# Bemötande, trevlig atmosfär och hög vilja att rekommendera i fokus för Östersund när årets ”Resa i Sverige”-undersökning redovisas. För tredje året i rad redovisar destinationsnätverket SNDMO, Swedish Network of Destination Management Organisations, där Destination Östersund är medlem, resultaten från undersökningen Resa i Sverige. Årets resultat är tydligt märkt av coronapandemins konsekvenser och visar både på ett ökat inrikes resande i somras och ett stort intresse för att uppleva mer av Sverige sommaren 2021.

I spåren av den pågående coronapandemin har svenskarnas beteende och attityder till resande inom Sverige förändrats. Undersökningen Resa i Sverige mäter varumärkeskännedom och attityder som besökarnöjdhet kopplat till besök vid nätverkets medlemsdestinationer. Den genomfördes under september månad strax efter avslutad sommarsäsong.

I undersökningen uppger 7 av 10 att de hade planerat att resa mer sommaren 2020. En stor andel av de tillfrågade säger att de i större utsträckning än planerat valde att stanna i närheten av hemmet, dvs. att ha hemester. Endast 4% har uppgett att de planerar att resa mindre nästa år än 2020. Yngre personer är mer benägna än äldre att vilja resa mer under 2021.

Många planerar redan för resande inom landet 2021: 4 av 5 personer uppger att de vill se mer av Sverige framöver. 7 av 10 vill också resa mer än vad de gjorde under 2020 men hela 25 % anger att de ännu inte vet något om sitt resande under 2021.

* 38 städer/platser har varit med i undersökningen. Östersund får höga betyg avseende trevligt bemötande och bra atmosfär, där ligger vi högt i förhållande till riket som helhet, säger Elisabeth Richardsson marknadsansvarig på Destination Östersund. Hon fortsätter:
- Vi får också fina betyg då många säger sig vilja återvända hit och att våra besökare är aktiva ambassadörer som i hög grad kan tänka sig rekommendera Östersund som besöksmål till vänner. Och det är ju den bästa form av marknadsföring vi kan få, att människor väljer att rekommendera oss till sina vänner och bekanta. Det vi behöver jobba vidare med är bland annat utbudet av ”se och göra”, vilket även tidigare undersökningar visar.
* För oss i destinationsnätverket är det viktigt att kontinuerligt följa besökares preferenser och förändringar i attityd och beteende för att kunna matcha deras behov. Den kunskap vi får kan vi sedan dela med besöksnäringen på våra destinationer och på så sätt hjälpa dem planera inför framtiden, säger Anna Wittgren från Malmö Stad, som är ordförande i SNDMO.

Mer information om undersökningen Resa i Sverige:

Utöver Coronarelaterade frågor har undersökningen, precis som tidigare år, kartlagt besökares kännedom, preferenser och nöjdhet av städer eller platser man besökt samt planerar att besöka. Resultaten från årets undersökning visar att det viktigaste vid valet av semesterort även fortsättningsvis är att människorna i staden/på platsen har ett trevligt bemötande, följt av att den har en bra atmosfär. Undersökningen har genomförts av företaget Research One på uppdrag av SNDMO. I undersökningen tillfrågades 7005 svenskar över 18 år om resvanor och attityder. Undersökningen genomfördes under perioden 8-18 september

Mer information om SNDMO:
Swedish Network of Destination Management Organisations, som förkortas SNDMO, är en opolitisk, ideell förening. Medlemmar i föreningen är kommuner eller destinationsorganisationer som arbetar med destinationsutveckling i Sveriges större kommuner. Föreningens viktigaste ändamål är att vara ett forum för kunskapsöverföring inom destinationsutveckling. Malmö stads Anna Wittgren har för närvarande ordförandeskapet i SNDMO.

**För mer information:**

Östersundsresultaten
Elisabeth Richardsson, marknadsansvarig Destination Östersund, 070-221 22 36
Undersökningen som helhet
Anna Wittgren, ordförande SNDMO, 070- 934 2 209
Jens Claesson, Research One, 072 - 730 40 56