SOMMARRAPPORT 2021

Så var sommaren för besöksnäringen

18/10-2021

DESTINATION Halmstad

BRA SOMMAR FÖR BESÖKSNÄRINGEN

Det blev en mer normal och bra sommar för Halmstad i år även om den inte varit helt som vanligt. För besöksnäringen har det rådande läget och restriktioner inneburit många utmaningar, inte minst att planera sina verksamheter. Trots detta har besöksnäringen ställt om och gjort vad man kunnat för att leverera och möta kunder/besökare på bästa sätt. Många har upplevt sommaren 2021 som mycket bra, bland annat vittnar boendeanläggningar om att de i stort sett varit fullbokade. Restauranger, caféer och aktivitetsföretag har också haft betydligt mycket mer att göra.

Vissa skillnader i besökarnas resmönster har noterats i sommar, det blev en ovanligt stark augusti. Med tanke på osäkerheten har troligtvis många bokat in senare semestrar och spridit ut sig mer över sommaren. En annan skillnad i år verkar vara att besökarna varit mycket mer pålästa. De har sett eller sökt information om Halmstad digitalt i större utsträckning, vilket de fantastiska besökssiffrorna på destinationhalmstad.se visar. 350 000 besökare till och med sista augusti. Före besöket har man i större utsträckning än vanligt bokat in sina aktiviteter och sedan hållit sig till dessa. Spontanbesöken var nog något färre i år och man valde att hålla sig till det förbokade då det kändes tryggt och säkert.

Sommarens stora evenemang, SM-veckan, ställdes in men det blev ändå en SM-fest i Halmstad. Flera SM-tävlingar genomfördes utspritt under sommarmånaderna. Ett mycket lyckat Summersmash och SM i beachvolley genomfördes på stranden i Tylösand. Mindre evenemang med publik som kunde genomföras var bland annat Per Gessles spelningar på Solgården, Rotundans sommarprogram och Halmstad Citys bio-visningar i Norre Katts park.

ENKÄTUNDERSÖKNING & ENJOY HALMSTAD

FÖRETAGSENKÄT HALMSTAD

I oktober skickades en enkät ut till besöksnäring och 70 svar kom in. Det underlaget har varit en del i den samlade utvärderingen av sommaren.

- Företagen har generellt upplevt sommaren som bra - mycket bra.
- 71% uppgav att omsättningen hade ökat eller var oförändrad jämfört med förra sommaren.
- Det rådande läget och restriktioner har inneburit många utmaningar, inte minst att planera sina verksamheter. De har fått ställa om med kort varsel när det har behövts. Antingen har det varit för lite besökare eller för mycket, utifrån hur man förberett verksamheten.
- Framåt efterlyser företagen olika stöd från Destination Halmstad och längtan efter att få nätverka och inspireras är stor.

DESTINATION
Halmstad

ENJOY HALMSTAD

- Enjoy Halmstad var en vidareutveckling av förra årets Turista Hemma satsning och genomfördes 1 juni – 15 augusti.
- Cirka 143 företag deltog i årets stora sommarsatsning, vilket var en ökning med 34% från 2020.
- Deltagande företag har gett kampanjen bra betyg och är överlag nöjda med satsningen.
- En del uppgav i utvärderingen att de saknade de särskilda aktiviteterna som genomfördes av Destination Halmstad under marknadsföringssatsningen 2020. De skapade på ett tydligt sätt aktivitet och engagemang, både hos besökare och hos företagen. Effekterna blev tydliga. Satsningen 2021 skiljde sig från förra året, bland annat för att den formades mer som en marknadsföringskampanj vilket gav fina resultat.

DESTINATION Halmstad

MARKNADSFÖRING SOMMAREN 2021

Enjoy Halmstad - sommarkampanjen

Kanaler: Facebook, Instagram, Google Display, Google Video,

Google sök, TV4Play, HP, citytavlor, E6-skylt, Halmstad Magasinet,

Upplev Magasinet Sommar (DHAB:s) och nyhetsbrevsutskick.

Resultat Enjoy Halmstad:
- 9 258 336 exponeringar
- 86 788 klick
- 1,60 kr CPC
- 14,99 CPM

Kommentar kampanjen:

Rekord i antal exponeringar och klick. En stor bidragande faktor är
Google Display som driver stora volymer.
Crazy Combos har i Facebookkampanjerna lyckats nå ut bättre till yngre målgrupper än tidigare sommarkampanjer.
Samtidigt är majoriteten av exponeringar och klick på Google Displayannonser främst av äldre personer (65+).
TV4Play fick bra med klick till webbsidan, speciellt jämfört med Hallandsposten.

Övrigt om sommarens marknadsföring:

Högtryck både i Halmstad och på webben! Intresset för att hitta information om vad man kan göra i Halmstad har varit stort. Tack vare ett kontinuerligt arbete med innehåll, i kombination med sommarkampanjen, drevs det rekordmycket trafik till destinationhalmstad.se. Till den sista augusti hade 350.000 användare besökt webben.

DESTINATION Halmstad

GÄSTNÄTTER OCH BELÄGGNING

GÄSTNÄTTER HALMSTAD JUNI-AUGUSTI 2021

I perioden juni-augusti hade Halmstad 430 244 gästnätter och ökade med 7% jmf med 2020. Det är en bra sommar om man tittar historiskt, även innan pandemin.

- Hotell +28% (169 741 gästnätter)
- Vandrarhem +29% (19 464 gästnätter)
- Camping -5,2% (241 039 gästnätter)

- Sverige totalt, 25 239 762 gn (+32% jmf 2020)
- Halland, 2 198 544 gn (+9,8% jmf 2020).

- Alla resultat är preliminära. Campingresultatet är särskilt osäkert.

KÄLLA: SCB/TILLVÄXTVERKET

GÄSTNÄTTER OCH BELÄGGNINGSGRAD

- Antal gästnätter på hotellen i Halmstad var högre än någonsin och ökade med 28% jämfört med 2020.
- Antal disponibla rum ökade i Halmstad under sommaren när Hotell Mårtenson och Halmstad Plaza öppnade. Trots det ökade beläggningsgraden för perioden juni-augusti. I år var den 68% för perioden jämfört med knappt 65% 2020. För juli var beläggningsgraden 87% för Halmstads hotell.
- Både snittpriset och intäkt per belagt rum (RevPar) var högre under perioden juni-augusti 2021 jämfört med 2020.

KÄLLA: BENCHMARKING ALLIANCE/STATEA OCH SCB/TILLVÄXTVERKET.

UTLÄNDSKA GÄSTNÄTTER JUNI-AUGUSTI

- Ökar med 31%, jämfört med sommaren 2020 men kvar på låga nivåer.
- Stängda gränser och hårda internationella restriktioner fortsätter att påverka.
- Under juli och augusti ökade det danska gästnätterna och gick upp till normala nivåer för de månaderna.
- De tyska gästnätter återhämtade sig mycket i augusti även om de fortsatt är något lägre än normalt.
- Den stora avvikelsen återfinns bland de norska gästnätterna som fortsatt är mycket låga.
- Vi väntar oss snabb återhämtning på närmarknader (Dan/Nor/Tysk) under hösten och nästa år förutsatt att gränserna hålls öppna.

KÄLLA: SCB/TILLVÄXTVERKET

DESTINATION Halmstad

EVENEMANG

EVENEMANG

Inställt, framställt och framgångsrikt

Tack vare lättade restriktioner kopplat till pandemin blev det ändå rätt bra. En del publikfria evenemang och en del med mindre publik kunde genomföras under sommaren. SM-veckan ställdes in men det blev SM-fest trots allt.

- Under sommaren genomfördes flera SM-tävlingar ibland annat i friidrott (lag), simning, Wakeboard (paraidrott), militär femkamp och mycket mer.
- I nära samarbete med Högskolan i Halmstad genomfördes ”Mötesplats SM-veckan” digitalt. Akademi och idrott möttes i samtal om forskning och utveckling.
- Det årligen återkommande evenemanget Summersmash Festival & Beachvolley-SM genomfördes 24 juli-8 augusti. Man följde restriktioner väl och kunde i år ta emot en ungefär 11.000 besökare under perioden.
- Andra mindre evenemang med publik som kunde genomföras var bland annat Per Gessles spelningar på Solgården, Rotundans sommarprogram och Halmstad Citys bio-visningar i Norre Katts park.

DESTINATION Halmstad

FRAMÅTBLICK

FRAMÅTBLICK MOT 2022

Vi ser fram emot ett år där världen normaliseras ytterligare och där återhämtningen inom besöksnäringen fortsätter. Även om den är påbörjad är det en bit kvar och trots en fin sommar är läget fortfarande tufft för många. På Destination Halmstad fortsätter arbetet med att stötta besöksnäringen och tillsammans kan vi utveckla Halmstad som besöks-, mötes- och evenemangsstad. Det kontinuerliga arbetet med destinationsutveckling görs fortsatt genom våra temaområden och våra besöksnäringsträffar. Från och med i höst får destinationsutveckling sin hemvist på avdelningen Turistservice för att effektivera arbetet genom att korta beslutsvägar med mera.

En av bolagets destinationsutvecklingssatsningar är Golfhuvudstaden där golfturismen inbringar mångmiljonbelopp i turismomsättning årligen och fortsätter att vara en stark reseanledning till Halmstad. Nästa år stärks detta ytterligare genom ett profilbärande evenemang.

- 9-12 juni spelas Scandinavian Mixed på Halmstad Golfklubb. Det är en internationell stortävling med jämlikhet i fokus som lockar 70-80.000 besök. Det kommer även att arrangeras kringaktiviteter runt om i Halmstad.
- Under 2022 kommer ytterligare ett internationellt evenemang i Vävmässan 22-24 september med 8-10.000 besökare.
- Det är även en intensiv höst och vår som väntar på Halmstads Teater. Nyligen lanserades ”Teaterklubben”, ett nytt koncept - liten scen, stor upplevelse. Där lokala, regionala och internationella artister kan synas.

Detta och mycket mer händer. Vi ser fram emot ett spännande 2022.

DESTINATION Halmstad

Tack för visat intresse!

Har du tankar eller frågor om rapporten?
Kontakta: destinationsutveckling@halmstad.se

Vill du få mer information från Destination Halmstad?
Anmäl dig till våra nyhetsbrev!
https://www.destinationhalmstad.se/nyhetsbrev

Foto: Joakim Leihed, Reisegutta Minna Elisa och Per Nilsson

DESTINATION
Halmstad