Välkomna!
ÅSNEN

# Agenda

ÅSNEN

| | |
|---|---|
| 17.30 | Välkomna! |
| 17.40 | Vad tycker våra gäster? Presentation av årets gästundersökning |
| 18.10 | Kvällsmat och mingel |
| 19.00 | Att skapa helhetsupplevelser som säljer! Christina Thorstensson |
| 20.00 | “Bakom kulisserna i TV:s bakäventyr” Louise Karlsson<br>Louise bjuder dessutom på *Småländsk Lingontuva* till fikat! |
| 20.40 | På gång i Destination Åsnen |
| 21.00 | Tack för ikväll! |

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Om undersökningen

### Sammanhang och syfte

Research One har under sommaren 2025 genomfört en besöksundersökning i Åsnenområdet. Undersökningen har i första hand syftat till att kartlägga turisternas besök. Parametrar som kartlagts inkluderar bland annat:

- Enkla demografiska faktorer såsom ålder och geografisk hemvist
- Sällskapssammansättning inklusive andel barnfamiljer
- Genomsnittlig spendering per dygn
- Aktiviteter och informationskanaler
- Vistelselängd och boendeformer
- Rekommendationsbenägenhet (NPS)

Undersökningens resultat ska kunna användas som underlag för vidare destinationsplanering och utveckling av Åsnenområdet ur turismsynpunkt.

I denna rapport jämförs resultatet löpande med den undersökning som genomfördes 2022. Jämförelser görs där det är möjligt och relevant.

### Antal fullständiga intervjuer

- 790

### Urval och turistdefinition

- Ett slumpmässigt urval av turister som befann sig vid insamlingsplatserna
- En turist har definierats som en person som bor utanför Växjö, Alvesta och Tingsryd samt inte befinner sig i sin vardagliga omgivning
- Andel utländska besökare: 74 %

### Insamlingsperiod

- 2025-07-09 – 2025-08-12

### Metod

- Face to face-intervjuer utifrån fast enkät

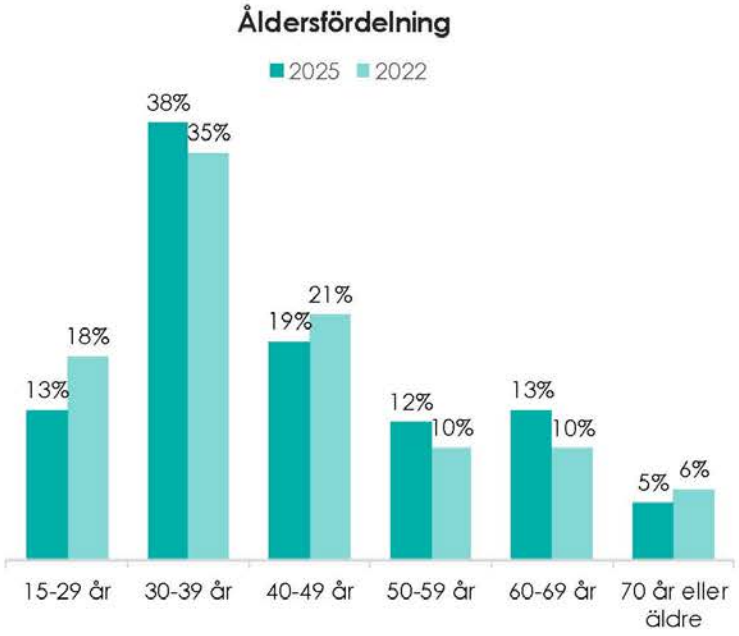


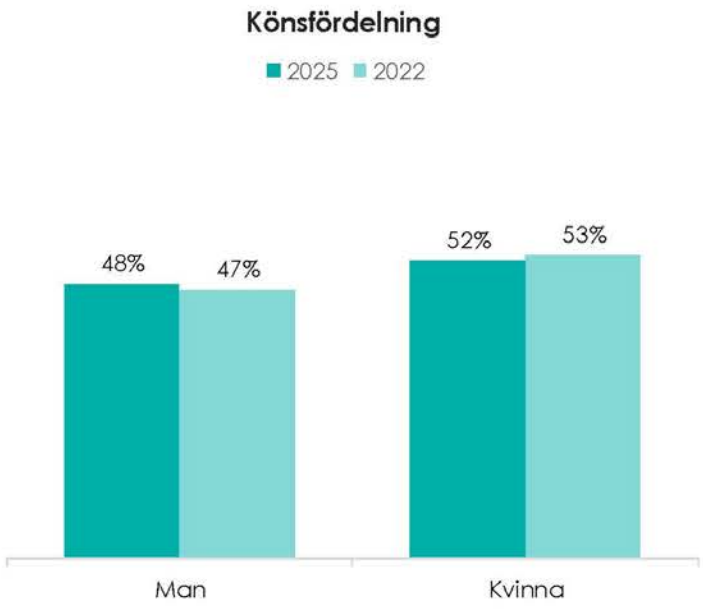
RESEARCH ONE

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Åldersfördelning / Könsfördelning



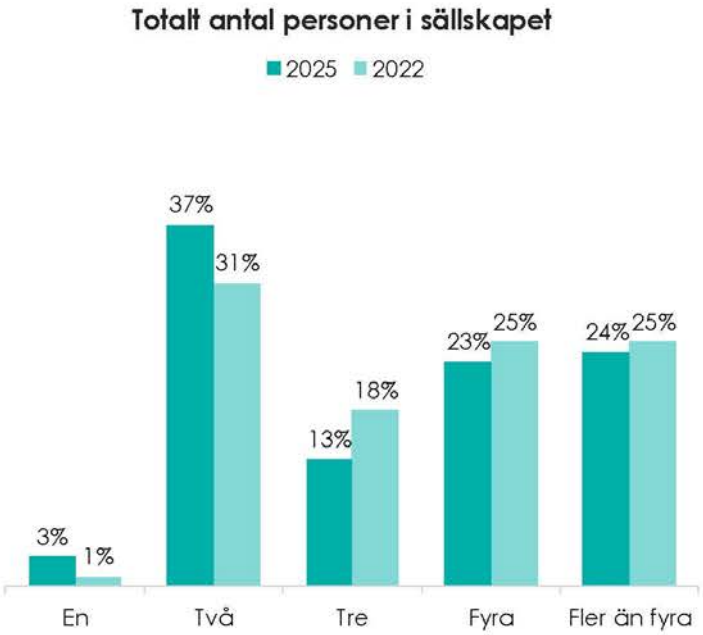



RESEARCH ONE

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Hur många personer ingår i ert resesällskap?




- Observera att siffrorna gäller det totala antalet personer i respondentens sällskap, det vill säga vuxna och barn
- Den vanligaste sällskapssammansättningen bland besökarna är par (två personer)



RESEARCH ONE

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Vilken är den huvudsakliga anledningen till att ni besöker Åsnenområdet?

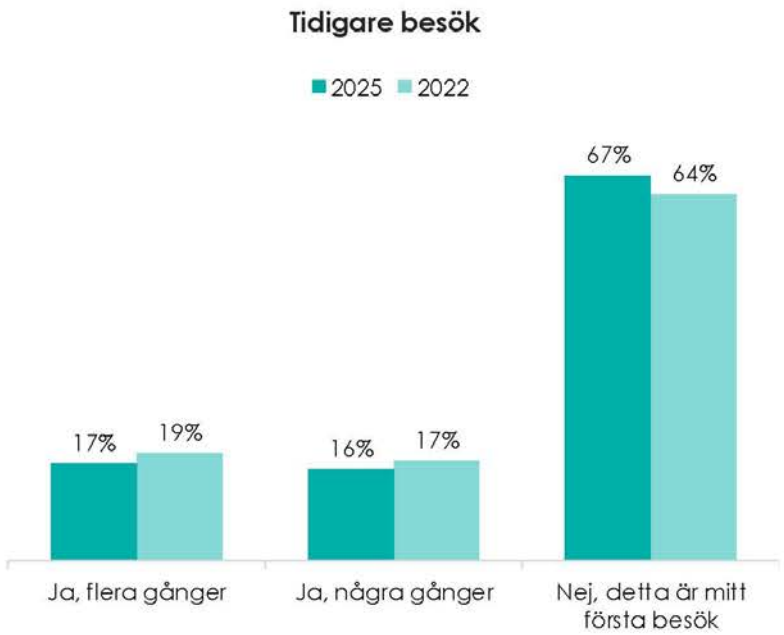
- 28 % av besökarna anger Allmän semesterresa som besöksanledning till Åsnenområdet, vilket också är det vanligaste svarsalternativet
- Allmän semesterresa är ett brett alternativ som i teorin kan inkludera flera av svarsalternativen i diagrammet. Framförallt indikerar det att det respondenten inte kan singla ut en särskild besöksanledning, mer att denne befinner sig på semester
- 23 % av besökarna svarade att Naturen och miljön deras huvudsakliga besöksanledning, detta svarsalternativ har ökat tydligt från föregående mätning
- Respondenterna har endast kunna ange ett svarsalternativ
- Annan besöksanledning inkluderar sådana svar som endast förekommit vid enskilda tillfällen
- Överlag små skillnader mellan perioderna



RESEARCH ONE

# Gästundersökning sommaren 2025

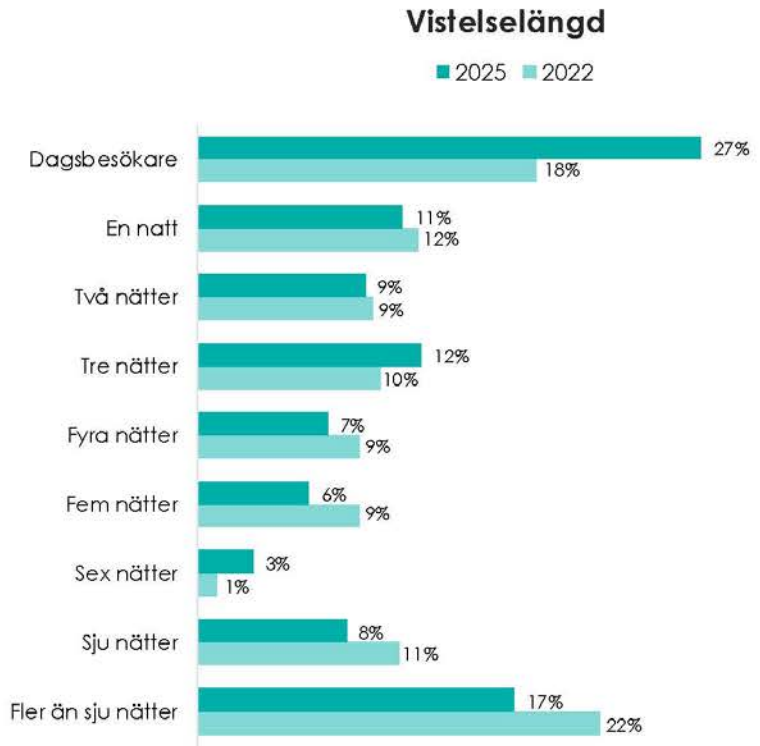
## Har du besökt Åsnenområdet tidigare?




- 2 av 3 respondenter är förstagångsbesökare till Åsnenområdet. Detta är relativt sett en stor andel förstagångsbesökare som indikerar att Åsnenområdet lockar en bred skara av långväga besökare
- 17 % av respondenterna har besökt Åsnenområdet flera gånger tidigare, dessa skulle kunna kategoriseras som "återkommande" eller "regelbundna" besökare
- För tidigare besök har flera gånger definierats som fler än fyra gånger. Några gånger har definierats som en till fyra gånger

# Gästundersökning sommaren 2025

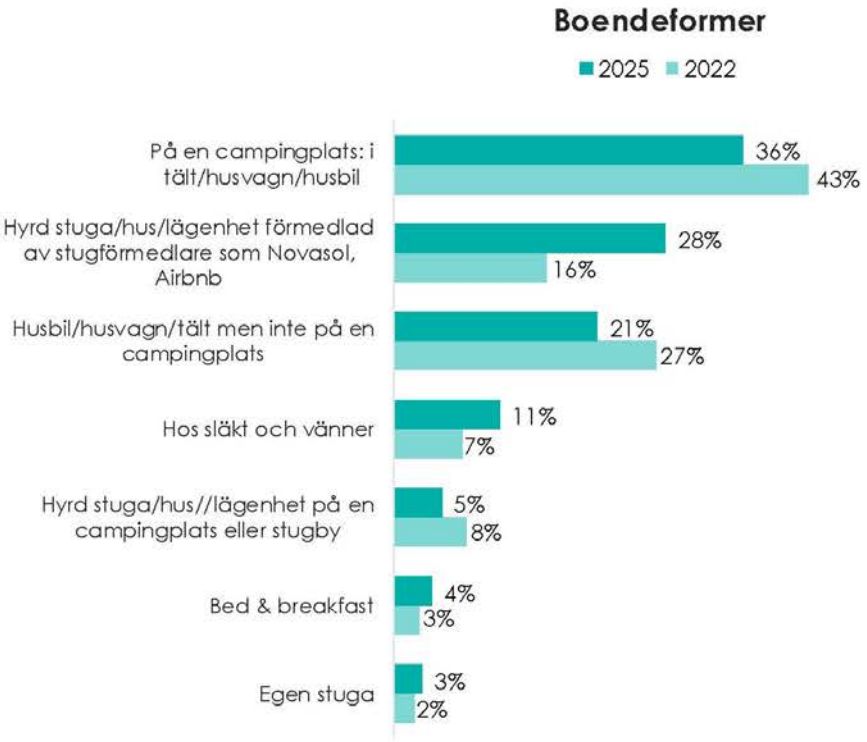
## Hur länge varar ert besök / stannar ni i Åsnenområdet?



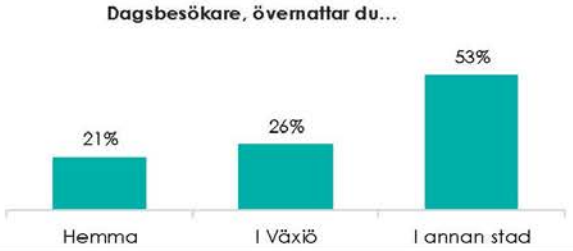

- 27 % av respondenterna är dagsbesökare till Åsnenområdet, vilket är en ökning från 2022, då andelen dagsbesökare uppgick till 18 %
- Bland de övernattande besökarna som stannar i 1-7 nätter finns inget tydligt mönster; antalet nätter varierar och inget alternativ sticker ut
- 17 % av respondenterna stannade i fler än sju nätter

# Gästundersökning sommaren 2025

## Hur bor ni under ert besök i Åsnenområdet?




- Frågan är endast ställd till övernattande besökare, vilket är 73 % av respondenterna
- Att övernatta på en campingplats i tält, husvagn eller husbil var den klart vanligaste boendeformen
- Näst vanligast var att övernatta i hyrd stuga/hus/lägenhet – detta alternativ har sett en klar ökning från föregående mätning
- I diagrammet nedan ser vi att en av fyra dagsbesökare övernattade i Växjö, samt att hälften av dagsbesökarna övernattade i en annan stad



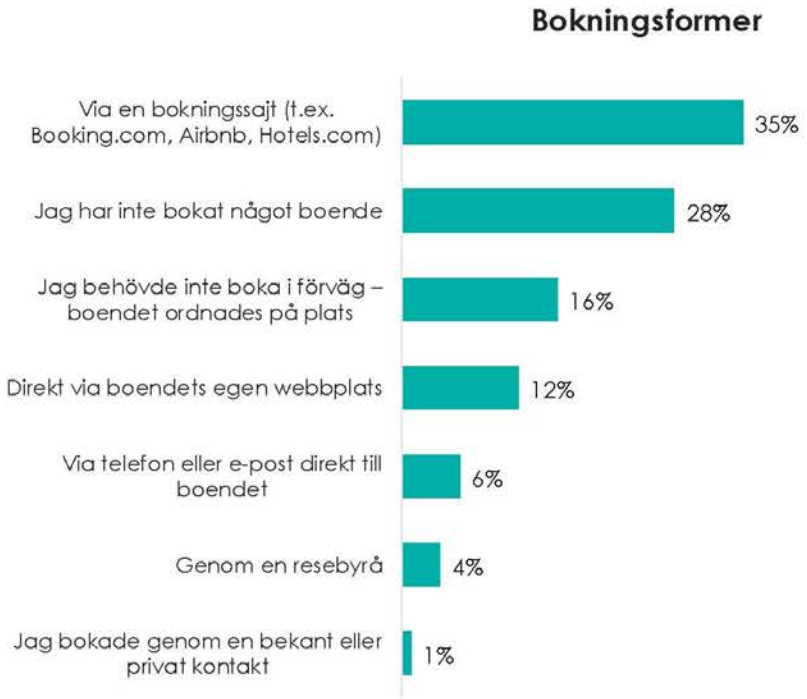



RESEARCH ONE

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Hur bokade du ditt boende?




- Vanligast var att boka via en bokningssajt, som exempelvis booking.com, Airbnb eller Hotels.com
- 16 % av de övernattande respondenterna ordnade sin bokning på plats i Åsnenområdet



RESEARCH ONE

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Vilka aktiviteter ägnar ni er åt under denna vistelse?

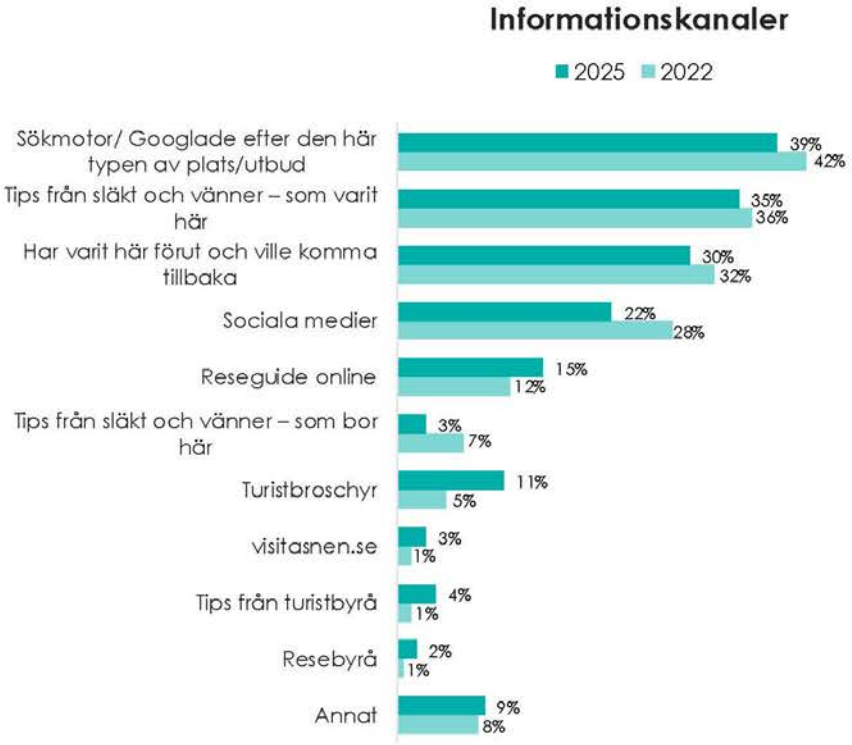
- 70 % av respondenterna besökte Åsnens nationalpark under sin vistelse i Åsnenområdet
- 59 % vandrade under sin vistelse, en marginell minskning från föregående period
- Över 60 % av respondenterna upplevde naturen på egen hand. Här är gränsdragningen svår, då alla som besöker nationalparken kan sägas uppleva naturen på egen hand i någon mån. Det blir ofta upp till respondenten att själva avgöra och välja ett alternativ
- Andra vanliga aktiviteter var cykling på landsvägar/cykelleder, utflykt till sevärdheter/historiska platser, Kanot- och kajakpaddling samt sola och bada
- I snitt ägnade sig besökaren åt 3,5 olika aktiviteter under sin vistelse i Åsnenområdet



RESEARCH ONE

# Gästundersökning sommaren 2025

## Hur sökte/fick du information och kännedom om Åsnenområdet inför ditt besök?

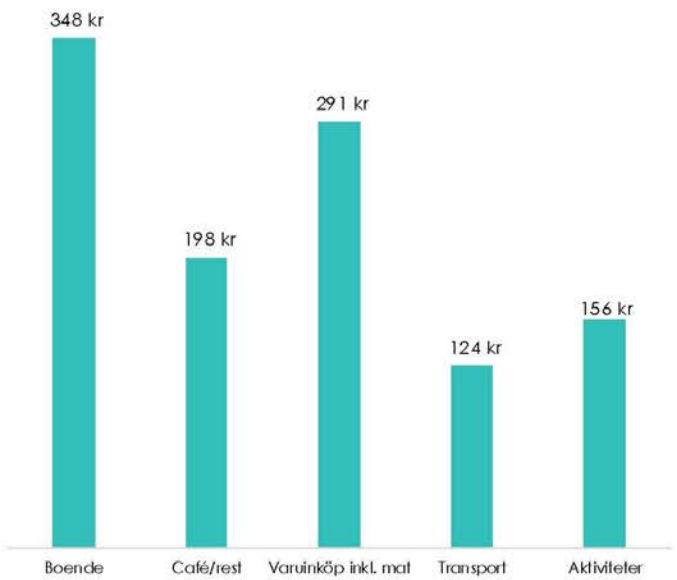



- 39 % svarade att de använde sig av en sökmotor, vilket var den vanligaste informationskanalen
- Släkt och vänner spelar stor roll vad gäller information. Mer än en tredjedel av besökarna hade informerat sig via släkt och vänner som varit på plats i Åsnenområdet tidigare
- 30 % svarade att de varit i Åsnenområdet tidigare, och därmed hade nödvändig information innan det aktuella besöket
- Även Sociala medier är en vanlig informationskanal. 28 % av respondenterna svarade att de fått information och kännedom om Åsnenområdet genom den kanalen. Här ser vi dock att andelen minskat något jämfört med 2022
- Överlag små skillnader; svarsmönstret mellan de båda perioderna är snarlikt

# Gästundersökning sommaren 2025

## Vänligen uppskatta hur mycket pengar du har spenderat under ditt besök i Åsnenområdet de senaste 24 timmarna

**Snittutlägg per kategori**



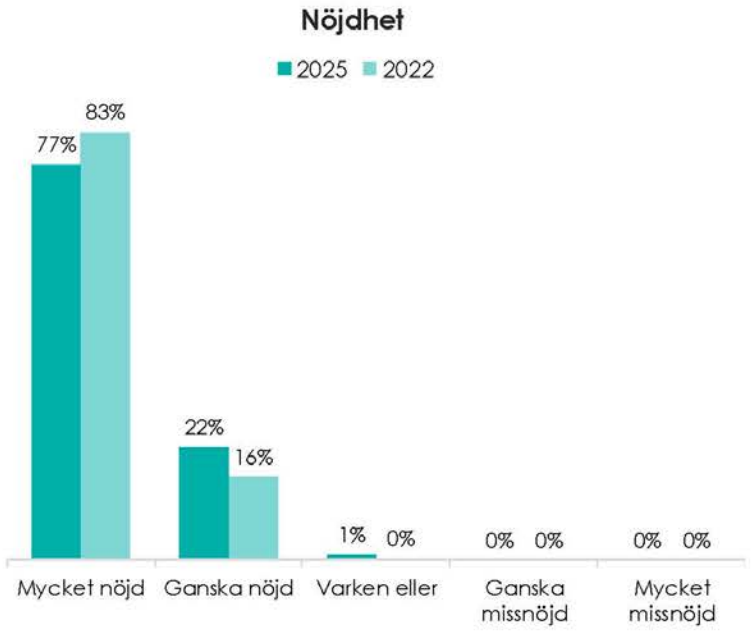

**Om utläggsstatistiken**

- Respondenten har besvarat frågan genom att uppskatta sina egna faktiska utlägg i Åsnenområdet under det senaste dygnet
- Snittutlägg för boende styrs mest av andelen övernattande, vilken är 73 % i denna undersökning. En snittsiffra för boende säger ofta inte så mycket om den enskilde besökaren, eftersom utlägget i regel blir antingen 0 kr eller en betydligt högre summa, beroende på om personen övernattat eller ej. Detsamma gäller till viss del även för övriga kategorier, men i varierande grad och i lägre grad än för boende
- På totalnivå har besökaren spenderat **1 117 kr** i Åsnenområdet under det senaste dygnet. Detta är en ökning från 2022, då spenderingen låg på 772 kr per dygn
- Boende är den största utläggskategorin, följt att Varuninköp inkl. mat

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Hur nöjd är du med din upplevelse utifrån ett helhetsperspektiv?



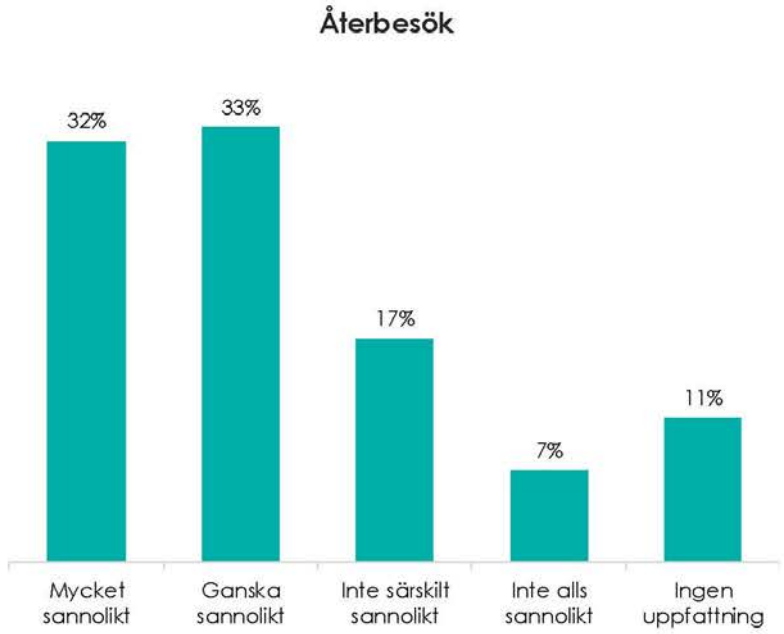

- Hela 77 % svarade att de var mycket nöjda med sin upplevelse utifrån ett helhetsperspektiv
- Ingen respondent var missnöjd med sitt besök utifrån ett helhetsperspektiv



RESEARCH ONE

# Gästundersökning sommaren 2025

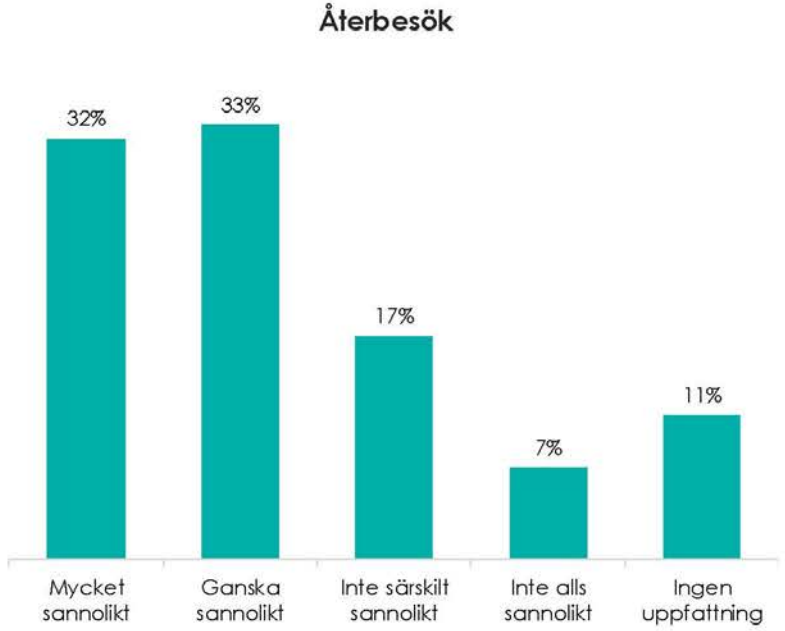
## Hur sannolikt är det att du kommer att besöka Åsnenområdet igen inom de närmsta tre åren?




- 2 av 3 besökare bedömer att det är sannolikt att de kommer att återvända till Åsnenområdet inom de närmsta tre åren – hälften av dessa bedömer att det är mycket sannolikt

# Gästundersökning sommaren 2025

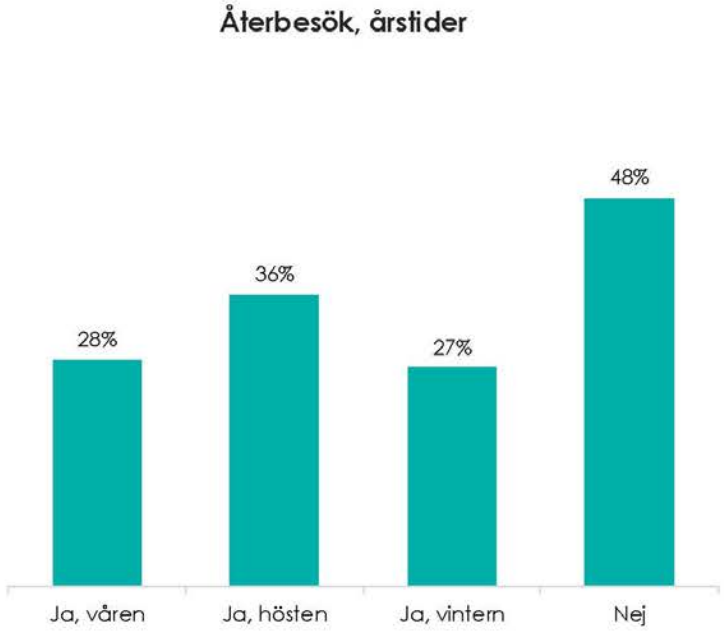
## Hur sannolikt är det att du kommer att besöka Åsnenområdet igen inom de närmsta tre åren?




- 2 av 3 besökare bedömer att det är sannolikt att de kommer att återvända till Åsnenområdet inom de närmsta tre åren – hälften av dessa bedömer att det är mycket sannolikt

# Gästundersökning sommaren 2025

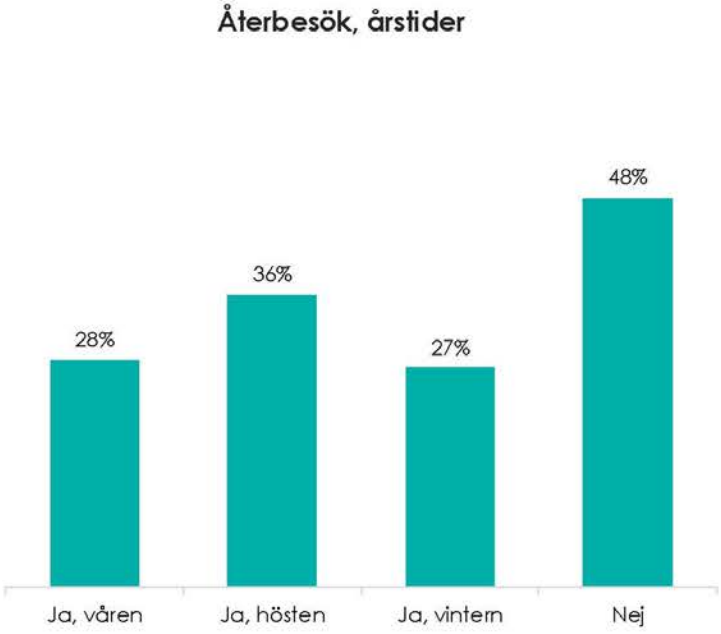
## Skulle du vara intresserad av att besöka Åsnenområdet under någon annan årstid än sommaren?




- För knappt hälften av besökarna känns det inte aktuellt att återkomma någon annan årstid än sommaren
- Bland de som kan tänka sig återvända under andra årstider är hösten det mest populära alternativet. Skillnaderna mellan årstiderna är dock inte särskilt stora

# Gästundersökning sommaren 2025

## Skulle du vara intresserad av att besöka Åsnenområdet under någon annan årstid än sommaren?




- För knappt hälften av besökarna känns det inte aktuellt att återkomma någon annan årstid än sommaren
- Bland de som kan tänka sig återvända under andra årstider är hösten det mest populära alternativet. Skillnaderna mellan årstiderna är dock inte särskilt stora

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Utifrån ditt besök, vad har varit särskilt bra?

Frågan har ställts öppet och kunde besvaras hur som helst. Nedan följer en sammanfattning av kommentarerna.

Analysen av respondenternas svar visar tydligt att **naturen och den unika miljön** är det absolut mest uppskattade inslaget i besöket i Åsnenområdet. Många beskriver naturen som **fantastisk, varierande, orörd och stillsam.** Kombinationen av **sjöar, skogar, mossar, stenmurar och landskapets diversitet** skapar en upplevelse som värderas högt. Flera framhåller särskilt **sjöarna**, både som visuella upplevelser (utsikt, solnedgångar, spegelblanka vatten) och som plats för aktiviteter som **bad, paddling och fiske.**

En annan central aspekt är **lugn och tystnad.** Många besökare lyfter fram att det finns **lite folk** i området, vilket skapar en **avkopplande och okomplicerad atmosfär.** Just frånvaron av en "typisk turistisk känsla" upplevs som mycket positiv och bidrar till att området skiljer sig från många andra nationalparker.

Även **friluftslivet** framträder som en starkt uppskattad dimension. Här nämns framför allt **vandring** på välmarkerade leder och stigar, liksom **cykling på lugna vägar** och möjligheten att uppleva naturen på nära håll. Att området erbjuder **variation i upplevelser och rutter** gör att fler målgrupper kan känna sig inkluderade.

**Infrastruktur och tillgänglighet** framhålls också som en styrka. Besökare uppskattar särskilt:

- **Bra och tillgängliga parkeringar** (ibland gratis, ibland med smidiga betalappar).
- **Fräscha toaletter och välutrustade grillplatser**.
- **Tydlig skyltning och information**, vilket upplevs som en tydlig förbättring efter att området blev nationalpark.

*Fortsättning på nästa sida.*

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Utifrån ditt besök, vad har varit särskilt bra? Fortsättning

Frågan har ställts öppet och kunde besvaras hur som helst. Nedan följer en sammanfattning av kommentarerna.

Utöver naturupplevelserna lyfter flera fram **kultur och historia** som en viktig del av helheten. Exempel som **slott, herrgårdar, Elisabeths trädgård, Jäts gamla kyrka och Trollberget** gör besöket mer mångfacetterat. Kombinationen av **natur och kulturarv** skapar en helhetsupplevelse som sticker ut.

På det sociala planet uppskattas **vänliga människor, det trevliga bemötandet** och att det finns inslag av **lokala caféer, loppisar och fiskrökeri**. Detta bidrar till en levande känsla utan att området blir överexploaterat. Även **boende och service** får positiva omdömen, där hotell och campingmöjligheter beskrivs som välfungerande och med bra infrastruktur.

Slutligen återkommer flera mer unika upplevelser som att se **älgar**, övernatta på en **liten ö**, eller upptäcka **små berättelser längs vandringslederna**. Dessa detaljer förstärker helhetsintrycket och gör att besöket känns både **personligt och minnesvärt**.

Sammanfattningsvis är det som uppskattas mest i Åsnenområdet:

- **Naturen och dess mångfald** (sjöar, skogar, variation, orördhet).
- **Tystnaden och lugnet** (lite folk, avkopplande atmosfär).
- **Möjligheten till friluftsliv** (vandring, cykling, paddling, fiske).
- **Välskött infrastruktur och tillgänglighet** (parkering, toaletter, skyltning, anpassning för alla).
- **Kombinationen av natur och kulturarv** (byggnader, historia, berättelser).
- **Sociala värden** (vänliga människor, caféer, loppisar, boende).

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Utifrån ditt besök, finns det någonting du tycker skulle kunna förbättras?

Frågan har ställts öppet och kunde besvaras hur som helst. Nedan följer en sammanfattning av kommentarerna.

Ett återkommande önskemål är **fler toaletter på fler platser** samt att de **rengörs oftare**. Flera påpekar att det ibland saknas toaletter vid populära platser som Trollberget, vilket leder till skräp i naturen. Likaså efterfrågas **möjlighet att fylla på dricksvatten** (t.ex. vid Sunnabro och längs lederna). Även rinnande vatten på befintliga toaletter lyfts fram.

Många upplever att **kartorna är otydliga** – svårt att förstå skillnaden mellan vatten, nationalpark och skyddade områden. Likaså upplevs färgkodning och ledmarkeringar som förvirrande. Flera efterlyser:

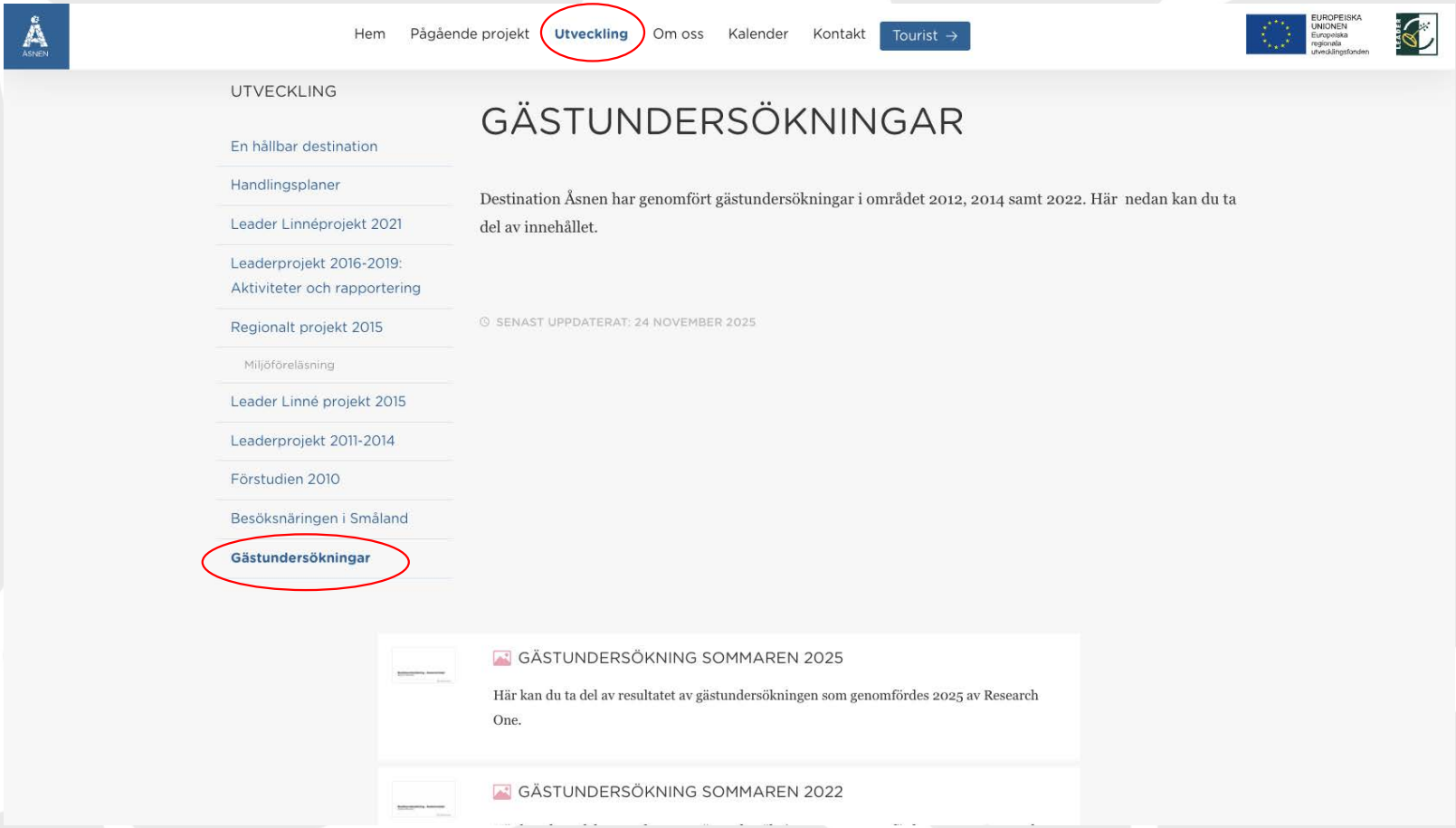
- **Tydligare information om lederna** (längd, svårighetsgrad, startpunkter).
- **Bättre skyltning för cyklister** och tydligare ruttmarkeringar längs vägarna.
- **Uppdaterad informationstavla** när leder är avstängda.
- **Mer info om fågelskyddsområden och fiskeregler**.
- En del vill se **naturrum** med utställningar och lättillgänglig kunskap.

Flera upplever det som **svårt att nå området hållbart** – kollektivtrafik och cykelmöjligheter behöver utvecklas. Det framgår att man **måste ta bil**, vilket gör det mindre tillgängligt för vissa besökare. Även **brist på gångvägar** (t.ex. mellan Jät och kyrkan) skapar otrygghet.

Besökare efterfrågar **längre och mer utmanande leder**, särskilt för vana vandrare som jämför med fjällmiljö. Även fler **alternativa slingor och bättre kopplingar mellan lederna** nämns. Vissa vill ha **tydligare information om camping och tältplatser** i anslutning till lederna.

*Fortsättning på nästa sida.*

# Gästundersökning sommaren 2025



# Agenda

ÅSNEN

| | |
|---|---|
| 17.30 | Välkomna! |
| 17.40 | Vad tycker våra gäster? Presentation av årets gästundersökning |
| 18.10 | Kvällsmat och mingel |
| 19.00 | Att skapa helhetsupplevelser som säljer! Christina Thorstensson |
| 20.00 | “Bakom kulisserna i TV:s bakäventyr” Louise Karlsson |
| | Louise bjuder dessutom på *Småländsk Lingontuva* till fikat! |
| 20.40 | På gång i Destination Åsnen |
| 21.00 | Tack för ikväll! |

# Agenda

ÅSNEN

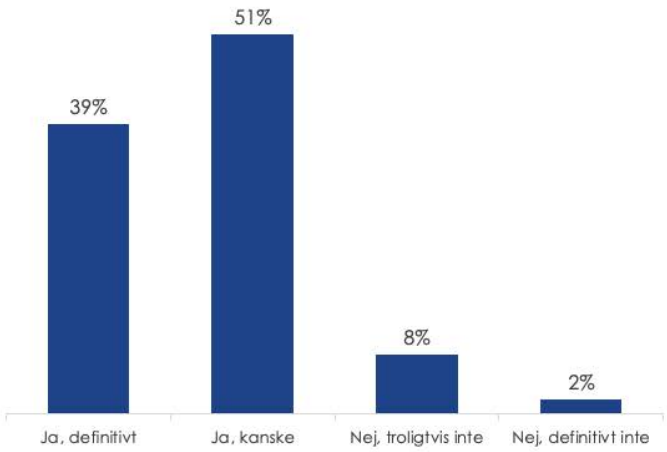
| | |
|---|---|
| 17.30 | Välkomna! |
| 17.40 | Vad tycker våra gäster? Presentation av årets gästundersökning |
| 18.10 | Kvällsmat och mingel |
| 19.00 | Att skapa helhetsupplevelser som säljer! Christina Thorstensson |
| 20.00 | ”Bakom kulisserna i TV:s bakäventyr” Louise Karlsson |
| | Louise bjuder dessutom på *Småländsk Lingontuva* till fikat! |
| 20.40 | På gång i Destination Åsnen |
| 21.00 | Tack för ikväll! |

# Gästundersökning sommaren 2025

ÅSNEN

## Ett specifikt erbjudande skulle locka de flesta att besöka en ny destination

**Skulle ett specifikt erbjudande göra dig mer benägen att besöka en destination du tidigare inte besökt?**




- 9 av 10 har valt något av Ja-alternativen, och tror därmed att ett specifikt erbjudande skulle göra de mer benägna att besöka en destination de tidigare inte besökt



RESEARCH ONE

# Välkommen Christina

ÅSNEN

# Välkommen Louise

ÅSNEN

# Effekter i Åsnenområdet

## Utveckling gästnätter, helår

| | Åsnen (exkl SoL) | Region (inkl SoL) | |
|---|---|---|---|
| 2017 | + 7% | + 5% | (2016 första mätningen destinationsspecifikt) |
| 2018 | + 12% | + 1% | |
| 2019 | + 12% | + 2% | |
| 2020 | - 46% | - 40% | |
| 2021 | + 67% | + 37% | |
| 2022 | + 20% | + 21% | |
| **2022** | **+ 22%** | **- 0%** | Jämförelse mot normalår 2019 |
| 2023 | + 5% | + 3% | |
| 2024 | - 9% | - 4% | |
| 2025 | ? | ? | |

SoL: Kommersiellt förmedlade privatbostäder/fritidshus

# Effekter i Åsnenområdet

## Nya verksamheter 2016 - 2025

Nya företag 23 st

Utvecklade verksamheter 8 st

(ex. fr handelsträdgård t café, fr. fårbonde t Gårdsbutik)

Privat uthyrning på kommersiella plattformar ökar / flyttats dit

Förflyttningar från enskild firma till AB

# Vad bofasta tycker är viktigt med turism i området

ÅSNEN

1. Turismen håller företag och service vid liv
2. Turismen skapar arbetstillfällen och stärker ekonomin
3. Turismen gör bygden levande
4. Turismen bidrar till utveckling i små samhällen
5. Turismen skapar aktiviteter och upplevelser i naturen
6. Turismen stärker sociala miljöer och kultur
7. En mindre grupp tycker att turismen inte tillför något

**Sammanfattning**

Turismen i Åsnen upplevs som en av de viktigaste drivkrafterna för service, jobb och ett levande samhälle.

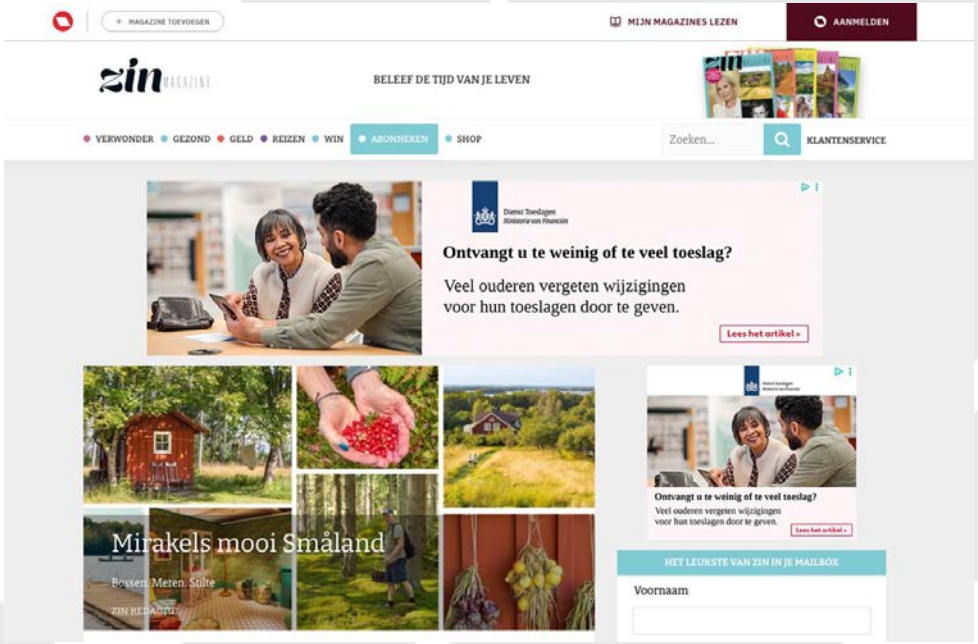
Den bidrar både ekonomiskt och socialt och gör små orter attraktiva att bo i. Samtidigt finns några röster som är tveksamma, och de behöver tas med i planeringen framåt.

# Sommaren 2025 och framåt

PR och press:

8 olika, DK, DE samt NL

Grün um die Welt, tyska influencers med starkt miljöfokus.



# Sommaren 2025 och framåt

ÅSNEN

- PR och press: 8 olika, DK, DE samt NL
- Attitydundersökningen sammanställs
- Produktutveckling för nya säsonger, Kurbits
- Fokus marknadsföring utanför sommaren
- Fortsatt samverkan med arbetet i Åsnentillsynen
- Digitala betalningsmöjligheter för service i naturen
- Revision Green Destinations
- Projekt Culinary Adventurous Tourism?
- Fotografering sommar, färgglag höst och färglös höst
- Finansiering klar 2026, fortsatt dialog i mars om ökad långsiktighet

ÅSNEN

# Tack!

ÅSNEN

# Aktiviteter 2025

**Hållbar utveckling**

- Fortsatt arbete med Green Destinations. Revideringsarbete 2025. Fysisk revision 2026
- Samordning med Lst och övriga intressenter med mål att skapa långsiktig organisering av Åsnentillsynen
- Långsiktig finansiering för hållbar destinationsutveckling

**Analyser och omvärldskunskap**

- Fortsatt destinationsspecifik statistik, numera via Tillväxtverket.
- Erbjudanden till ftg om olika digitala seminarier för kunskapshöjning och omvärldskunskap
- Nöjdhetsundersökning besökare, uppföljning av 2022 gästundersökning
- Attitydundersökning hos bofasta, avslutas våren 2025

**Utbudsutveckling**

- Insatser som stöder företagens produktutveckling under axellsäsonger
- Partner i projekt: Culinary Adventurous Tourism, ca 4 miljoner 2,5 år. EU-projekt besked före sommaren.
- Stöd till företagens utbudsutveckling och affärsutveckling
- Grundläggande utbildning till medlemmar i AI och Chat GPT
- Stöd till lokala initiativ av evenemang med destinations/regionalt intresse: ”Det blåser på Lunnabacken”

# Aktiviteter 2025

**Marknadskommunikation och B2B**

- Nytt generellt bildmaterial med utökade rättigheter till gagn för medlemmarnas användande
- Marknadsföring av paket/produkter på axelsäsonger
- Press, journalister och influensers
- Löpande arbete med visitasnen.se
- Hemsidan visitasnen.se. Uppradering av API-nyckel för uppdaterad visning av företagens presentationer.
- Strukturerad närvaro på Fb och IG.
- Samverkan med andra partners/sammanhang som inkluderar Åsnen (visitsmaland mm) Exempelvis bok om vandring i södra Småland.

**Värdskap och ambassadörer**

- Värdskapstema med Marcus Eldh på Åsnens vårmöte
- Fortsatt information till / dialog med / bofasta när möjlighet ges.

# Aktiviteter 2025

**Gestaltning, skyltning och information**

- Åsnenkartan, arbetsgruppen
- Digital betalningslösning för service i naturen, forts.

**Kompetens och kapitalförsörjning**

- Agera på input från näringsliv och kommunernas identifierade områden.
- Behjälplig med stöd till företag som söker tips på personal från utbildningar som motsvarar deras behov
- Delaktig i regionala Kompetensrådet.

**Infrastruktur och tillgänglighet**

- Produktifiera leder utifrån kommunernas utveckling av infrastruktur.
- Delaktig i externa Friluftslivsnätverket utifrån besöksnäringsfokus
- Övergripande delaktig i arbetet med organisering av vandringsleder i länet.
- Information på digitala plattformar inkl naturkunskap och säkerhet

**Intern MF och kommunikation**

- 2 st Stormöten, nyhetsbrev
- Erbjudanden till företag om olika digitala seminarier för kunskapshöjning och omvärldskunskap

## Platsutveckling till gagn för samhället – vad krävs?

- Ekonomisk hållbarhet – hur bidrar utvecklingen till den lokala ekonomin?
- Social hållbarhet – hur påverkar utvecklingen platsens människor?
- Ekologisk hållbarhet – hur påverkar utvecklingen naturen och miljön?

- **Organisation och finansiering – finns en strategi, organisering och finansiering för arbetet?**

Alvesta kommun Tingsryds kommun Växjö kommun

ÅSNEN
Från stenig sjö till
Nationalparksdestination
Alvesta kommun
Tingsryds kommun
Växjö kommun

# CXXXXXXXXX

ÅSNEN

ÅSNEN