

Besökare i Karlstad

Rapport 2023

Visit Karlstad
Näringsliv- och turismavdelningen
Karlstads kommun

KARLSTAD 

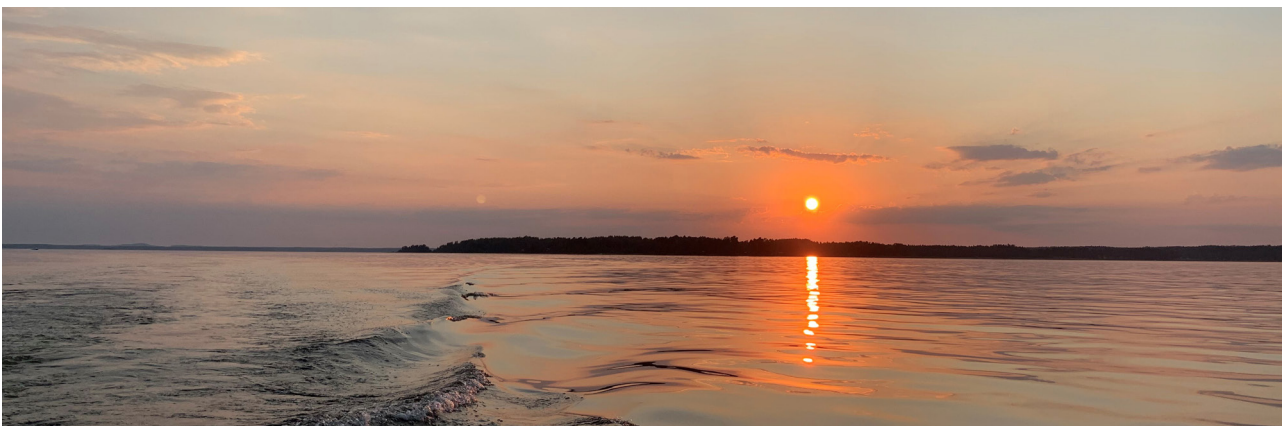
Turisterna bidrar till tillväxt och attraktion

Besökare är med och utvecklar utbudet av både restauranger, butiker och inte minst boendeanläggningar som i sin tur är viktiga arbetsplatser för invånare.

Besökarna blir också, om vi sköter oss, viktiga ambassadörer som kan hjälpa oss att marknadsföra Karlstad till nya besökare och eller locka till nygamla besök.

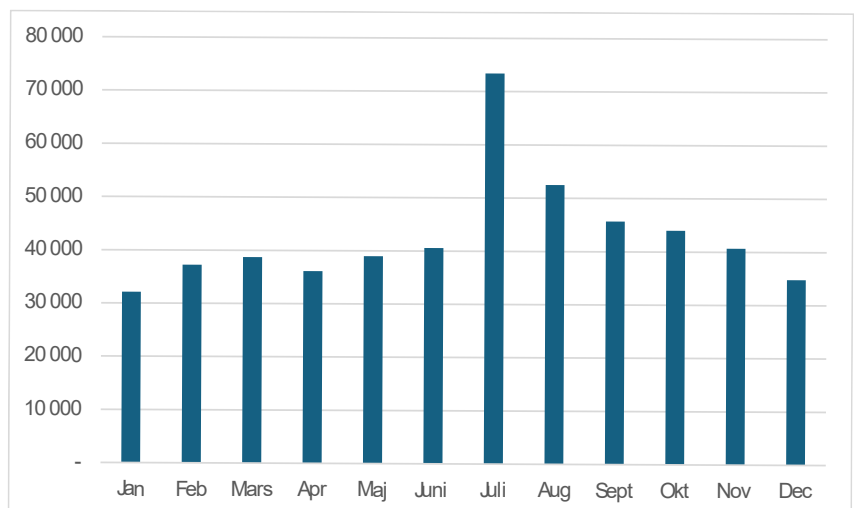
Genom att försöka ta reda på vilka som besöker oss och vad de tycker kan vi utveckla vår plats och vår kommunikation för att bli en mer attraktiv plats för både besökare och invånare.

I den här rapporten har vi samlat statistik från SCB och Benchmarking Allians om övernattande gäster och lyft fram delar ur 2023 års besöksundersökningar. Vi har också samlat in resultat från kampanjer, tittat på värderingsajter för att få en samlad bild för fortsatt arbete.



Sol på flera sätt

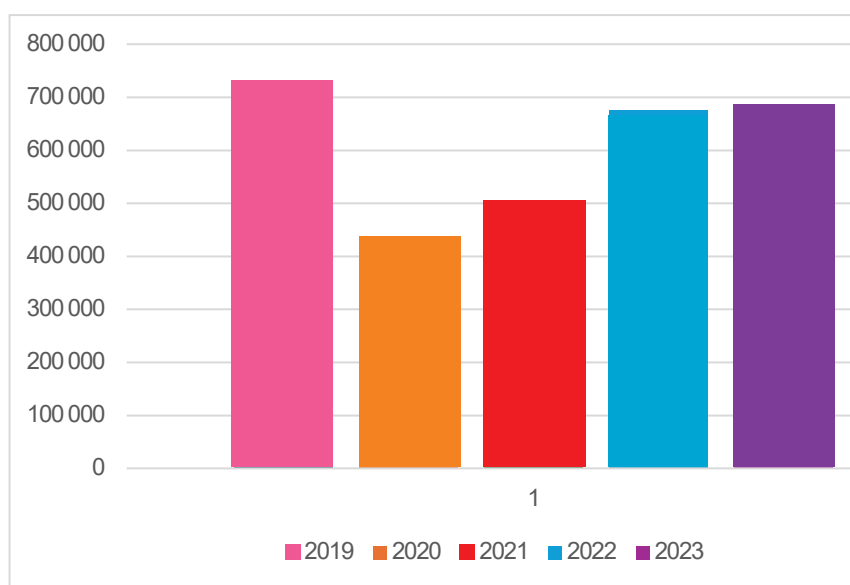
Tack vare ett starkt näringsliv som lockar många affärsresenärer, möten och evenemang kommer ett betydande antal övernattande gäster året om. Men Karlstad har också blivit en sommarstad och under juli har hotellen, campingplatser och vandrarhem nära 75 000 gästnätter. Till dessa kommer alla som bor hemma hos släkt och vänner, på AirBnB och liknande.



Snart i nivå med 2019

Gästnätter 2023

683 930



Karlstad har under flera år legat bra till i jämförelse med andra svenska städer, mycket tack vare ett högt antal utländska gäster.

Det gjorde att avbräcket under pandemin blev mycket stor. Nu börjar siffrorna sakta närma sig 2019-årsnivå och de utländska gästnätterna är en viktig orsak till 2023-års positiva siffror.

Nationalitet	Övernattande gäster
Sverige	530 138
Norge	73 869
Sydkorea	13 213
Tyskland	12 898
Finland	9 200
USA	7 285
Danmark	6 392
Nederländerna	4 392
Storbritannien	2 309
Schweiz	2 197
Kina	1 923
Frankrike	1 466
Belgien	1 339
Italien	1 251
Polen	1 093
Österrike	1 036

Topp 3



530 138



73 869



13 213



Karlstad har en stark hotellmarknad

Karlstad har många hotell inom gångavstånd från varandra och mötes och evenemangsplatser. Det gör Karlstad till en utmärkt kongressstad. Det finns också en tradition av att samarbeta och att på bästa sätt visa värdskap till gästerna.

11 av Karlstads hittills 14 hotell är med i Benchmark Allians som dagligen rapporterar antal gäster och pris, vilket gör att vi kan följa lön-

samhetsmättet RevPar (revenue per available room, eller intäkt per tillgängligt rum) På nästa sida kan du se hur genomsnittet såg ut förra året, men också hur utvecklingen sett ut de senaste fem åren.

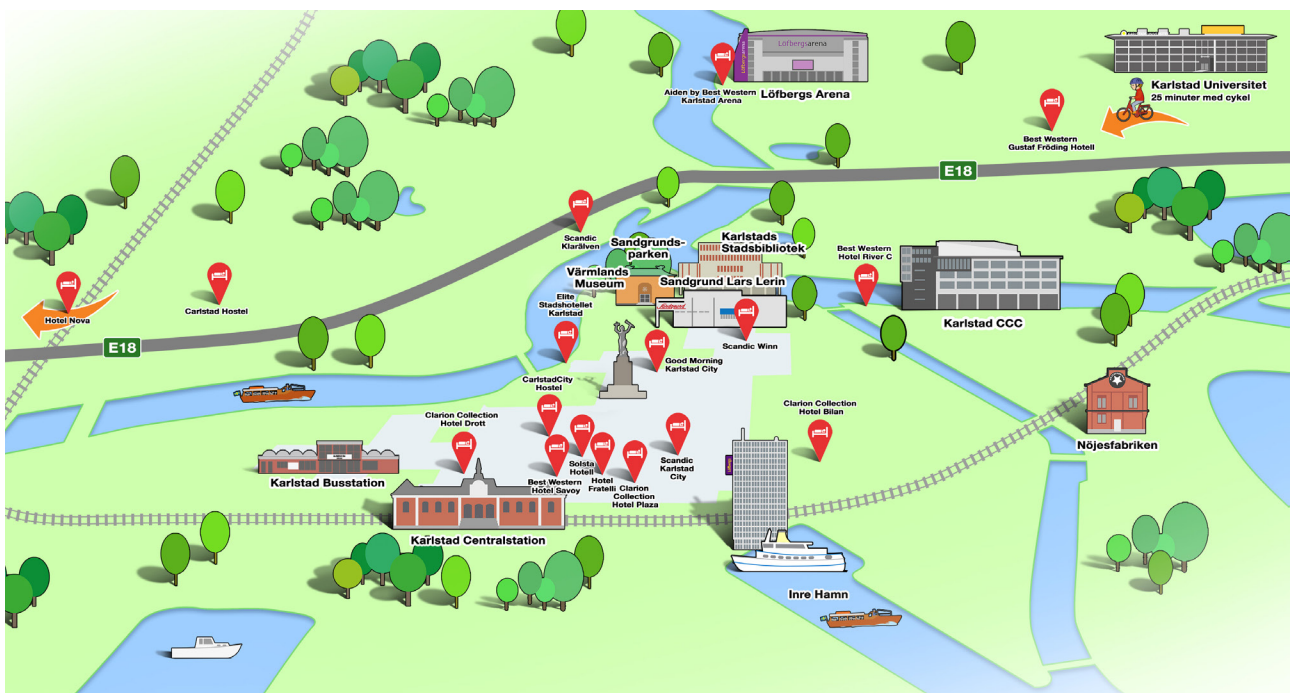
Nytt för i år är att det kommer två nya hotell, Aiden by Best Western Karlstad Arena och boutiquehotellet Fratelli.

1593

Rum

3426

Bäddar

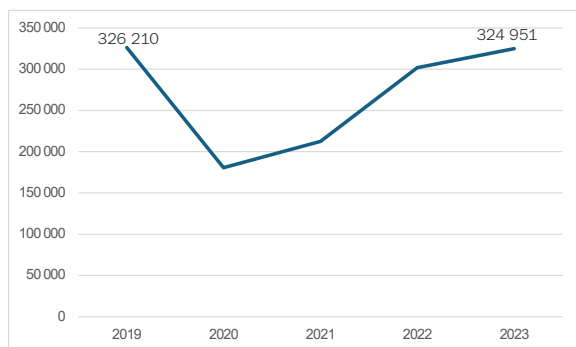


SÅLDA RUM
326 210

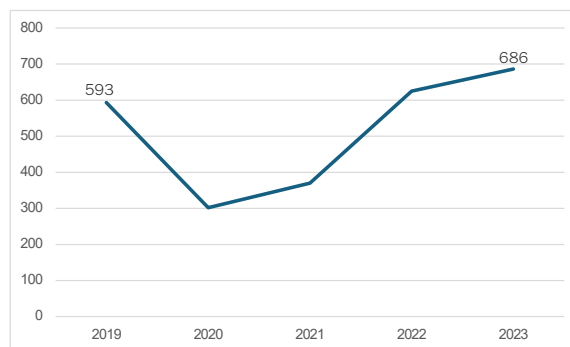
BELÄGGNING
67 procent

LÖNSAMHET
687 kr RevPar*

Utveckling sålda rum 2019-2023



Utveckling RevPar 2019-2023



Källa: Benchmarking Alliance

* RevPar eller intäkt per tillgängligt rum, är ett prestationsmått inom hotellbranschen som beräknas genom att dividera ett hotells totala gästrumsintäkter med antalet rum och antalet dagar i perioden som mäts.

Topp 20 hotelldestinationer

baserat på antalet gästnätter

Kommun	Antal anläggningar	Beläggning	Antal gästnätter
Stockholm	164	69,0	8 772 959
Göteborg	68	68,4	4 326 365
Malmö	37	66,9	2 071 467
Sigtuna	27	62,8	1 122 857
Solna	18	54,7	862 216
Helsingborg	23	57,3	710 845
Umeå	24	61,6	671 051
Jönköping	32	54,7	669 925
Linköping	23	57,9	637 587
Uppsala	23	63,6	634 230
Norrköping	24	55,8	547 472
Örebro	19	62,2	544 237
Västerås	17	69,3	543 259
Lund	24	58,4	540 908
Karlstad	14	66,6	514 447
Sundsvall	14	53,8	509 579
Gotland	54	50,8	485 424
Nacka	11	57,1	442 350
Halmstad	19	53,8	439 717
Luleå	15	62,8	392 556

Källa: SCB



Karlstadsborna, en viktig del av värdskapet

Vi vill möta leende, glada människor var vi än befinner oss och särskilt på semestern. I många av de undersökningar som gjorts känner sig våra gäster välkomna. Så det var väntat, men också glädjande att Karlstadsborna var positiva till besökare. Det här är en oerhört viktig fördel för Karlstad och något vi vill hjälpa till att förstärka.

En hjälp som vi vill sprida även till Karlstadsborna är den digitala utbildning som finns om Karlstad och viktiga besöksmål. <https://rise.articulate.com/share/OyaJ9GTCndH83RNPz1rflr8dfiD2zcEc> Hjälp gärna till att sprida den.

” Tycker om när det rör sig turister i staden. Gör mig stolt om de verkar trivas.”

På frågan om vad du helst visar upp av Karlstad för besökare, svarade 70 procent Natur och grönområden och 28 procent konst och museer. Här kommer några av svaren:

”Klarälven och stadskärnan. Löfbergs arena”

”Närheten till vattnet”

”Lerinmuseet, city, Sandgrundsudden, Klarälven, Mariebergsskogen och Inre hamn”

”Mariebergsskogen, båtbussturer, Alsters herrgård, Lars Lerin, Värmlands museum och Kvarteret Almen”

”Staden med älven och centrala delarna av stan”

Hur påverkas du av turismen i Karlstad?

”

Ju fler turistmål desto fler möjligheter till aktiviteter för alla. Det utvecklar även näringslivet och bidrar till nya idéer och nya företag!

**Blir glad att
turister
besöker
Karlstad**

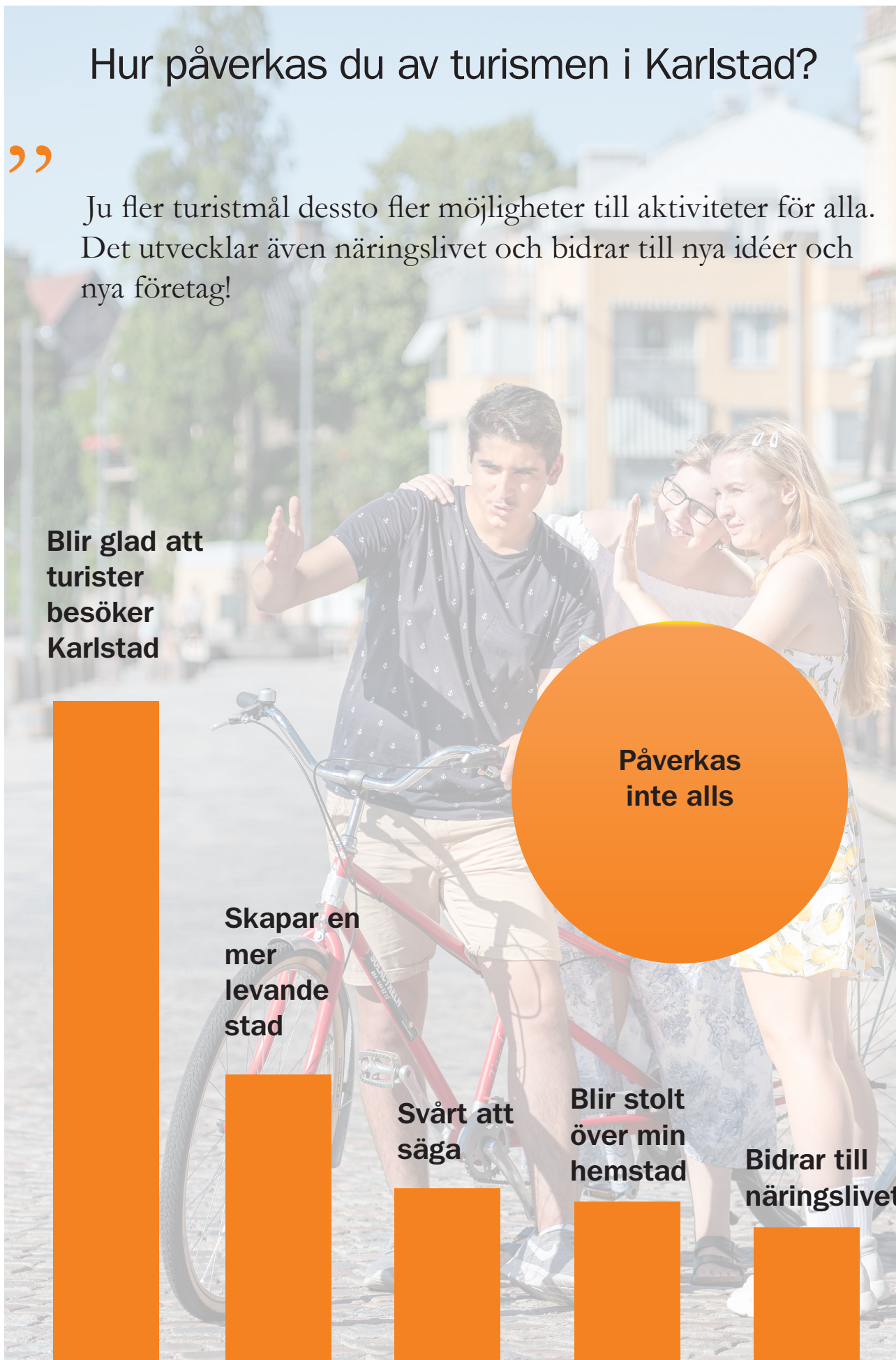
**Skapar en
mer
levande
stad**

**Svårt att
säga**

**Blir stolt
över min
hemstad**

**Bidrar till
näringslivet**

**Påverkas
inte alls**

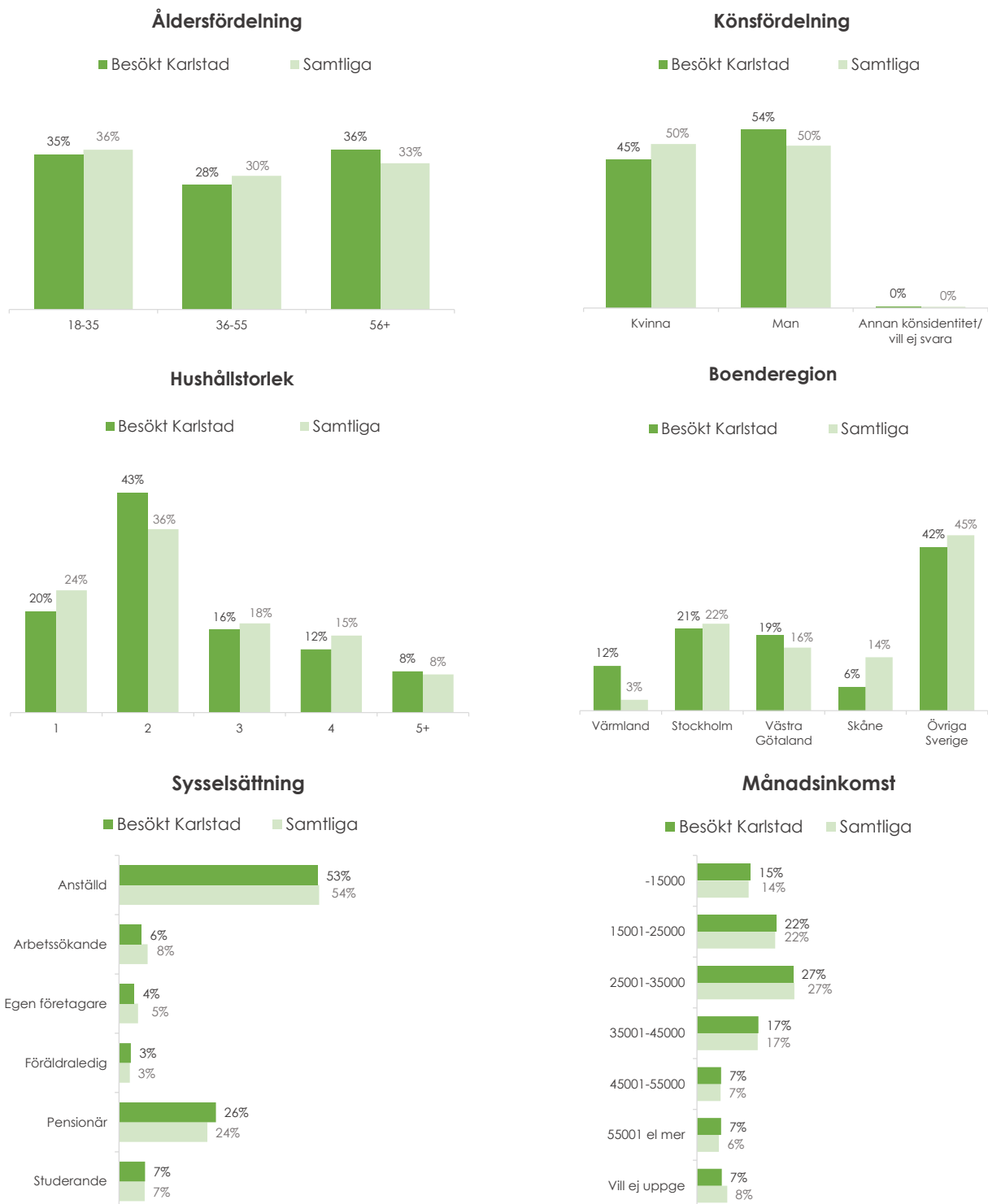


Vad vet vi om de som besöker Karlstad?

Karlstad har under de senast fem åren deltagit i undersökningen ”Resa i Sverige”. I den senaste undersökningen svarade 442 personer att de besökt Karlstad de senaste tre åren. Den här undersökningen har vi kompletterat med andra besöksundersökningar och undersökningar specifikt för olika evenemang. De ger oss ett par pusselbitar om vilka som besöker oss, vad de tycker och vad som kan skapa än bättre upplevelser och hjälpa oss få fler ambassadörer.

Vilka har besökt Karlstad de senaste tre åren?

Karlstads besökare är marginellt äldre än snittet för samtliga destinationer, och består av något fler män än kvinnor.



Och vad tycker besökarna om Karlstad?

NPS: Benägenhet att rekommendera Karlstad som besöksmål till andra

Net Promoter Score



Delta är Net Promoter Score (NPS):

NPS är ett lojalitetsindex som används i många olika sammanhang för att mäta benägenheten att rekommendera en upplevelse till en bekant. Frågan ställs enligt följande mall:

På en skala 0-10, hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Staden/platsen som besöksmål till en vän eller kollega?

Följande kategorisering av svaren görs sedan:

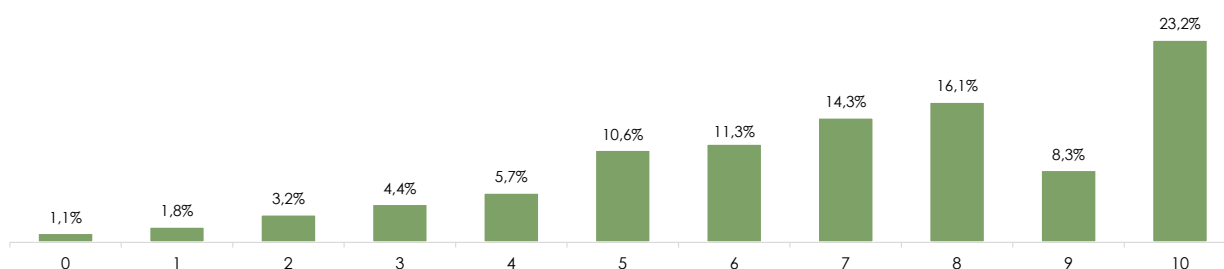
0-6 Kritiker

7-8 Passiva

9-10 Ambassadörer

NPS räknas ut som andelen (%) ambassadörer minus andelen (%) kritiker, och skalan sträcker sig därför från -100 till 100. Ett NPS-värde på 0 innebär att det är exakt lika många ambassadörer som kritiker.

NPS – detaljerad svardistribution



Källa: Research One

Grupp	NPS	Ambassadörer %	Kritiker %
18-35 år	-24	23	47
36-55	-4	34	38
56 år pch äldre	9	38	29
Kvinnor	7	38	31
Män	-17	27	44
Mindre hushåll	-2	33	35
Större hushåll	-10	29	39
Reser ofta	-6	32	38
Reser sällan	-16	25	41
Förstagångsbesökare i Karlstad	-35	22	57
Besökt Karlstad fler än 5 ggr	18	142	24
Inkomst upp till 35 000 kr/mån	-8	31	39
Inkomst över 35 000 kr/mån	-6	32	38
Mkt viktigt att resa klimatsmart	4	36	32
Karlstad totalt	-7	31	38

En teoretisk ”mest trolig” ambassadör

En kvinna i åldern 56 år+ som bor i ett mindre hushåll och har besökt Karlstad många gånger.



Hur kan vi få fler ambassadörer?

NPS, Net Promoter Score eller människors vilja att rekommendera en plats är spännande att följa. Det har visat sig att ju äldre personer som svarat ju bättre NPS. Det blir också högre om personer varit på platsen fler gånger och troligtvis också om vi har en form av relation.

Vi har använt oss av två undersökningssätt. Research Ones respondenter kommer från webbpaneler och frågorna har gällt fler platser. Även med samma tillvägagångssätt sjönk resultatet när fler yngre personer besvarade frågorna.

I Parlametrics undersökning kom flertalet respondenter från facebooksidorna Visit Karlstad och Karlstads kommun. Detta gav ett högre NPS även med yngre respondenter, troligen för att det är personer som valt att följa Karlstad och därför har en koppling. Men det som verkligen hjälper till att få fler ambassadörer är evenemang.

Vi behöver tillsammans bli bättre på att nå och kommunicera med en yngre målgrupp och vi behöver i ännu högre utsträckning bättre förstå vad som driver och engagerar dem. Viktiga verktyg i sammanhanget är besöksnäringen och de många evenemang som genomförs.

Resa i Sverige Research One 2021	Resa i Sverige Research One 2022	Konsert 2023 Håkan Hellström Research One	Konsert 2023 Gyllene Tider Research One	Parlametric 2023 Invånare	Parlametric 2023 Besökare	Resa i Sverige Research One 2023
18	9	17	42	34,6	15,5	-7

Vad sägs om Karlstad?

Idag bestämmer ofta gästen vad som sägs om en plats och det är viktigt att hålla koll på vad som sägs och påverka det som går. Samtidigt som det allra bästa sättet att få bra omdömen är att skapa riktigt fina upplevelser.

Några värdefulla plattformar och verktyg där du kan samla in och analysera feedback från besökare är TripAdvisor, Google, Facebook. Andra sajter att ha koll på är Booking.com, Airbnb, och andra bokningsplattformar.

Vi behöver också förhålla oss till vad AI genererad text som Chat GPT och liknande verktyg skriver om Karlstad.

AI Chat om att semestra i Karlstad

Att semestra i Karlstad är en upplevelse som erbjuder en perfekt blandning av stadsaktiviteter och naturnära upplevelser. Karlstad, känt för sitt soliga leende (det sägs att solen skiner mer här än i andra delar av Sverige), ligger vackert beläget vid Vänerens norra strand. Här är några aspekter av det som gör Karlstad till ett underbart semester mål:

Vänliga människor Karlstad är känt för sin gästvänlighet. Stadens invånare är vänliga och öppna, vilket bidrar till en väldigt välkommande atmosfär för besökare.

Natur och Utomhusaktiviteter Närheten till Väneren ger perfekta förutsättningar för olika vattensporter och fiske. Det finns också flertalet grönområden och parker inom staden, som Mariebergsskogen, ett populärt utflyktsmål med natur, kultur och aktiviteter för alla åldrar.

Kultur och Historia Karlstad har en rik historia och ett blomstrande kulturliv. Staden erbjuder flera museer, konsgallerier och historiska platser. Ett besök i Värmlands Museum ger insikter i regionens historia och konst. Dessutom arrangeras regelbundet kulturella evenemang, konserter och festivaler.

Mat och Dryck Staden stoltserar med ett brett utbud av restauranger och caféer som serverar allt från traditionella svenska rätter till internationella kök. Många av dessa ställen lägger stor vikt vid lokala och ekologiska råvaror. Även små lokala bryggerier och kaféer bidrar till en unik kulinarisk upplevelse.

Shopping och Nöje I Karlstad finns ett brett utbud av shoppingmöjligheter, från stora handelsplatser till små unika butiker. Det finns även gott om underhållningsalternativ, inklusive biografier, teatrar och ett livligt nattliv...

The screenshot shows the TripAdvisor website for Karlstad. At the top, there's a search bar and navigation links like 'Upptäck', 'Resor', 'Omdöme', and 'SEK'. Below the search bar, there's a large image of a park area with flowers and a lake. Underneath, there's a section titled 'Saker att göra' (Things to do) with several cards for different locations: Sandgrund Lars Lerin, Mariebergsskogen, Brigadmuseum, Alsters herrgård - Gustaf Frödings minnesgård, Östra Bron, and Domkyrkan. Each card includes a rating, number of reviews, and a brief description. At the bottom, there are three hotel listings: 1. Clarion Collection Hotel Drott, 2. Clarion Collection Hotel Drott, and 3. Scandic Winn. Each listing includes a 'Visa priser' (Show prices) button and a 'Besök hotellets webbplats' (Visit hotel's website) link. The hotel listings also include a rating, number of reviews, and a brief description.

Marknadsföring av Karlstad som destination

Under året har vi gjort olika typer av kampanjer, både större och mindre. Vi annonserar de artiklar som finns på visitkarlstad.se men även enskilda evenemang eller tips.

Här är några exempel på hur och var vi marknadsförde oss:

Vi har gjort **56 olika marknadsföringsinsatser** under året.

Karlstadsregionskampanjen fick **5 miljoner exponeringar**

Kampanjen med grannarna i Norge nådde **500 000 normmän**.

Bildexempel från 2023-års kampanjer

Bildexempel från årets kampanjer

Advisory AB



Kultur, upplevelser och mat - här är våra bästa tips!

Visit Karlstad I Karlstad är det nära till upplevelser och det finns något för alla. Läs mer.



Besök Värmlands Museum 10 000 år av värmländsk kulturhistoria.

Visit Karlstad Se verk ur **Media** samlingar, konst- och fotoutställningar samt Spöket Laban.

Svenska Dagbladet

Svenska Dagbladet

Nyheter Näringsliv

Human Performance

Möt hösten i Karlstad

Koppa av med guldkant på Vana Spa, beläget i Elite Stadshotellet i Karlstad. Eller upplev högklassiga musikaler, operor och konserter.

Läs mer här

KARLSTAD
Visit Karlstad

Camping i Karlstad-regionen
Camp i egen bobil, campingvagn, hyra eller såg app och

Naturskjönne golfbanor
Välj mellan fyra golfbanor i Karlstad-regionen

Upplevelser för hela familjen
Dyr och natur på nära håll och långgrassa sandstrender

EXEMPEL PÅ EXPONERING
- DESKTOP OCH MOBIL



Hjärtelig velkommen till Karlstad-regionen

Velkommen til Karlstad-regionen, som består av kommunene Karlstad, Grums, Forsbaga, Hammarö og Kil. I hjertet av Värmland finner du flere grunner til å tilbringe ferien her. Campingplasser med lange sandstrender ved Väneren, gårdsbutikker med unike produkter, aktiviteter som passer for barnefamilier, kulturopplevelser, spa og mye mer. Her har vi samlet litt inspirasjon til våre norske gjester. Hjärtelig velkommen!

Trender i omvärlden - nya möjligheter för svensk besöksnäring?

Hämtat från Visit Sweden <https://corporate.visitsweden.com/kunskap/data-framtiden/spa-ningar-infor-2024/>

1. Resenärer söker sig mer till **svalare väder** och klimat. 51% av internationella resenärer anger att klimatförändringarna kommer påverka hur de reser på semester under 2024.
2. **Söker överraskning**, det oväntade och engagerande. Resenärer söker sig alltmer till något de inte testat förut, 56% anger att de föredrar att våga sig utanför "the-beaten-track".
3. **Kulinariska upplevelser**. Fler intresserar sig för matens och råvarornas ursprung, hantverket och historien bakom, matkulturarvet samt de traditionella måltiderna på resmålet. Hela 81% av de internationella resenärerna vill testa det inhemska köket under deras resa. 46% av de internationella resenärerna är även nyfikna på att testa en "phygital"[13] matupplevelse, dvs en måltidsupplevelse förstärkt av VR eller AR.
4. **Omstart och personlig utveckling**. I en hektisk och osäker värld söker resenärerna alltmer efter att komma tillbaka till det liv de verkligen vill ha. Exempelvis söker de efter att resa ensamma, för att prioritera sig själva, eller för att uppleva sömn-retreats med olika sömnförbättrande inslag.
5. **Medvetna val** (både kostnads- och hållbarhetsmässigt). Resenärer söker efter vägar att minska kostnaderna samtidigt som de gärna vill unna sig under semestern. 51% av de internationella resenärerna säger att de skulle kunna tänka sig att köpa ett "inträde" för att få använda bekvämligheterna på ett 5-stjärnigt hotell utan att bo där. 56% planerar att boka "all-inclusive" så att de vet exakt hur mycket kostnaden för semestern blir. 43% skulle söka efter "luxe-for-less"; dvs liknande semestrar närmare hemmet, för att minska kostnaderna.
6. Resenärer söker också efter **hållbara och estetiska upplevelser** där gränsen mellan utomhus och inomhus suddas ut. Vidare söker resenärerna efter hållbarhet "in action" och tar gärna tekniken till hjälp för att hitta hållbara resplaner. 48% skulle lita på AI att planera en resa åt dem (bland 18-24 åringar var andelen 51% och 54% bland 25-40 åringar).
7. **Kombinera arbete med semester**. Att kombinera resande med arbete på resmålet, en så kallad "workation", är återigen ett möjlighetsområde i branschen på samma sätt som att "kulturella och fängslande upplevelser" också anses vara en tillväxtmöjlighet inför 2024.



För mer informaton och siffror kontakta gärna:

Marita Närtell

Strateg

Telefon 054-540 24 70

marita.nartell@karlstad.se