

framtagen
31 oktober

A young girl with blonde pigtails, wearing a pink dress, is walking away from the camera on a gravel path that leads towards a vast blue sea under a blue sky with scattered white clouds. The path is flanked by wildflowers and green bushes. The overall scene is bright and sunny, evoking a sense of freedom and nature.

tillsammans för
vårt älskade öland!

A woman with dark hair tied back, wearing a white dress with a green and yellow floral pattern, is smiling and speaking into a black microphone on a stand. She is positioned on the left side of the image, with a white wall and a stone ledge visible in the background.

tillbakablick - öland 2022

När vi sammanfattar 2022 kan vi konstatera att besöksnäringen på Öland återigen levererar ett starkt resultat. Trots att vi har samma utmaningar och osäkra förutsättningar som andra destinationer, har vi på Öland en unik förmåga att landa på fötterna och stå starka på solens och vindarnas ö.

På Ölands Turismorganisation fortsätter vi att satsa på våra temaområden; Det goda livet, Barn & familj, Kultur & design, Natur & äventyr samt Evenemang. 600 000 personer har valt att använda oland.se för sin upplevelseplanering under 2022, vilket är nytt rekord. Ölands grafiska profil och slogan har fått ett ansiktslyft för att kunna möta framtidens möjligheter.

Detta sammantaget gör att ön står sig starkt som varumärke och vi ser fram emot att fortsätta utveckla Öland under 2023.

1,5 miljarder kr
omsätter Ölands besöksnäring årligen

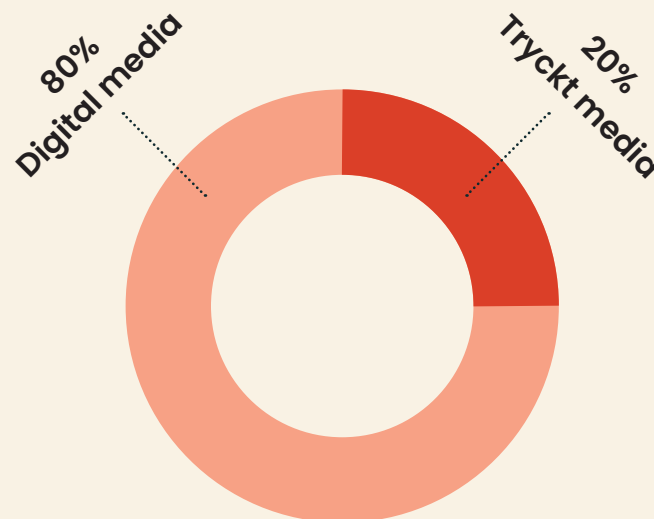
175 miljoner kr
årligen i kommunala skatteintäkter

3800 företag
är verksamma på Öland

1 295 årsanställda
inom besöksnäringen på Öland

kanaler 80/20

Vi lägger 80% av våra resurser på att kommunicera digitalt. Här innefattas hemsidor, temasidor, sociala medier och Google-annonsering. 20% går till tryckta medier som våra broschyrer och vår besökskatalog "Öländska pärlor" samt annonsering i magasin och besökskartor. Den största delen av marknadsföringsbudgeten används i syfte att kommunicera reseanledningar och därmed locka besökare till Öland.



press & pr

Under året har vi arbetat mycket med press och PR, både nationellt och internationellt. Att arrangera pressresor för journalister som gör resereportage om Öland är en del av vårt arbete. Vi förser journalister med material, bilder och tips för att visa upp Öland och våra företag på bästa sätt. Lokala resmål får stort utrymme i de nationella medierna och intresset från den internationella pressen har tagit fart igen efter pandemin. Allt från utflyktstips och vandringsleder till smakupplevelser och Ölands unika pärlor har lyfts i media under året.



influencersamarbete

För att få innehåll med en genuin känsla samarbetar vi uteslutande med influencers som har en direkt koppling till eller bor på Öland. Vi har krav på att materialet som produceras håller en hög nivå och är äkta. Därför har vi i år endast samarbetat med Helena Elm och Malin Björkholm, som tillsammans har 180 000 följare enbart på Instagram.



partnerskap öland

Partnerskap Öland är ett nätverk mellan Ölands Turismorganisation och näringslivet. Investeringen företagen gör leder till att vi kan utveckla och marknadsföra Öland på ett bättre sätt, paketera nya reseanledningar och konkurrera med andra destinationer. Satsningen möjliggör en rejäl förstärkning av Ölands synlighet både regionalt och nationellt samt ger förutsättningar för nytt foto- och filmmaterial som även partners får nyttja. Samarbetet är extra viktigt under år med speciella utmaningar. I dagsläget har vi drygt 120 medlemmar.

evenemang

Vi har varit delaktiga i en rad evenemang under året. Bland annat firandet av Ölandsbrons 50-årsdag, IronMan, Konstlandskapet Öland, Victoriadagarna och Superrallyt.



ö-natur

Målet med ö-natur är att, med hjälp av våra fantastiska företag i besöksnäringen, stärka Öland som destination. Vi vill öka vår gemensamma konkurrenskraft genom ett större utbud av attraktiva och hållbara upplevelser hela året. Företagen på Öland erbjuds att använda affärsutvecklare utan kostnad, i syfte att utveckla sin verksamhet ytterligare. De får hjälp att hitta nya lönsamma samarbeten och upplevelser som gynnar både besökare och bofasta.

Sedan hösten 2021 fram till årsskiftet 2022/2023 har ö-natur åstadkommit följande:

70 företag har kostnadsfritt nyttjat en affärsutvecklare för att öka sin lönsamhet.

11 företag har åkt på studieresa till Bornholm.

1 digital verktygslåda har skapats med tips och råd till besöksnäringens företag.

6 företagsaktiviteter med bland annat matchmaking-träff för att öka samarbetet mellan företag samt workshops kring marknadsföring, samverkan och paketering.

Ökat fokus på hur vi kan gynna Öland hela året, samt lyfta och värna om de många natur- och kulturupplevelser som Öland erbjuder.



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Projektet finansieras av Ölands Turismorganisation,
Ölandskommunerna och Europeiska regionala
utvecklingsfonden .



ny grafisk profil

Vi har under året lanserat Ölands nya grafiska profil och tagit tillbaka sloganen – solens och vindarnas ö.

Läs mer om den grafiska profilen



öland 18 grader

I vårt nya koncept har vi tagit fasta på Ölands geometriska form och att hela ön har en vinkel på 18 grader. Här finns en framåtlutad position som ger energi.

ölands färger



ö/and

* Räckvidd innebär antal unika personer som har nåtts.

* annonser innebär inlägg vi har betalat för att de ska synas.

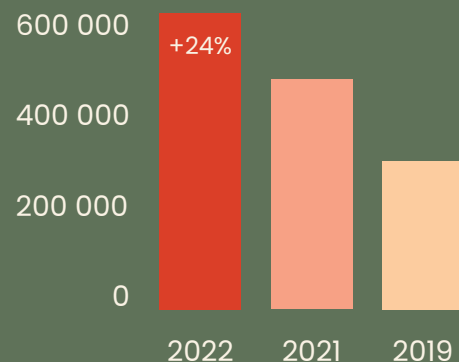


Oland.se har 2022 haft **över 600 000 unika besökare.**

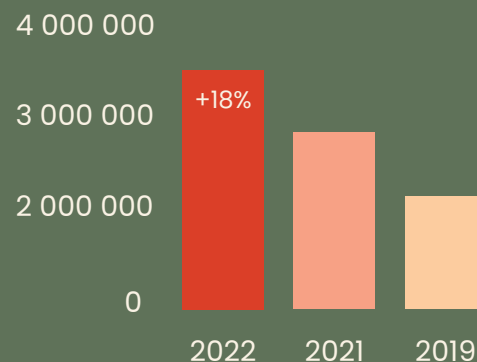
Ölands sociala medier har under 2022 haft en räckvidd* för betalda inlägg på över **4 miljoner personer.**



oland.se



räckvidd annonser* Facebook & Instagram



mest besökta sidorna på oland.se

1. Upplevelser
2. Kalender
3. oland.se/en
4. Boende
5. Tio utflyktspärlor

ölands digitala skyltfönster

Syftet med marknadsföringen är att stärka varumärket Öland och att delge besöks- och reseanledningar till vår ö. Vi vill även skapa förutsättningar för företagen att själva marknadsföra sig och Öland på ett bättre sätt, både genom att dela med oss av framtaget material och genom kunskapsdelning av tips och trender.

På Ölands officiella hemsida, oland.se, samlas inspiration, filmer och fakta om de unika platser som Öland har att erbjuda. Under 2022 har oland.se nått upp till 600 000 unika besökare, vilket är en ökning med 24% jämfört med föregående år.

I sociala medier ligger fokus på att skapa annonser i olika kanaler för att marknadsföra Öland på bästa sätt. All annonsering riktas mot specifika målgrupper för varje enskild kampanj. Fram till och med oktober 2022 har vi haft 37 kampanjer i våra sociala medier.

Inför 2023 tar vi nya grepp kring utmaningen med kompetensförsörjningen där vi bland annat planerar att marknadsföra de arbetstillfällen som erbjuds inom besöksnäringen på Öland mot de starka vinterdestinationerna.

Under året har vi inventerat 10 cykel- och vandringsrundor i Borgholms kommun. Se alla våra rundor på naturkartan.se/oland.



1 januari–31 oktober.



räckvidd annonser facebook & instagram



3 522 430 personer



annonser tiktok

727 732 visningar



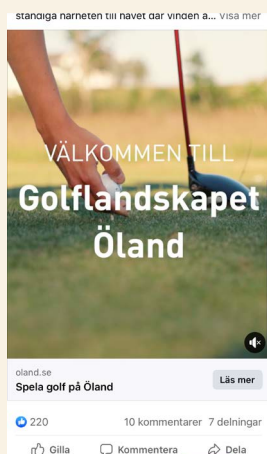
annonser linkedin

21 846 visningar



kampanjer

Våra temaområden utgör grunden när vi skapar kampanjer om Öland. I år har större delen av kampanjerna haft inspirationstema med syfte att stärka Ölands varumärke, locka hit besökare samt visa vilken mångfacetterad plats Öland är – hela året. Årshjulet, till höger, ligger till grund för våra olika kampanjer under året.



Prioriterade områden

Det goda livet

Evenemang

Barn & familj

Kultur & design

Natur & äventyr

öländska ögonblick

Under året har vi lagt mycket tid på att komplettera vår redan gedigna bildbank med fler bilder och filmer från Öland – från Långe Jan i söder till Långe Erik i norr.

Vi har under 2022 fotat och filmat på följande platser:

Ateljé Johanna E
Barefoot by the beach
Bläsinge hamnkrog
Borgholm
Byxelkrok
Borgholms Slott
Björnhovda Padel
Böda Sand
Café Båthuset
Den Lille
Dobidoo
Edith & Julia
Ekerum Resort Öland
Eksgården
Epok Kök & Bar
Fireside Brewery
Fredriks Bröd & Bakverk
Färjestaden
Gårdby Lanthandel & Kafé
Haket
Hotell Borgholm
Hotell Hamnen
Hotell Magasin1
Hotel Skansen

IronMan
Jürgen Ewel
Kackelstugan
Kalk i Löttorp
Kollberggården Wellbeing
Kustvägen på norra Öland
Kvarnkrogen Grönhögen
Lammet & Grisen
Lerkaka kvarnrad
Lilla Bistron
Lilla bruket
Lilla Hamnkontoret
Lindas Restaurang
Lotta & Mary
Långe Erik
Långe Jan
Matbaren i Parken
Mellböda Gård
Mormors i Stora Rör
Mörbylånga
Naturbutiken
Ninnis Kroppkaksbod
Ormöga Kamelrach
Orkidéer

Paradisverkstaden
Peter Nilsson
Resmo Kvarnrad
Rällaskogen
Saigon Sushi
Segerstads fyr
Sinus Bar & Strandrestaurang
Skedemosse Bryggeri & Museum
Skjulet
Skäfteskärr
Sollidens Slott
Stora Frögården
STF Hagaby Lantgården
Söderbönor Café & Butik
Tomas Buss
Talludens minigolf
Totalförsvaret Öland
Vida Museum
Världsarvet södra
Ölands odlingslandskap
Ölandsbron
Ölandsglass
Ölands GK
ÖlandsChoklad

Ta del av vår mediabank på
oland.mediaflowportal.com



pr & media

Ölands Turismorganisation är ofta en del i pressarbetet och hjälper till att ta fram bildmaterial, resrutter, ger förslag på platser att besöka, samt arrangerar pressresor. Öland har synts både i nationell och internationell media. Nedan visas några av de publicerade artiklarna.

Vagabond

Öland – här är ställena du inte får missa



Allt om resor

Smaka på Öland – 14 läckra matupplevelser



Aftonbladet

Öland – favoriter från fyr till fyr



Elle

13 roliga lopp att springa i sommar – oavsett vilken...

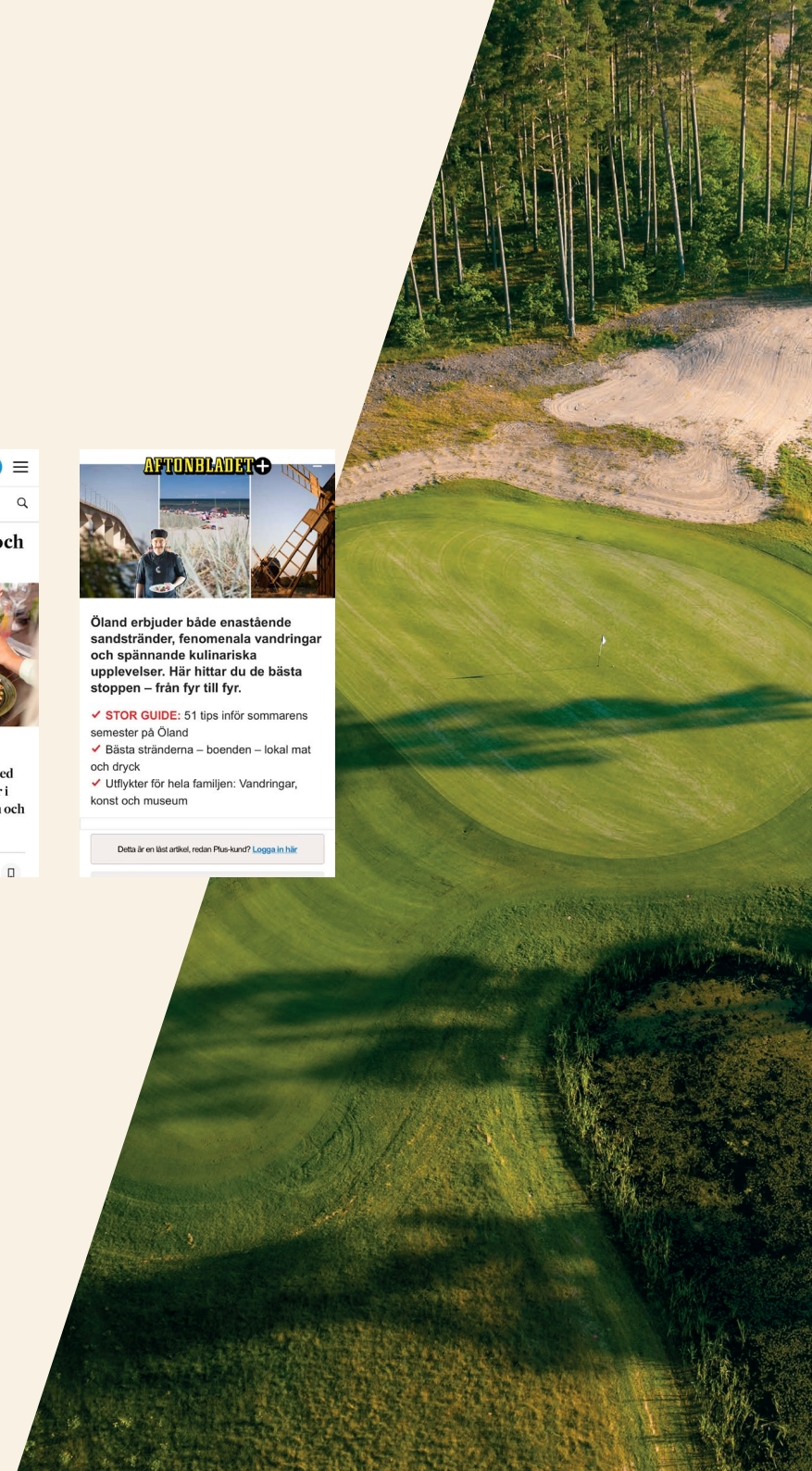


Svenska Dagbladet

Fullt firande av kronprinsessan Victoria

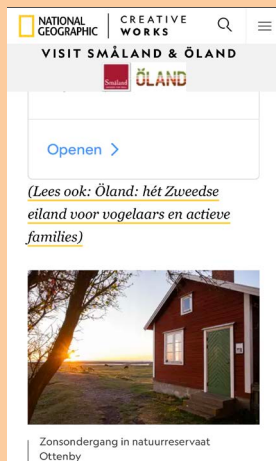


Idyllisk gård där ö-bor och turister kacklar



internationell media

I år har antalet internationella besökare varit på ungefär samma nivå som 2019, vilket visar att intresset för Öland är stort. Arbetet med att utveckla och marknadsföra regionen internationellt sker i samverkan mellan Region Kalmar län och dess tolv kommuner, med målet att öka antalet utländska besökare. Marknadsföringen sker främst genom att lyfta fem starka destinationer: Öland, Vimmerby, Västervik, Kalmar och Glasriket. De internationella marknader vi fokuserar mest på är Tyskland, Danmark och Nederländerna och i år har vi haft pressbesök från alla dessa länder.



Här listar vi ett urval av artiklar som gjorts under 2022.

Danmark: **Sarah Ploss, Kultur & Design**

Tyskland: **MTB-bloggare Genussbiken**

England: **Edmund Vallance**

Tyskland: **TV-team ARD/RBB**

Frankrike: **Michelin Guide Vert/ Visit Sweden**

Nederländerna: **Voor mijn kleintje**

Tyskland: **Travellers Archive**

Frankrike: **Franska.nl**

Danmark: **Susser Feit**

Tyskland: **Nordis "Das ist Skandinavien"**

Nederländerna: **wandelmagazine.nu**

Nederländerna: **National Geographic**

ölands turismorganisation



Marcus Carlsson
Tf. Turistchef
0485-888 05
marcus@oland.se



Madelene Hallström
Turistbyråansvarig
0485-888 02
madelene@oland.se



Nadia Byåker
Partner & relationer
0485-888 03
nadia@oland.se



Rebecca Strandén
Marknad
0485-888 04
rebecca@oland.se



Annie Skarpnord
Marknad
0485-888 13
annie@oland.se



Felicia Bäckström
Destinationsutvecklare
0485-888 12
felicia@oland.se

Ölands Turismorganisation

Telefon: 0485 - 888 00
E-post: info@oland.se
Webbsida: oland.se

Youtube: Öland
Linkedin: oland-se
TikTok: oland_se
Instagram: oland_se

ö/and