta förklaringen för Jämtland Härjedalen är den normalt sett mycket dominerande norska marknaden, där det i princip har varit totalstopp under hela perioden p.g.a. de norska reserestriktionerna.

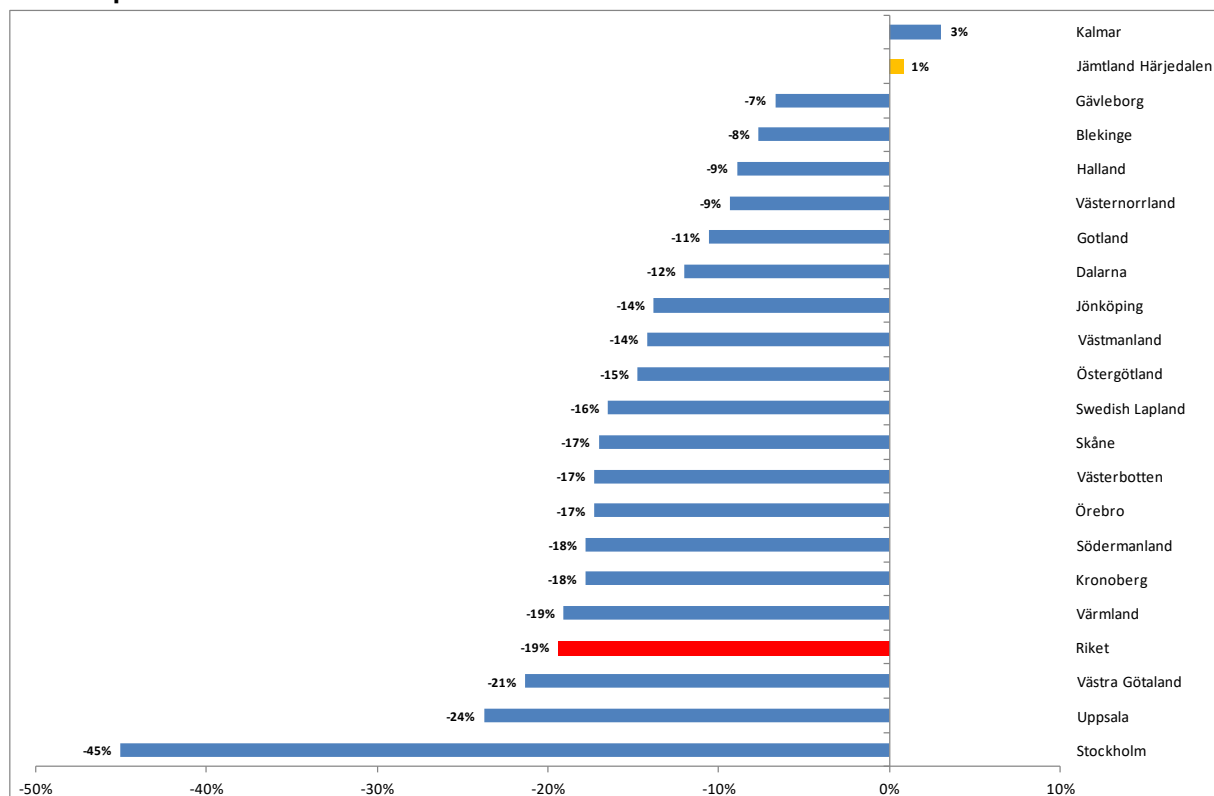
Gästnattsutveckling (totalt) ackumulerad 12-månadersperiod sep 20 - aug 21 jämfört med referensperioden mar 19 -feb 20. Riket som helhet och 21 län.



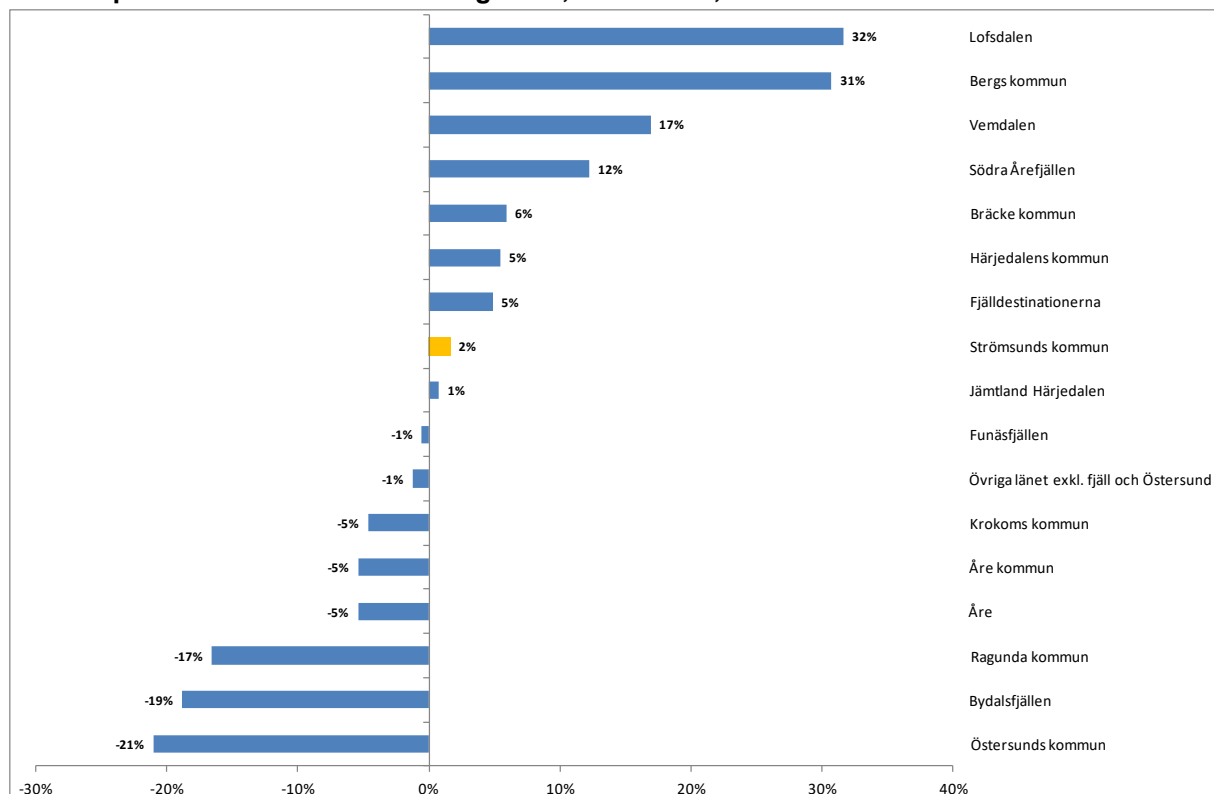
Gästnattsutveckling (totalt) ackumulerad 12-månadersperiod sep 20 – aug 21 jämfört med referensperioden mar 19 – feb 20. Regionen, kommuner och destinationer.



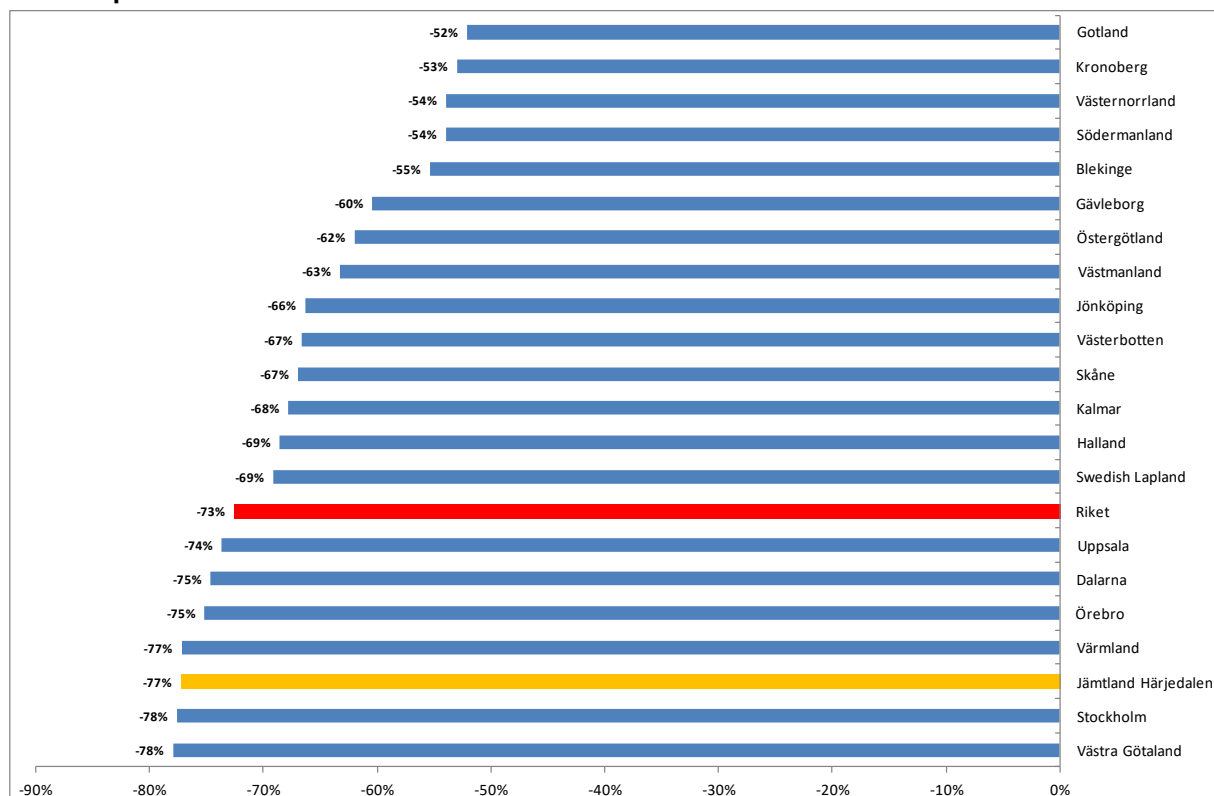
Gästnattsutveckling (svenska) ackumulerad 12-månadersperiod sep 20 – aug 21 jämfört med referensperioden mar 19 – feb 20. Riket som helhet och 21 län.



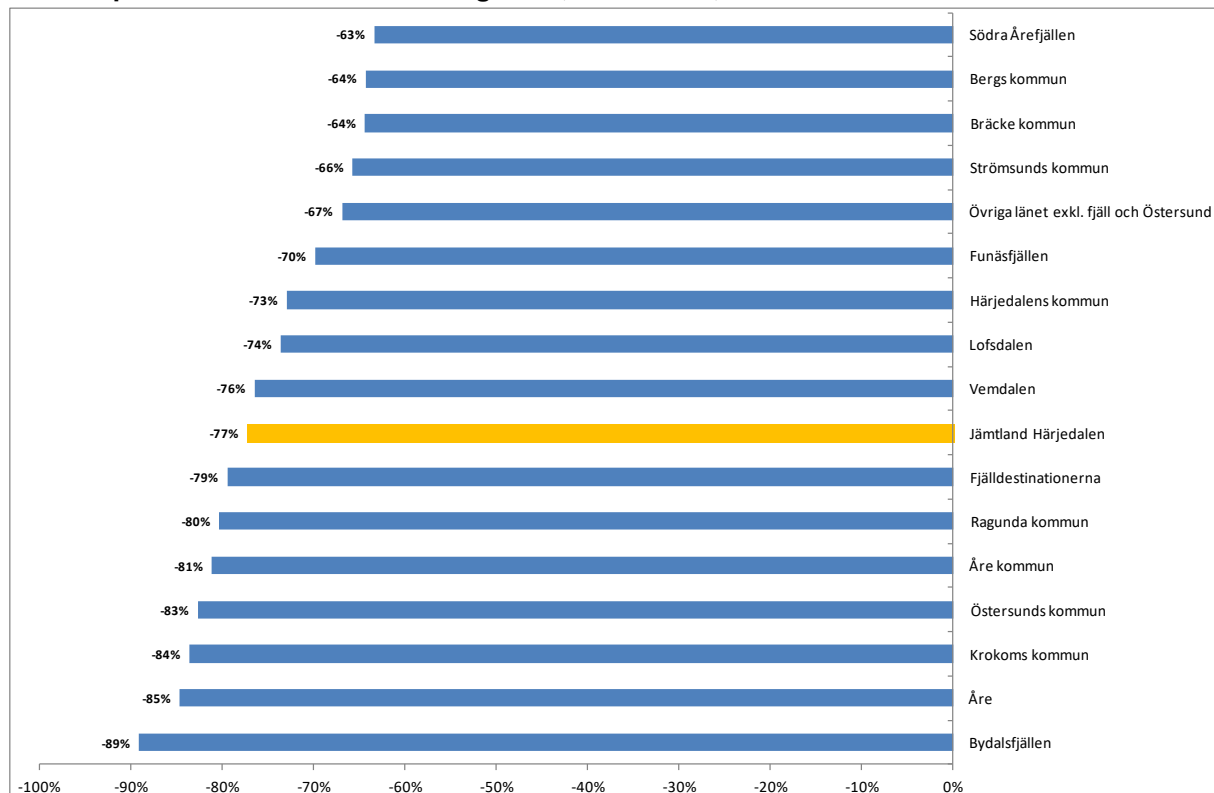
Gästnattsutveckling (svenska) ackumulerad 12-månadersperiod sep 20 – aug 21 jämfört med referensperioden mar 19 – feb 20. Regionen, kommuner, destinationer.



Gästnattsutveckling (utländska) ackumulerad 12-månadersperiod sep 20 – aug 21 jämfört med referensperioden mar 19 – feb 20. Riket som helhet och 21 län.



Gästnattsutveckling (utländska) ackumulerad 12-månadersperiod sep 20 – aug 21 jämfört med referensperioden mar 19 – feb 20. Regionen, kommuner, destinationer.

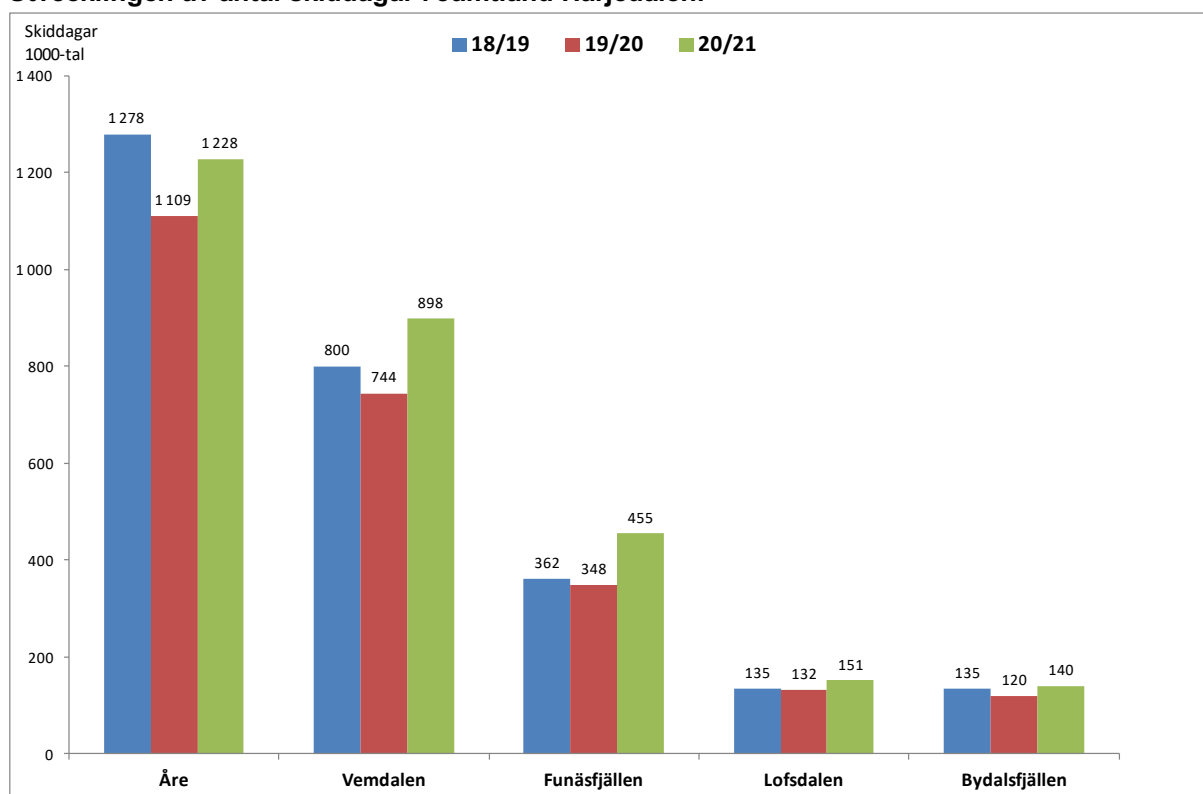


3.1.5 Sammanfattning av statistik från Jämtland Härjedalen

Jämtland Härjedalen har som helhet klarat sig väl genom pandemin. Men skillnaderna internt har varit stora. Samtidigt som delar av länet likväl som många enskilda aktörer har genomgått en mycket tuff period, så har flera av de större fjälldestinationerna gjort en snabb återhämtning för att nu ligga på all-time-high. Ett antal gynnsamt påverkande omvärldsfaktorer, i kombination med en stark intern kraftsamling har gjort att framför allt Lofsdalen och Vemdalen ligger på tydliga plussiffror när man studerar den kommersiella gästnattsstatistiken. Även Funäsfjällen ligger nära plus och tar vi hänsyn till det ökade nyttjandet av fritidshusboendet så handlar det totalt sett om plussiffror även där. Även södra Årefjällen har haft en fin utveckling, medan Åres kommersiella gästnattsiffror ännu inte återhämtat sig helt. Viktiga förklaringar är större beroende av utländska gäster, likväl som konferenser och möten. Men liksom i övriga fjälldestinationer så har nyttjandet av eget fritidshusboende ökat markant och på så sätt delvis kompenserat för minskningen av kommersiella gästnätter.

Utvecklingen på fjälldestinationerna kan under vintern också speglas genom att titta på statistik från SLAO som visar antalet skiddagar. Nedanstående bild visar flera tydliga saker. Dels att en mycket stark inledning av säsongen 2019/2020 i hög grad vägde upp tappet från april, när liftanläggningarna stängdes. Dels att den senaste säsongen tack vare en mycket stark utveckling på den svenska marknaden har resulterat i all-time-high för samtliga större destinationer, Åre undantaget.

Utvecklingen av antal skiddagar i Jämtland Härjedalen.



För områdena utanför skiddestinationerna har utvecklingen sett annorlunda ut och inte fullt lika positiva, även om det finns delar av olika destinationer som under vissa perioder haft en stark utveckling, t.ex. delar av Strömsunds kommun i anslutning till Vildmarksvägen. Östersund är utan tvekan den destination som haft den största negativa påverkan under pandemin. Den senaste sommaren ljusnade dock utvecklingen något, men det är fortfarande lång väg tillbaka till hur det så ut innan pandemin.

3.2 Vad säger besöksnäringen i Jämtland Härjedalen?

Under hösten 2021 genomfördes en intervjustudie med närmare 20 nyckelpersoner i Jämtland Härjedalen. Syftet med intervjustudien var både att komplettera den statistiska bilden men också att bättre förklara, nyansera och sätta den statistiska bilden i ett sammanhang. I intervjuerna fick respondenterna även resonera kring den framtida utvecklingen gällande de valda områdena. Intervjupersonerna valdes ut genom ett strategiskt urval med syfte att nå en god representation från hela länet (geografiskt) och av både mindre och större turismdestinationer/områden. Dessutom beaktades kön, ålder samt förmågan att kunna ge en representativ bild för sitt närområde. Den låga andelen företagsledare i urvalet kompletterades genom att ta del av intervjuer från denna grupp i Morgondagens medarbetare 2.0 under samma tidsperiod. Intervjuerna var strukturerade i ett antal områden, kopplade till JHT:s båda projekt. Se nedanstående tabell.

Hur har pandemin påverkat er destination/ert område hittills?	Vilka utmaningar och möjligheter ser ni framåt?
<p>Ekonomiskt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hur har företagens intäkter påverkats (volym, förändring, säsong o.s.v.)? <p>Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permitteringar, uppsägningar, osv. (sysselsättningseffekter)? - Kompetensfrågor; fortbildning, nya kompetensbehov, anpassningar av tjänster under pandemin, kompetensförflyttningar - Säsongsarbete? <p>Eventuella anpassningar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Digitalisering, streaming, nya marknader, nya produkter... <p>Övrigt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ledarrollens påverkan under pandemin (rekrytering, nya rutiner). - Fritidshusen nyttjande under pandemin? - Förändringar i hur besökare reser till och inom destinationen? - Har pandemin påverkat hållbarhetsarbetet? 	<p>Ekonomiskt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Förväntad utveckling för företagen (volym, förändring, säsong o.s.v.)? <p>Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lättare/svårare att rekrytera, nyanställningar eller återanställningar...? - Kompetensfrågor (nya kompetensbehov, behov av nya utbildningar...) - Ev. anpassningar som består (digitalisering, streaming, nya marknader, nya produkter...) <p>Eventuella anpassningar (nya/bestående)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Digitalisering, streaming, nya marknader, nya produkter... <p>Övrigt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Behov av investeringar. - Andra strategiska vägval? - Hållbarhetsarbete? - Andra funderingar eller medskick?

3.2.1 Pandemins generella påverkan

Utifrån intervjustudien framkommer vissa tydliga effekter som har skett oavsett geografiskt läge, storlek eller styrkan i det turistiska varumärket. De allra flesta av dessa effekter och förändringar går igen på nationell nivå.

Kraftig initial nedgång och stor osäkerhet

Av intervjuerna framkommer det att besöksnäringen i hela regionen märkte en kraftig nedgång under vårvintern 2020. Många bokade av, och flera önskade skjuta fram sina besök i tiden. Osäkerheten var stor och flera hade frågor kopplade till statliga ersättningar och möjligheten till åtgärder såsom permitteringar och uppskjuten skatt.

Snabb återhämtning för många destinationer

Många destinationer, inte minst i fjällkedjan, märkte dock en ganska snabb återhämtning. De flesta fjälldestinationer rapporterar om en stark sommar redan 2020. Detta kan förklaras av att stängda gränser ledde till ökad hemester (*svemester*) och fjällen framstod som relativt säkra resmål med goda möjligheter till utomhusaktiviteter. På anläggningar och destinationer med stort fokus på centrumhandel samt mötes- och konferensgrupper märks dock inte samma snabba återhämtning som på fjälldestinationerna.

Fortsatt ökning av besökare

Under de första kvartalen under 2021 beskrivs i intervjuerna en fortsatt god utveckling. Flera destinationer gjorde en stark vintersäsong och sin bästa sommar någonsin 2021. Även detta år märks en långsammare återgång av mötes- och konferensgäster och Östersund har drabbats hårdare av pandemin än både fjälldestinationer och övriga områden i Jämtland Härjedalen. Minskat antal besökare har lett till minskade intäkter, men genom permitteringar och andra åtgärder har även kostnaderna minskat.

Fritidshusnyttjande och internationella gäster

Fritidshuset har nyttjats i högre omfattning än andra år, ofta som arbetsplats och "pandemiboende" under längre perioder. Dock har inte den kommersiella uthyrningen av fritidshus minskat på grund av detta då de varit tillgängliga för uthyrning i normal omfattning under högsäsonger. Fritidshusägare har enkelt nyttjat sina fritidshus själva. Antalet internationella gäster har varit extremt få, särskilt sett till den norska marknaden, och marknadsföring på internationella marknader har varit minimal. En liten ökning av internationella besökare kan ses under sommaren 2021.

Ökad efterfrågan på utomhusaktiviteter och senare beslut

Det har skett en stor ökning av utomhusaktiviteter så som vandring, cykling och fiske samt skidåkning. Den stora ökningen har ofta skett antingen genom nya och relativt ovana besökare och/eller besökare som annars söker sig till andra platser såsom Alperna. Upplevelsen är att bokningar och avbokningar sker allt senare samt att vistelsen ofta är kortare än traditionellt.

Förändrade transportmönster

Många av besökarna brukar komma till regionen med bil. Under pandemin har bilen setts som ett relativt säkert färdmedel (jämför med tex tåg och flyg). Detta har varit en relativt konkurrensfördel för området som traditionellt har många bilburna besökare.

Ökad medialt intresse

Besöksnäringen och flera av de större destinationerna har fått en ökad medial uppmärksamhet. Rapporteringen var initialt ofta negativt vinklad med fokus på exempelvis smittspridning vid afterski och krav på att stänga ner verksamheten. Under slutet av perioden har media även lyft positiva aspekter där bland annat besöksnäringens rekord, hållbarhetsåtgärder och möjligheten att besöka Jämtland Härjedalen på ett smittsäkert sätt framhållits. Många mindre och relativt sett glesa destinationer har klarat sig bättre ur ett nationellt perspektiv medan de destinationer som har en stor del hotell- och konferensaktörer har haft det svårare.

3.2.2 Pandemins påverkan inom några specifika områden

Pandemin har lett till olika effekter i Jämtland Härjedalen beroende på exempelvis huvudsaklig målgrupp, storlek och utbud samt hur välkänd eller etablerad destinationen eller platsen är i ett nationellt och internationellt perspektiv.

3.2.2.1 Arbetssätt och ledarskap

Efter flera goda år för många inom besöksnäringen förde pandemin med sig nya utmaningar. Dessa utmaningar landade i stor utsträckning på ledarskapsnivå. Arbetsrättsliga frågor kring uppsägningar, oro och osäkerhet bland personal, uppvaktning från media och utmaningar i att tolka rådande restriktioner nämns som de främsta återkommande ledarutmaningarna.

Färre gäster ledde till minskat behov av arbetskraft som ledde till permitteringar. Flera intervjupersoner konstaterar att de som jobbade kvar har fått jobba extra hårt. I många fall har den kvarvarande och hårt jobbande klick bestått av ägarna själva. Det gör att utrymmet för ledarskap och strategisk utveckling av många beskrivs ha fått stå tillbaka för mer operativa arbetsinsatser.

3.2.2.2 Anpassningar och målgrupper

Många mindre och större anpassningar av verksamheter har skett, både utifrån restriktioner och gästernas efterfrågan men också utifrån nya målgrupper. Enklare och vanliga anpassningar är i samband med äta och boka samt information. Digitaliserade lösningar har markant påskyndats. En röd tråd är att antalet fysiska möten mellan människor har minimerats, flyttats utomhus eller strukturerats om utifrån pandemiriktlinjer. Exempel är att försäljning av lift- och ledkort samt skiduthyrning har flyttat utomhus, lägenhetsuthyrning sker utan fysiska möten och restauranger har begränsat antalet gäster samt frångått buffé och tillämpat bordsplacering. Många av anpassningarna kräver mer tid och personal men samtidigt har vissa tjänster minskat behovet av personal och gett möjligheten att arbeta mer med värdskap. Vissa verksamheter har kunnat ta emot färre besökare men samtidigt fått en ökad lönsamhet per gäst. Många nämner också en förbättrad arbetsmiljö tack vare anpassningarna.

”Frågor som tidigare hanterades vid incheckningen kan idag komma till liftvärden.”

Många destinationer och områden har fått fler besökare, vilka ofta dels är ovana, dels sådana som vanligtvis besöker bergsområden i andra länder, såsom Alpländerna. Detta är något som påverkat efterfrågan. Till exempel har vissa destinationer upplevt en minskad skiduthyrning men en ökad efterfrågan på privatlektioner. Antalet ovana fjällresenärer kan även medföra en problematik om vad som gäller i fjällmiljö samt nya eller ökade krav på destinationerna. Vissa hotell har fått ställa om och arbeta mot nya målgrupper, t.ex. mer uteaktiviteter och longstay.

”Det som är rätt idag behöver inte vara rätt i morgon.”

Att fler har i högre utsträckning nyttjat sina fritidshus. Det har på vissa destinationer gett fler besökare över hela året, vilket både synts i skidområdena och hos livsmedelsaffärerna. Att vintersäsongerna har gått så bra har i vissa fall banat väg för att även hålla öppet sommartid.

Många av företagen, framför allt på de större turistdestinationerna, har permitterat anställd personal. De statliga stöden har varit viktiga. Det har dock medfört att ägare och personer i ledande positioner ofta har fått en mer omfattande och ofta ansträngd arbetssituation.

3.2.2.3 Hållbarhetsfrågor

Många hållbarhetsfrågor har angripits och synliggjorts under pandemin. Samtidigt har det strategiska hållbarhetsarbetet ofta fått ta ett steg tillbaka för akuta och kortsiktiga insatser. De största hållbarhetsinsatserna har skett för att bedriva en smittsäker verksamhet medan den största påverkan kan beskrivas som overturism med ett hårt slitage på leder och ökad belastning för markägare samt trängsel på destinationer – allemansrättens styrkor och svagheter har synliggjorts. Nedskräpning verkar inte ha varit ett problem utan snarare har de mer övergripande frågorna aktualiserats, så som den ökade påfrestningen och kostnaderna för lokalsjukvård (framför allt under pandemin) och sophantering som en stor mängd besökare under begränsade tider medför.

Flera av länets destinationer har kunnat dra nytta av den ökade efterfrågan på resmål utan trängsel och med stora tillgängliga ytor, vilka ses om ett hållbart och attraktivt resmål. Pandemins stora påverkan har också lyft styrkan av att ha ”flera ben att stå på”. Att som företag inte enbart vara beroende av en inkomstkälla. Många av länets företag inom besöksnäringen, särskilt på mindre destinationer, har flera verksamheter parallellt, vilka kan anpassas med relativt kort varsel och därmed balansera tillfälliga upp- och nedgångar.

3.2.2.4 Kompetensförsörjning

Pandemin medförde stora svängningar kopplat till kompetensförsörjning. I det korta perspektivet upplever flera ett omedelbart "överskott" av personal. Den snabba återhämtningen på många håll i Jämtland Härjedalen gjorde att personal ganska tidigt började söka sig från hårdare drabbade områden. Storstadskockar, piloter och flygvärdinnor nämns bland de arbets sökande.

Under den senare delen av pandemin märks en betydligt större konkurrens om arbetskraft. Det beror dels på att konkurrensen från andra svenska områden ökat, men också på att flera lämnat besöksnäringen för studier eller jobb inom andra branscher.

"Vår kökschef kommer inte tillbaka efter pandemin för han pluggar till lärare".

Vi återkommer i rapportens sjätte kapitel till det faktum att kompetensförsörjning är ett av de områden där det syns skillnad mellan olika destinationer. Det kan handla om destinationer som lockar både besökare och personal, destinationer som lockar besökare, men har svårare att konkurrera om personal samt destinationer som ännu inte märkt av en återhämtning av besökare och därför inte haft behov av att rekrytera personal.

Kompetensförsörjning är en fortsatt stor utmaning för besöksnäringen. Samtidigt som efterfrågan på utbildad och erfaren personal är stor kan konstateras att antalet studenter på landets turismutbildningar generellt sett minskar. Helt klart är dock att investeringar i besöksnäring skapar förutsättningar för en mer attraktiv livsmiljö. Det i sin tur kan göra det enklare att rekrytera kompetent personal inom alla branscher.

3.2.2.5 Ekonomiskt stöd och fortsatta investeringar

Gällande offentliga pandemistöd så har å ena sidan många företag, framför allt hos de större destinationerna, använt de statliga stöden, vilka de uppger ha varit viktiga samt fungerat bra. Å andra sidan uppger några att offentliga pandemistöd har kantats av otydlig och en oeffektiv process hos handläggare och myndigheter.

Intervjustudien visar att offentliga stöd ofta är viktiga. Dels då besöksnäringens företag ofta är små med en begränsad ekonomisk uthållighet och dels att de kan behöva stöd till omställning. Dessutom behövs offentliga investeringar för att utveckla besöksnäringen ur ett regionalt perspektiv.

När vi ser till investeringar till följd av eller som synliggjorts under pandemin så spänner de både över enskilda investeringar hos företagen, ofta gällande digitalisering, samt att det krävs offentliga investeringar och samverkan för att kunna lyfta fler besöksmål än "Blanktjärn och Jämtlandstriangeln" i länet. Detta för att minska risken för oöverturism samt för att kunna stärka länets samlade besöksnäring.

3.2.2.6 Ökad samverkan

En av de tydligaste effekterna av pandemin är utökat samarbete och ökad samverkan. Sannolikt kan en kris som pandemin främja och driva på samverkan, men den befintliga strukturen med destinationssamverkan tycks ha underlättat och drivit på samverkan.

På många håll i länet har destinationsbolag (i vissa fall "turistansvarig" på kommunen) tagit på sig eller getts en koordinerande roll. Det kan handla om att kalla till möten med flera berörda parter inklusive regionens smittskydd. Dessa möten har varit både reaktiva med fokus på tolkning och tillämpning av restriktioner, och proaktiva med fokus på kommande säsong, åtgärder skyltning, osv.

I ett senare skede har flera destinationsbolag koordinerat screening av personal och agerat värdar på destinationerna. Över huvud taget har pandemin fått många aktörer att jobba närmare varandra. Pandemin har främjat samverkan.

3.2.3 Tre olika typdestinationer

I denna del synliggörs och diskuteras hur olika platser i regionen har påverkats olika beroende på sina specifika "karaktärsdrag". Ett områdes attraktionskraft, det vill säga efterfrågan från besökare och arbetskraft, har påverkats av pandemin utifrån vilka förutsättningar och karaktärsdrag som området har. Något som i sin tur har påverkat besöksvolym och ekonomi, tiden för återhämtning samt personal- och kompetensförsörjning. För att synliggöra detta kommer vi nu presentera tre så kallade *typdestinationer*.

Typdestination A (Större fjälldestination) karaktäriseras av: Hög andel fritidsgäster, bilburna besökare, många utomhusaktiviteter, liten trängsel, många fritidshus och ett starkt nationellt varumärke. Många besökare och har kunnat rekrytera tillbaka personal. Exempelvis: Åre, Vemdalen, Funäsdalen, Lofsdalen.

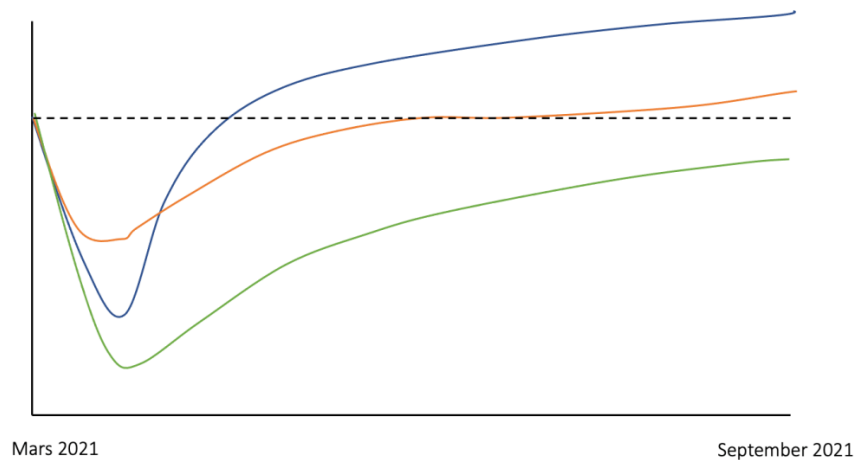
Typdestination B (Stad) karaktäriseras av: Hög andel affärs- och konferensbesökare samt gruppresor, reseanledningar som bygger på större event, handel, restaurang och inomhusaktiviteter, (lägre andel utomhusaktiviteter). Har ännu inte haft så stark återhämtning och därför inte behövt rekrytera så mycket personal. Exempelvis: Östersund.

Typdestination C (Mindre destination) karaktäriseras av: Hög andel fritidsgäster, bilburna besökare, tillgång till utomhusaktiviteter, liten trängsel samt ett mer okänt varumärke i ett nationellt perspektiv. Många besökare men svårigheter att rekrytera i den takt de önskar. Exempelvis: Bydalen, Södra Årefjällen, Strömsund, Ragunda.

Skillnader mellan dessa typdestinationer kan kopplas till platsernas olika karaktärsdrag och förutsättningar. Skillnaderna lär oss hur olika områden påverkas olika vid en samhällsstörning som en pandemi. Skillnaderna är också viktiga att studera eftersom de säger något om hur olika platser är rustade för det "nya normala" samt inför framtida utvecklingsåtgärder som påverkar besöksnäringen.

Figuren nedan visar den utveckling som de intervjuade företrädarna för länets turist- och besöksnäring har målat upp gällande besöksvolym från pandemins start under första kvartalet 2020 fram till och med sommaren 2021. Observera att detta är den schematiska skissen, och inte bygger på exakta siffror men att uppskattningen mycket väl går i linje med det tidigare presenterade siffermaterialet. Väldigt många företag har haft det tufft och inte alla har överlevt pandemin, men de allra flesta rapporterar om en snabb återhämtning och nya rekord i besökare och omsättning.

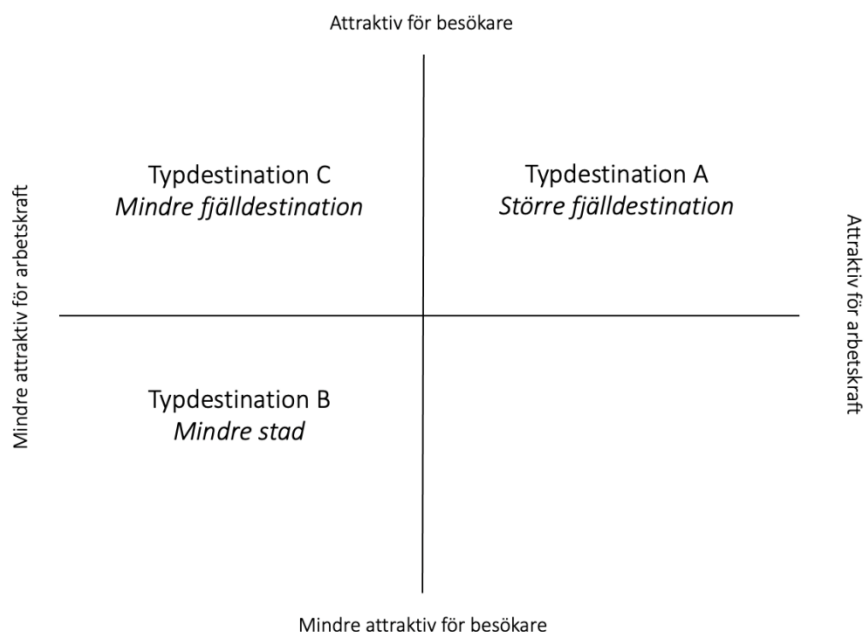
Principskiss av pandemins tre typdestinationer. Den mörkblå linjen visar typdestination A, den gröna linjen typdestination B och den orangea linjen typdestination C.



Av figuren framgår att samtliga typdestinationer drabbades av en snabb och kraftig nedgång vid pandemins start. De *större fjälldestinationerna* (Typdestination A) upplevde därefter den snabbaste och kraftigaste återhämtningen. Tillsammans med de *mindre destinationerna* (Typdestination C) har dessa till och med haft en ökning av besökare från sommaren 2020, samtliga säsonger, jämfört med innan pandemin. *Stad* (Typdestination 3) har över tid upplevt den klart största negativa påverkan från pandemin. Även dessa områden har efter sommaren 2021 till stor del återhämtat sig och börjar nu närma sig nivåer jämfört med innan pandemin, men det har varit tufft.

”Vinnarna” under pandemin är de områden som är kända nationellt, med en tidigare liten andel internationella besökare och som har många aktiviteter som sker i en smittsäker miljö. ”Förlorarna” är de områden dit besökarna vanligtvis reser med kollektiva transportsätt, framför allt flyg, och tidigare haft en stor andel affärs, konferens och gruppbesökare samt har ett aktivitetsutbud som är svårt att genomföra smittsäkert, till exempel handel, mat och större evenemang.

Pandemins påverkan på vardera typdestinations attraktionskraft



Ovanstående figur visar hur typdestinationerna förhåller sig till *attraktionskraften* (mätt i termer av efterfrågan) för besökare respektive arbetskraft. Större fjälldestinationer (Typdestination A) har med sitt stora utbud av smittsäkra miljöer och aktiviteter samt sin nationella synlighet upplevts som trygga både av besökare och arbetssökande. Även de mindre destinationerna (Typdestination C) har varit attraktiva för besökare men har ofta svårare att konkurrera om arbetskraften. Detta speglar att destinationernas attraktionskraft för arbetssökande kopplar till platserna som varumärken och bostadsort. Mindre städer (Typdestination B) har varit mindre attraktiva för besökare och därför inte haft samma behov av arbetskraft, vilket ur detta perspektiv gör dem, för tillfället och i jämförelse med andra destinationer, mindre attraktiva för arbetssökande. Detta förhållande kan dock snabbt ändras.

Är området attraktivt för både besökare och arbetskraft så har det skapat en positiv spiral där vi har sett besöksrekord hos flera områden i länet. Är området attraktivt för besökare men inte för arbetskraft så har det varit svårare att dra nytta av den högre efterfrågan. Dessa insikter i kombination med att många aktörer har tagit vara på (de helt nödvändiga) stöden och ofta "väntat ut pandemin" snarare än att ställt om och anpassa verksamheten, kan vara viktiga lärdomar. Vore det möjligt att få fler företag att se stöden som omställnings- eller utvecklingsmedel skulle länets besöksnäring sannolikt snabbare kunna nå nya målgrupper och vara beredda att ta emot framtidens besökare.

4 Tiden efter pandemin

Den globala påverkan från pandemin på besöksnäringen har, och kommer få fortsatta konsekvenser för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. Framtida resandemönster, attityder, beteenden och trender är idag mer osäkra än innan pandemin, och som flertalet scenarier visar, mycket svåra att förutsäga.

Under den närmsta framtiden kommer vi sannolikt att få se en mix av gamla och nya trender. Något som ställer krav på en mer resilient regional besöksnäring som bygger på gränsöverskridande samverkan, kunskap och anpassningsförmåga.

Förändringar och utveckling krävs på utbudssidan gällande t.ex.:

- Kompetens
- Ledarskap
- Arbetskraftsförsörjning
- Innovationskraft

Förändringar och utveckling krävs på efterfrågesidan där en förändrad efterfrågan och kravbild ger nya förutsättningar för t.ex.:

- Marknadsföring
- Finansiering
- Transportlösningar.

I detta avslutande kapitel diskuterar vi trender och tendenser baserat på de tidigare kapitlen. Avslutningsvis tillämpas dessa på Jämtland Härjedalen.

4.1 En framtid med många frågetecken

När intervjupersonerna från Jämtland Härjedalens besöksnäring har fått prata om sin syn på framtiden kan konstateras att det råder en stor osäkerhet och finns många frågetecken inför det som komma skall.

Många av frågorna kretsar kring hur framtidens besökare kommer att agera. Till att börja med har många nya grupper upptäckt fjällen och inte sällan besökt Jämtland Härjedalen för första gången. Kommer vi att kunna behålla dessa besökare i framtiden eller återgår de till tidigare resmönster och reser till exempelvis Alperna eller sol och bad?

Några som saknats i stor utsträckning under pandemin är de internationella besökarna som uteblivit på grund av stängda gränser. Kommer de att komma tillbaka till gränshandel, fotbollscuper och shopping? Kommer trygghet och säkerhet att spela större roll för framtidens resenärer och kommer i så fall framtidens turister att främst vilja turista mer i sina egna hemländer eller på platser om upplevs som trygga?

Flera kopplar pandemin till ett ökat fokus på hållbarhet och frågor som om huruvida resmål i Jämtland Härjedalen främjas i den konkurrensen; Kommer det anses vara skamligt eller berömligt att åka till Jämtland Härjedalen i framtiden?

Andra frågor handlar om själva företagen. Kommer de att behålla sina digitala omställningar kopplat till uthyrning, bokning och information? Mycket talar för det, liksom att kompetensförsörjning är en stor utmaning för framtiden. Till utmaningarna hör också frågor om intäkter och lönsamhet. Flera företag har uppskjutna skattebetalningar framför sig.

Medvetenheten om krisberedskap och anpassningsförmåga har ökat under pandemin och flera företag kommer troligen jobba mer med kris- och beredskapsplaner. Alla frågetecken till trots kan konstateras att fortsatt samverkan tros vara en nyckel för att bemöta framtidens frågor och utmaningar.

4.2 Scenarier för framtidens resande

Under pandemin har frågetecknen varit många om hur framtidens resande ska se ut. Frågorna är många gällande om, hur och när vi vill, kan och får resa. Ett sätt att förhålla sig till en osäker framtid är genom att ställa upp ett antal olika scenarier, vilket bland annat förekommit inom internationell turismforskning. Denna forskning kan inte sägas stå bakom en samlad bild av tänkbara scenarier för turismen efter pandemin. Däremot finns några generella mönster där två huvudsakliga alternativ framstår; 1) återgång till tidigare resmönster, respektive 2) övergång till (delvis) nya resmönster.

I det första scenariot skulle människor återgå till att resa som tidigare så snart smittspridning avstannar och gränser öppnar upp. För detta scenario talar det faktum att resandet vid tidigare samhällsstörningar alltid återhämtat sig snabbt. Dessutom har vi aldrig tidigare haft en så globaliserad värld som nu med nätverk som sträcker sig mellan regioner och mellan länder. För det andra scenariot talar att vi aldrig tidigare haft en så global och så utdragen samhällsstörning som coronapandemin. Dessutom har medvetenheten om klimatutmaningar i sambandet mellan resande utsläpp aldrig varit så stor. Flera forskare pekar på att vissa typer av resor, som det långväga flygresandet, eller stora delar av mötesindustrin kommer att uppvisa bestående nedgångar.

Sammanfattningsvis, visar genomlysningen av scenarier att det är svårt att förutsäga vad som kommer att hända i framtiden. En slutsats blir att aktörernas förmåga till anpassning och omställning (innovationsförmåga) är avgörande för hur konkurrenskraften utvecklas, oavsett hur framtiden ter sig. Pandemin har sannolikt bidragit till ett ökat fokus på vikten av kompetens, kunskapsproduktion och forskning.

4.3 Trender som förstärkts av pandemin

I och med coronapandemin ser vi några nya trender som sannolikt kommer att påverka turism och besöksnäringen samt resande under lång tid framöver.

Mer lokalt och inhemskt resande – Minskat utbud, ökade restriktioner och i vissa fall stängda gränser gör att det internationella resandet varit minimalt det senaste året. Vi ser en hemester- och svemestertrend där många svenskar har upptäckt nya resmål närmre hemmet och inom Sveriges gränser. En trend som sannolikt kommer fortsätta ytterligare en tid då pandemin ännu inte är över samt att människor trots minskad smittspridning fortsätter känna osäkerhet och ha en större riskmedvetenhet.

Mer hållbart resande – Studier som gjorts under pandemin visar att människor påverkats till att vilja resa grönare och mer ansvarsfullt i framtiden. Inte bara med hänsyn till klimatet, utan också med hänsyn till de lokalsamhällen man besöker.

Ökad digitalisering – Digitaliseringen har pekats ut som en framgångsfaktor inom besöksnäringen under en längre period. Under pandemin har utvecklingen förstärkts genom exempelvis mobilapplikationer, streamade tjänster samt köp och information som nu hanteras via mobilen i stället för via kassor och personliga möten.

Mer utomhusaktiviteter – Smittspridning och social distansering har inneburit att vi vistas mer utomhus. Detta har gynnat utomhusbaserade aktiviteter och utomhusorienterade destinationer, inte minst inom fjäll och friluftsliv.

Förskjutning mot mindre destinationer – Turismen i storstäder och på stora etablerade besöksmål har minskat drastiskt under pandemin. I stället ses en ökning på mindre destinationer som framstår som säkrare och bättre på att erbjuda social distansering. Ett exempel på detta är att svenskar i större utsträckning valt att åka till svenska fjällen.

Mer familj – Vi har kommit närmare den egna familjen under pandemin, och kommer sannolikt att betrakta familjen som ett säkert resällskap under en tid framöver. Resande kommer fortsättningsvis att göras i mindre resällskap, och inte sällan med den egna bilen som transportmedel. Besök av släkt av vänner står för mer än hälften av alla resor som svenskar gör på fritiden, och närmsta tiden finns sannolikt många släktingar och vänner som kommer att prioriteras.

Pandemin förstärker nya insikter om turismens roll i samhället - Turism och besöksnäring har i tillväxtplaner och utvecklingsprojekt under lång tid kopplats till ökade intäkter och sysselsättning. Pandemins ändrade resande och uteblivna evenemang har förtydligat det faktum att turismen står för många andra, och många gånger samhällsbärande effekter. Exempelvis har turismens sociala, hälsofrämjande och platsutvecklande effekter uppmärksammats under pandemin. Hela samhället har fått en större förståelse för besöksnäringens roll i samhället med en förskjutning från "gästnattsalstrande" till "samhällsbärande".

4.4 Trender och scenarier aktuella för Jämtland Härjedalen

När restriktionerna har lättat eller helt tagits bort och samhället börjar återgå till en mer normal situation, blir en given fråga hur vi kan förvänta oss utvecklingen framåt. Hur kommer Jämtland Härjedalen att påverkas i ett kortare respektive längre perspektiv?

Signalerna inför vintersäsongen 2021/2022 på skiddestinationerna är fortsatt positiva. Samtidigt kan vi nog förvänta oss att en del av de "nya gäster" som hittade till Jämtland Härjedalen förra vintern, givet att inget dramatiskt händer framöver, kommer att resa utomlands i vinter, för skidåkning, sol och bad eller annat. Det är troligt att förvänta sig en mycket offensiv marknadsföring från stora destinationer inte minst i Europa i ambition att försöka återta det man har tappat under pandemin.

Vi vet i dagsläget inte hur människor vill resa, och om man kommer att kunna resa vart man vill. Det är inte heller självklart att alla hotell och resmål har kunnat rekrytera personal för att hålla öppet som vanligt.

Tittar vi lite längre fram, mot sommaren 2022, finns det kanske anledning att förvänta sig en viss avmattning för fjälldestinationerna. För en del av de "nya gästerna" man lockat de senaste två somrarna har valet sannolikt styrts av restriktioner såsom stängda gränser. Om vi återgår till en mer normal situation under kommande sommar är det rimligt att anta att en hel del av dessa gäster återgår till ett annat resmönster. Samtidigt har destinationerna förhoppningsvis hittat nya gäster som upptäckt och uppskattat det nya och därmed också gärna vill återkomma. För Östersund och andra delar av regionen utanför fjälldestinationerna är förhoppningen att en återstart av främst evenemang och handel i kombination med en ökade tillströmning av utländska gäster, återigen kan få fart på näringen.

4.4.1 JHT:s och Jämtland Härjedalens scenarioarbete

Vid den workshop som JHT tillsammans med styrelsen och nyckelpersoner från besöksnäringen i Jämtland Härjedalen genomförde i maj 2020 summeras ett antal punkter inför framtiden, d.v.s. efter pandemin. Grannregioner och de nordiska länderna identifieras som centrala för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen. Det framkom också en önskan om att aktörer på både nationell och regional nivå ges möjlighet, och inser behovet av, omprioriteringar i de fall det kan anses motiverat. Som exempel uppmuntras Visit Sweden att krympa sitt geografiska fokus till ett mindre och mer Sverigenära område. Något som till viss del nu har realiserats då Visit Sweden idag också har i uppdrag att marknadsföra Sverige som resmål inte bara på den internationella utan också på den nationella marknaden.

I skenet av den geografiska koncentrationen beskriven ovan diskuterades hur besöksnäringen i Jämtland Härjedalen påverkas av en eventuell långsiktig minskning av internationell turism. Om inkommande turism minskar finns det en utmaning i att dels ställa om verksamheter till en mer lokal marknad, dels kompensera ett förväntat intäktsbortfall. Frågor som är relevanta även idag är; om det i framtiden "räcker" med intäkter från nationella gäster? Krävs nya kompetenser? Nya samverkansformer? Mer, mindre eller annan arbetskraft? Många företag har under pandemin arbetat med utveckling och omställning där många stödprojekt har bidragit positivt i detta. Många företag har dock inte haft möjlighet eller valt att inte delta. Behövs det nya insatser och hur ska dessa bli relevanta och tillgängliga för fler företag?

Kommunikation och marknadsföring framstår som ett centralt område under en osäker framtid även efter pandemin. Både vem som ska kommunicera vad i vilka kanaler på utbudssidan, men också hur olika målgrupper tar till sig information. Det konstateras att trovärdighet i kommunikation blir extra viktig. Därav följer att det spelar en avgörande roll vem det är som är avsändare t.ex. kommun, region, destinationsbolag, företag o.s.v. Detta kommer att ställa krav på de aktörer inom besöksnäringen som arbetar med kommunikation och marknadsföring samt också sannolikt ett ökat behov av samverkan för att kommunicera ut trovärdiga budskap som når fram till målgruppen, vilken det än är.

4.4.2 Viktiga frågeställningar för besöksnäringen i Jämtland Härjedalen

Besöksnäringen skiljer sig markant mellan geografiska områden i Jämtland Härjedalen. Även pandemins påverkan har fått väldigt olika konsekvenser i områdena och för olika verksamheter. Besöksnäringen kan beskrivas som ett ekosystem med olika starka beroenden mellan olika verksamheter och områden. Dessutom är branschen hårt styrd av säsongsvariationer. Hur har ekosystemet, d.v.s. besöksnäringen som en helhet i Jämtland Härjedalen, påverkats? Vilka konsekvenser får pandemin för besökare, för arbetskraften och för resmönstren. Hur kommer nya förutsättningar och beteenden påverka behovet av samverkan inom branschen, erbjudandet till besökare och bilden av besöksnäringen i Jämtland Härjedalen?

Jämtland Härjedalen borde kunna stå sig bra i konkurrensen tack vare profilen på natur, utomhusaktiviteter och destinationer som upplevs som relativt små och säkra, men det kommer kräva fortsatt utveckling, anpassning och samverkan. Nedan summerar vi några tendenser åtföljda av frågeställningar i syfte att kunna påverka och utveckla turism och besöksnäringen i Jämtland Härjedalen.

Glesa regioner alltmer attraktiva för turister

- Efter flera år av ökad andel av turism och resande till storstäder kan nu trenden komma att förändras till förmån för mindre och mer glesare regioner, vilket skulle vara en konkurrensfördel för Jämtland Härjedalen. Hur tar vi tillvara på denna möjlighet? Kan det göras tillsammans i länet och tillsammans med andra regioner? Hur gör vi det på ett hållbart sätt?

Kunskap för fortsatt utveckling

- Fokus håller på att flyttas från ett strikt turismfokus till ett mer samhällsinkluderande perspektiv med ökat fokus på en attraktiv plats. I övergången mot ett ökat platsfokus är kunskap och medvetenhet en förutsättning. Hur kan lokala och regionala destinationsorganisationer driva på denna utveckling och stötta företagen i branschen?

Större riskmedvetenhet kräver fortsatt arbete och synlighet

- Mindre störningar, t.ex. kriser och katastrofer, inom de närmaste åren kan få en större påverkan på resande och turism än tidigare då människor är idag mer riskmedvetna på grund av coronapandemin. Hur kan vi skapa ett kollektivt medvetande om detta? Är det något som det offentliga tillsammans med lokala och regionala destinationsorganisationer kan bidra till medan företagen fokuserar på kortsiktiga mål?
- Trygghet och säkerhet har fått ökad uppmärksamhet under pandemin. Det gör att destinationer och besöksmål behöver utveckla och synliggöra även sitt sociala hållbarhetsarbete innehållande, t.ex. rutiner för trygga och säkra vistelser och aktiviteter. Många destinationsbolag och samverkansaktörer har tagit ett stort ansvar. Finns det möjligheter till ett gemensamt lärande och erfarenhetsutbyte? Hur säkerställer vi att erfarenheterna hålls uppdaterade och aktuella?

Ökad digitalisering inom besöksnäringen

- Pandemin har påskyndat digitaliseringen inom besöksnäringen. Denna utveckling påverkar branschens kompetensbehov och ger nya affärsmöjligheter. Kan gemensamma satsningar med offentliga medel inom detta område fortsätta utvecklingen och skapa en starkare konkurrenskraft?

Fortsatt kompetensutveckling inom branschen

- Bland besöksnäringens aktörer kan två olika strategier skönjas; överlevnad och omställning. Oavsett strategi är en utmaning att inte bara överleva och vilja fortsätta med turism, utan också öka beredskapen för framtida kriser och utmaningar. Hur kan vi skapa intresse och förutsättningar för stärkt motståndskraft, stärkt konkurrenskraft, ökad lönsamhet och stärkt innovationsförmåga?
- Många företag har deltagit i gemensamma kompetensinsatser under pandemin. Dessa företag kan vara mer mottagliga för nya insatser gällande nätverkande, utveckling och tillväxt. Hur kan vi erbjuda fortsatta och utökade kompetensinsatser? Hur kan dessa insatser följas upp för att utvärdera genomförande och resultat som underlag för lärande och påverkansarbete?