



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

Sammanfattning av träff 2 i Glasrikets husbilsprojekt

Avser Träff 2

Torsdagen 14/1 klockan 08,45 – 11,00

Sammanfattning av träffens upplägg:

- Kort presentation status i projektet.
- Föreläsning, erfaren husbilsresenär berättar om jämförelser mellan Sverige och utomlands. Vad kan vi lära av länder som kommit längre vad gäller husbilsturism? Staffan Knutsson.
- Kort presentation av det kommande digitala verktyget som skall stimulera besökaren till längre vistelse och fler besöksmål.
- Vikten av att synas på Google My Business. Mathias Billmark

Återkoppling från projektgruppen:

Hämt sedan sist i Husbilsprojektet:

- Vi är snart färdiga med sammanställningen av vad som är bra att tänka på och veta vid funderingar och etablering av en ställplats. Lite interna korr-rundor är kvar och riktlinjerna planeras vara helt klara i slutet av februari. Kommer därefter förmedlas till samtliga inom besöksnäringen i Glasriket.
- Vi arbetar aktivt med två olika fokusgrupper för att både få input men även som bollplank under processens gång. Ena fokusgruppen representerar näringslivet och den andra husbilsägare.
- Är i uppstartsfas gällande skapande av ett digitalt verktyg som skall verka för att besökaren har en längre vistelse och gör fler besöksmål i Glasriket. Verktyget omfattar ej enbart husbilar utan även personbilar med eller utan husvagn/tält.
- Projektet har kroat arm med ca 4 aktörer som planerar etablering av ställplatser.

Händer inom kort:

- Vi är i uppstart för att tillsammans med delar av näringslivet och kommunerna se över hur vi kan underlätta för husbilsresenären vad gäller hantering av husbilars avfall, som idag är undermåligt i hela vårt land. Vad kan vi i Glasriket göra för att göra det lättare för husbilsturisten att göra rätt? Samtal sker även med Trafikverket gällande denna frågan.
- Kartläggning över vilka kanaler Glasriket skall synas på för att nå husbilsturisten.

Staffan Knutsson

Husbilsresenär sedan ca 30 år som till stor del förlagt sitt resande utomlands. Vi fick lyssna på både tankar och erfarenheter från främst Tyskland, som är ett land som ligger många år före Sverige vad gäller att se vikten av att attrahera husbilsresenärer.

Glasriket har mycket att vinna på i att locka hit husbilsturister från bland annat Tyskland. Skapa fler säsonger utöver högsommaren. Glasriket har öppet hela året och husbilsturismen pågår som starkast april-oktober, många har den rullande året runt.

Tyskar har en stor förkärlek till Sverige, dock är Glasriket relativt okänt.

Nyregistreringar:

2020 nyregistrerades totalt 75 000 husbilar i Tyskland. Under hela året ökade registreringarna (i jämförelse mot 2019) med 35 % med toppmånaderna september (+165 %) och oktober (+88%).

Som jämförelse kan sägas att i Europa som helhet blev ökningen av nyregistreringar 13%.

Antal campingfordon:

Tyskland 490 000 husbilar. 26% av Europas totala husbilsbestånd.

Sverige har 105 000 husbilar. 5% av Europas hela husbilsbestånd. Sverige är dock på plats nr 2 i Europa vad gäller antal husbilar per invånare.

I Europa som helhet finns 1 900 000 husbilar.

Ställplatspriser:

Snittpriset på en tysk ställplats var 2020 13€ enligt en beräkning gjord av tidningen Promobil.

Här i landet finns något av en "helig" övre gräns för ställplatser på 200 kronor. En undersökning som gjordes bland svenska husbilsägare för ett par år sedan fick resultatet att den övre gränsen för en enkel ställplats låg på 90 – 120 kronor och för en som inkluderar el 150 kronor. Priset skall så klart ligga i paritet med den service eller exklusivitet som platsen erbjuder.

Ungefärliga priser (utöver ställplatsavgiften) för erbjuden ställplatservice ute i Europa:

1 € = 80 liter färskvatten.

1 € = tömning av toalett i automat.

0,8 – 2 € = 1 KWh

0,8 – 2 € = kurtaxa (lokal turistskatt) per dygn

Sverige har ett rykte om sig att vara ett dyrt land men idag är det inte dyrare i svenska mataffären än vad det är i Tyskland.

Husbilsklubben.se:

16 000 registrerade medlemmar och 15 000 intresserade. Att vara intresserad betyder till exempel att man inte får tillgång till ett antal klubbavbatter och den digitala ställplatsförteckningen med över 5 200 platser över hela Europa. Betänk att detta är en kanal som ger direktkontakt till närmare en tredjedel av landets alla husbilsägare.

Husbilsvikter:

En husbil under 3 500 kg totalvikt kan köra fritt på en stor del av Europas motorvägar mot att man köper en tidsbestämd vignetta att fästa på vindrutan. Priset kan variera men på ett ungefär betalar man 10 € för ett fritt utnyttjande under 8 dagar. Finns även för längre tidsintervall. Över 3 500 kg totalvikt måste man (för att köra på motorvägar) skaffa en speciell betalbox (oftast vid gränsen) som registrerar körsträckan och meddelar vad man ska betala i vägs katt. Det finns ännu ingen gemensam standard inom EU för betalboxar vilket kan ses som irriterande om man kör genom ett flertal länder. Ett resultat av detta är att ett stort antal husbilsägare med stora fordon (inte minst svenska) väljer att passera genom dessa länder (exempelvis Österrike) på mindre vägar vid sidan av motorvägarna.

Genom Pb2 (personbil 2) reformen får svenska bilister framföra en husbil med obegränsad vikt – om det egna körkortet utfärdats tidigare än 1996 och föraren inte blivit bötfälld för ett

trafikbrott under tiden efter körkortets utfärdande. Detta gör att Sverige generellt sett har ett bestånd av betydligt större husbilar än övriga Europa, som inte har en Pb2-reform. Reformen är accepterad inom EU, men exempelvis Schweiz vägrar att acceptera densamma.

I övriga Europa har under samma tid trenden varit att allt flera husbilar produceras med en totalvikt under 3 500 kg. Så kallade "Plåtisar" (mindre vanliknande husbilar) har också blivit mycket populära under senare år, kanske också som en följd av den allt ökande trängseln på ställplatserna. Många väljer idag också att sälja sina stora husbilar för att i stället skaffa en mera lättkörd och smidigare Plåtis.

Varför är husvagnar oftast inte välkomna på ställplatser?

Kan också delge er resultatet av en högst ovetenskaplig undersökning som jag för tidningens räkning gjorde för några år sedan (genom att intervjua ett 20-tal ställplatsägare) under en resa i Europa. Ta nu för all del inte detta som intäkt för att jag personligen ställer mig bakom de värderingar som resultatet blottar.

1. Barnfamiljer reser oftare med husvagn än husbil.
2. De äldre husbilsägarna föredrar lugn och ro på en ställplats och gillar inte støj och glam och när barnens fotbollar och andra redskap träffar deras husbilar.
3. Husvagnsägarna är yngre och lagar helst mat på egen hand för att minska kostnaderna, medan de äldre (och kapitalstarkare) husbilsägarna utnyttjar ortens restauranger och liknande inrättningar i högre grad. Kort sagt genererar mera pengar till orten. Och det är ju det som är tanken med att arrangera en ställplats.
4. Ett husvagnsekipage kräver ett dubbelt så stort utrymme som en husbil, vilket minskar antalet säljbara platser.
5. Husbilar har en betydligt högre utrustningsgrad vilket innebär en lägre investeringskostnad för anläggande av en ställplats.
6. Ställplatsen är ofta prissatt utifrån husbilsturistens behov. Anländer ofta sent för att åka vidare hyfsat tidigt dagen efter. Är sällan på samma plats längre tid, till skillnad mot den traditionella husvagnsturisten som oftast stannar längre på ett och samma ställe. Det finns dock husvagnsägare som reser på husbilssättet men de är i minoritet.

Om Glasriket satsar på husbilsturismen så bör vi även satsa på att få hit husbilsturister från andra länder, främst Tyskland. Här finns en mycket stor potential att öka inflödet av besökare som genererar intäkter till besöksnäringen i Glasriket. Det är även vanligt att de husbilsägare som ej längre är yrkesverksamma reser på för- och eftersäsong. Och kan på så sätt bidra till ökade intäkter över fler säsonger i Glasriket.

Notering: Det finns en lista över de digitala och tryckta kanaler som är lämpliga att använda för att marknadsföra sin ställplats. För att denna sammanställning av träffen inte skall bli än mer galet lång så lämnas den ut till de som har behov av den. Det är bara att hojta till Mia på AB Glasriket så skickas den ut.

Mathias Billmark

Mathias driver projektet Det Digitala Lyftet som Husbilsprojektet krokat arm med för att ta hjälp av Mathias för att bistå med kompetens kring att förbättra besöksnäringens digitala närvaro.

Till allra största del så sker dagens sökningar på Google. Både inför sin resa men även under resans gång. Att finnas där med sin verksamhet borgar för att resenären hittar dig. Syns du inte så finns du inte... Det är även viktigt att du själv äger din plats så att du kan komplettera med information vad gäller öppettider. Finns du på Google så underlättar det även för att besökaren skall hitta ditt besöksmål, inte bara digitalt utan även geografiskt.

Hela 90% använder internet för att söka både information och inspiration inför sitt resande. Tillsammans med Det Digitala Lyftet erbjuder vi kostnadsfri hjälp, coachning och utbildning vad gäller besöksnäringens synlighet på Google My Business.

Vill du dra nytta av detta så klicka på nedan länk. Ange dina uppgifter och kryssa i just det som känns mest relevant för ditt behov så återkommer vi med förslag på upplägg.

[Klicka här och anmäl ditt intresse - Kostnadsfri hjälp](#)

Kontaktuppgifter till Mathias:

Telefon 072-571 25 44

E-post mathias.billmark@smaland-oland.se

Det digitala verktyget

Vi på AB Glasriket är i startgroparna för att sätta igång processen med att ta fram ett unikt digitalt verktyg som skall stimulera användaren till längre vistelse och fler besöksmål.

Användaren skall här kunna skapa sin individuella Tur i Glasriket utifrån olika val så som:

- Intresseområden
- Aktuellt fordon
- Antal nätter

Verktyget kommer hämta information från Google vilket är en av anledningarna till att vi trycker på vikten av att ha bra synlighet där.

Utifrån användarens val så skall verktyget presentera både besöksmål och platser för övernattninng och användaren skall lockas till att välja fler dagar än vad som först var tänkt.

Syftet är att underlätta för användaren att hitta besöksmål som hen kanske inte ens är medveten om att det finns samt leverera en bild av Glasriket som mer stämmer med verkligheten – det finns massor att Göra, Upptäcka och Njuta av i Glasriket. Vi är en destination för en längre vistelse och inte enbart för ett endagsbesök. Vi ser med spänning fram emot denna process då det är lite tidigare oprövad mark.

Lite tips som inkom under träffen:

Vill du ha information om vår Allemansrätt på olika språk så kan du beställa det här:

<https://www.naturvardsverket.se/Var-natur/Allemansratten/Allemansratten-pa-andra-sprak/>

Man kan med fördel se till att presentera sin ställplats på Google Maps:

<https://www.google.se/maps/search/st%C3%A4llplats/@56.9059577,15.2074244,8.5z?hl=sv>

Avslutningsvis:

Tusen tack till alla som deltog i träffen och till er alla anda som läst ända hit. Vi ser fram emot att fortsätta arbetet med att öka Glasrikets attraktivitet hos husbilsturismen. Med och för er i besöksnäringen.

Många hälsningar tills vi hörs igen

Mia & Henrik

AB Glasriket