

Årsrapport Visit Umeå 2024



visit
umeå!

Innehållsförteckning

Utmaningar och möjligheter för besöksnäringen	4
Destinationsutveckling Umeåregionen	8
Höjdpunkter 2024	10
Mötesåret	20
Evenemangsåret	21
En attraktiv och levande stadskärna	22
Internationell synlighet	26
Hållbar turism och besöksnäring	30
Om bolaget Visit Umeå AB	32

Utmaningar och möjligheter för besöksnäringen i Umeå 2024

Med ekonomisk osäkerhet, minskat affärsresande och försämrad tillgänglighet ser vi en påverkan på besöksnäringen i Umeå under 2024. Samtidigt öppnar nya resetrender och förändrade beteenden dörrar för framtida möjligheter.

Aktuellt läge

Den övergripande bilden av 2024 är i mångt och mycket överensstämmande med 2023. Det är fortfarande mörka tider ute i Europa med ytterligare krig i vår närhet, oförutsägbara politiska utspel och ekonomisk osäkerhet. Även det förhöjda säkerhetsläget fortsätter att gälla i Sverige och den ökade ansträngningen för privat- och affärsekonomin ger synbara effekter. Under året har vi också, kanske för första gången, på riktigt känt av hotet från en minskad tillgänglighet med flyg och tåg. Inrikesflyget i Sverige har det tufft bland annat på grund av ett minskat affärsresande, och tågtrafiken till norra Sverige går allt annat än på räls.

I jämförelse med 2023 har vi under året haft färre stora konferenser samt även ett lägre tryck på evenemangssidan. Detta i kombination med ovan nämnda omvärldsfaktorer, har bidragit till en minskning i antalet gästnätter (-3 %) jämfört med 2023. Dock är det som främst oroar minskningen av logianläggningarnas intäkter. Snittpris och Revpar minskar med 2 respektive 5 %, och det från redan nedåtgående nivåer. Vi tror att vi drabbas hårt av det minskade affärsresandet och den försämrade tillgängligheten.

Omvärld

På Sverigenivå ser det något bättre ut än för Umeå som enskild destination. Statistiken går jämnt med förra året. Även på totalen är det de inhemska gästnätterna som minskar och de utländska som ökar. Tillgänglighetsfrågan är högaktuell även på nationellt plan och vi följer noggrant de oundvikliga förändringar som kommer med BRAs nedläggning och SAS nya ägare och allianstillhörighet Sky Team.

Trender som påverkar oss

Alla trendrapporter pratar om ökat resande, dock förändrat till viss del. Precis som 2023 så fortsätter privatesandet att öka medan affärsresandet fortsätter att minska. Vi svenskar reser gärna till andra länder på bekostnad av hemstrandet. Men man ser även ett förändrat beteende hos europeiska resenärer. De söker sig i större utsträckning till svalare klimat och har börjat resa utanför den vanliga högsäsongen. 2024 var året då begreppet coolcation gjorde entré och vi tror att vi kommer att se effekter av detta även i Umeå. Vi har företag som redan satsar och ser resultat av detta intresse för nya säsonger.





Destinationen Umeå

Umeå är en relativt säsongsoberoende destination. Även om vi har störst andel kommersiella gästnätter på sommaren så har vi en jämnare fördelning än jämförbara destinationer. Bidragande till detta är karaktären på Umeås näringsliv, där fördelningen mellan olika branscher, of-fentliga organisationer såsom exempelvis universitetet, industrier m.m. är väldigt jämn. Detta ger oss ett underlag året runt med en bra blandning av affärsresenärer, konferensgäster, evenemangsbesökare och privata turister som antingen besöker släkt och vänner eller upptäcker Umeå och regionen själva.

Utfall 2024

När vi summerar 2024 ser vi att antalet gästnätter minskar jämfört med 2023, från 772 000 till 752 000, vilket motsvarar 3 procentenheter. Antalet sålda rum minskar med 2 procentenheter. Umeås belägningsgrad 2024 landar på 58,5 % vilket är en minskning med 4,2 procentenheter. Den genomsnittliga belägningsgraden i Sverige ligger på 54,6 % där Stockholm ligger i topp med ca 70 % 2024. Månaderna februari, juli och oktober har den högsta belägningsgraden under 2024 i Umeå.

Umeå rankar som Sveriges åttonde största hotellkommun i antal tillgängliga hotellrum och som den sjunde starkaste kommunen gällande sålda hotellrum 2024. Umeås stora utmaning är att hotellpriserna generellt är låga. Hotellens revpar 2024 ligger på 547 kr och genom-

snittspris på 926 kr. Detta gör Umeå till den stad i Sverige som har lägst genomsnittspris och endast Sundsvall och Södertälje har lägre revpar. Detta faktum ger oss en tydlig indikation på att utbudet är större än efterfrågan.

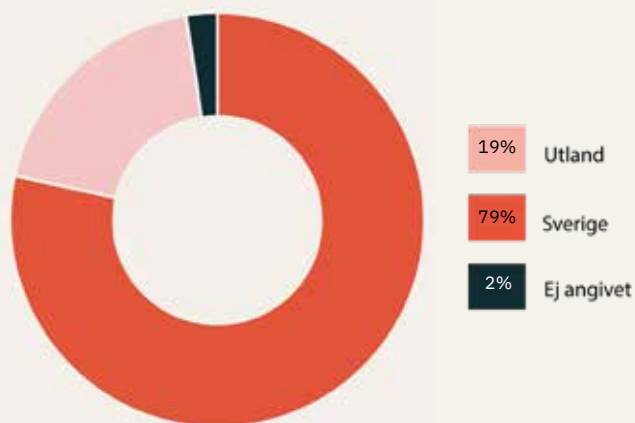
Icke-registrerad inkvartering fortsätter att öka

När det gäller icke-registrerad inkvartering såsom exempelvis Airbnb så fortsätter den att öka. 2024 identifierades 67 000 icke-registrerade gästnätter vilket är en ökning med 17 procentenheter jämfört med 2023. Icke-registrerad inkvartering utgör nu 8 % av de totala gästnätterna i Umeå.

Inkvartering 2024

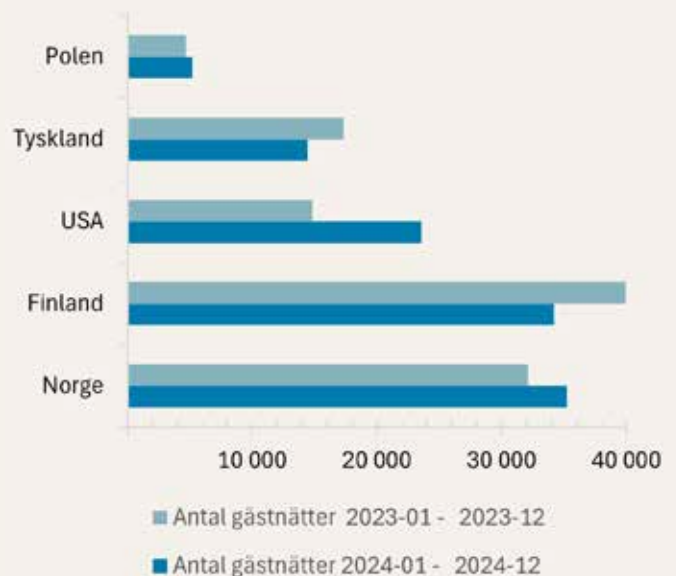
Andel svenska och utländska gästnätter

Umeå kommun 2024



Största utländska marknaderna

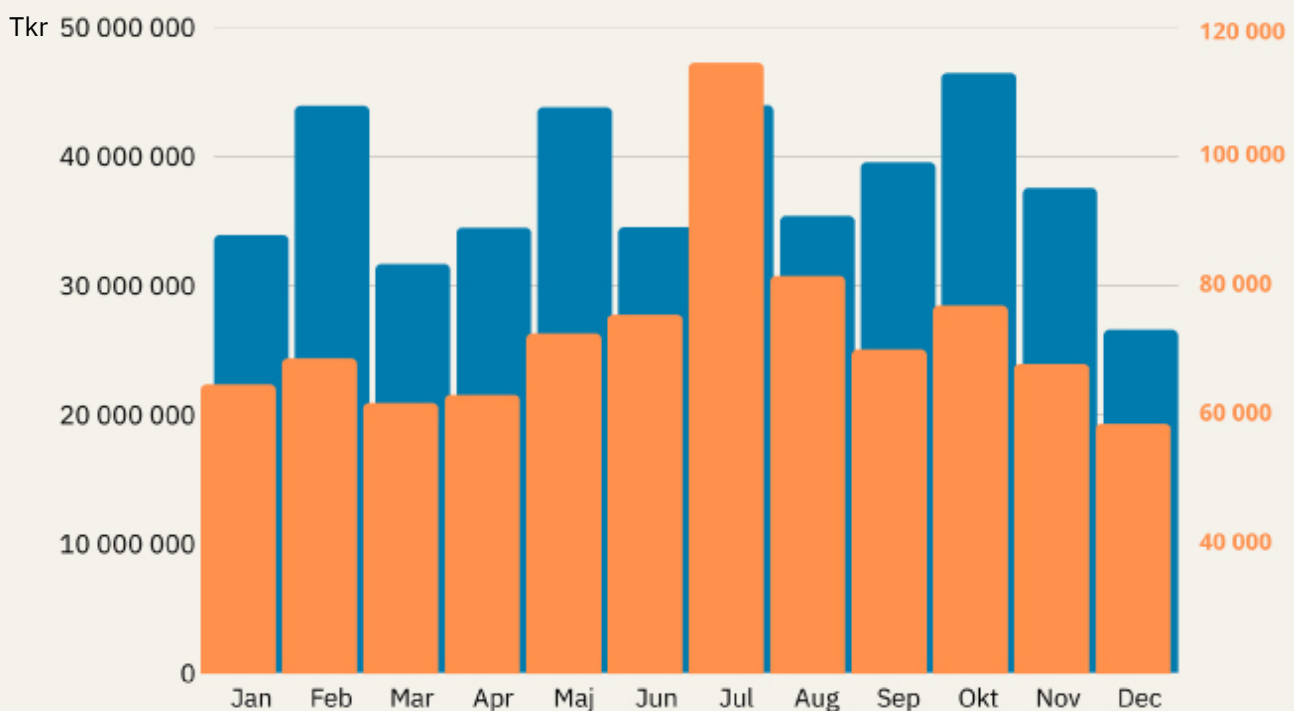
Umeå kommun 2024



Gästnätter per månad

Umeå kommun 2024

Logiintäkter Antal gästnätter



Destinationsutveckling Umeåregionen

Visit Umeå samarbetar med Umeåregionens kommuner (Bjurholm, Vindeln, Vännäs, Robertsfors och Nordmaling) genom ett uppdragsavtal som innefattar destinationsutveckling, marknadsföring och införsäljning av naturturismen. Det löpande arbetet planeras, förankras och följs upp i den så kallade TURSAM-gruppen som består av turismsamordnare i Umeåregionens kommuner. Gruppen har regelbundna möten under året.

Huvudfokus för Visit Umeås arbete i Umeåregionen under 2024 har varit:

- Fortsatta hållbarhetsanalyser av företag i regionen.
- Utveckling av Naturkartan som samlad plattform för regionens ledutbud.
- Ledutveckling cykel och vandring, exempelvis slutförande av projektet *Hållbar ledutveckling* och insatser kopplade till cyklisten som målgrupp.



Inkvartering Umeåregionen 2024

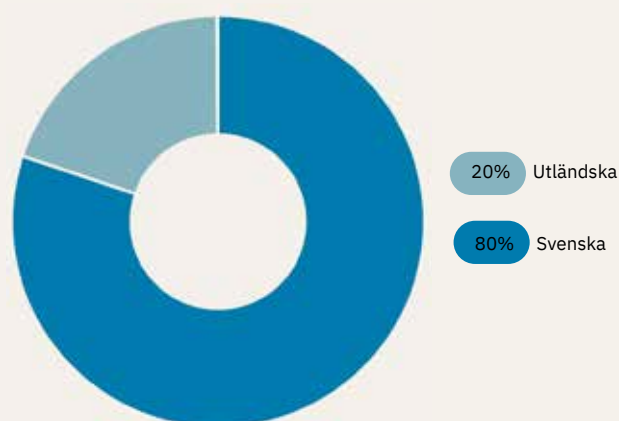
Största utländska marknaderna

Umeåregionens kommuner exklusive Umeå 2024



Andel svenska och utländska gästnätter

Umeåregionens kommuner exklusive Umeå 2024



Källa: Tillväxtverket / SCB



A vibrant concert scene with a large crowd of people in the foreground, their silhouettes visible against the bright stage lights. The stage is illuminated with purple and blue light, and a large screen displays a close-up of the performers. Confetti is falling from the ceiling, creating a festive atmosphere. The overall mood is energetic and celebratory.

Höjdpunkter 2024

Vi ser tillbaka på ett 2024 fyllt av händelser och med flera stora möten och evenemang. Här har vi samlat ett urval av det som hänt där Visit Umeå på olika sätt bidragit eller medverkat.



Nytt årsrekord på visitumea.se

Under 2024 slogs besöksrekord på visitumea.se då 823 346 användare registrerades, en ökning med 17% jämfört med 2023. Antalet sidvisningar uppgick till 2 701 406 vilket är en ökning med 5 % jämfört med 2023. Vår fortsatta bearbetning av närmarknaderna Norge och Finland resulterade i en ökning av antalet finska besökare på visitumea.se med 40 % och antalet norska besökare med 56 %.



Bildmontage Visit Umeå



Rally Sweden Foto: Umeå kommun

Tre nya år med Rally Sweden

Under året tecknades nytt avtal mellan Rally Sweden och Umeå Kommun som innebär att den svenska VM-deltävlingen i rally kommer genomföras med Umeå som centralort även åren 2025, 2026 och 2027. Fantastiskt roligt tycker vi och ser fram emot att vara en fortsatt del av evenemanget och det starka engagemanget från föreningar, näringsliv och rallyorganisation. En folkfest både för lokalbor och inresta fans!

Umeå - världens mest feministiska stad

Umeås jämställdhetsarbete sticker ut och inspirerar. Under året har arbetet hyllats och uppmärksammas i bland annat de stora internationella tidningarna Marie Claire, Le Monde och The Guardian.



Världens första #MeToo-staty Listen Foto: Philip Arvidsson

Rix FM Festival slog publikrekord på Skeppsbron

I juli gästade Rix FM Festival Umeå och trots ihållande regn lockades en rekordstor publik till Skeppsbron. Lokalbor och inresande besökare samlades för att njuta av en kväll fylld med musik från artister som Marcus & Martinius, Peg Parnevik och Danny Saucedo.



Skeppsbron Foto: Bea Holmberg



Granö Beckasin Foto: Granö Beckasin

Granö Beckasin bäst i Sverige inom ekoturism

Granö Beckasin tog hem Ekoturismpriset vid 2024 års Grand Travel Award! Utmärkelsen, som har delats ut sedan 2001 av Naturturismföretagen och branschtidningen Travel News, går till det företag som "bäst levandegör landets ekoturism".

Ny vandringsfestival

Under den första helgen i oktober gick startskottet för Hajka, en ny vandringsfestival arrangerad av Visit Umeå i samarbete med Umeåregionens kommuner och företag inom besöksnäringen. Festivalen erbjöd en rad aktiviteter för både erfarna friluftsentusiaster och nybörjare, såsom singelvandring, "After Hajk", en hemlig skogskonsert och slöjdvandring.



Utomhuskonsert längs Öreälsleden. Foto: Amanda Sved.

Umeårestauranger i framstående gastronomiguide

När den ledande guiden för hållbar gastronomi, 360°Eat Guide Sweden 2024, släpptes i december, inkluderades hela åtta restauranger från Umeå i Sveriges topplista. Gotthards Krog var pionjär i norra Sverige och tog plats i guiden redan 2020. Därefter har även Köksbaren anslutit sig till detta prestigefyllda sällskap. I årets utgåva av guiden kvalificerade sig totalt 104 svenska restauranger.

De Umeårestauranger som nu återfinns på listan är: Bistro Le Garage, Bodegan, Gotthards Krog, Harlequin, Hunger och Törst, Köksbaren, Lilla Krogen och Restaurant Wild River.



Växthusmiddag med Gotthards Krog. Foto: Philip Avesand.



Klart för SM-veckan vinter 2026

Riksidrottsförbundet och SVT har beslutat att ge Umeå värdskapet för SM-veckan vinter 2026. SM-veckan är ett av Sveriges största årliga idrottsevenemang och hålls på olika orter runt om i landet, både sommar och vinter. Under veckan samlas svenska mästerskap från flera av Riksidrottsförbundets medlemsförbund för att skapa en unik och mångsidig idrottsfest. Henrik Vilhelmsson, Visit Umeå, blir lokal projektledare för evenemanget.

Umeå - Sveriges bästa kommun att leva i

Med en ung befolkning, två universitet, ett varierat näringsliv och utmärkta kommunikationer erbjuder Umeå en hög livskvalitet. Stadens rika kultur- och idrottsliv, kombinerat med avsaknaden av utsatta områden enligt polisens definition, bidrar starkt till dess attraktionskraft. Dessa faktorer har placerat Umeå på första plats i 2024 års ranking av Sveriges kommuner, genomförd av tidningen Fokus.

Vy över Umeå från Fredrik Larsson...

Vy över Umeå. Foto: Fredrik Larsson.



2024 - Många anledningar att fira

Under året firades en hel drös kulturrelaterade jubileum för evenemang, konstverk och upplevelser i Umeå. Det hjälpte vi till att sprida nationellt och internationellt genom bearbetning av media, utomhusutställningar och egen marknadsföring i digitala kanaler.

Några av jubilarerna 2024 var: Guitars – The Museum 10 år, Brännbollsyrån 50 år, Norrlandsoperan 50 år, Kulturhuset Väven 10 år och Umeå Smakfestival 10 år.

Landskamp i handboll

I april var Thoren Arena fylld till brädden av passionerade handbollsfans och en fantastisk atmosfär. Visit Umeå, som jobbat i flera år för att få tillstånd för matchen, var på plats och kunde glädjas åt att se många barn och ungdomar få chansen att möta sina idoler på nära håll. Under kvällen passade vi även på att prata med idrottslegendaren Stefan Lövgren och förbundets representanter om möjligheten att arrangera fler landskamper i framtiden.



Handbollslandslaget. Foto: Christoffer Borg Mattisson.

Julstaden Umeå

För tredje året har vi utvecklat och marknadsfört Umeåregionens utbud av julaktiviteter inklusive marknader, julmat och julkonserter. Inkluderat i arbetet är också Visit Umeås egna besöksdrivande aktiviteter i Umeå centrum där vi tillsammans med samarbetspartners kan erbjuda Umeåbor och inresande besökare allt från utomhusbio och luciatåg till julkappsjakt.





Facit Bar foto: Bea Holmberg.

Fokus på dryck i ny TV-satsning: Drinking with Joe & Maya

Drinking with Joe & Maya lyfter Västerbotten i sitt senaste tema om dryck. Programledarna Joe Fattorini och Maya Samuelsson, båda välkända profiler inom dryckesvärlden, står i spetsen för produktionen. Lanseringen skedde under mars/april på streamingtjänsten Pluto TV samt på matkanaler som RTL Germany, FOOD NETWORK US och GOOD FOOD UK. Västerbottens medverkan möjliggörs delvis genom vårt besöksnärlingsprojekt Västerbotten Sweden.



Vy över Umeå. Foto: Fredrik Larsson.

National Geographic sätter Västerbotten på kartan

När National Geographic lyfte Västerbotten under parollen "Why this lesser-known alternative to Lapland should be on your radar" var den uppskattade räckvidden ca 950 000, till ett PR värde av 570 000 svenska kronor. Artikeln är ett resultat från en pressresa som gjordes i samarbete med Visit Sweden och vårt besöksnärlingsprojekt Västerbotten Sweden.



Lindellhallen. Foto: Elin Berge.

Internationella studenter hyllar Umeå universitet

I den globala undersökningen International Student Barometer (ISB) 2024 gav internationella studenter Umeå universitet toppbetyg. Umeå placerade sig som nummer ett i världen i tre av de fem huvudkategorierna bland alla deltagande universitet. Dessutom framkom att Umeå har de lyckligaste studenterna enligt undersökningen. Visit Umeå har under året deltagit på tre aktiviteter riktade mot målgruppen: Orientation Spring och Fall samt Välkomstmässan.



Restaurant Wild River tillbaka - tilldelas prestigefull utmärkelse

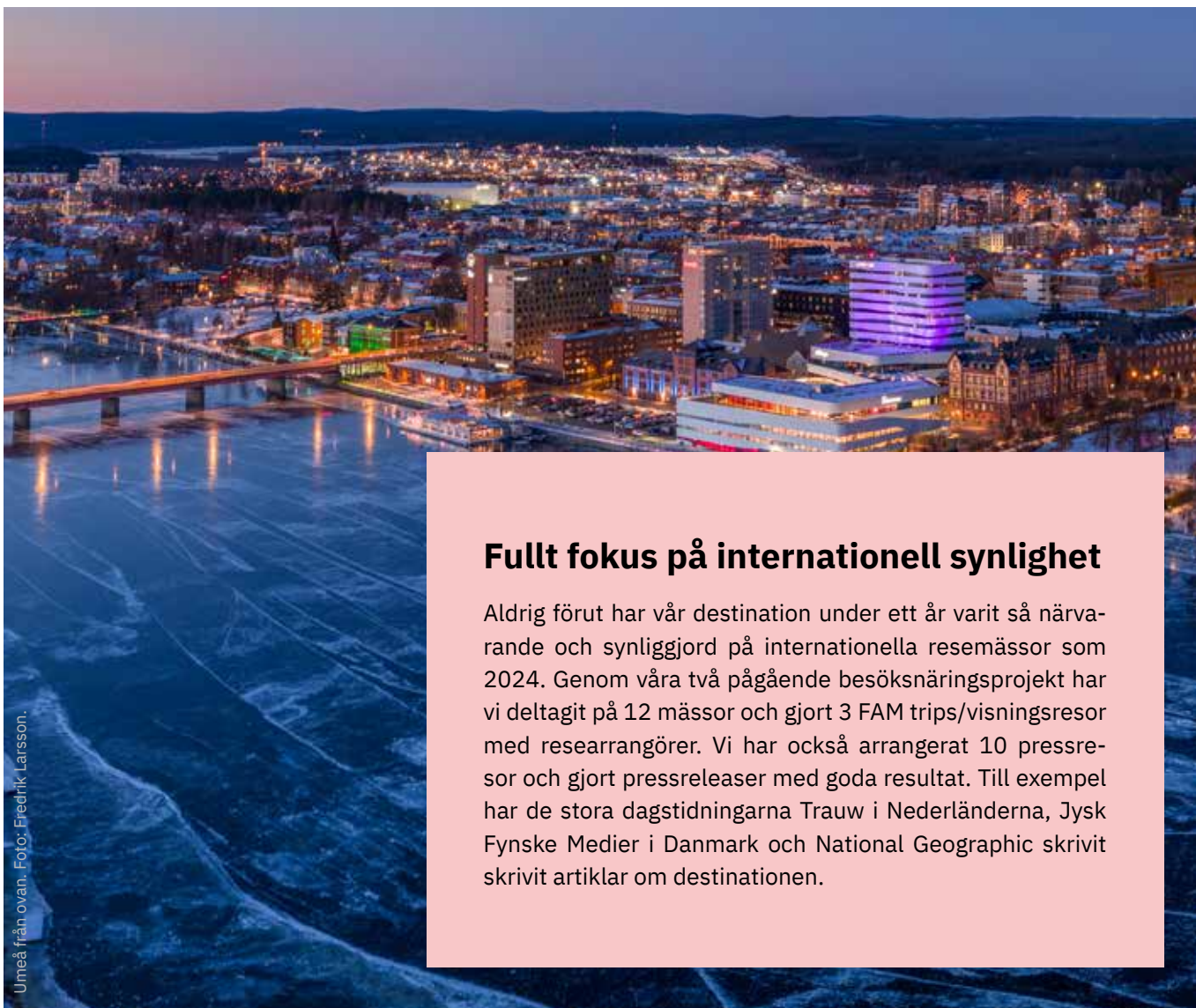
Efter att ha slagit upp dörrarna i nya lokaler vid Vindelälven under 2024, avslutade Restaurant Wild River året med att tilldelas den eftertraktade utmärkelsen Mästerklass av White Guide. Denna prestigefyllda klassificering, som endast ges till restauranger med exceptionellt kreativ och nyskapande matlagning, är den första i sitt slag norr om Sundsvall.



Rekordhøgt betyg för Umeå centrum

Årets centrumundersökning visar att Umeåborna är rekordnöjda med stadens centrum – det högsta betyget på sju år. Att äta på restaurang är den vanligaste anledningen till ett besök i centrum (19 %), följt av shopping och att umgås med vänner eller familj (båda 13 %). Intresset för kreativa näringar, återbruk och reparationer fortsätter att öka. Faktorer som välkomnande miljö, utsmyckningar och sittplatser har störst påverkan på helhetsintrycket. Lekplatser, som tidigare rankades som nummer 23 år 2018, har nu klättrat till plats 7 och blivit en viktig del av upplevelsen.

Umeå centrum foto: Philip Avesand.



Umeå från ovan. Foto: Fredrik Larsson.

Fullt fokus på internationell synlighet

Aldrig förut har vår destination under ett år varit så närvarande och synliggjord på internationella resevärdigheter som 2024. Genom våra två pågående besöksnärlighetsprojekt har vi deltagit på 12 mässor och gjort 3 FAM trips/visningsresor med researrangörer. Vi har också arrangerat 10 pressresor och gjort pressreleaser med goda resultat. Till exempel har de stora dagstidningarna Trouw i Nederländerna, Jysk Fynske Medier i Danmark och National Geographic skrivit artiklar om destinationen.

120 deltagare från hela landet till Umeå för vandringskonferens

I maj stod Umeå värd för Nationellt Vandringsledsforum, en mötesplats för aktörer från hela Sverige som arbetar med vandringsleder. Syftet med forumet är att främja kunskapsutbyte, inspirera och stötta arbetet med att skapa och utveckla hållbara vandringsleder, med "Nationellt ramverk för vandringsleder" som en vägledande princip. Under konferensen fick vi möjlighet att lyfta fram det arbete som görs i Västerbotten, Umeåregionen och Umeå.



Tavelstigen. Foto: Philip Avesand.



Mötesåret

2024 har varit ett relativt oförutsägbart mötesår, det märks att det finns många orosmoment i omvärlden som påverkar organisationers beslut. På förhand såg bokningsläget inte så bra ut men mot hösten tog det sig och framför allt oktober månad blev riktigt bra. Totalt beräknar vi att årets möten, som vi har kännedom om, genererat minst 10 500 delegatdygn.

Visit Umeås arbete 2024 genererade 15 vunna möten till ett uppskattat värde av 33 miljoner kronor*, ett värde som kommer staden till gagn de kommande åren.

Vunna möten 2024

3D-Seminarium 2024

DI-Gasellen 2024

Parkkongressen 2024

Umeå Innovation Summit 2024

ESWW 2025

Järnvägsforum Norr 2025

Mötesplats Sverige 2025

Rehabveckan 2025

Skolledarkonferens 2025

BUS-dagarna 2026

FFFF 2026

Nationellt Festivalmöte

Avfall Sverige 2027

Unionens Kongress 2027

SVIM 2029



*Beräknat på uppskattat antal gästnätter som mötet kommer att generera x 3500kr.



Evenemangsåret

Precis som på många platser i landet har Umeå drabbats av några inställda evenemang under 2024. Anledningarna är oftast att biljettförsäljningen är för osäker eftersom besökarna väntar så länge med sitt köp. Vi ser också en lägre andel inresande deltagare och besökare till stadens årliga evenemang men desto fler från våra närområden.

Under året har Visit Umeå värvat och fått ett antal positiva evenemangsbesked. Några exempel är: Handbollslandskamp 2024, SM-veckan vinter 2026 och Rally Sweden 2025-2027.

Under året har Visit Umeå genom sitt arbete bidragit till att 38 st evenemang fått ett totalt stöd från evenemangsbudgeten på 3,2 miljoner kr vilket genererat ett uppskattat turismekonomiskt värde på 140 miljoner kr.

Evenemangsundersökning

Under hösten 2024 genomförde Visit Umeå en undersökning bland Umeås invånare med frågor som rör evenemang. Totalt samlades 854 svar in, med en könsfördelning på 74 % kvinnor och 26 % män. I undersökningen ställdes frågor om bland annat evenemangsutbudet, om stolthet, nöjdhet och vikten av stora evenemang.

Här listar vi fem insikter från undersökningen:

- 83 % av Umeborna svarade 3 eller mer på en femgradig skala på frågan om hur nöjda de är med evenemangsutbudet.
- På frågan om vad som saknas i evenemangsutbudet svarade många att de vill ha fler och större evenemang. Många nämner även att det saknas en evenemangsarena som kan ta större artister och konserter.
- Snittbetyget som Umeborna gav på frågan om hur viktigt det är att Umeå arrangerar stora evenemang landade på 3,78/5.
- Nästan hälften av alla Umebor tycker att det finns en stor variation och bredd i evenemangsutbudet och en tredjedel tycker att det finns många uppskattade evenemangstyper.
- 85 % svarade 3 eller mer på en femgradig skala på frågan om evenemangsutbudet bidrar till att de känner sig stolta att vara Umebo.

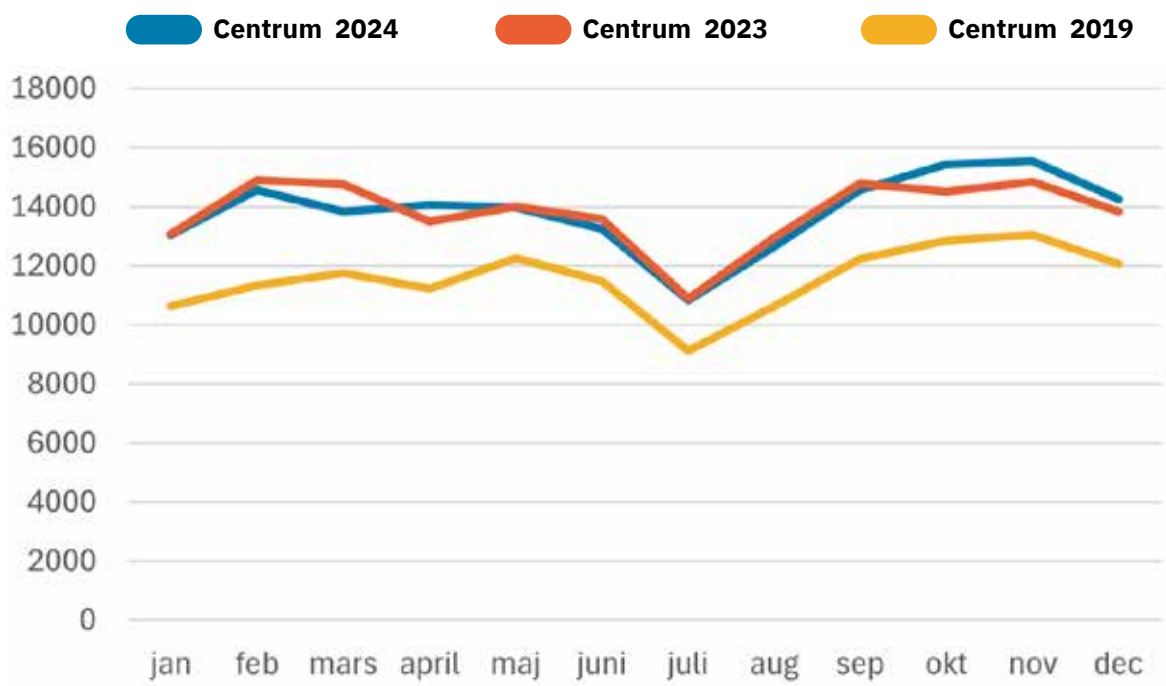
En attraktiv och levande stadskärna

I Visit Umeås uppdrag ingår att arbeta för en attraktiv och levande stadskärna. Detta uppdrag är viktigt av många anledningar: en dynamisk stadskärna är attraktiv och lockar till sig företag som skapar upplevelser, arbetstillfällen och skatteintäkter; den erbjuder mötesplatser för människor i alla åldrar, med olika intressen och bakgrunder, och utgör därmed en grund till social sammanhållning och gemenskap; den bidrar till lokalbefolkningens livskvalitet genom att erbjuda upplevelser och social samvaro genom kultur, mat och dryck; den lockar turister och bidrar starkt till deras upplevelse av staden; den reflekterar stadens karaktär och historia och bidrar till lokalinvånarnas övergripande stolthet.

Besöksflöden 2024

Flödena i Umeå centrum har varit relativt stabila under året. Vi ser en dipp i mars vilket skulle kunna indikera att fler Umeåbor rest bort under sportlovet än förra året. Vi ser en topp i oktober och november vilket också återspeglar sig i gästnattsstatistiken då vi framför allt i oktober hade en fin ökning.

Aktivitetier i Umeå Centrum



Tabell 1: Antal aktiviteter i Umeå centrum fördelade på ett snitt med antal/ dag för respektive månad. En aktivitet är en vistelse på minst 20 minuter, det betyder alltså att en individ kan stå för flera aktiviteter.



Centrumundersökning och Cityindex

De senaste sju åren har Visit Umeå genomfört Centrumundersökningen med syfte att ta reda på varför man besöker centrum och vad man tycker om upplevelsen i centrum. Totalt deltog 522 personer (51 % kvinnor, 49 % män) och resultatet visar på en fortsatt positiv utveckling för Umeå centrum.

Invånarnas nöjdhet med stadskärnan har ökat och årets resultat är det högsta sedan 2020, med ett nöjdhetsindex (NKI) på 60. Även viljan att rekommendera Umeå centrum till andra är starkare än någonsin, vilket återspeglas i Net Promoter Score (NPS) på 35.

De främsta anledningarna till att besöka centrum är restaurangbesök (19 %), följt av shopping och att um-

gå med vänner och familj (båda 13 %). Undersökningen visar också ett växande intresse för kreativa näringar, reparation och återbruk – områden där Umeås stadskärna ligger i framkant jämfört med andra städer.

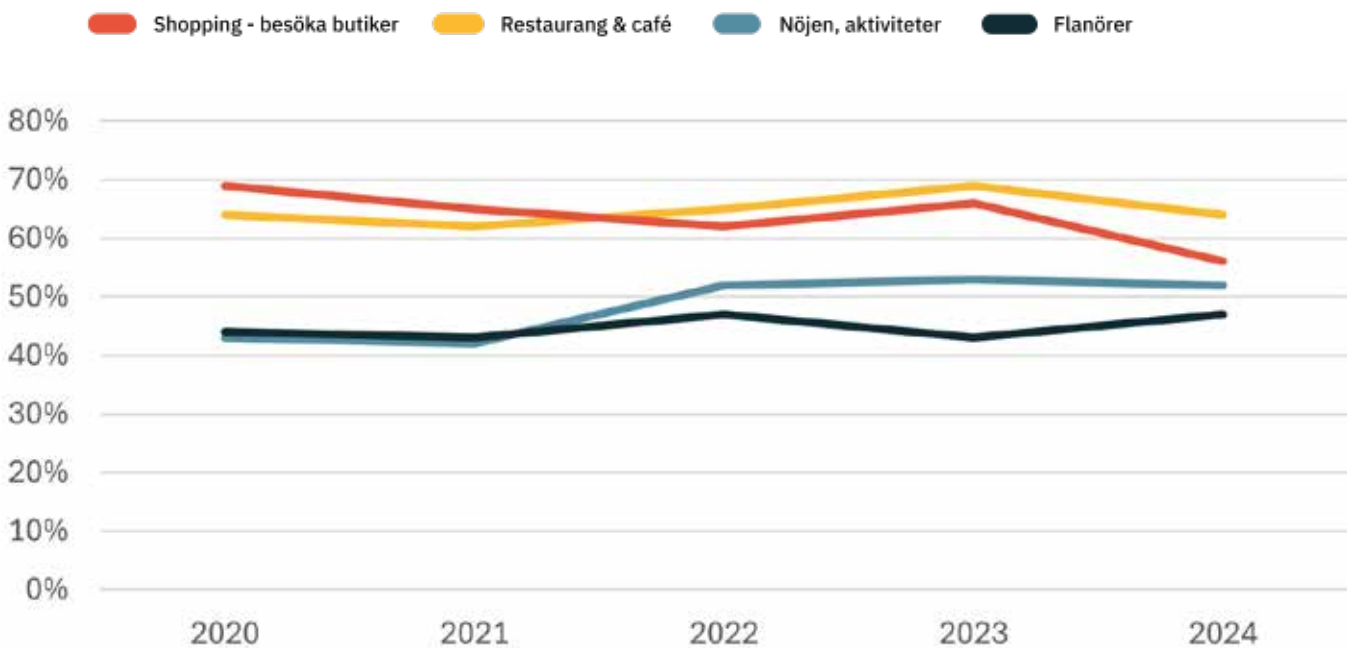
Faktorer som en välkomnande miljö, utsmyckning och tillgång till sittplatser har stor inverkan på helhetsupplevelsen. Dessutom har lekplatser blivit en allt viktigare aspekt av besöksupplevelsen och har klättrat från plats 23 år 2018 till plats 7 i årets undersökning. Dessa insikter ger värdefull vägledning i det fortsatta arbetet med att utveckla och stärka Umeå centrum som en attraktiv och trivsamt plats för både invånare och besökare.



Foto: Philip Avesand

Besöksanledningar

Tabell 2: Förändring besöksanledningar över tid i Umeå centrum 2024.

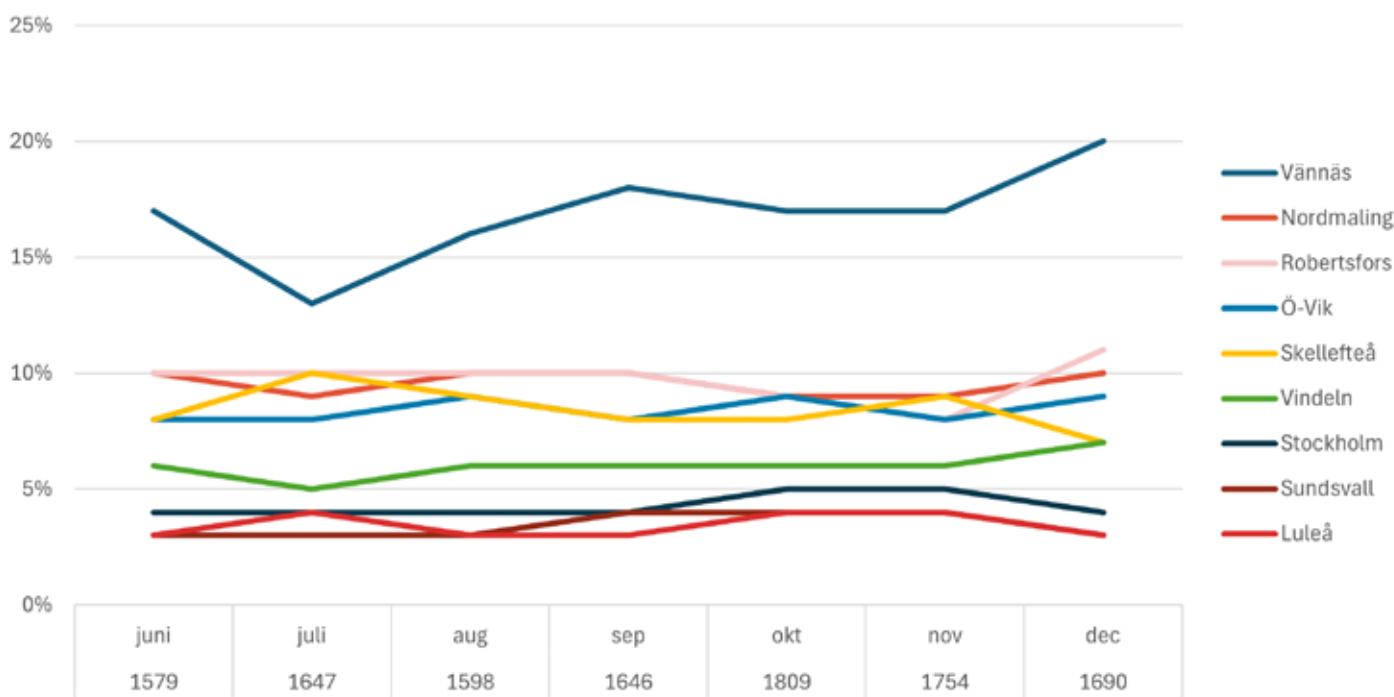


Källa: Centrumundersökning 2024



Besökare i Umeå centrum

Tabell 3: Orter med flest besök i Umeå centrum 2024.



Internationell synlighet genom externa projektmedel

Sedan 2023 har våra två omfattande besöksnärlingsprojekt, Bothnian Coastal Route och Västerbotten Sweden, arbetat målmedvetet med att stärka företagens exportkapacitet genom samverkan, marknadsaktiviteter och kunskapshöjande insatser. Under 2024 har projekten genererat konkreta resultat som skapat en stark grund för fortsatt utveckling.



Holmön Foto: Amanda Sved

Bothnian Coastal Route

Detta treåriga (2023-2025) Interreg Aurora-projekt drivs i samverkan med 13 andra kommuner i Sverige och Finland längs Bottenvikens kust. Målet är att skapa medvetenhet om Bottenvikens kust som en unik och attraktiv destination med fantastisk natur och ett rikt kulturarv, samtidigt som en hållbar tillväxt av turismen i området främjas.

Exempel på aktiviteter genomförda 2024:

8 pressresor/media med publicerade artiklar i bland annat The Crowded planet och Nordic Magazin.

3 kunskapshöjande aktiviteter för besöksnärlingsföretag inom områdena Benchmarking and workshop presentations.

11 st sälj- och marknadsaktiviteter i Europa:

- Matka Nordic Travel Fair i Helsingfors
- NordEuropa 2024, online
- Nordic Marketplace 2024
- Swedish Workshop i Södertälje
- Connecting Travel Market Place, London
- Visit Finland Sales event, Amsterdam

- Swedish Workshop, online
- TTG Rimini, Italien
- Sales Tour, DACH countries
- Swedish Workshop, London
- Workshop online B2B

Västerbotten Sweden

Detta treåriga (2023-2025) projekt syftar till att stärka samarbetet inom Västerbotten och öka regionens internationella synlighet under platsvarumärket Västerbotten Sweden. Projektet arbetar för att stödja företag att exportera kvalitetssäkrade, hållbara upplevelser till den globala marknaden.

Exempel på aktiviteter genomförda 2024:

- 5 kunskapshöjande insatser för besöksnäringsektorn inom exportmognad och produktutveckling.
- 8 kunskapshöjande insatser för besöksnäringsektorn inom digital marknadsföring.
- 9 sälj- och marknadsaktiviteter fördelat på 4 mässor, 3 visningsresor för researrangörer och 2 pressresor. Pressrelease på Nederländska och Italienska marknaden med publiceringar i bland annat National Geographic (UK), Trouw (NL) och Jysk Fynske Medie (DK).
- Gemensamt kommunikationskoncept och påbörjad produktion av filmer och bilder för gemensam contentbank.
- Samarbete med TV-produktionen Drinking with Joe & Maya fokus på dryck i Västerbotten.



Regional ledsamverkan i Västerbotten

Under året har det regionala samverkansprojektet för vandringsleder i Västerbottens län producerat flera viktiga resultat. Visit Umeå medverkar i projektledningsgruppen för samverkan som leds av Länsstyrelsen i Västerbotten där alla länets kommuner och destinationer ingår.

Under 2025 planeras det med hjälp av samverkansmodellen ta fram mål för det regionala samverkansarbetet. Det planeras också för att arbeta med vandringsleders egenskaper och kvalitet och hur dessa sak förmedlas på ett bra sätt till besökare.

Exempel på aktiviteter genomförda 2024:

- Förankrad samverkansmodell.
- Ledmanual har producerats och lanserats.
- Enkät för alla ledförvaltare har tagits fram och testats.
- Digitala mallar för informationsskyltar har tagits fram som alla ledförvaltare kan använda.
- Konferens för kunskap, utveckling och samverkan för vandringsleder.

Hållbar ledutveckling i Umeåregionen - samverkan för vandring och cykling

Efter ett års arbete och lång tids förberedelse avslutades projektet Hållbar ledutveckling i Umeåregionen i november 2024.

Genom ett samarbete mellan fem kommuner har projektet bidragit till att restaurera och utveckla leder för vandring och mountainbike, vilket främjat både friluftsliv och besöksnäring på ca 300 km lång led. Fokus har legat på hållbar ledutveckling, förbättrad ledinfrastruktur och ökad tillgänglighet för invånare och besökare.

Resultat i projektet

Vännäs kommun

En förbättring av Vännforsleden och Långforsens strövområde med en tydligare koppling till Vindelälvens cykel/mountainbikeled. Förbättring av skyltning, informationstavlor, kartor, bänkar och grillplatser. De har även tecknats nya markägaravtal och skötselavtal med byaföreningar längs lederna.

Bjurholms kommun

Öreälvsleden har fått fysiska förbättringar i form av skyltning och märkning. Det har nu blivit enklare för invånare och besökare att hitta till och efter leden. Ledens attraktivitet har stärkts genom investeringar i bland annat nya bänkar, bänkbord, grillringar, ny trappa, räcken och markskyddande åtgärder som spång.

Umeå kommun

Grösjön, Strömbäck Kont, Holmsund, Ume Älvdal och Hamptjärnsberget har det bland annat skett förbättringar vad gäller vindskydd, grillplatser, toaletter och tillgänglighetsanpassningar. Genom fler faciliteter i viktiga områden har projektet möjliggjort viktiga hållbarhetsinsatser.



Robertsfors kommun

Flottarstigen/Fiskestigen har rustats upp och det har skapats bättre förutsättningar för MTB cykling längs vandringsleden. De har blivit enklare för invånare och besökare att hitta till lederna och få information om dem genom informationstavlor och skyltning. Längs leden finns nu också tre nya funktionella och nyskapande väderskydd som ska uppmuntra till friluftsliv och lekfullhet samt två nya cykelstationer.

Vindelns kommun

Det har skapats ett nätverk av vandrings- och MTB-leder. Vindelforsarnas led, Tvåälvsleden och Isälvsleden har rustats upp och det finns även en ledcentral vid tåg- och busstationen i Vindeln, vilket medför att lederna blivit mer tillgängliga. Insatsen gör att man kan gå och cykla från Granö eller Åmsele, via andra leder, ända till havet i Holmsund via Taveljöleden. Förbättringar i form av skyltning, nya bänkar, utedass, spänger och informationstavlor har också gjorts.



Metodiskt utvecklingsarbete för en mer hållbar turism och besöksnäring

I arbetet samverkar Visit Umeå med Region Västerbotten Turism och erbjuder våra besöksnäringss företag i Umeåregionen att arbeta enligt en metodik som kallas Västerbotten Experience (VX). Metodiken utgår från de av FN godkända kriterierna framtagna av Global Sustainable Tourism Council och innebär att utbildade hållbarhetsrådgivare genomför analyser för att kartlägga företagens arbete kopplat till hållbarhet. Utifrån analysens resultat arbetar rådgivaren fram en rapport med en åtgärdsplan och krav på insatser för att få kalla sig ett Västerbotten Experience-företag.

Till dags dato har 200 företag i Västerbotten och ca 70 i Umeåregionen genomgått en analys och under 2023 passerades gränsen 100 företag som har fått benämningen Västerbotten Experience. Visit Umeå har 6 st utbildade rådgivare som jobbar kontinuerligt med att analysera och rådgiva företag enligt den här metodiken.

Allt sedan 2015 har Visit Umeå arbetat målmedvetet för att skapa en mer hållbar besöksnäring i Umeåregionen. Under 2024 har arbetet inom Västerbotten Experience fortsatt och vi har bidragit till att ta nästa steg för regionen genom utvecklingen av ett nytt program som bygger på tidigare erfarenheter – **Responsible Tourism Program**.

Programmet kommer att ta Västerbottens hållbarhetsarbete till en ny nivå, och Visit Umeå är en nyckelaktör i detta arbete. Responsible Tourism Program kommer att lanseras i början av 2025. Under 2024 har bolagets samtliga hållbarhetsrådgivare vidareutbildats och deltagit i den globala GSTC-konferensen.

Visit Umeå är också en del av Umeå kommuns Program för tillgänglighet och utforskar möjligheterna att bidra aktivt inom Umeå växer tryggt och säkert.

Internt hållbarhets- och arbetsmiljöarbete

Visit Umeå ska vara en modern, framåtlutad och attraktiv arbetsplats där alla medarbetare får möjlighet att utvecklas. Under året har vi fortsatt det aktiva arbetsmiljöarbetet med gemensamma insatser kopplade till den årliga medarbetarundersökningen.

Vi har fortsatt vår delaktighet i Umeå Klimatfärdplan och bland annat deltagit i en utbildningsserie kopplat till ledarskap i mellanrummet. Inför 2025 har vi utpekade områden där vi kommer att jobba konkret med klimatkansliet och besöksnäringens aktörer.



Om bolaget Visit Umeå AB

Ägarförhållanden och styrelse

Visit Umeå AB ägs till 36 % av medlemmar i Destination Umeå Ekonomiska förening, till 36 % av Umeå C AB som i sin tur ägs av Centrumgruppen Ek. förening, FUCEF och UPAB, samt av Umeå kommun via Umeå kommunföretag som äger 28 % av bolaget. I bolagets styrelse finns representanter från samtliga ägargrupper fördelade efter ägarandel.

Visit Umeå har även två uppdragsavtal rörande privat-turismen: ett med Umeå kommun som involverar destinationsutveckling, marknadsföring och införsäljning av turismen i Umeå kommun, och ett med Umeåregionens samtliga kommuner (förutom Örnsköldsvik) som involverar destinationsutveckling, marknadsföring och införsäljning av naturturismen.

Styrelsen består av följande:

Peter Juneblad, Umeå kommun, ordförande

Karin Isaksson, Umeå kommun, ledamot

Håkan Bäckström, Umeå Folkets Hus, ledamot

Krister Andersson, Nordic Congress, ledamot

Sara Johansson, Blå Huset, ledamot

Sofia Ekström, Ekström Invest, ledamot

Mona Lidén, Balticgruppen, ledamot

Annika Ljungblad, UPAB, ledamot

Vi är Visit Umeå



Verksamhetsområden och stödfunktioner

Affärsområdet Möten arbetar som en Convention Bureau med att värva nationella och internationella möten, främst föreningsmöten, samt fungerar som en enkel väg in i staden. Allt arbete som genomförs av Visit Umeås Convention Bureau sker kostnadsfritt och opartiskt för kunden och i rollen representeras hela staden. Genom arbetet bidrar bolaget bland annat till att attrahera forskning, talang, investeringar och beslutsfattare till Umeå samt ökade affärer till den lokala besöksnäringen.

Inom **affärsområdet Evenemang** arbetar bolaget för att värva, utveckla och möjliggöra evenemang samt med att stärka evenemangens position som ett viktigt medel för att nå ett flertal positiva effekter för Umeå som stad; stärkt attraktionskraft, identitet och platsvarumärke, ett livskraftigt föreningsliv och affärer till besöksnäringen. Arbetet sker i nära samverkan med kommun, föreningsliv och näringsliv och utgår från en gemensamt framtagna evenemangsstrategi för staden.

Affärsområdet Centrum ska verka för en attraktiv och levande stadskärna, för att positionera centrum som en naturlig, attraktiv och trygg mötesplats samt för att driva dags- och kvällsbesökare till centrum, både lokala och inresande. Arbetet innebär en nära samverkan med Umeå kommuns stadsutvecklare, fastighetsägare, centrumledare och handlare i centrum och handlar främst om påverkans- och utvecklingsarbete samt att skapa besöksdrivande och positionerande aktiviteter i centrala Umeå.

Affärsområdet Privatturism arbetar för att stärka och utveckla en hållbar besöksnäring i Umeå och Umeåregionen. Hållbarhetsarbetet utgår från metodiken Västerbotten Experience, som utvecklats lokalt utifrån GSTCs kriterier för hållbar turism, och i utvecklingsarbetet fungerar bolaget som en katalysator och samverkansplattform för både kort- och långsiktiga platsutvecklingssatsningar.

Marknad och kommunikation fungerar som en övergripande stödfunktion för bolagets fyra affärsområden. Marknad och kommunikation ansvarar för varumärkes-

frågor, intern och extern bolagskommunikation samt för det digitala värdskapet i egna kanaler. Marknadsteamet planerar, genomför och utvärderar bolagets marknadsföringsinsatser och kampanjer, ansvarar för digitala och sociala kanaler, PR och mediebearbetning samt tryckta produkter. Marknad och kommunikation har också det övergripande perspektivet kopplat till värdskap och besöksservice och stödjer bolagets olika intressenter genom att erbjuda verktyg för kommunikation om destinationen.

Tillsammans i bolaget driver och engagerar vi oss alla i frågor och arbetsuppgifter kopplade till det övergripande värdskapet, statistik, analys och insiktsarbete, hållbarhet, påverkansarbete, medlemsvärvning och medlemsvård.

Regional och nationell samverkan

Destinationsbolaget ansvarar för samarbete med Region Västerbotten Turism (RVT) som arbetar med turistnäringen i hela Västerbottensregionen samt mot Visit Sweden och Tillväxtverket.

Vi ingår i ett flertal nationella nätverk där vi också har aktiva roller. I SNDMO (Swedish Network of Destination Management Organisations) ingår vi i kommunikationsgruppen; i SNCVB (Swedish Network of Convention Bureaus) har vi en styrelseplats och är ordförande 2024; i SNED (Swedish Network of Event Destinations) har vi en styrelseplats.

