

Pressrelease från Västmanlands Kommuner & Landsting!

”Besöksnäringen i Västmanland når nya gäster genom samarbete med tyska researrangörer!”

Västmanlands län satsar nu för första gången aktivt på den stora och växande tyska marknaden tillsammans med VisitSweden¹. De regioner som tidigare ingått i affärsutvecklingskonceptet B2B (Business to Business) Tyskland visar alla på en tillväxt av nya tyska gäster. Under de tre första åren har verksamheten genererat över 74 000 nya gästnätter vilka står för en ekonomiskt omsättning i Sverige på över 100 miljoner kronor.

Huvudmålgruppen i Tyskland är WHOPS (Wealthy Healthy Older People²), dvs lite äldre (50-70 år), resbenägna, kulturintresserade personer, med bra ekonomi - som reser mycket varje år. Kulturintresset innebär att de bland annat vill besöka slott och herrgårdar i kombination med besöksmål och upplevelser, små städer med mysig bebyggelse och gårdsbutiker/antikaffärer

För Västmanland är även så kallade Outdoorgrupper mycket intressanta med tanke på vad vi kan erbjuda i regionen. Gruppen består huvudsakligen av aktiva tyskar som reser i grupp och gillar paketerade resor baserat på cykling, vandring, kanotning och andra utomhusaktiviteter, t ex älg-, varg- och bäversafari.

”Länet har under fjolåret och de två första månaderna i år uppvisat en utveckling som överstiger utvecklingen i övriga landet och i Stockholm-Mälardalsregionen. Ökningen av de utländska gästerna har dock inte varit lika stark. Därför är det både roligt och spännande att vi nu under våren inleder ett flerårigt samarbete tillsammans med flera av länets aktörer för att utveckla affärsrelationerna med den tyska marknaden.

På uppdrag av flertalet av de regionala turistorganisationerna i Sverige kommer VisitSweden inom affärssamarbetet att aktivt bearbeta researrangörer som säljer paketerade aktiviteter. Det strikta affärsfokus innebär att vi på det regionala planet kommer att utveckla erbjudanden för den tyska marknaden utifrån researrangörernas önskemål och erfarenheter istället för att genomföra olika kampanjer med ofta otydliga och svärmätta resultat.

I samarbetet ingår ett trettiotal tyska resebolag som vill utöka sina erbjudanden med fler svenska upplevelser. Självklart är vårt mål att flera av dem skall vara upplevelser som tar plats i Västmanland och Stockholm-Mälardalsregionen”. – Henrik Wester, Turismutvecklare, VKL.

Kick off för samarbetet

Idag (måndag) träffas för första gången ett trettiotal av länets turistföretagare för att höra om hur arbetet går till, lära mer om den tyska marknaden och vilka möjligheter samarbetet ger. Huvudaktör under dagen är en av representanterna från VisitSweden och affärsutvecklingskonceptet B2B Tyskland, Barbro McAusland, som kommer inresandes från England. Barbro har med stor fram-

¹ VisitSweden är ett kommunikationsföretag som arbetar med att marknadsföra varumärket Sverige och svenska destinationer och upplevelser internationellt.

² Mer information om målgrupperna finns på www.visitsweden.com/VSTemplates/Article_38513.aspx.

gång tidigare ansvarat för den tyska, holländska och schweiziska marknaden på uppdrag av VisitSweden. Läs mer på www.bmass.eu.

För intervju eller ytterligare kommentarer är ni välkomna till den kick off som genomförs idag på Aros Congress Center i Västerås mellan kl 09:30 och 14:00. Då finns det möjlighet att träffa Henrik Wester, Barbro McAusland och övriga deltagare vid den efterföljande lunchen ca kl 12:30. Läs gärna inbjudan på www.vastmanland.se/sv/seminarier_och_konferenser_s828.html.

För frågor och ytterligare kommentarer kontakta Henrik Wester på plats eller via telefon (021-39 79 59) efter kl 13:00.