|  |
| --- |
|  |
| 2016-03-04 |

Malmö syns i Kina

**När Malmös besökssiffror för 2015 nyligen offentliggjordes visade det sig att antalet övernattningar hade ökat med 17% jämfört med 2014. Störst var den procentuella ökningen av besökare från Kina. Nu visar VisitSwedens årliga rapportering att Malmö som destination också har uppnått stor synlighet i kinesiska medier under året som gått, något som bådar gott för att trenden med ökande antal kinesiska besökare håller i sig.**

Kineser är inte den största gruppen när man tittar på statistiken över antalet övernattningar som görs på Malmös hotell. Man kan fortfarande räkna antalet kinesiska besökare i tusental, och inte i tiotusental som med stadens danska eller tyska besökare. Men intresset från den kinesiska marknaden växer snabbt. Från 2014 till 2015 ökade antalet besökare från Kina med 3 500 övernattningar vilket är en ökning på 107%. Även andra delar av Sverige rapporterar stigande besökssiffror från Kina och i förra veckan meddelade Svenska Ambassaden i Beijing att de öppnar 10 nya viseringskontor under våren för att underlätta ansökningsprocessen för den ökande strömmen av kinesiska resenärer.

Det växande intresset från Kina kan ha flera orsaker. Pia Jönsson Rajgård, vd på Tourism in Skåne, namnger i ett citat till SVT de viktigaste faktorerna som ”utökad hotellkapacitet, långsiktiga marknadsinsatser och valutasituationen”. Skåne sammanlagt har sett en ökning av kinesiska besökare på 70% jämfört med 2014. VisitSwedens årliga rapportering av pressvärdet\* på de insatser som gjorts på Malmös prioriterade marknader, varav Kina är en, visar en aspekt av dessa marknadsinsatser nämligen synlighet i kinesisk press för Malmö som destination. Malmö Turism gör, i samarbete med VisitSweden och Tourism in Skåne, årligen ett antal pressresor, pressmeddelanden och andra insatser för att sprida kännedom och intresse för Malmö och Skåne som destination. 2014 var det samlade pressvärdet på artiklar som genererats av dessa insatser 7 419 200 SEK, 2015 hade den siffran stigit till 18 310 100 SEK.

Enligt Yile Gong, som är PR manager på VisitSweden Kina, ser kinesiska journalister Malmö som grönt, innovativt och mysigt. En av de viktigaste artiklarna som publicerades under 2015, ett femsidigt resereportage i veckomagasinet Modern Weekly (upplaga: 940 000) beskriver staden så här: “När man kommer till Malmö upptäcker man att staden har mycket mer att bjuda på än vad som syns vid första ögonkastet – i den gamla stadskärnan finns ett brett utbud av affärer, från blomsteraffärer och design till caféer, och överallt hänger man med i de senaste europeiska trenderna. På Moderna Museet hittar man den mest spännande avant-garde konsten man kan tänka sig, och i Västra Hamnen får man som besökare en försmak av framtiden.” Journalisten från Modern Weekly, Zhou Zhou, var på pressresa I Malmö i maj 2015.
**Fakta: Pressvärde genererat av Malmö Turism och VisitSweden för Malmö som destination i 2015**Kina är inte den enda marknaden som har sett en rejäl ökning i pressvärde genererat av pressresor och andra pressinsatser under 2015: **2014 2015**

**Danmark:** 12 488 400 SEK 14 526 100 SEK

**Tyskland:** 3 795 200 SEK 8 283 800 SEK

**UK:** 14 096 400 SEK 25 444 300 SEK

**Ryssland:** 2 483 200 SEK 14 289 000 SEK
**Kina:** 7 419 200 SEK 18 310 100 SEK

\*Pressvärde är en enhet som används av bl.a. VisitSweden för att räkna ut värdet på synlighet för en destination i pressen. Det motsvarar annonsvärdet på den plats artikeln tar upp, multiplicerat med 2,4. Multipliceringen av annonsvärdet ska motsvara skillnaden i trovärdighet mellan en artikel skriven av en journalist och en betald annons.

**För ytterligare information, kontakta vänligen:**
Eva Eilstrup, Pressansvarig Malmö Turism
0708 - 22 41 00
eva.eilstrup@malmo.se