



# Handlingsplan 2024

Internationell marknadsföring för  
besöksnäringen i Kalmar län



# Bakgrund

Besöksnäringen har stor betydelse för Kalmar län. Nationellt ligger länet på en stolt fjärdeplats i antalet gästnätter under sommarmånaderna, tätt efter de tre storstadsregionerna Stockholm, Västra Götaland och Skåne. Räknat på ett helår har Kalmar län en stark femteplats, med Dalarna som nummer fyra. Besöksnäringen är ett av länets profilområden och också ett av kunskapsområdena i länets strategi för smart specialisering.

I takt med att världen rör sig allt snabbare och kampen om människors tid och uppmärksamhet ökar behöver vi nå ut med budskapet om vår region till potentiella besökare. Det är därför väsentligt att vi satsar på modig marknadsföring i framkant och samordnar våra resurser och budskap mot den internationella marknaden – där stor tillväxtpotential finns för Kalmar län sett till både omsättning och gästnätter, även utanför högsäsong. Enligt en undersökning av Tillväxtverket, spenderar utländska besökare mer på plats än svenska besökare.

Internationellt marknadsför vi Kalmar län under varumärket Visit Småland. Mycket av den internationella marknadsföringen genomförs tillsammans med de andra Smålandsläna. Vi riktar oss mot marknaderna Tyskland, Danmark och Nederländerna. Inom ramen för vår internationella marknadsföring arbetar vi endast utifrån avtal med upphandlade leverantörer på respektive marknad samt i vissa fall med Visit Sweden.

Marknadsföringen koncentreras kring olika teman och de fem destinationerna Vimmerby, Västervik, Kalmar, Öland och Glasriket som var och en också går in med en högre insats i projektet. I första hand ska arbetet koordineras i Marknadsrådet som består av representanter från de fem destinationerna, en representant för länets mindre kommuner och en koordinator på Region Kalmar län. Det är deltagarna i marknadsrådet som ansvarar för att förankra det regionala samarbetet lokalt, samt att informera och ha kontakt med näringsliv och politik i respektive kommun.

Projektet internationell marknadsföring löper över en treårsperiod och för samma period tar vi fram en treårig marknadsplan. Aktuell marknadsplan ringar in bakgrund och strategisk riktning för projektperioden 2023–2025 och är en sammanställning över de insatser som Region Kalmar län tillsammans med länets kommuner samt olika samarbetspartners gör inom internationell marknadsföring för att stärka vår position på den internationella marknaden och utveckla besöksnäringen i linje med vår Besöksnäringstrategi 2030 Kalmar län.

I komplement till marknadsplanen tar vi årligen fram en handlingsplan som bryter ner den treåriga marknadsplanen i konkreta mål och aktiviteter för året. Denna handlingsplan berör 2024 och utgår från den treåriga marknadsplanen för internationell marknadsföring 2023–2025.

## Insatser på våra prioriterade marknader 2024

En grundpelare i marknadsföringen för att öka kännedomen och stärka attraktionskraften är PR och därmed bearbetningen av media i syfte att de ska bevaka och berätta om Småland och Öland i sina kanaler. I vår internationella marknadsföring är trovärdig kommunikation genom andra viktigt. Det åstadkommer vi genom PR-insatser men också genom samarbeten med relevanta medier och influencers. Det som andra berättar om en plats har stor påverkan på val av resmål. Våra influencersarbeten genererar dessutom innehåll att placera i andra kanaler. I digitala och sociala kanaler ska vi organiskt fånga målgruppens intresse genom närvaro– något som kräver strategisk innehållsplanering och närvaro året om.



# Tyskland

## PR och kommunikation 2024

Vi ska under året arrangera en gruppresa för journalister på temat natur och kultur samt två individuella pressresor på temana familj och outdoor. Pressbesöken sprids till våra destinationer. Vi gör ett pressutskick med nyheter till radiostationer i Tyskland samt ett nyhetsbrev med korta nyhetsnotiser till relevanta tidsningsredaktioner.

Småland och Öland kommer också finnas representerade på TravMedia – fackmässan ITB:s pressevent i mars.

## Kampanjer och övriga marknadsaktiviteter 2023

I vår internationella marknadsföring är trovärdig kommunikation genom andra viktigt. Det åstadkommer vi genom PR-insatser men också genom samarbeten med relevanta medier och influencers. Det som andra berättar om en plats har stor påverkan på val av resmål. Våra influencersarbeten genererar dessutom innehåll att placera i andra kanaler.

Vi ska under året ta emot en tysk influencer på temat mat. Vi får också ta del av ytterligare en tysk influencerresa på temat outdoor.

Under året får vi även en artikel i det tyska magasinet Anderswo – Nachhaltig reisen, om hållbara upplevelser i Småland/Kalmar län (digitalt och i tryck). Vi gör också ett samarbete med en camping-podd (Caravan FM) samt ytterligare en poddcast (ännu ej bestämd) och ett samarbete med Pixum och de



influencers som besöker oss. Pixum är en online foto-tjänst.

## Digitala och sociala kanaler 2024

Vi använder oss av en tysk redaktör till vår tyska hemsida och till vår tyska Facebook [@visitsmaland\\_de](#). Gällande Instagram har vi tagit beslut om att använda det globala, engelskspråkiga kontot [@visitsmaland](#) även till den tyska marknaden. Genom riktad annonsering på Google, Facebook och Instagram når vi potentiella resenärer och driver trafik till [visitsmaland.se](#).

## Bearbetning av researrangörer 2024

Researrangörer är viktiga aktörer som både marknadsför och säljer resmålet till sina kunder.

Tillsammans med Visit Sweden kommer vi i projektet ACT DACH (Tyskland, Österrike och Schweiz) arbeta med researrangörsledet genom matchmaking, marknadsföring och kunskapsspridning. Via arrangörsledet lyfter vi Kalmar län och relevanta företag, samtidigt som vi utvecklar länets exportmogna produktutbud genom kunskapsspridning. Vi har anlitat en konsult som har stor kännedom och kontakter inom tyska researrangörer för att bredda vårt produktutbud. I mars deltar vi på ITB - världens viktigaste och största fackmässa inom turism som äger rum i Berlin – där vi får möjlighet att träffa researrangörer för att lyfta Kalmar län och de produkter som efterfrågas.

Under året kommer vi också svara mot researrangörernas intresse genom att arrangera visningsresor.





# Danmark

Vi har under 2022 och 2023 marknadsfört oss mot den danska marknaden genom samarbetet Visit South Sweden. Det upphörde 31 mars 2024. Vi har därför för Smålands och Ölands räkning upphandlat en gemensam dansk byrå för vår synlighet på danska marknaden.

## PR och kommunikation 2024

Vi planerar under året ta emot pressbesök på temana natur och kultur. Vi kommer även att göra cirka ett pressutskick i kvartalet för att hålla marknaden informerad om Småland och Öland.

## Kampanjer och övriga marknadsaktiviteter 2024

Vi planerar ta emot ett influencerbesök under året, temat är inte helt spikat ännu. Vår danska samarbetspart undersöker



var vi bör synas med advertorials. Samma byrå som sköter den digitala annonseringen för Tyskland kommer att sköta den för danska marknaden.

## Digitala och sociala kanaler 2024

Vi har, utifrån statistik gällande följarnas ålder och hemvist, tagit beslut om att leda den lite äldre danska målgruppen till vårt svenska Facebook-konto [@visitsmaland](#) och de yngre danskarna till vårt globala engelskspråkiga Instagramkonto [@visitsmaland](#). Innehållet kommer sponsras för att maximera räckvidd och engagemang hos målgruppen.





# Nederländerna

## PR och kommunikation 2024

Vi planerar under året ta emot flera pressbesök, en influencerresa på temat familj samt en grupp med influencers på temat lifestyle. Vi skickar även pressnyhetsbrev för att hålla marknaden informerad om nyheter i Visitsmåland-området.

## Kampanjer och övriga marknadsaktiviteter 2024

Vi kommer genomföra digitala mediasamarbeten med tidningarna SAAR och Franska.nl. En kampanj i sociala kanaler kommer driva trafik till innehåll hos tredje part (tidigare mediasamarbeten).

## Digitala och sociala kanaler 2024

Då Visit South Sweden-samarbetet har upphört har vi upphandlat en kommunikationsbyrå på den nederländska marknaden för Visit Småland. Vi driver vidare Instagramkontot och Facebookkontot govisitsouthsweden på nederländska i Visit Smålands regi.



# Övrigt

## Översättning 2024

För den internationella gästen är det viktigt att informationen är tydlig och tillgänglig på ett språk de känner sig bekväma med. Vi kommer därför översätta texter i våra egna kanaler och även ge kommunerna stöd för att tillhandahålla information på fler språk. Översättningsbidraget uppgår till 10 000 kr per kommun i Kalmar län och 20 000 kr per destination (Glasriket, Kalmar, Öland, Vimmerby och Västervik som också går in med en högre insats i projektet).

## Foto 2024

För att kunna marknadsföra länet behövs en bred och aktuell bildbank. Vi kommer fortsätta bygga ut vår bildbank med foton som förstärker vår positionering och väcker intresse för länet – även utanför högsäsong. Kommuner i Kalmar län kommer få ett årligt fotobidrag för att tillhandahålla aktuella och friköpta foton av hög kvalitet. Fotobidraget uppgår till 10 000 kr per kommun i Kalmar län och 20 000 kr per destination (Glasriket, Kalmar, Öland, Vimmerby och Västervik som också går in med en högre insats i projektet).

## Filmer 2024

Efterfrågan på rörligt material är stor. Vi kommer fortsätta bygga ut vår bildbank med rörligt material som förstärker vår positionering och väcker intresse för länet även utanför högsäsong. Kalmar läns fem stora destinationer kommer få ett filmbidrag om 50 000 kr per destination för att tillhandahålla mer rörligt material under året.

## Karta 2024

För vår internationella målgrupp, främst Tyskland, är tryckt material fortfarande efterfrågat. Därför kommer vi tillsammans med Jönköpings och Kronobergs län ta fram en gemensam Smålands och Ölands-karta.

## Visit Sweden 2024

Den utländska besökaren googlar först och främst Sverige när den letar efter resmål i Sverige. Av den anledningen är det viktigt att vi tillhandahåller Visit Sweden material för synlighet på deras webb och i sociala medier. Visit Sweden genomför även kampanjer och större utspel som vi avsätter medel och resur-

ser för att kunna vara en del av – i år kommer vi vara med i en kampanj på TripAdvisor. Genom Visit Sweden tar vi även emot en influencer-familj från Nederländerna

## Statistik, omvärldsbevakning och analys 2024

Tillsammans med 8 andra regioner fortsätter vi vårt samarbete kring omvärldsbevakning, statistik och analys i samarbetet BI Syd, där vi nyligen har upphandlat plattformen Symphony som ger oss möjlighet att med hjälp av data från kortföretaget VISA och appar från NEAR kunna följa besökarnas konsumtion och rörelse i vår region.

Vi får också viktig marknadskunskap genom våra partners på våra internationellt utvalda marknader.

## Programvaror och licenser 2024

För samarbete över läns- och regiongränser inom internationell marknadsföring kommer vi fortsätta använda verktyget det gemensamma verktyget Travefy.

## Mål

Målsättningen 2024 är att öka antalet internationella besökare jämfört med 2023. Siffror från SCB/Tillväxtverket visar att Kalmar län 2023 hade 3 229 506 gästnätter. Av gästnätterna var 622 460 från utländska besökare. Det motsvarar ca 19%, vilket är en ökning med två procentenheter sedan 2022.

## Resultat

I början av 2024 kommer vi upprätta en verksamhetsberättelse som sammanfattar utfall mot denna handlingsplan och budget: Här sammanfattas årets aktiviteter, genererat pressvärde och till viss del kampanjresultat. Här framgår även spenderad krona för alla aktiviteter vi genomfört under året.

## Finansiering 2024

Denna handlingsplan för internationell marknadsföring 2024 har en budgetomslutning om 3,52 miljoner kronor. Aktiviteterna finansieras med medel som kommunerna lägger in till en gemensam pott och som Region Kalmar län växlar upp med motsvarande medel.



### Årets insatser i projektet:

Region Kalmar län.....	1 760 000kr
Öland.....	300 000kr
Kalmar.....	300 000kr
Västervik.....	300 000kr
Glasriket.....	300 000kr
Vimmerby.....	300 000kr
Oskarshamn.....	80 000kr
Mönsterås.....	70 000kr
Hultsfred.....	50 000kr
Torsås.....	30 000kr
Högsby.....	30 000kr

Projektet utgår från ett samverkansavtal mellan Region Kalmar län och länets kommuner avseende internationell marknadsföring. Samarbetsavtalet är löpande på en treårsperiod. Region Kalmar län finansierar även en tjänst för att koordinera arbetet samt en digital koordinator, som finansieras tillsammans med Jönköping- och Kronoberg län.





Region Kalmar län

Box 601, 391 26 Kalmar • Telefon 010-358 00 00 • [regionkalmar.se](http://regionkalmar.se)