

Nytt fokus på barn i Visit Swedens naturakademi



Nu tar naturupplevelser på barnens villkor större plats i marknadsföringen av Sverige. Mellan 2 och 5 juni kommer bland annat tyska researrangören Highländer Reisen och brittiska tidningen The Times att paddla och vandra tillsammans med sina barn i Dalslands skogar. Det är första gången Visit Swedens koncept Outdoor Academy of Sweden har fokus på barn.

Det finns stora möjligheter att få fler utländska barnfamiljer att semestra i Sverige. Därför landar i morgon representanter från utvalda researrangörer, natur- och resejournalister och återförsäljare av outdoorutrustning från nio länder i Västsverige. I fyra dagar ska de 29 deltagarna paddla, fiska och vandra i Dalslands skogar tillsammans med sina barn, men också lära om den svenska naturen med hjälp av typiskt svenske Skogsmulle.

Visit Sweden gör den riktade satsningen tillsammans med Turistrådet Västsverige och Scandinavian Outdoor Group. Genom att uppleva Sverige på plats genom barnens perspektiv får researrangörerna uppslag till fler paketresor för barnfamiljer till sina kunder, och journalister får inspiration om barnaktiviteter i den svenska naturen till sina reportage. Specialiserade återförsäljare av svenska friluftskläder och utrustning i Europa får möjlighet att testa utrustning för vuxna och barn i verkligheten.

- Det finns stora möjligheter att fler utländska turister upptäcker Sverige genom sina barn. 81 miljoner resenärer i elva länder, varav många barnfamiljer, är nyfikna på Sverige, säger Thomas Brühl, vd på Visit Sweden.

Programmet kommer att fokusera på hälsa och glädje och inspirera deltagarna till barnvänliga upplevelser i den svenska naturen. Deltagarna

kommer bland annat att lära mer om Allemansrätten, hur man gör upp eld, hur man hanterar en kniv, hur man sover i tält och hur man bör möta skogens djur.

Outdoor Academy of Sweden genomförs i olika delar av landet. I år riktas uppmärksamheten mot Dalsland, som med sina många sjöar, vandringsleder och skogar varje år lockar outdoorturister.

- Vi marknadsför Västsverige på tio utländska marknader, och har märkt en ökad efterfrågan på utomhusaktiviteter som barn och föräldrar kan uppleva tillsammans. OAS Kids är ett utmärkt tillfälle att testa några av dessa produkter, säger Ann-Charlotte Carlsson, chef marknad och kommunikation, Turistrådet Västsverige.

Visit Sweden och Scandinavian Outdoor Group, som består av 57 skandinaviska tillverkare av outdoorutrustning, har utvecklat konceptet Outdoor Academy of Sweden tillsammans sedan 2002.

- Vi har totalt genomfört 18 outdoor-akademier tillsammans, säger Sara Wänseth, generalsekreterare i Scandinavian Outdoor Group. Det här är en upplevelse för livet för många deltagare och det är magiskt att se hur researrangörer, retailers och journalister från en mängd länder svetsas samman.

Foto: Roger Borgelid

Programmet torsdag-söndag

<http://visitsweden.cetrez.com/oas/tourops/>

Följ OAS Kids på sociala medier

<http://bloggar.visitsweden.com/OAS/>

<https://www.facebook.com/OutdoorInSweden>

<https://twitter.com/OutdoorInSweden>

#OASKids2016

#scandinavianoutdoors

För mer information:

Thomas Brühl, vd på Visit Sweden, tel 08-789 10 00
Bitte Olsson, pressansvarig Visit Sweden, bitte.olsson@visitsweden.com,
tel 0705-25 04 56

Ann-Charlotte Carlsson, chef marknad och kommunikation, Turistrådet Västsverige, tel 031-818359, ann-charlotte.carlsson@vastsverige.com

Sara Wänseth, Generalsekreterare Scandinavian Outdoor Group, tel 070-562 80 10, sara@scandinavianoutdoorgroup.com

Visit Sweden är ett kommunikationsföretag som marknadsför Sverige som resmål och varumärke, så att fler turister från utlandet bidrar till fler jobb och större intäkter till staten och besöksnäringen. Utländska turister spenderar årligen 96 miljarder kronor i Sverige och cirka 160 000 personer är sysselsatta i besöksnäringens företag. Visit Sweden riktar marknadsföringen till Sverigeintresserade människor i 13 länder. Bolaget ägs till lika delar av svenska staten genom Näringsdepartementet och svensk besöksnäring via Svensk Turism AB. (*Källa: Tillväxtverket, siffrorna avser 2014.). www.visitsweden.com/partner*

Turistrådet Västsverige är regionens helägda bolag för besöksnäringssfrågor, och ska genom sin verksamhet bidra till näringslivets hållbara utveckling och marknadsföring av Västsverige som destination. Några av verksamhetens viktigaste uppgifter är att utveckla turismprodukter och genomföra kampanjer i syfte att locka fler besökare till destinationen, samt att driva vastsverige.com – den officiella webbplatsen för information om det turistiska utbudet i Västsverige.