

Sammanfattning Turistrådet Online 27 januari 2026: 'Vad utländska besökare vill uppleva i Västsverige'

Sammanfattning

Webinariet "*Vad utländska besökare vill uppleva i Västsverige*" handlar om hur besöksnäringens verksamheter kan förstå, nå och ta emot gäster från Tyskland, Nederländerna, Storbritannien och Frankrike. Genom insikter om resmönster, bokningsbeteenden och efterfrågan visar webinariet hur lokala aktörer kan anpassa sin marknadsföring och sitt värdskap.

Key Takeaways

- **Tyska besökare söker natur, aktivitet och kultur:** Naturupplevelser och aktiva resor är viktiga, men också möjligheten att kombinera dem med kultur. Researrangörer ser även potential i längre vistelser på samma plats och målgrupper som singelresenärer.
- **Nederländska gäster söker aktiva upplevelser för både par och familjer:** Natur och kultur i kombination med lättare aktiviteter som vandring och cykling lockar. Prisvärdhet, kvalitet och service är viktiga, och längre öppettider kan bidra till fler resor under vår och höst.
- **Brittiska gäster söker upplevelser med tydlig koppling till platsen:** Natur, vandring, kultur och mat är viktiga delar av resan. Det finns ett intresse för genuina och kvalitativa upplevelser som ger gästen en tydligare känsla för destinationen.
- **Franska gäster söker natur, kultur och det svenska sättet att leva:** Västsveriges natur, lugn och livsstil väcker intresse, tillsammans med lokala matupplevelser och kultur. Tydlig information och ett bra mottagande på plats är viktigt för den franska gästen.
- **Tydlig digital information är avgörande:** Internationella gäster behöver enkelt kunna hitta öppettider, priser, bokningsinformation och information om vad som finns att se och göra, både inför och under resan.
- **Personligt värdskap gör skillnad:** Ett personligt bemötande och kunskap om närområdet hjälper gästen att upptäcka mer. Lokala tips om aktiviteter, utflykter, restauranger och besöksmål kan också bidra till att gästen stannar längre.
- **Samarbete med researrangörer kräver framförhållning:** Researrangörer planerar långt i förväg och behöver tydliga priser, bokningsbara produkter och aktiviteter, snabb kommunikation och, när det är relevant, tillgång till allotment. Företagen behöver alltså inte själva skapa ett färdigt paket, men göra sina delar enkla för arrangören att paketera.
- **Potential för längre vistelser och fler delar av året:** Internationella gäster kan bidra till längre vistelser och efterfrågan även utanför sommaren. Researrangörerna lyfter bland annat veckolånga vistelser på samma plats och möjligheten att attrahera fler gäster under vår och höst, förutsatt att boenden, aktiviteter, restauranger och besöksmål är tillgängliga.

Det här kan du som besöksnäring företag göra redan idag

- **Gör informationen lätt att hitta:** Ha aktuell information på engelska om öppettider, priser, bokning, aktiviteter och praktiska detaljer. Tyska är ett extra plus för den tyskspråkiga marknaden.
- **Se över möjligheterna utanför sommaren:** Tydliga öppettider och bokningsbara upplevelser under vår och höst gör det lättare för både gäster och researrangörer att välja Västsverige under en större del av året.
- **Inspirera till en längre vistelse:** Visa redan på hemsidan vad som finns att se och göra i närområdet, med konkreta tips på aktiviteter, utflykter, restauranger och besöksmål. Det kan hjälpa gästen att planera fler dagar på destinationen redan före bokning.
- **Lyft fram det som är unikt för er och platsen:** Lokala berättelser, mat, kultur, natur och småskaliga upplevelser hjälper internationella gäster att förstå varför de ska välja just er.
- **Använd värskapet för att hjälpa gästen upptäcka mer:** När gästen väl är på plats kan personliga rekommendationer och personalens kunskap om närområdet bidra till fler upplevelser och ett större lokalt värde.
- **Gör det enkelt för researrangörer att arbeta med er:** Ha tydliga priser och villkor, svara snabbt på förfrågningar och tänk långsiktigt. Researrangörer planerar ofta långt innan gästen kommer.
- **Samarbeta med andra lokala företag:** Ni behöver inte skapa färdiga paket själva. Genom att känna till och rekommendera boenden, aktiviteter, restauranger och besöksmål i närheten blir det lättare att skapa en attraktiv helhet och längre vistelser.
- **Lär känna de internationella målgrupperna:** [Använd Visit Swedens målgruppsanalyser](#).

Note: Denna text har sammanställts med hjälp av AI