Pressmeddelande 2016-09-21

Göteborg satsar på hösten för att locka turister och besökare

**Med Höststaden så vill Göteborg & Co utveckla en ny turistsäsong. Från 22 september till 6 november erbjuder staden höstupplevelser för unga och gamla. Halloween, utställningar, matmarknader, höstshopping, spökvandringar och mycket mer ryms i perioden.**

– Efter förra årets succé med Halloween på Liseberg så ser vi att det finns ett stort intresse. Det vill vi ta vara på och utveckla anledningar att resa hit under hösten, säger **Sara Sundaeus**, produktutvecklare på Göteborg & Co.

Med start i samband med Bokmässan den 22 september och sex veckor framåt så kommer Göteborg att marknadsföras som Höststaden. Under den perioden kommer många olika händelser att rymmas inom det gemensamma konceptet.

Dels handlar det om att skapa anledningar att resa till Göteborg under höstloven i Norge och Sverige och dels om att göteborgarna bättre ska upptäcka allt som händer i deras stad.

Lisebergs stora satsning på Halloween avslutas den 6 november vilket också är sista dagen för Höststaden. Däremellan finns vitt skilda händelser som till exempel Creepy Science på Universeum, Bondens marknad i Haga, Mysrys på Alfons Åbergs kulturhus och musikalen Hair.

– Detta är ett brett koncept där mycket ska få plats. Vi vill att näringen själva bidrar genom att ta fram aktiviteter och produkter som passar in och vi samordnar kommunikationen för dessa. På så sätt kan vi erbjuda en stad med upplevelser som tilltalar en stor målgrupp av både turister och invånare, säger Sara Sundaeus.

I början av 2000-talet startade Jul på Liseberg och Göteborgs stora satsning på Julstaden. Det har blivit en stor framgång och turismen mätt i gästnätter under december månad har mer än fördubblats sedan starten.

Hela programmet för Höststaden: [goteborg.com/hoststaden](http://www.goteborg.com/hoststaden/)

Kontaktperson: Sara Sundaeus, Göteborg & Co, 031-368 41 37

sara.sundaeus@goteborg.com