

Tioårig plan ska fördubbla utländsk turism i Småland och på Öland

Idag sluts ett samarbetsavtal mellan Visit Sweden och de regionala turismorganisationerna för Småland och Öland. Samarbetet ska fördubbla intäkterna från utländska turister och år 2026 ska regionerna vara ett självklart val för hållbara upplevelser i Sverige.

Nu tar Visit Sweden, Smålands Turism, Destination Småland och Regionförbundet Kalmar län ett tydligt steg mot fler hållbara turistupplevelser och större intäkter från utländska turister de närmaste tio åren. Tillsammans satsar man medvetet på internationell marknadsföring av hållbara upplevelser, vilket ska leda till en ökning av utländska besökares konsumtion i Småland och på Öland. År 2026 räknar man med att värdet av denna konsumtion har fördubblats till 12,5 miljarder kronor.

Den gemensamma planens fokus på en hållbar tillväxt av turismen i Småland och på Öland ska inte bara leda till fler hållbara upplevelser, utan också bättre utnyttjande av boendekapaciteten och högre logiintäkter, bland annat genom fler turister under hela året.

- Utländska besökare spenderar redan idag 113 miljarder kronor i Sverige och potentialen för att öka omsättningen hos besöksnäringens företag ännu mer finns utomlands. Genom vår gemensamma vision ökar vi tillväxten i Småland och på Öland, säger Thomas Brühl, Visit Sweden.

Enligt Visit Swedens målgruppsanalyser finns det 81 miljoner människor i 11 länder som planerar en resa till Sverige de närmaste åren. En viktig del i att inspirera till fler besök blir att uppmuntra regionens turistföretag att finnas på alla relevanta kanaler som de utländska turisterna använder för planering och

bokning av sin resa. Aktörerna bakom samarbetet vill också få med fler företag och offentliga aktörer i den internationella marknadsföringen.

- Denna kraftfulla satsning är en viktig pusselbit och tillsammans med andra insatser som exempelvis utveckling av hållbara produkter inom ramen för olika projekt ser vi att vi kommer att ha goda förutsättningar att nå våra målsättningar, säger Lena Larsson, vd för Smålands Turism.
- Det känns bra att ytterligare stärka samarbetet mellan Småland och Visit Sweden där vi med ett fokuserat arbete kan öka medvetenheten om vårt utbud för den utländske besökaren, säger Anna Sjö Dahl, vd för Destination Småland.
- Vi har sedan tidigare arbetat tillsammans med att stärka våra varumärken. Att regionerna och Visit Sweden nu tar ett gemensamt grepp för att ytterligare lyfta Småland och Öland för våra utländska besökare ligger helt i linje med hur vi vill arbeta, säger Helena Nilsson, regiondirektör för Regionförbundet i Kalmar län.

Att öka intäkterna från utländska turister är en del av regeringens exportstrategi.

<http://www.regeringen.se/informationsmaterial/2015/09/sveriges-exportstrategi/>

För mer information

Thomas Brühl, Visit Sweden, tel 08-789 10 00

Helene Berg, regiondirektör Visit Sweden, helene.berg@visitsweden.com, tel 0049 172 418 66 58

Bitte Olsson, pressansvarig Visit Sweden, bitte.olsson@visitsweden.com, tel 0705-25 04 56

Lena Larsson, vd Smålands Turism, lena.larsson@smalandsturism.se, 0708-19 95 75

Anna Sjö Dahl, vd Destination Småland, anna.sjodahl@destinationsmaland.se, 0470-73 32 71

Karin Ekebjär, turismsamordnare Regionförbundet Kalmar län, karin.ekebjar@rfl.se, 070-922 94 35

Visit Sweden är ett kommunikationsföretag som marknadsför Sverige som resmål och varumärke, så att fler turister från utlandet bidrar till fler jobb och större intäkter till staten och besöksnäringen. Utländska turister spenderar årligen 112,6 miljarder kronor i Sverige och cirka 165 400 personer är sysselsatta i besöksnäringens företag*. Visit Sweden riktar marknadsföringen till Sverigeintresserade människor i 13 länder. Bolaget ägs till lika delar av svenska staten genom Näringsdepartementet och svensk besöksnäring via Svensk Turism AB. (*Källa: Tillväxtverket, siffrorna avser 2015.). <http://corporate.visitsweden.com>