Uppsala, 26 oktober 2018

**STADIG ÖKNING AV ANTALET GÄSTNÄTTER I UPPSALA UNDER 2018**

**Statistik från Statistiska centralbyrån (SCB) visar på en stadig ökning av antalet kommersiella gästnätter i Uppsala kommun under 2018. Allra bäst går det för Uppsalas hotell som visar en ökning med 8,5% mot föregående år vilket är den näst största relativa ökningen bland Sveriges 20 största hotellkommuner.**

Under augusti 2018 minskade dock de kommersiella gästnätterna (hotell, stugby, vandrarhem och camping) i Uppsala kommun med 5,5% jämfört med motsvarande månad 2017. Totalt för perioden januari-augusti innebär det ändå en ökning med 3,3%, motsvarande cirka 14 300 gästnätter jämfört med samma period 2017. Den ackumulerade ökningen för hela riket under samma period var 3,9% jämfört med föregående år. Tyskland, Storbritannien, USA, Norge och Finland är de länder som fortsatt ligger i topp med flest övernattningar inom Uppsala Kommun, näst efter de nationella som är störst till antalet.

De marknadsundersökningar Destination Uppsala genomfört sedan april via företaget ResearchOne ger större insikt i vem besökaren är, varför de valt att komma hit och vad de gör när de är här. Den främsta besöksanledningen för svenska besökare är att hälsa på släkt och vänner, ofta med anknytning till universiteten, medan utländska besökare främst kommer till Uppsala för att se domkyrkan och slottet eller för sightseeing i allmänhet.

Intervjuunderlaget visar också att strax över 50% av Uppsalas besökare är här på dagsbesök, vilket betyder att de inte syns i inkvarteringsstatistiken från SCB, och dagsbesökarna är både nationella och utländska.

− Underlaget visar att en stor del av våra utländska dagsbesökare har Stockholm som huvuddestination för sin resa och väljer att komma till Uppsala under ca 4-8 timmar, andra är på rundresa i Sverige eller Norden där Uppsala är ett av stoppen längs vägen, säger Helena Bovin, marknadschef på Destination Uppsala.

Intervjuerna med Uppsalas besökare kommer att fortsätta under hösten och vintern för att ge en helhetsbild av året och i början av december kommer man att få en summerad rapport tillgänglig för alla stadens aktörer att ta del av.

Destination Uppsala är medlem i nätverket SNDMO (Swedish Destination Management Organisations) där 28 städer i Sverige tillsammans har beställt en nationell undersökning, ”Turista i Sverige” med syfte att få veta mer om kännedom och inställning till de olika destinationerna samt undersöka nöjdheten med städer man senast besökt.

Uppsala placerar sig på en åttonde plats när det kommer till kännedom och inställning till Uppsala som stad att turista i (Top of mind) och var den femte bäst placerade staden vad det gäller nöjda besökare. Undersökningen visar också att viktiga faktorer för val av stad att turista i är att staden har en bra atmosfär och att människorna där har ett trevligt bemötande.

− Uppsalas besöksmottagare är fantastiska i sitt värdskap! Det är de som står för en stor del av bemötandet ute i sina olika verksamheter och vi jobbar tight för att stödja dem bland annat med utbildningsverktyg för att sprida aktuella aktiviteter och evenemang, studieresor med platsbesök och i december bjuder vi in till en värdskapsutbildning, avslutar Helena Bovin.

**För mer information, kontakta gärna:**  
Helena Bovin, Marknadschef, Destination Uppsala  
E-post: [helena.bovin@destinationuppsala.se](mailto:helena.bovin@destinationuppsala.se)  
Tel: 070 749 71 15