# Tummen upp för ökad turism i Höga Kusten!

**Boende i Höga Kusten är positiva till ökad turism visar en attitydundersökning som Placebrander gjort på uppdrag av Höga Kusten Destinationsutveckling.**

600 intervjuer har gjorts med boende i Örnsköldsvik, Härnösand, Sollefteå och Kramfors. Och hela 97 procent av de tillfrågade är positiva till att turismen i destinationen ökar. Likaså menar 76% att turismen bidrar till ökad tillväxt i den egna kommunen.

*”Undersökningen visar att det finns en stor framtidstro kopplad till turismen i Höga Kusten, säger Maarja Edman, analysansvarig vid Höga Kusten Destinationsutveckling. Många ser stor utvecklingspotential i form av exempelvis fler hotell och boenden, bättre infrastruktur och större aktivitetsutbud.”*

**Höga Kusten-borna är genuina ambassadörer**

95 procent kan tänka sig att i mycket eller ganska stor utsträckning rekommendera vänner och bekanta att besöka Höga Kusten.

*- Det finns en väldigt stor stolthet bland invånarna i Höga Kusten, något som inte alls är självklart på alla platser. Att ha invånare som hjälper till att sprida en positiv bild är det i särklass vassaste marknadsföringsverktyget när man vill öka attraktionskraften kring en plats, säger Helena Nordström som är grundare av Placebrander och en av Sveriges främsta platsmarknadsföringsexperter.*

**Stor medvetenhet kring turismens effekter**

Intäkter till näringslivet och kommunerna, ökad sysselsättning, en mer levande region året runt och att kunskap om Höga Kusten når fler som tack vare det får möjlighet att uppleva den spektakulära naturen, är några av de positiva effekter de intervjuade pekar på. De ser också vissa risker med ökad turism. Miljöpåverkan, nedskräpning, ökad biltrafik och slitage är några av dessa. Även farhågorna fyller en viktig funktion i attitydundersökningen där 88% procent kan nämna något positivt med ökad turism och endast 38% något negativt.

*”Vi vill att turismen i Höga Kusten ska bidra positivt till regionens utveckling, konstaterar Maarja Edman. Därför är det bra att se att boende i Höga Kusten är medvetna om både möjligheter och risker kring besöksnäringen i de intervjuer vi har gjort. På så vis fungerar invånarna som vår varningsklocka. Vi kommer med jämna mellanrum att genomföra den här typen av attitydundersökningar som ett led i vårt arbete med hållbar destinationsutveckling. Mätningen hjälper oss att se stämningen kring turism och om det finns faktorer vi måste vara medvetna om eller konsekvenser vi aktivt behöver motverka. Turismen i Höga Kusten ska inte växa på bekostnad av miljö eller trivsel för de som bor här.”*

Intervjuerna i de fyra kommunerna har mätts tillsammans och var för sig. Resultatet är samstämmigt. Det är ingen nämnvärd skillnad mellan attityden i de olika kommunerna.

**För mer information:**

Maarja Edman, Analysansvarig Höga Kusten Destinationsutveckling, 070 320 87 00