Kampanj ska vända blickar mot Eskilstuna

Destination Eskilstuna lanserar en kommunikationskampanj för att locka övernattande besökare till destinationen.

Destination Eskilstuna har under 2021 och 2022 tillförts extra resurser från Eskilstuna kommun, för att tillsammans med näringslivet skapa ökade förutsättningar för nystart efter pandemin. En del av satsningen går till en kommunikationskampanj som koordineras med föreningarna Position Eskilstuna och Eskilstuna Hotell- och restaurangförening.

I samarbete med kommunikationsbyrån Happify har Destination Eskilstuna arbetat fram en kampanj med syfte att öka antalet besökare till Eskilstuna, samt öka antalet kommersiella övernattningar på Eskilstunas boendeanläggningar och campingar. Kampanjen som huvudsakligen är digital går under namnet ”Vänd blicken mot Eskilstuna”.

*- ”Efter en lång vinter, utan sociala sammanhang är vi många som längtar efter att umgås med nära och kära. Vi vill att fler ska vända blicken mot Eskilstuna och få upp ögonen för destinationens utbud – och utforska det tillsammans. Vi tipsar bland annat om historiska besöksmål, utomhusaktiviteter, hållbar shopping och närproducerade smakupplevelser”,* säger Petra Nordström, content manager på Destination Eskilstuna, som leder kampanjarbetet.

Delar av kampanjmaterialet kommer att vara fritt för användning, och Eskilstunas besöksnäringsaktörer inbjuds att använda budskapet för att marknadsföra sina egna erbjudanden.

*- ”Kampanjen är en fantastisk möjlighet för Eskilstuna att lyfta fram den vackra staden vi bor i och att locka fler besökare att upptäcka våra pärlor. Vi har så ofantligt mycket att vara stolta över och visa upp. Att skapa sommarminnen i Eskilstuna skall stå högst upp på allas lista i sommar oavsett om det handlar om att bo, äta, shoppa eller besöka”,* säger Helena von Porat, ordförande Eskilstuna Hotell- och restaurangförening.

I samband med lanseringen av kampanjen distribuerar Destination Eskilstuna årets besökstidning och kartor, för att locka besökare, inspirera Eskilstunabor att upptäcka mer av sin stad och attrahera potentiella inflyttare till Eskilstuna. Produktionen stod kommunikationsbyrån Happify för.

- ”*I årets besökstidning lyfter vi bland annat fram två familjer som valt att bosätta sig i Eskilstuna, och de delar med sig av fördelarna med att flytta hit”,* säger Helen Strömberg, destinationsutvecklare på Destination Eskilstuna.

Besökstidningen finns på turistbyråer och andra publika platser över stora delar av Sverige. I Eskilstuna finns den att hämta på över 60 platser – Infopoints, affärer, hotell och besöksmål. Besökstidningen finns även att läsa i digital version på visiteskilstuna.se.

**Kontakt kommunikationskampanj**  
Petra Nordström   
Content Manager, Destination Eskilstuna  
[petra.nordstrom@visiteskilstuna.se](mailto:petra.nordstrom@visiteskilstuna.se)072-392 00 16

Helena von Porat  
Ordförande, Eskilstuna Hotell- och restaurangförening  
[Helena.von.porat@choice.se](mailto:Helena.von.porat@choice.se)   
076-346 40 08   
 **Kontakt besökstidning och kartor**   
Helen Strömberg   
Destinationsutvecklare, Destination Eskilstuna  
[helen.stromberg@visiteskilstuna.se](mailto:helen.stromberg@visiteskilstuna.se)   
070-340 26 57