

A large, dark metal rectangular frame stands in a grassy field under a blue sky. A person is hanging upside down from the top horizontal bar of the frame. The frame is suspended by thin cables. The background shows a rolling green landscape with scattered trees and rocky patches.

Turistrådet **ONLINE**

.. Turistrådet
**VÄST
SVERIGE**



Anniela Forsell
Lindholmen Science Park



Marie Linde
Turistrådet Västsverige



Jennie Lund
Turistrådet Västsverige



Sofie Olsson
Turistrådet Västsverige



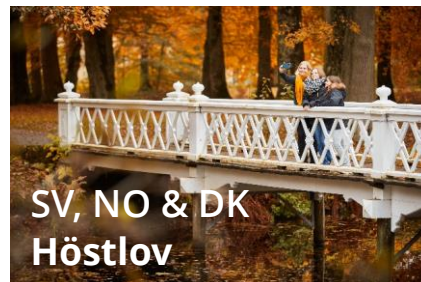
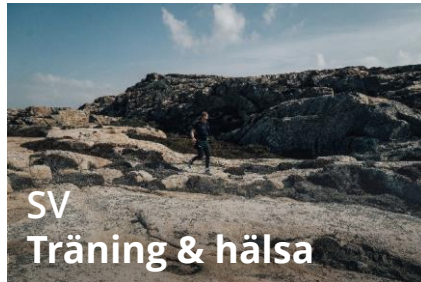
Turismen i Västsverige i siffror

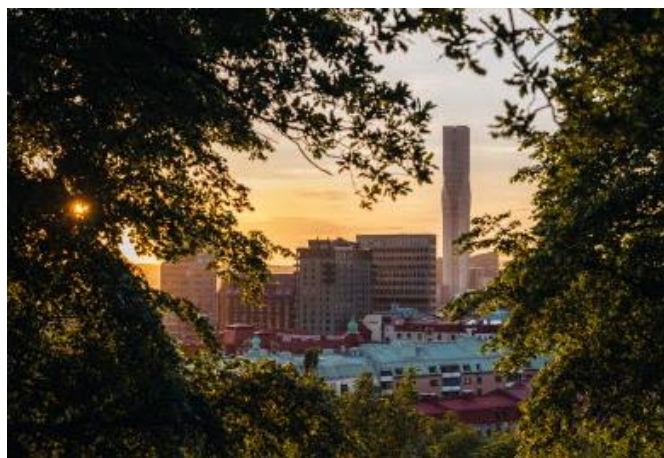
- Omsättning ca 79,6 Mdr SEK – nytt sätt att beräkna restaurang och handel mha kortstatistik
- 23 900 årsarbetskrafter
- Genomsnittlig vistelsetid – 5 nätter
- Övernattande gäster spenderar i genomsnitt 1270:- per dygn och dagsbesökare 635:-

GÄSTNATTSSTATISTIK 2026

- Totalt ca 5 miljoner gästnätter på HSV till och med juli 2026
 - Ökning med 6,4% jämfört med 2025 – Rekord!
 - Samtliga delregioner ökar!
 - Samtliga marknader ökar; både svenska och utländska (norrman 29,5%)
 - Riket ökar 3,7%
-
- Totalt 2,4 miljoner gästnätter på camping till och med juli 2026
 - Ökning med 3,7% jämfört med 2025 – Rekord!
 - Samtliga delregioner ökar!
 - Samtliga marknader ökar; både svenska och utländska (tyskar 6%)
 - Riket ökar 3,4%

Höstens kampanjer





Pressbesök i september och oktober

- **God Morgen Norge, TV2 Norge**, (7–8 september): Göteborg och skärgården
- **Travelbook & SALT Magazine**, (Nederländerna), (14–18 september) Hållbarhet, vandring och Göteborg
- **Reisevergnügen, Tyskland**, (16–20 september) Upplevelser i Bohuslän, Göteborg och Västergötland.
- **Kapital Reise/Finansavisen, Norge** (17-20) Slott & herrgårdar, mat, spa, unika hotell
- **Échappées Belles Magazine** (19–25 september) Natur, kultur, livsstil och rundresa i regionen inklusive Göteborg
- **Flair, Nederländerna** (20-24 september): Svensk livsstil, prisvärda och hållbara upplevelser
- **Travelbook & SALT Magazin, Nederländerna** (21-25 september) Kustliv, mat, kultur och wellness i Bohuslän.
- **Nordjyske Medier, Danmark** (22-25 september) Cykla på Kinnekulle och Falköping
- **Villmarksliv / Vi Menn, Norge** (1–3 oktober) Hummer, musslor, vandring och cykling



Nyheter i höst

- Satsning på bussresearrangörer
- Fisketurism
- Små evenemang med potential att utvecklas
- Platsutveckling



XPERIENCE NEXT 

- Lindholmen
- Science Park
- ● ●



Science Park
- innovationsplattform i
samverkan mellan offentlig
sektor, näringsliv och akademi

MOBILITET

MEDIA

AI

XPERIENCE NEXT 

XPERIENCE NEXT

Xperience Next är ett innovationsprogram inom turism, besöksnäring, upplevelser och kultur.

A photograph of a meeting or workshop. In the foreground, a woman with short grey hair and glasses is speaking to a group of people. To her right, a young woman with long dark hair and glasses is listening intently. Another young woman is partially visible on the far right, also listening. They are seated at a table with various items on it, including a small vase with pink flowers, a box of pens, and some papers. In the background, other people are visible, some of whom are clapping. The overall atmosphere is professional and collaborative.

Några av våra pågående projekt

EU-projekt: Digitala tvillingar

(= *digitala kopior av verkligheten*)

Vi utforskar hur digitala tvillingar kan skapa städer som är tillgängliga för alla.

12 europeiska partners utvecklar processer och metoder inom universell design, med syfte att inspirera fler städer i framtiden att bli mer inkluderande och tillgängliga för alla.

Den första prototypen är klar hösten 2026 och är en digital kopia av Scandinavium.



EU-projekt: Immersive ECHO

Immersive ECHO

Immersiva upplevelser av kulturarv

Tänk om historien och berättelsen inte var något vi betraktar på avstånd, utan något vi kliver in i och delar med varandra – här och nu.

Under två och ett halvt år kommer Xperience Next, tillsammans med Visual Arena, att leda Immersive ECHO – ett projekt med stöd från Creative Europe som samlar 15 aktörer från 10 europeiska länder.



Co-funded by
the European Union

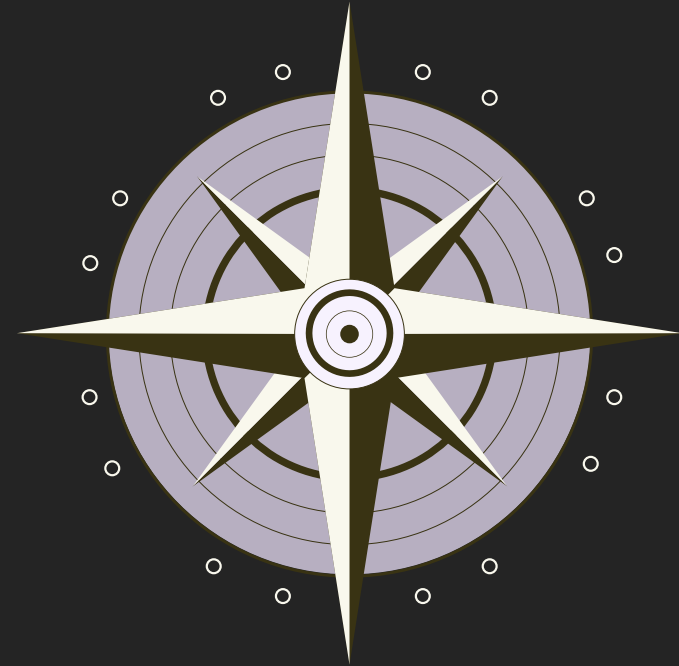
Kultur som kompass

Nya sätt att navigera i framtiden

I projektet Kultur som kompass undersöker Xperience Next tillsammans med regionala aktörer hur kultur kan bidra till att utveckla attraktiva och hållbara platser.

Genom dialoger, analyser och pilotprojekt utforskas hur lokala berättelser, identiteter och kulturmiljöer kan bli en resurs i framtidens platsutveckling.

Projektet är en del av Xperience Nexts arbete med att utveckla mer inkluderande och resilienta platser.



PIST: Plats Innovation I Sälen för Trafikomställning

- en datadriven väg ur bilberoendet

Projektet tar sig an en av besöksnäringens många utmaningar: det extrema bilberoendet på destinationer med stora säsongsvariationer.

När belastningen ökar skapas köer, utsläpp, trängsel och hård press på infrastrukturen – något som många turistdestinationer känner igen, från Sälenfjällen till Bohusläns kustsamhällen.

PIST ska genom mobilmastdata studera hur bilberoendet ser ut i Sälen för att därefter, i samverkan, hitta nya lösningar för att minska bilresandet.



Nationell innovationsnod

- nationellt innovationssystem för turism och besöksnäring

Nov-2026: starten av en nationell innovationsnod, som kommer att drivas av Lindholmen Science Park.

Sverige 21 regioner står bakom genom respektive destinationsorganisation.

Vi kommer att skapa en gemensam struktur för att samordna, utveckla och skala innovation inom svensk turism och besöksnäring.

Vi går från enskilda projekt till ett sammanhängande system – där varje del har en tydlig funktion och där helheten skapar verklig förändring.



AI DO

AI-Driven Omvärldsanalys och strategisk framsyn

Nya sätt att navigera i framtiden

I projektet AI DO utforskar vi hur AI kan användas för att analysera trender och skapa scenarier för framtiden.

Målet är att hjälpa organisationer inom besöksnäringen att bli mer framtidsredo och fatta bättre beslut i en osäker omvärld.

Uppdragsgivare: Tillväxtverket och Visit Sweden

• Guide för framtidsredo organisationer

Bli en framtidsredo organisation

En pedagogisk guide som leder dig genom arbetsflödet för strategisk framsyn och omvärldsanalys. Följ processen steg för steg på egen hand.

↗ Omvärldsanalys →📌 Strategisk Framsyn →

🕒 Om oss📖 Playbook

10 MEGA-TRENDER

inom turism och besöksnäring

Läs hela trendrapporten här:

<https://kunskapbesoksnaring.se/omvarldsanalys---trender-och-signaler/omvarldsanalys---trender>



1. Klimatförändringar och nya resmönster (coolcations & regenerativ turism)

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Säsongsförlängning:** Ökad efterfrågan från Tyskland, Nederländerna och Sydeuropa under vår och höst när Sydeuropa drabbas av extrem hetta. Besöksnäringens verksamheter i Västsverige kan sälja utomhusaktiviteter (vandring, paddling, bastu, skaldjurssafari) långt utanför juli månad.
- **Regenerativ drift:** Gäster vill inte bara ha "grön drift", utan vill se att företaget aktivt bidrar till lokalsamhället och naturen (t.ex. städa stränder i skärgården, återställa lokala vandringsleder eller bevara biologisk mångfald).

2. Artificiell intelligens och hyperpersonalisering

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Automatiskt gästbemötande:** Småföretag (t.ex. en gårdsbutik eller en stugby) kan använda AI-assistenter på sin hemsida för att svara på gästers frågor dygnet runt på tyska, engelska och nederländska utan manuell administration.
- **Dynamisk prissättning och ruttplanering:** AI kan hjälpa campingar och hotell att optimera rumspriser utifrån väderprognoser och lokal efterfrågan i realtid, samt skapa automatiserade, personliga utflyktsförslag i närområdet för gästen.

3. Demografiska skiften och den växande "silverekonomin"

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Anpassning för köpstarka seniorer:** Den växande gruppen äldre resenärer från norra Europa söker sig till olika platsers kulturarv och lugn. De kräver hög komfort, bra tillgänglighet (ramper, tydlig skyltning), trygghet och lugnare tempo.
- **Gen Z-krav:** Yngre gäster kräver i sin tur digital direktbokning i mobilen, snabbt Wi-Fi och tydliga bevis på att företaget arbetar etiskt och hållbart.

4. Geopolitisk osäkerhet och fokus på nationell resiliens

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Sverige som säker hamn:** Västsverige kan profileras som en trygg, stabil och välorganiserad destination i en orolig omvärld.
- **Lokal beredskap:** Företagen bör ha tydliga krisplaner, god information på flera språk vid oförutsedda händelser och säkrad egen drift (t.ex. vatten- och energiförsörjning vid störningar) för att inge förtroende hos internationella researrangörer.

5. Värderingsdriven turism och krav på autenticitet

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Lokal transparens:** Gårdsbutiker, kaféer och restauranger bör redovisa exakt var råvarorna kommer ifrån. Västsvenskt mathantverk, lokalproducerad ost från Skaraborg eller dagsfångad fisk från Bohuslän blir det primära köpargumentet.
- **Nej till "Greenwashing":** Gäster genomskådar tomma hållbarhetslöften. Företag måste kunna bevisa sina insatser genom certifieringar eller konkret, ärlig kommunikation.

6. Grön mobilitet och den fossilfri transportrevolution

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Laddinfrastruktur som hygienfaktor:** Campingar, hotell och besöksmål måste erbjuda god laddinfrastruktur för elbilar för att inte väljas bort av svenska och nordeuropeiska gäster.
- **Fossilfria transportkedjor:** Aktivitetsbolag i skärgården eller inlandet behöver ställa om till eldrivna båtar/fordon samt erbjuda enkla paket med hämtning vid tåg- eller busstationer (Västtrafik).

7. Hälsa, holistiskt välbefinnande och tystnadsturism

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Sälj tystnad och natur:** Tystnaden i Dalslands skogar, kallbad och bastu i Bohuslän samt stjärnskådning och vandring i Skaraborg kan paketeras som hälsoinvesteringar och återhämtning från kronisk stress.
- **Digital Detox-paket:** Möjlighet att erbjuda paket där gästen stänger av sin telefon och deltar i guidade naturaktiviteter eller lokal matlagning över öppen eld.

8. Digitalt nomadskap och det gränslösa arbetslivet (workation)

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Inkomst under lågsäsong:** Hotell, stugbyar och campingar kan erbjuda "workation-paket" mellan oktober och april med rabatterade långtidsboenden, snabbt Wi-Fi och ergonomiska arbetsplatser för distansarbetare.
- **Sociala miljöer:** Skapa mötesplatser eller co-workingytor på anläggningen där distansarbetare kan arbeta på dagen och nätverka eller uppleva lokalkulturen på kvällen.

9. Skärpta regulatoriska krav på transparens och hållbarhetsrapportering (CSRD)

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Underleverantörskrav:** Mindre leverantörer (t.ex. lokala aktivitetsbolag eller matproducenter) som samarbetar med större västsvenska hotellkedjor eller internationella researrangörer tvingas kunna redovisa sin energianvändning och sitt klimatavtryck.
- **Miljöcertifiering:** Att vara miljöcertifierad (t.ex. Svanen) går från att vara en marknadsföringsfördel till ett juridiskt och affärsmässigt krav för att få ingå i avtal.

10. Smarta destinationer och datadriven flödeshantering (IoT & Big Data)

Konkret innebörd för västsvenska företag:

- **Avlastning av hotspots:** Sensorer och mobildata gör att trängsel under högsommaren (t.ex. på populära skärgårdsöar) kan dämpas genom att styra besökare i realtid till mindre kända utflyktsmål i inlandet eller närliggande kommuner.
- **Resursoptimering:** Hotell och anläggningar använder IoT-sensorer för att automatiskt styra värme, belysning och vattenförbrukning i rum och stugor, vilket sänker driftskostnaderna avsevärt.

Läs hela trendrapporten här:

<https://kunskapbesoksnaring.se/omvarldsanalys---trender-och-signaler/omvarldsanalys---trender>

TACK!

Följ oss gärna
på LinkedIn:



Läs mer om
oss:



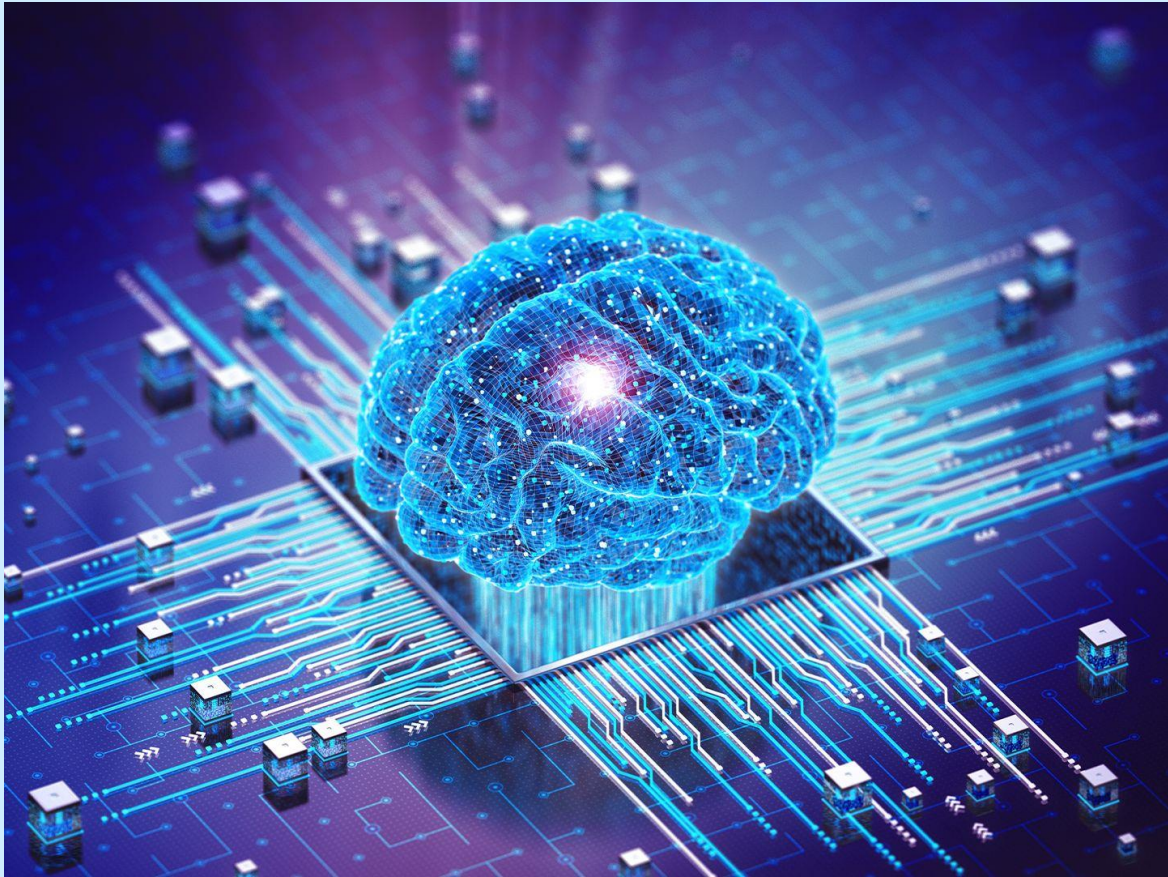
XPERIENCE NEXT 





AI

i besöksnäringen



Vad är AI?

AI = artificiell intelligens

... datorers förmåga att tolka, lära sig, resonera och agera på ett sätt som liknar mänsklig intelligens

*När datorer inte bara följer instruktioner, utan **själva kan förbättra** sina resultat genom att lära av data.*

NETFLIX

Traditionell AI

Genomför en specifik uppgift
på ett intelligent vis

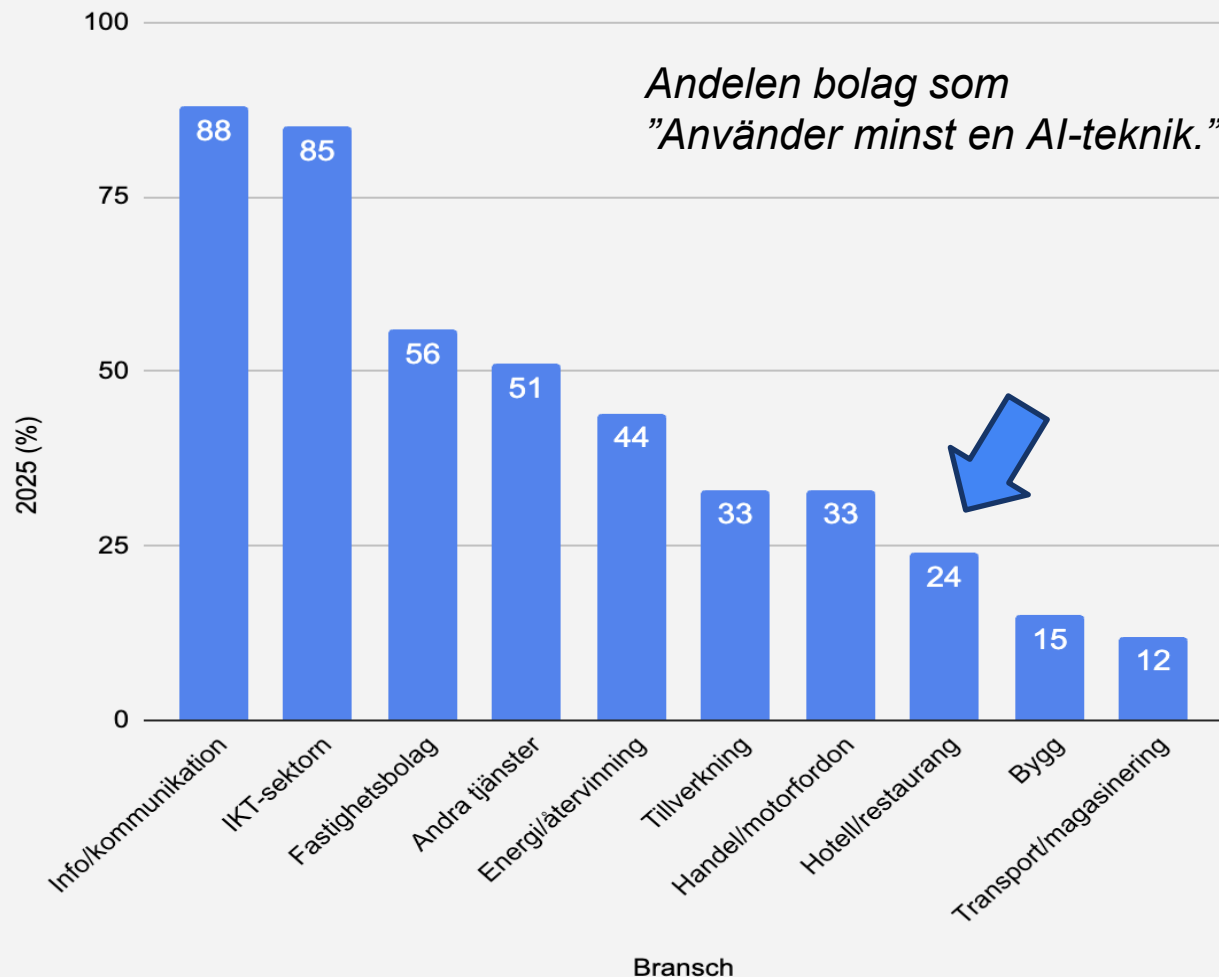


Generativ AI

Skapar helt nya saker på
kreativa sätt



2025



Stora skillnader i AI-användning mellan branscher



AI-resan

1. Att förflytta dig som individ
2. Att förflytta ditt företag

Språkmodeller, LLM:s (Large Language Models)

- ChatGPT (OpenAI)
- Gemini (Google)
- Copilot (Microsoft)
- Claude (Anthropic)





Vad har du på hjärtat idag?

+ Fråga vad som helst



Prompt till AI

1. ROLL - vilken roll ska AI ha? Vem/vad ska AI vara och kunna?
2. UPPGIFT - vad ska AI utföra för någon uppgift? Vad vill jag ha hjälp med?
3. FORMAT - hur ska AI presentera resultatet?
4. MOTTAGARE - till vem/vilka ska AI presentera resultatet?



Tips!

1. Skriv först en egen prompt enligt instruktionerna
2. Därefter ber du ChatGPT att justera och vässa din prompt
3. Läs själv igenom och korra ChatGPT:s förslag
4. Nu är prompten klar!

Svårt IT-verktyg?

ta en

Printscreen

*... och ställ frågan i chatten
till ChatGPT*

AI-verktyg

1. 🧠 ChatGPT (basen för allt)

- Svara på mejl
- Sociala medier
- Texter
- Paketera erbjudanden
- Lära dig om AI



2. 🎨 Canva (för allt visuellt)

- Instagram-inlägg
- Menyer
- Flyers
- Broschyr



4. Notion AI (för struktur & planering)

- Planera säsong
- Samla idéer
- Skapa content-plan



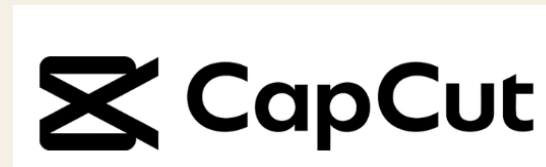
5. Zapier (för automation)

- Automatisera bokningar → mejl
- Leads → CRM
- Formulär → Google Sheets



6. CapCut

- Reels
- TikTok
- Snabba filmer



De vanligaste **AI-verktygen** i Sverige just nu

De vanligaste AI-verktygen i Sverige just nu:

1. Text och Chatbottar

- * ChatGPT (OpenAI)
- * Microsoft Copilot
- * Google Gemini
- * Claude (Anthropic): är stark på textanalys

2. Bild, Video och Kreativt Skapande

- * Midjourney: betraktas som branschstandard för högkvalitativ bildgenerering
- * DALL-E 3 (via ChatGPT): skapa bilder utifrån textbeskrivningar
- * Canva (AI-funktioner): används för bildredigering och grafisk design
- * Runway & Pika Labs: används inom video för att skapa rörligt material
- * Storykit: videoautomatisering, populär för content creation

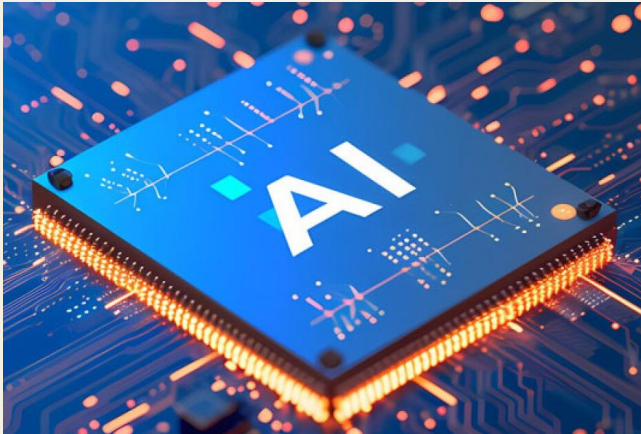
3. Produktivitet och Arbetsverktyg

- * Notion AI: anteckningar, dokumentation och organisering
- * Good Tape: transkribering av ljudfiler som anpassats för skandinaviska språk
- * Perplexity AI: avancerad sökmotor för research

4. Svenska AI-stjärnskott

- * Lovable: bygga appar och webbplatser via "vibe-coding" (text isf kod)
- * Sana Labs: AI-baserat kunskapsverktyg för företag
- * Mentimeter: skapa interaktiva presentationer och möten

VAD AI KAN GÖRA ÅT MIG?



- Har jag repetitiva/ tråkiga arbetsuppgifter?
- Vad är tidskrävande?
- Finns det bra data?
- Vad kan automatiseras?
- Frigörs någon tid?
- Vad behöver jag hjälp med?

Sociala medier - ChatGPT

“Skriv 5 Instagram-inlägg för en höstdag i Dalsland, fokus på natur, lugn och lokal mat. Ge förslag på foton.”

Paketering - ChatGPT

“Skapa ett weekendpaket på Tjörn med boende, mat och aktivitet för par 40+ från Göteborg.”

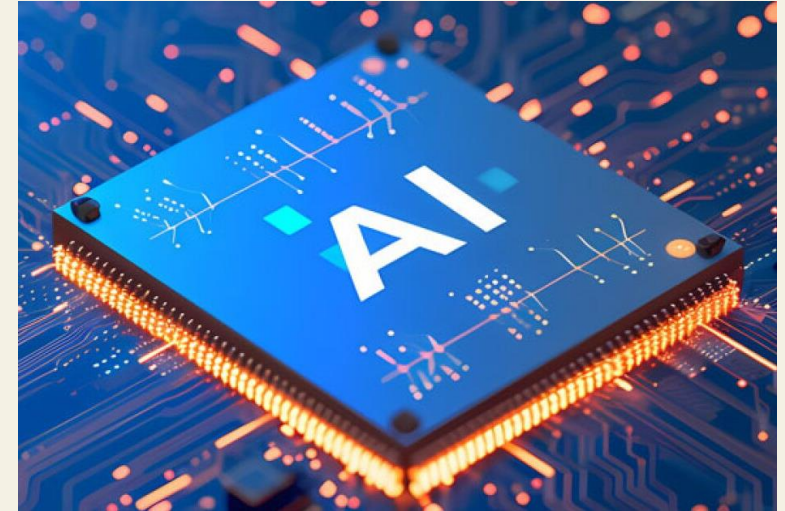
Texter - ChatGPT

“Gör denna text mer inspirerande och säljande.”

Funkar för:

- Hemsidor
- Menyer
- Broschyrer
- Etc

VAD KAN AI GÖRA ÅT FÖRETAGET?



1. Kundupplevelse & Service (gästresan)

- Var svarar vi på samma sak om och om igen? (Chatbotar för bokningsregler, öppettider, parkeringsinfo).
- Kan vi kommunicera på gästens eget språk? (Realtidsöversättning av menyer, guider och kundtjänst).
- Hur personliga är våra rekommendationer? (Kan AI tipsa om rätt vandringsled eller restaurang baserat på gästens profil istället för att alla får samma PDF?).

2. Intäktsoptimering & Planering (Revenue Management)

Här handlar det om att använda "bra data" för att tjäna mer pengar.

- Prissätter vi rätt efter efterfrågan? (AI kan justera priser i realtid baserat på väder, lokala evenemang och konkurrenter).
- Kan vi förutse beläggningen bättre? (AI-prognoser för att optimera personalstyrkan inför nästa helg).
- Vilka gäster kommer tillbaka? (Analysera bokningsmönster för att rikta erbjudanden till lojala kunder).

3. Marknadsföring & Innehåll (inspiration)

Turism handlar om att sälja drömmar. AI kan hjälpa dig att producera mer material snabbare.

- Hur mycket tid lägger vi på sociala medier och nyhetsbrev? (AI kan generera utkast på bildtexter, blogginlägg och sökordsoptimerade texter).
- Kan vi anpassa vår bildspråk? (Generera eller redigera bilder som passar olika målgrupper utan att boka en ny fotografering).
- Vad säger gästerna egentligen om oss? (Låt AI analysera tusentals recensioner på TripAdvisor/Google för att hitta mönster: Är det städningen eller frukosten vi behöver förbättra?).

4. Operativ effektivitet (bakom kulisserna)

Vad har vi för "repetitiva uppgifter"?

- Hur hanterar vi fakturor och kvitton? (Automatisk utläsning av data från leverantörer).
- Kan vi automatisera incheckningen? (Självbetjäning med digitala nycklar).
- Finns det "osynlig" data vi inte använder? (Energiförbrukning i lokalerna som kan optimeras med smart styrning).

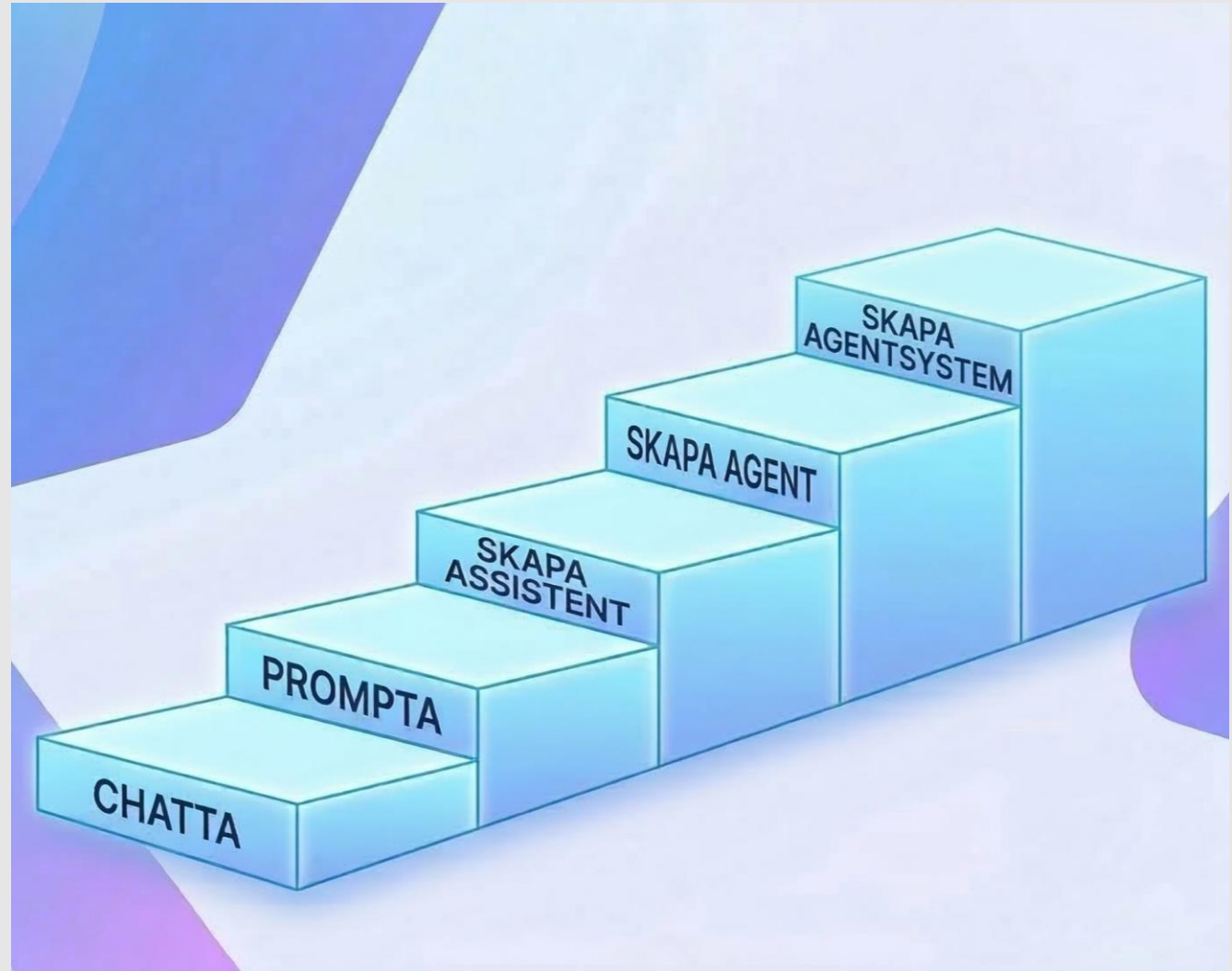
5 saker du kan göra imorgon:

Använd ChatGPT till att:

- Svara på ett kundmejl
- Skapa 3 inlägg på sociala medier
- Förbättra din hemsidetext
- Ta fram 1 nytt erbjudande
- Testa en ny idé

Olika steg i AI-mognad

1. Chat
2. Prompt
3. AI-assist: agerar på kommando
4. AI-agent: agerar självständigt
5. Agent-system (flera agenter)



Avancerat

- Skaffa en Business-licens
- Skapa en AI-assistent
- Fråga ChatGPT: vad är agentisk AI och hur kan jag arbeta med det?
- AI-möte 1 gång/månad; Vad kan AI göra för företaget? (se listan i denna PP)

TA MED DIG:

1. Använd ChatGPT i arbetet
2. Använd Prompt-mallen
3. Besvara "Vad kan AI göra åt mig?"
4. Hitta minst 1 AI-verktyg som kan hjälpa dig (fråga ChatGPT)
5. Fråga ChatGPT om allt kring AI





TACK!

Upplevelseindustrins innovationsplattform

XPERIENCE NEXT 



Turistrådet Västsverige / Digital närvaro



Hemsidan

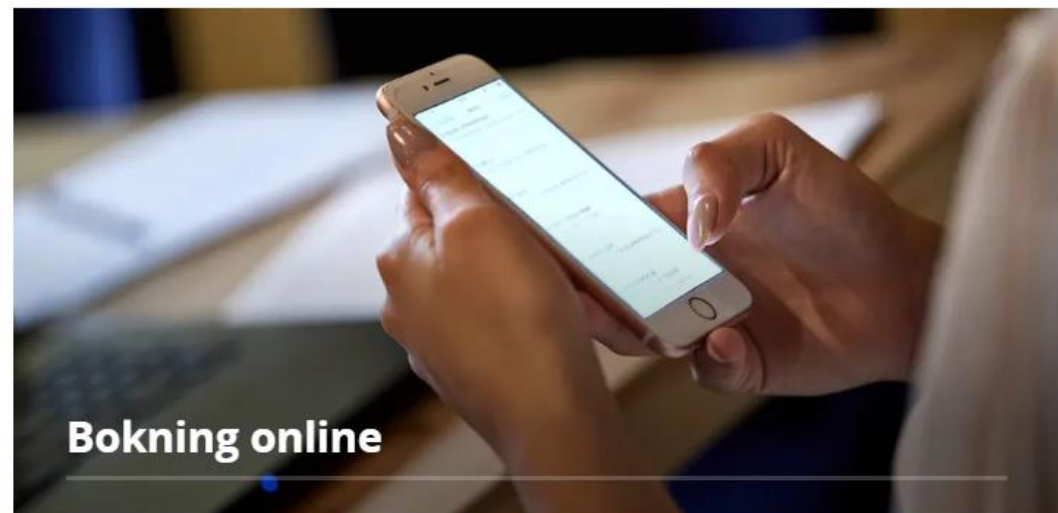
Läs mer →



Sökmotoroptimering



Chat GPT



Bokning online

Höstens webinarier & utbildningar



22 september: Lär dig annonsera på Facebook och Instagram

Lär dig grunderna i Meta Ads Manager och få praktiska tips om strategi, innehåll och effektiv annonsering. För dig i Västsveriges besöksnäring på Norden- eller Världennivå.



6 oktober: Verktyg som underlättar din jobbvardag

Gästernas omdömen ger värdefulla insikter, samtidigt som AI-chattar blir en allt viktigare väg till information. Lär dig vad som påverkar hur din verksamhet syns i AI.



21 oktober: Att attrahera, engagera och bygga relationer med nästa generation

Anmälningssänk läggs upp inom kort



turistradet.com/utbildning



18 november & 3 december: Lönsamhet för företagare i besöksnäringen (Göteborg)

Denna utbildning, fördelad på två halvdagar, görs i samarbete med Almi Väst, och är inriktad på lönsamhet för företagare i besöksnäringen – med fokus på siffror, beslut och tillväxt.



18 november & 3 december: Lönsamhet för företagare i besöksnäringen (Trollhättan)

Denna utbildning, fördelad på två halvdagar, görs i samarbete med Almi Väst, och är inriktad på lönsamhet för företagare i besöksnäringen – med fokus på siffror, beslut och tillväxt.



Vårdskapsutbildning

Den digitala vårdskapsutbildningen Service & Bemötande ger en introduktion till varför service och bemötande är viktigt för gästupplevelsen och affären.

Den digitala vårdskapsutbildningen Service & Bemötande ger en introduktion till varför service och bemötande är viktigt för gästupplevelsen och affären.



Serveringsutbildning

Har du planer på att nyanställa serveringspersonal? Då kan du passa på att utbilda dem via Turistrådets kostnadsfria serveringsutbildning!

Har du planer på att nyanställa serveringspersonal? Då kan du passa på att utbilda dem via Turistrådets kostnadsfria serveringsutbildning!

ådet



turistradet.com/utbildning

turistradet.com
vastsverige.com

.. Turistrådet
**VÄST
SVERIGE**