

Nomineringar Stora turismpriset 2015

Dessa texter är skrivna av de regionala aktörerna som nominerat och sedan redigerade av Stiftelsen för kunskapsfrämjande inom turism.

1.1 VM-regionen Åre Östersund

VM-regionen Åre-Östersund bidrar starkt till att sätta Jämtland Härjedalen på kartan, har en enorm drivkraft och visar ett starkt entreprenörskap. En uttalad hållbarhetsprofil och hög trovärdighet medverkar till att den positiva bilden av hela region Jämtland- Härjedalen stärks. Samarbetsprojektet VM Åre Alpint och VM Östersund Skidskytte 2019 gör det möjligt för andra inom besöksnäringen att utvecklas och har en internationell genomslagskraft.

1.2 Kulturbåtarna Göteborg Bohuslän

Rederiet Kulturbåtarna har på några år byggt upp en omfattande verksamhet bestående av en rad olika kryssningsprodukter i Göteborg och Bohuslän. Erbjudande har utvecklats till att omfatta många olika typer av produkter: Teaterbåt, Bohuslänskryssning, sightseeingtur i Göteborgs Hamn. Man har arbetat gemensamt via Turistrådets affärsmodell för att säkerställa det affärsmässighet och exportmognad.

1.3 Svartådalens bygdeutveckling

Sommaren 2014 härjade den största skogsbranden i landets moderna historia i Västmanlands län. Idag kommer besökare från stora delar av landet och lär sig mer om branden och hur den påverkar bygdens framtid genom guidernas engagemang och uppbyggda kunskaper. SBU, dess medlemmar och lokalbefolkningens delaktighet har skapat förutsättningar för en hållbar utveckling i brandens spår.

1.4 Öster Malma, Jägareförbundet Service AB

Öster Malma är ett inspirerande föredöme för hur man genom långsiktigt och medvetet arbete kombinerar naturupplevelser och det vilda med måltider av hög kvalitet. Utifrån ett brett samarbete med näringsliv och andra aktörer och med starkt fokus på hållbarhet och besökarens helhetsupplevelse är Öster Malma ett besöksmål av både nationell och internationell rang. Öster Malma är en motor för utveckling och kunskapsspridning och utvecklar sin anläggning genom starkt engagemang i forskning och samarbeten med universitet med flera.

1.5 Nystedts Husky Tur & Natur

Nystedts Husky Tur & Natur med Ellen Nystedt i spetsen utgår från passion i sin verksamhet och är ett tydligt bevis på att det går att omvandla ett passionerat intresse till företagsverksamhet. Ellen har lyckats med att paketera och sälja sina upplevelser. Gediget, genomtänkt och engagerat förhållningssätt är framgångsfaktorer i utvecklingen. Bättre marknadsföring än nöjda kunder finns inte.

1.6 Hemsö fästning

Hemsö fästning, utanför Härnösand vid Ångermanälvens mynning, var förr en av Sveriges hemligaste försvarsanläggningar. Idag är fästningen ett av Höga Kustens mest omtyckta och populära besöksmål. Genom strategiska satsningar har man utökat verksamheten, breddat målgruppen och ökat omsättning och sysselsättning. Man strävar ständigt efter nya och innovativa utvecklingsmöjligheter – såväl för den egna verksamheten som för destinationen som helhet.

1.7 Wild Sweden

Wild Sweden organiserar och förmedlar äventyrsaktiviteter och paketresor som präglas av lärande och långsiktig hållbarhet. Wild Sweden ger en internationell målgrupp anledning att välja Sverige och Dalarna som resmål. Wild Sweden är ett lysande exempel på exportmognad och strategiskt användande av sociala medier. Lägg därtill Marcus Eldhs unika entreprenöranda, goda värdskap och stora engagemang att generöst dela sina kunskaper och erfarenheter med andra. Genom att inspirera och lära ut samt samverka med andra företag bidrar Marcus Eldh till att skapa tillväxt även utanför sitt eget företag.

1.8 Sveriges Järnvägmuseum, Gävleborg

Sveriges Järnvägmuseum har på ett målmedvetet och professionellt sätt arbetat upp intresset för besöksmålet och varumärket. Ansatsen i arbetet är ett näringsinriktat perspektiv i större utsträckning än ett kulturellt perspektiv. Besöksantalet ökar kontinuerligt. Kunnig personal, ett gott värdskap och innovativa metoder att tillgängliggöra den världsunika samlingen och järnvägens historia på oväntade sätt utmärker Sveriges Järnvägmuseum.

1.9 Kalmar Slott

Verksamheten på Kalmar Slott genomsyras av hög kvalitet. Det gäller allt från utställningar och guidningar till kafé och restaurang. De satsningar som har genomförts har gett mycket goda resultat. Kalmar Slott har haft en fantastisk utveckling med stigande besökssiffror, fler anställda, ökad tillgänglighet och ett attraktivt program som gör slottets historia levande. Kalmar Slott sätter gästen i fokus och vill bidra till en hållbar utveckling.

1.10 Stockholm Adventures

Stockholm Adventures erbjuder aktiviteter som håller hög kvalitet och ger oanade upplevelser för både nationella och internationella besökare. Små pittoreska skärgårdsstäder, historiska sevärdheter eller orörd natur kan upptäckas genom ett varierat utbud av turer. Stockholm Adventures arbetar med små grupper, samarbetar med lokalbefolkningen i skärgården och är ett bra exempel på småskalig, hållbar turism. Stockholm Adventures erbjuder lättillgänglig information och bokningsbara produkter året om.

1.11 Medeltidsveckan, Visby

Medeltidsveckan är ett etablerat evenemang som de senaste åren genomgått en enastående utvecklingsresa. Medeltidsveckan lockar både nationella och internationella besökare och är en starkt bidragande orsak till att varumärket Gotland fortfarande är ett av Sveriges starkaste platsvarumärken. Medeltidsveckan har visat hur expansion och förnyelse kan kombineras med starkt ideellt engagemang och folkbildning. Med förstärkt fokus på upplevelse och lönsamhet har Medeltidsveckan mycket goda förutsättningar att fortsätta utveckla Gotland som attraktivt besöksmål.

1.12 Skoklosters slott

Skoklosters slott har konsekvent och målmedvetet arbetat för att stärka besöksmålet och orten tillsammans med lokala aktörer. I samarbete med offentlig förvaltning, lokala företag och organisationer arbetar man med att ge besökarna en större upplevelse än de förväntat. Inom muséets verksamhet ryms enorm kunskap och man har höjt servicenivån och arbetat aktivt för att ge besökaren en större upplevelse. Med ökad miljömedvetenhet arbetar man för att minska resursförbrukningen och att aktivt upprätthålla och öka miljökompetensen hos de anställda.

1.13 Sliperiet, Borgvik, Värmland

Sliperiet växer och har på relativt kort tid etablerat sig som ett självklart besöksmål i Värmland. Med ökade besökssiffror varje år; med unika konstnärer och med en modig satsning på gastronomi, är Sliperiet en fantastisk förebild för besöksnäringen i Sverige. Sliperiet satsar från hjärtat i en glesbygdskommun. Med ett genomtänkt arbete stärks intresset för konst, kultur och mat. Som besöksmål är Sliperiet en pärla och en symbol för satsningar på landsbygden.

1.14 PM & vänner hotell, Växjö

Det nya hotellet bygger på den gastronomiska profil och image som PM & Vänner har gällande mat, service och vinkällare. De arbetar målmedvetet med att utveckla sitt småländska restaurangkoncept baserat på skog, äng och sjö. Den unika gastronomin har gjort dem kända inte bara i Sverige utan även internationellt. Med det nya gastrohotellet, Skandinavien's första, har de hela upplevelsen under ett Tak och har blivit en stark reseanledning och tillskott till Smålands besöksnäring!

1.15 Guitars – The Museum, Umeå

Umeåbröderna Samuel och Michael Åhdén har en av världens finaste privatägda samlingar av gitarrer. Sedan 2014 kan man besöka Gitarmuseet där brödernas unika samling elgitarrer och musikalisk rekvisita utgör grunden för en upplevelsebaserad och interaktiv utställning. Muséet i Umeå är ett unikt besöksmål för regionen och för Sverige. En riktig "dragare" som kan skapa utveckling och tillväxt inom besöksnäringen och ge ett lyft till näringslivet.