

## Delresultat från BFUFs forskningsprojekt "Morgondagens turist – hur ska besöksnäringen bemöta e-generationen?", augusti 2015

### Den turistande e-generationen är här – hur ska vi möta deras förväntningar?

*Morgondagens turist är redan här. När e-generationen, de som är födda i början av 80-talet och framåt, ska ut och resa har de förväntningar som ställer nya krav på turistnäringen. Den här gruppen gör allt online, förväntar sig snabba uppkopplingar och digital närvaro och menar att snabbt internet är viktigare än god mat.*

I BFUFs forskningsprojekt "Morgondagens turist – hur ska besöksnäringen bemöta e-generationen" undersöker en forskargrupp vid Luleå tekniska universitet hur näringen kan förbereda sig för en ny generation turister. Projektets syfte är att bidra till att stärka attraktionskraften hos besöksnäringen och forskarna har just färdigställt sin första delstudie. Åsa Wallström, professor inom industriell marknadsföring och Maria Ek Styvén, biträdande professor inom samma område redovisade färskt delresultat för bland andra BFUFs styrelse i Stockholm i augusti.

– E-generationen reser mer än andra. Det är den första riktigt globala generationen och den utgör cirka 25 procent av världens befolkning. Vi pratar om en grupp på 1,7 miljarder människor som gör allt online och lever enligt devisen "om man inte syns på nätet så finns man inte", säger Åsa Wallström.

– De kräver snabba svar när de ställer frågor och gör online-bokningar hos turistföretagen och de ser sociala media som något som möjliggör positiva upplevelser på resan, säger Maria Ek Styvén.

Forskarna har ställt frågor i fyra fokusgrupper med totalt 18 personer i åldrarna 14-27 år, genomfört en enkätundersökning till drygt 200 studenter vid Luleå tekniska universitet samt gjort en webbenkät till totalt drygt 600 personer mellan 16 och 30 år i Sverige, England och Indien.

– Indien är intressant att undersöka, inte minst för att Sverige haft en ökning av indiska besökare på 207 procent sedan 2009, säger Maria Ek Styvén. Och vi hade drygt 700 000 brittiska besökare i Sverige förra året.

Det finns några tydliga skillnader i förväntningar mellan besökarna från de tre länderna. Indierna förväntar sig till exempel i större utsträckning en karta på hemsidan och de vill att sidan ska vara mobilanpassad. Det är inte viktigt för svenskarna, som inte heller tycker att filmklipp på en hemsida är intressant. Däremot vill de ha många bilder.

Maria Ek Styvén berättar vidare att minst 60 procent av e-generations-svenskarna alltid eller ofta läser omdömen om resmålet i förväg.

– Ett av våra råd till företagen i besöksnäringen är att informera sig om vad som skrivs om dem på internet, säger Åsa Wallström.

Åsa Wallström och Maria Ek Styvén avslutar med ytterligare några tips.

- ha närvaro på nätet – annars ”finns ni inte”
- välj rätt kanaler utifrån målgruppen och gör det bra
- var annorlunda – stick ut! Det här är individer som bygger sina egna varumärken genom att göra unika saker.
- var aktiv och ha korta svarstider
- ha all er information på engelska (minst!)

I nästa del av projektet ska forskarna analysera sina resultat ytterligare samt göra en ny enkät om kundvärde. Projektet ska vara klart i mars 2016. Det kommer att sammanfattas i en populärvetenskaplig och lättanvänd handbok med konkreta tips.

I forskargruppen igår även biträdande professor Anne Engström och universitetslektor Tim Foster, båda verksamma inom industriell marknadsföring vid Luleå tekniska universitet. I projektets referensgrupp medverkar Swedish Lapland Visitors Board, Teknikens Hus, Luleå, Stockholm Visitors Board och ABBA The Museum, Stockholm.

### *Om projektet*

Forskningsprojektet är ett av elva som finansieras av BFUF. Det löper under två år.

Läs mer om projektet på BFUFs hemsida: <http://bfuf.se/projekt/morgondagens-turist-hur-ska-besoksnaringen-bemota-e-generationen/>

Läs mer på projektets hemsida. Här finns också kontaktuppgifter till forskarna.

<http://www.ltu.se/research/subjects/Industriell-marknadsforing/Forskningsprojekt/morgondagens-turist-1.118400>

### *Projektet i media*

TV-intervju, Norrbottenskuriren, <http://www.kuriren.nu/nyheter/?clip=8298513>

Besöksliv, [besoksliv.se](http://www.besoksliv.se/artikel/sa-ska-besoeksnaeringen-bemota-morgondagens-turister-66876) <http://www.besoksliv.se/artikel/sa-ska-besoeksnaeringen-bemota-morgondagens-turister-66876>



*Åsa Wallström, professor inom industriell marknadsföring och Maria Ek Styvén, biträdande professor inom industriell marknadsföring vid Luleå tekniska universitet.*

*Foto: Melina Granberg.*