HJÄRTA OCH PULS ÖSTERSUND

– en levande och hållbar plats 2030

Strategi för upplevelse- och platsutveckling

INNEHÅLL

Begreppsnyckel 3

Inledning 5
- Syfte 5
- Avgränsning 5
- Om processen 5
- Hållbarhetsramverk 7
- Uppföljning och utvärdering 8
- Platsvarumärket Östersundspulsen 8

Besöksnäringens roll i platsutvecklingen 10

Vision – Ett bättre Östersund 11

Målbilder 2030 12
- Ekologisk målbild – Miljö och klimatsmart 12
- Social målbild – Välkomnande och inkluderande 12
- Ekonomisk målbild – Levande och attraktivt året runt 12

Nuläge och analys 13
- Styrkor 14
- Utmaningar 14
- Möjligheter och utvecklingsområden 15
- Kommunikation och målgrupper 16
- Evenemang och möten 17
- Stadskärnans utveckling och roller för platsen 18

Fyra strategiska fokusområden 20
- Platsens identitet – Staden i Jämtland 20
- Platsens livsstil – Ett aktivt och meningsfullt liv 22
- Platsens kultur – Människor och idéer 23
- Platsens position – Östersund i världen 24

Tillsammans för Östersund 27
- Samverkan i praktiken 27
- Roller och ansvar 27

Slutord 29

Källor 30
- Lokala och regionala styrdokument 30

Utgivare: Destination Östersund | **Kontakt:** Mikael Jonsson
Text: Joanna Gustafsson, Destination Östersund | **Foto:** Bildbank Destination Östersund / Bildbank Östersunds kommun / Göran Strand, Tina Stafrén, Håkan Wike, Carl Snell, Henrika Lavonius Wike.
Pressbild: SJ | **Grafisk form och produktion:** Nestorville | **Tryck:** Printson

Denna strategi är primärt framtagen som en pdf. En mindre upplaga om 50 ex har tryckts på FSC & Svanenmärkt svenskt papper i Sverige för minsta möjliga klimatavtryck.

FSC MIX Paper FSC® C074394

SVANENMÄRKT Trycksak 3041 0417

BEGREPPSNYCKEL

Agenda 2030
Det globala ramverket med 17 mål för hållbar utveckling, antaget av FN, som syftar till att utrota fattigdom, bekämpa ojämlikhet och stoppa klimatförändringarna till år 2030.

Besöksnäring
Bidrar till turismkonsumtion och omfattar företag och verksamheter som erbjuder tjänster och upplevelser till besökare, exempelvis hotell, restauranger, evenemang, transporter och attraktioner.

Cirkulär ekonomi
En ekonomisk modell som syftar till att minimera avfall och maximera återanvändning, återvinning och hållbar resurshantering.

Civilsamhället
Det är en självständig tredje sektor som verkar för allmännytta. Skild från staten, marknaden och enskilda hushåll, där medborgare, ideella föreningar och nätverk organiserar sig för gemensamma intressen, social förändring och för att främja samhällsengagemang.

Destination
En geografisk plats vars erbjudanden attraherar besökare.

Destinationsutveckling
Utveckling av produkter, tjänster och erbjudanden för att stärka en plats som turistdestination. Fokuserar främst på besökaren.

Ekologisk hållbarhet
En utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjlighet att tillgodose sina behov. Miljömässiga effekter.

Ekonomisk hållbarhet
Att säkra en långsiktigt sund ekonomisk utveckling utan att det medför negativa konsekvenser för den ekologiska eller sociala hållbarheten.

Global Sustainable Tourism Council (GSTC)
En internationell organisation som utvecklar standarder för hållbar turism, destinationer och besöksnäringsföretag.

Hållbar utveckling
Tillgodoser dagens behov utan att äventyra framtida generationers möjligheter att tillgodose sina behov, med hänsyn till miljö, ekonomi och social rättvisa.

Infrastruktur (i besöksnäringskontext)
Transporter, service, boende, teknik och andra strukturer som möjliggör resande, mobilitet och tillgänglighet.

Kulturarv
De fysiska och immateriella spår som berättar om platsens historia, traditioner och identitet.

Legacy
Kan beskrivas som de effekter som finns kvar på platsen efter ett genomfört evenemang eller möte.

Platsidentitet
De värden, uttryck och berättelser som gör en plats unik och skapar igenkänning, stolthet och attraktionskraft.

Platsutveckling
Processen att förbättra och förädla en plats för att öka dess attraktionskraft och livskvalitet för boende, besökare och näringsliv. Utgår från lokala förutsättningar, utmaningar och behov.

Platsvarumärke Östersundspulsen
Den gemensamma berättelsen och identiteten som definierar och kommunicerar Östersunds unika karaktär och attraktionskraft.

Regenerativ utveckling
Processer eller metoder som syftar till att återskapa, reparera eller förbättra något, ofta på ett sätt som bidrar till långsiktig hållbarhet.

Social hållbarhet
Att skapa inkluderande, rättvisa och trygga samhällen där alla människor har möjlighet till delaktighet och god livskvalitet.

Tillgänglighet
Att så många människor som möjligt, oavsett förutsättningar eller bakgrund, kan ta del av och delta i platsens erbjudanden och miljöer. Både fysiskt och digitalt.

Turism
Människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år, för fritid, affärer eller andra syften.

Upplevelser
Meningsfulla och minnesvärda möten med en plats, och fungerar inom platsutveckling som ett verktyg för att stärka platsens attraktivitet, identitet och hållbarhet.

HJÄRTA OCH PULS ÖSTERSUND 2030

Vision:

ETT BÄTTRE ÖSTERSUND
– Där hjärta, upplevelser och samhörighet med platsen, naturen och människorna skapar framtidens livskvalitet

Målbilder:

LEVANDE OCH ATTRAKTIVT ÅRET RUNT

VÄLKOMNANDE OCH INKLUDERANDE

MILJÖ- OCH KLIMATSMART

Strategiska fokusområden:

PLATSENS IDENTITET
– Staden i Jämtland

PLATSENS LIVSSTIL
– Ett aktivt och meningsfullt liv

PLATSENS KULTUR
– Människor och idéer

PLATSENS POSITION
– Östersund i världen

Förutsättning:

TILLSAMMANS FÖR ÖSTERSUND:
Vår gemensamma puls blir starkare när alla drar åt samma håll

INLEDNING

Östersund är det pulserande hjärtat mitt i Jämtland. Genom att leda med hjärtat strävar vi efter att vara en destination där upplevelser, evenemang och platsens utveckling sker med omtanke om människorna, naturen, kulturen och planeten. Östersund ska upplevas som en genuin och ansvarstagande plats, där det är enkelt för besökare, arrangörer och aktörer att göra medvetna val. Genom långsiktigt samarbete, tydliga mål, kunskapshöjande insatser och öppen dialog stärker vi vår förmåga att bidra till den unika pulsen mellan stad, sjö och fjäll som kännetecknar Östersund.

SYFTE

Hjärta och puls Östersund – en levande och hållbar plats 2030 ska bidra till platsens attraktionskraft, hållbarhet och livskvalitet, både nu och för kommande generationer. I en tid av global osäkerhet, klimatförändringar och snabb teknologisk utveckling behövs en gemensam riktning som säkerställer att destinationen och platsen utvecklas ansvarsfullt, inkluderande och konkurrenskraftigt.

Strategin ersätter tidigare *Plan för besöksnäringen 2019–2024* och bygger vidare på dess insikter och prioriteringar. Den riktar sig till beslutsfattare, företag, föreningar och andra aktörer som tillsammans formar platsen Östersund, och säkerställer att besöksnäringen bidrar till gemensamma mål och styrdokument.

AVGRÄNSNING

Strategin definierar den gemensamma ambitionsnivån för Östersunds utveckling som plats. Med *Östersund* avses både stad och landsbygd – hela den sammanhållna platsen som tillsammans skapar vår attraktionskraft. Strategin utgår geografiskt från Östersunds kommun, men bygger på samverkan med omkringliggande kommuner och regionens gemensamma förutsättningar. Fokus ligger på upplevelser, evenemang, platsidentitet, samverkan och hållbar utveckling – de områden som mest påverkar hur Östersund upplevs och väljs. Strategin är vägledande och anger *vad* vi tillsammans ska prioritera, medan *hur* arbetet ska genomföras beskrivs i separata aktivitetsplaner och samverkansinsatser för att omsätta visionen i praktiken.

OM PROCESSEN

Denna strategi har tagits fram i dialog med näringsliv, föreningar, invånare och offentliga aktörer. Den utgår från varumärkesplattformen Östersundspulsen som arbetades fram 2017–2018 och reviderades 2025.

I december 2024 genomfördes en workshop mellan Destination Östersund AB (DOAB) och Östersund kommun med representanter för förvaltningarna Näringsliv och Tillväxt, Kultur och Fritid och Samhällsbyggnad. Workshopen följdes sedan upp i mindre grupperingar för att prata om rollfördelning och uppdrag i platsutvecklingen.

Näringslivet fick möjlighet att medverka i en digital enkät, där drygt 70 aktörer med spridning inom besöksnäringens olika branschsegment skickade in sina perspektiv. I de branschråd som DOAB koordinerar för bland annat evenemang, restaurang & café, handel och hotell har strategiarbetet lyfts för att möjliggöra ytterligare dialog.

Invånare och besökare deltog via en digital enkät på både svenska och engelska, där drygt 370 personer tog chansen att ge sina inspel om Östersund, besöksnäringens betydelse, hur man vill att platsen ska se ut och vad den bör erbjuda i framtiden.

Strategin har skrivits fram av processledare för verksamhetsområdet Strategi & Utveckling samt ledningsgruppen för DOAB. Den preliminära strategin skickades under sommaren 2025 ut till intressenter som deltagit i processen och DOAB:s styrelse. Därefter justerades innehållet utifrån de remissvar som kom in.

HÅLLBARHETSRAMVERK

Innan och under arbetet studerades strategier, ramverk och omvärldstrender som strategin behöver förhålla sig till. För att säkerställa att den vilar på en långsiktig förankrad grund har internationella ramverk och standarder för hållbar utveckling integrerats som vägledande principer. Dessa fungerar som kompass och kvalitetssäkring för att platsens utveckling sker i linje med målsättningar på flera samhällsnivåer.

En hållbar utveckling innebär att vi tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjlighet att tillfredsställa sina behov. Hållbar besöksnäring definieras av FN:s världsturismorganisation som en näring som tar ansvar för nuvarande och framtida ekonomisk, social och miljömässig påverkan genom att utgå från besökarens, företagens, miljöns och lokalsamhällets behov.

Agenda 2030

Agenda 2030 utgör ett globalt ramverk för hållbar utveckling med 17 mål som ska uppnås till år 2030. De tre dimensionerna av hållbar utveckling, det vill säga de ekonomiska, sociala och miljömässiga dimensionerna, var en viktig utgångspunkt i framtagandet av de globala målen. De tre perspektiven är genomgående för att skapa en hållbar, inkluderande och rättvis utveckling för alla. Målen är beroende av och direkt kopplade till varandra, och kan både påverka, förstärka eller stå i konflikt till varandra.

Strategins mål, insatsområden och indikatorer är i linje med Agenda 2030 och bidrar till en helhetssyn där besöksnärings upplevelser, evenemang och platsens identitet är verktyg för omställning, innovation och social sammanhållning.

Global Sustainable Tourism Council – GSTC

GSTC har utvecklat en global standard för hållbar besöksnäring som hjälper destinationer att utveckla, mäta och förbättra sitt hållbarhetsarbete. Standarden kompletterar Agenda 2030 genom att konkretisera hur besöksnäringen kan verka som katalysator för platsutveckling, omställning och förankring med värde för platsens invånare. Vi använder standardens struktur för att utveckla, följa upp och kontinuerligt förbättra destinationens hållbarhetsarbete. De fyra nyckelområdena är:

- **Effektiv destinationsförvaltning**
- **Social och ekonomisk hållbarhet**
- **Kulturell hållbarhet**
- **Ekologisk hållbarhet**

Följande mål är särskilt relevanta för upplevelse- och platsutvecklingen i Östersund:

- **Mål 8 – Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt:** Genom att utveckla en hållbar och upplevelsebaserad besöksnäring året runt skapas nya arbetstillfällen med fokus på långsiktig lönsamhet och socialt ansvarstagande.

- **Mål 11 – Hållbara städer och samhällen:** Platsutvecklingen ska bidra till inkluderande, trygga och tillgängliga platser samt en hållbar stadsmiljö, grönområden och stadsnära friluftsliv.

- **Mål 12 – Hållbar konsumtion och produktion:** Genom förflyttning mot cirkulära affärsmodeller, hållbara evenemang och främjande av lokalt producerade varor och tjänster minskar resursanvändningen och avfallet.

- **Mål 13 – Bekämpa klimatförändringarna:** Målinriktade åtgärder för minskade utsläpp från transporter, energieffektiva lösningar och utsläppsreducering genom hela besöksnäringskedjan där alla kan bidra.

UPPFÖLJNING OCH UTVÄRDERING

För att strategin ska vara levande, relevant och genomförbar krävs kontinuerlig uppföljning och utvärdering. Uppföljningen säkerställer att mål nås, resurser används effektivt och att strategin anpassas efter förändrade förutsättningar. Att mäta ger inte bara insikter om effekter utan gör det också möjligt att ta ansvar, förbättra, bygga tillit och säkerställa långsiktig framgång för platsen, företagen, invånarna och besökarna.

Följande principer ligger till grund för uppföljningen:

- **Transparens:** Resultat ska vara synliga och tillgängliga för berörda aktörer och allmänheten.
- **Delaktighet:** Näringsliv, offentliga verksamheter och civilsamhället ska involveras i analys och förbättringsarbete.
- **Lärande:** Uppföljningen ska bidra till gemensamt lärande och metodutveckling.
- **Flexibilitet:** Strategin ska kunna justeras och prioriteringar omprövas utifrån ny kunskap och förändrade omvärldsförhållanden.

En halvvägsavstämning och möjlig revidering av strategin genomförs under 2028 för att säkerställa att den fortsatt är relevant, aktuell och i linje med omvärldens utveckling mot 2030. Uppföljningsarbetet koordineras av Destination Östersund AB i samverkan med Östersunds kommun och berörda aktörer inom näringslivet. För att omsätta strategins vision och målsättningar i praktiken upprättas aktivitetsplaner som tydliggör ansvar, resurser och tidsramar. Aktivitetsplanerna fungerar som styrinstrument för prioriterade insatser inom utvecklingsområdena och bidrar till strategins övergripande hållbarhetsambitioner.

Principer för aktivitetsplanerna:

- **SMARTa mål:** Specifika, Mätbara, Accepterade, Realistiska och Tidsatta.
- **Koppling till hållbarhet:** Målen kopplas till relevanta internationella och lokala hållbarhetsmål.
- **Delaktighet:** Genomförs i samverkan mellan Destination Östersund AB, offentliga aktörer, näringsliv och civilsamhälle.
- **Uppföljning:** Mätvärden följs upp årligen och utvärderas i strategins uppföljningsprocess.

PLATSVARUMÄRKET ÖSTERSUNDSPULSEN

Östersundspulsen är platsvarumärket för Östersund som geografiskt område och grunden för platsens kommunikation och utveckling. Närheten mellan stad och fjäll präglar vår livsstil. Den vägleder hur vi berättar om, formar och förädlar platsen tillsammans – för boende, besökare, näringsliv, investerare och framtida Östersundsbor. Östersundspulsen har utvecklats för att fungera för en bredd av målgrupper vilket innebär att oavsett vem som ska attraheras finns möjlighet att använda Östersundspulsens verktygslåda. På *www.ostersundspulsen.se* finns bland annat bilder och texter för fri användning för alla som på olika sätt vill marknadsföra Östersund.

BESÖKSNÄRINGENS ROLL I PLATSUTVECKLINGEN

Traditionellt har destinationsutveckling främst utgått från vad besökaren eller branschen efterfrågar. I ett hållbart perspektiv är utgångspunkten i stället platsens förutsättningar – vilka naturmiljöer, samhällsresurser och lokala värden som måste värnas för att attraktiviteten ska bestå över tid. Platsutveckling med hjälp av besöksnäring innebär ett bredare, mer holistiskt synsätt där turismen ses som en integrerad del av hela samhällets utveckling. Detta innebär ett skifte från att se platsen som en destination för konsumtion, till att se platsen som ett levande system av människor, natur, kultur, idrott och näringsliv. Det kräver ny kunskap, mod att utmana gamla arbetssätt och en innovativ samverkansmodell där besöksnäringen är en aktiv del av det bredare omställningsarbetet mot de globala hållbarhetsmålen.

I Östersund är besöksnäringen en basnäring och en central drivkraft för hur platsen utvecklas – miljömässigt, ekonomiskt, socialt och kulturellt. Genom möten mellan människor, idéer och kulturer bidrar näringen till ett öppet och demokratiskt samhälle där förståelse och delaktighet stärks. Besök, evenemang och upplevelser skapar sammanhang som underlättar dialog, gemenskap och nya perspektiv – en viktig grund för ett inkluderande och välkomnande Östersund. När platsen utvecklas med omtanke och kvalitet blir Östersund en ännu bättre plats att bo på, verka i och besöka året runt.

Besöksnäringen stärker lokal platsutveckling genom att:

1. Skapa jobb, livskraft och hållbar ekonomi

Näringen genererar sysselsättning i hela kommunen – från handel, restaurang och boende till aktivitetsföretag, kulturaktörer och transporttjänster. Den skapar förutsättningar för en levande landsbygd, servicepunkter och lokalt företagande. Detta gör besöksnäringen till en motor för ekonomisk resiliens året runt.

2. Förstärka Östersunds identitet och attraktionskraft

Upplevelser – oavsett om de bygger på gastronomi, kultur, natur eller evenemang – gör Östersunds värden synliga, levande och begripliga. Näringen förädlar platsens unika puls: närheten mellan stad, sjö och fjäll; den kreativa kulturen; det jämtländska hantverket; och den samiska kulturens betydelse. Detta ökar både stolthet hos invånare och attraktionskraft för besökare, investerare och inflyttare.

3. Vara ett verktyg för hållbar och inkluderande utveckling

Genom att utveckla tillgängliga, hållbara och kvalitativa upplevelser skapas miljöer där både invånare och besökare mår bra. Besöksnäringen kan bidra till social hållbarhet genom att skapa mötesplatser, aktiviteter, inkludering och sammanhang året runt. Den kan samtidigt driva utveckling av hållbara reseanledningar och minskad miljöpåverkan från resor, aktiviteter och evenemang.

4. Driva innovation och utveckling av platsens utbud

Besöksnäringen fungerar som motor för innovation. Nya upplevelser, koncept och samarbeten skapar bredd, kvalitet och nytänkande. Här finns stor potential: produktutveckling, digitalisering, paketering, värdskap och mobilitet kan utvecklas för att möta nya beteenden och målgrupper. Det stärker Östersunds konkurrenskraft och attraktion långsiktigt.

5. Bidra till regenerativ utveckling av platsen

Ett växande perspektiv inom besöksnäringen är att inte enbart minska negativa effekter – utan att skapa positiva avtryck. Regenerativ turism går ett steg längre än hållbarhet. Där hållbar besöksnäring fokuserar på att minimera negativa effekter, handlar regenerativ utveckling om att aktivt förbättra platsens miljö, kultur och samhälle.

Ett regenerativt förhållningssätt bygger på tre grundprinciper:

- **Återskapa och förbättra:** Besöksnäringen ska bidra till att stärka ekosystem, lokal kultur och sociala strukturer – så att platsen mår bättre efteråt än innan.
- **Samverka och dela ansvar:** Invånare, näringsliv, föreningar och besökare utvecklar platsen tillsammans. Samarbete och lokal förankring är centralt för att skapa rätt lösningar i rätt tid.
- **Skapa ömsesidig nytta:** Resor och upplevelser ska ge värde både för besökaren och för platsen. Det sker genom meningsfulla möten, kunskapsutbyte, delaktighet och möjligheten att bidra till lokala initiativ.

För Östersund betyder detta att besöksnäringen inte bara ska undvika att skapa belastning – utan aktivt bidra till mer levande natur, starkare gemenskap, rikare kultur och ett mer robust lokalsamhälle. Klimatförändringarna påverkar redan turismens utveckling i världen och kommer att forma framtidens resmönster. En ökad frekvens av extremväder i Syd- och Centraleuropa gör det sannolikt att Norden blir en alltmer attraktiv destination för nya besökare. Detta skapar både möjligheter och potentiella risker för Östersund. Med god samverkan och en stark tradition av lokalt engagemang har Östersund goda förutsättningar att utveckla regenerativa arbetssätt innan överturism eller slitage har möjlighet att bli en framtida utmaning. Besöksnäringen är därmed inte ett sidospår i Östersunds utveckling – utan en strategisk kraftsamling som driver innovation, inkludering och hållbar tillväxt. När näringen stärks, stärks hela Östersund.

VISION – ETT BÄTTRE ÖSTERSUND

Ett bättre Östersund – där hjärta, upplevelser och samhörighet med platsen, naturen och människorna skapar framtidens livskvalitet.

Östersund 2030 är en plats där hållbarhet, innovation, kultur och internationell öppenhet samspelar. Här är platsen både globalt relevant och djupt lokalt rotad. Genom pulserande upplevelser och en utveckling som sker med hjärtat blir Östersund ett självklart val – en hållbar, levande och välkomnande plats där människor möts, trivs och växer.

Östersund kännetecknas som en autentisk och värderingsdriven plats som tar ansvar för natur, kulturarv, lokalsamhälle och framtida generationer. Genom nära samverkan mellan entreprenörer, civilsamhälle och offentliga aktörer har ett utbud av unika och kvalitativa upplevelser vuxit fram. Detta stärker stoltheten bland invånare, lockar besökare och bygger långsiktigt värde från stadskärna till landsbygd. Här möts människor i gemensamma rum, i kulturen, i idrotten, i naturen och i vardagen. Den pulsen – tillsammans med platsens hjärta – skapar ett bättre Östersund där upplevelser, samhörighet och omtanke formar framtidens livskvalitet.

MÅLBILDER 2030

För att förverkliga visionen om Östersund 2030 och styra utvecklingen i en hållbar riktning har tre målbilder, en för varje hållbarhetsdimension, definierats. Dessa speglar strategins utpekade globala hållbarhetsmål och invånarnas samt aktörernas önskemål om framtidens Östersund.

EKOLOGISK MÅLBILD – MILJÖ OCH KLIMATSMART

- Östersund är en förebild i klimatanpassning, förnybar energi och cirkulär ekonomi.
- Transporter sker med låga utsläpp tack vare ökad andel aktiv mobilitet och nyttjande av kollektivtrafiken på platsen.
- Större utbud av hållbara upplevelser.

SOCIAL MÅLBILD – VÄLKOMNANDE OCH INKLUDERANDE

- Invånare känner sig delaktiga och stolta över Östersunds utveckling och identitet.
- Alla – oavsett bakgrund, ålder eller förutsättningar – har tillgång till kultur-, idrotts-, natur-, och friluftsupplevelser.
- Platsen Östersund erbjuder trygghet, möten, lugn och rörelse året runt som stärker hälsa, gemenskap och tillit.
- Samisk kultur och samiska språk ska ges utrymme och stärkas som en levande del av Östersunds gemensamma identitet.

EKONOMISK MÅLBILD – LEVANDE OCH ATTRAKTIVT ÅRET RUNT

- Besöksnäringen skapar hållbar tillväxt och sysselsättning året runt.
- Lokala företag och civilsamhället växer genom innovation, entreprenörskap och samverkan.
- Östersund är ett attraktivt val för inflyttare, etableringar samt för unga som vill återvända eller studera vidare.

NULÄGE OCH ANALYS

Underlaget till nulägesbilden bygger på en bred samling insikter från invånare, besökare, företag, föreningsliv och offentliga aktörer som deltagit i enkäter, intervjuer och dialoger. Analysen tar även stöd i utvärderingen av den tidigare planen för besöksnäringen (2019–2024), aktuell statistik, externa rapporter och omvärldsanalys.

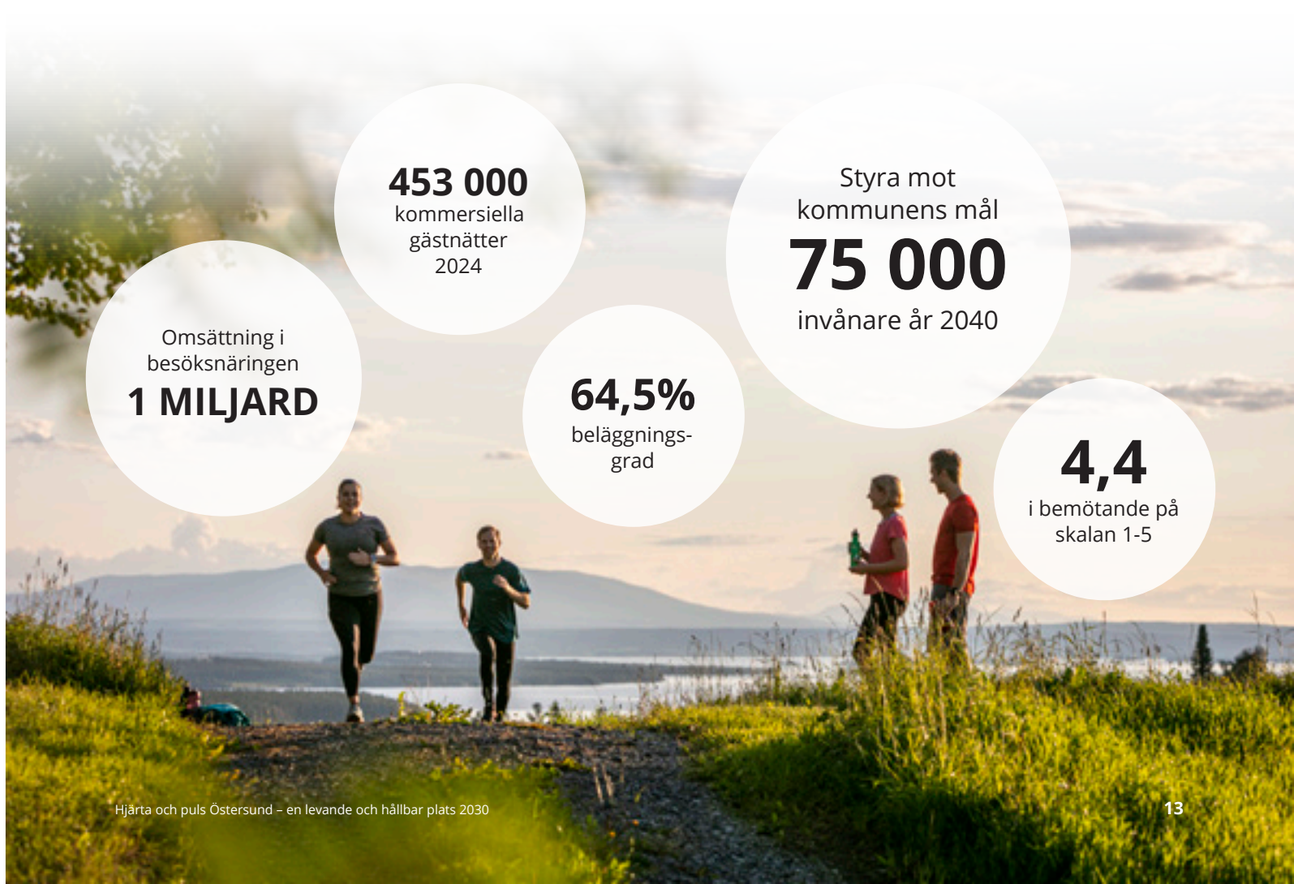
Östersunds besöksnäring har utvecklats stabilt de senaste åren med ökat antal gästnätter, stark turistekonomisk effekt och höga betyg i bemötande. Under 2024 noterades knappt 1,4 miljoner gästnätter, varav 453 000 kommersiella och över 815 000 icke-kommersiella gästnätter (besökare som bor hos släkt och vänner), och knappt 100 000 gästnätter genererades via exempelvis boende i eget fritidshus. Säsongsmönstret är tydligt, sommaren står för 42% av alla kommersiella gästnätter, vintern 32% och vår/höst 26%. Hotell står för 60% av de kommersiella gästnätterna, camping och stugbyar för 28%. Hotellens genomsnittliga beläggning 2024 låg på 64,5%, vilket är stabilt men med fortsatt potential framför allt utanför högsäsong.

Östersund är fortsatt stark på den svenska marknaden som står för 68% av våra besökare. Den norska marknaden står för 21%, resterande besökare kommer till exempel från Tyskland, Holland, Finland, USA och Storbritannien.

Två tredjedelar av alla besökare har Östersund som huvudmål för sin resa, övriga är på en rundresa med Östersund som ett av delmålen. Besökarnas ekonomiska bidrag är betydande. En genomsnittlig gäst spenderar drygt 2 800 kr per vistelse, där boende och restaurang/caféer står för omkring hälften av hela turistkronan. Den norska marknaden är den mest köpstarka.

Sedan den tidigare planen för besöksnäringen togs fram har omvärlden förändrats och besöksnäringens roll breddats. Fokus skiftar från enbart kvantitativ tillväxt till kvalitativa värden som livskvalitet, hållbarhet, trygghet, inkluderande upplevelser och attraktivitet året runt. Kunskapsunderlag i form av data, statistik och analys är grundläggande för att förstå förändringar i besöksflöden, följa utveckling över tid och synliggöra besöksnäringens sociala, ekonomiska och miljömässiga effekter.

Upplevelser är idag en central del av platsutvecklingen. De skapar meningsfulla möten mellan människor och platsen, stärker identitet och kultur, och bygger den attraktionskraft som både invånare, företag och besökare efterfrågar. En samordnad utveckling av upplevelser – från natur, kultur och idrott till gastronomi och evenemang – är därför avgörande för ett hållbart och konkurrenskraftigt Östersund.



STYRKOR

Östersund har en stark grund att bygga vidare på. De främsta styrkorna är:

1. Platsens identitet och livsmiljö

- Stad och natur i direkt samspel – fjäll, sjö och skog nära en levande stadskärna
- Trygg och levnadsvänlig stad med korta avstånd och tillgänglighet för många
- Autentisk småstadsdynamik kombinerad med kreativitet och livsstil

2. Upplevelser, evenemang och kultur

- Stark evenemangsprofil med internationella idrotts-evenemang
- Många småskaliga producenter av lokalt mathanverk och UNESCO Creative City of Gastronomy sedan 2010
- Rikt kulturliv och evenemang, starkt föreningsliv och engagerade eldsjälar

3. Näringsliv och kompetens

- Diversifierat företagsklimat
- Mittuniversitetets utbildningar, forskningsmiljöer och studenter bidrar till innovation, kompetensförsörjning och ett levande stadsliv. Det stadsnära campusområdet är en viktig del av Östersunds kreativa och öppna miljö
- Hög grad av samverkan mellan offentlig sektor, företag och civilsamhälle

UTMANINGAR

Östersund står likt många andra destinationer inför flera komplexa utmaningar som påverkar både attraktionskraft och hållbarhet. De viktigaste är:

1. Ekologiska och infrastrukturella utmaningar

- Klimatpåverkan från transporter till och från destinationen
- Brist på kollektivtrafiklösningar med hög kapacitet och sårbara transportmöjligheter
- Säsongsvariationer och ändrade resvanor försvårar helårssysselsättning och investeringsvilja
- Brist på lokaler och samordning begränsar kulturens potential att fullt ut bidra till attraktionskraften

2. Sociala och kulturella utmaningar

- Stadskärnans förändrade roll när fysisk handel minskar
- Begränsat internationellt upplevelseutbud som påverkar global synlighet
- Bostadsbrist, ekonomiska hinder och social ojämlikhet i samhället i stort

3. Organisatoriska utmaningar

- Målkonflikter mellan tillväxt, klimatmål och lokalsamhällets behov
- Brist på långsiktig prioritering och innovationskapacitet

4. Identitet och varumärke

- En för snäv extern bild riskerar att osynliggöra Östersunds bredd inom kultur, utbildning och innovation
- Risk att småskalighet och naturkoppling urholkas vid snabb utveckling och tillväxt

MÖJLIGHETER OCH UTVECKLINGSOMRÅDEN

Utifrån insikter från invånare, näringsliv och offentliga aktörer pekas följande möjligheter ut:

1. Infrastruktur och tillgänglighet

- Påverka utvecklingen av flyg, tåg och kollektivtrafik
- Integrera besöksnäringsperspektivet tydligare i samhällsplaneringen
- Fler bostäder och hållbara mobilitetslösningar

2. Attraktionskraft genom upplevelser

- Utveckla fler hållbara upplevelser och besöksmål
- Lyfta lokalt hantverk, kultur och samisk identitet
- Skapa fler årsbaserade aktiviteter och mötesplatser

3. Kultur, värdskap och inkludering

- Stärka kulturens roll genom nya lokaler och bättre samordning
- Arbeta med värdskap som gemensamt ansvar
- Bredda möjligheter för olika grupper att delta i och påverka utvecklingen

4. Hållbarhetsarbete och klimatomställning

- Stöd till företag och invånare i att göra hållbara val
- Utveckla cirkulära lösningar och bevara grönytor
- Tydliggöra mätbarheten i hållbarhetsarbetet

5. Levande stadskärna och evenemang

- Skapa en mer dynamisk och upplevelsedriven stadsmiljö
- Fler attraktiva events och kulturella koncept i stadskärnan
- Evenemang och möten med tydligt legacy – långsiktiga och positiva effekter

6. Samverkan och styrning

- Gemensam struktur för styrning och prioriteringar
- Fler korsfunktionella arbetssätt mellan aktörer för att driva platsutveckling tillsammans
- Tydlig ansvarsfördelning och bättre användning av data

7. Identitet, kommunikation och dragare

- Tydligare platsidentitet som förenar stad och landsbygd
- Bättre extern kommunikation av Östersunds hela bredd
- Fler starka dragare och upplevelsearenor som lyfter året-runt-turism

KOMMUNIKATION OCH MÅLGRUPPER

För att Östersund ska växa som hållbar destination behöver kommunikationen och målgruppsarbetet utgå från platsens identitet, lokala värden och förutsättningar. Samtidigt förändras resmönster genom digitalisering, distansarbete och ökade krav på hållbarhet, vilket kräver en tydligare och mer datadriven målgruppsstrategi. Gränsen mellan besökare och invånare suddas ut, och Östersunds utveckling – med nya etableringar och ökad inflyttning – gör det viktigt att kommunicera till målgrupper som både vill bo, verka och vistas här.

Östersund ska prioritera målgrupper som:

- Besöker släkt och vänner
- Söker autentiska, lokala och hållbara upplevelser och gärna återvänder
- Reser effektivt och har god tillgänglighet till destinationen
- Deltar i evenemang och möten med högt ekonomiskt värde
- Stannar längre genom longstay, distansarbete och livsstilsbaserat resande
- Besöker Östersund genom kunskapsdrivna reseanledningar

Med Östersundspulsen som kommunikativ kompass visar vi livet här: kontraster, närhet, kreativitet och rörelse mellan stad, sjö, fjäll och människor. Vi kommunicerar med relevans, i rätt kanal och med rätt ton för varje målgrupp – både nationellt och internationellt. Evenemang och upplevelser fungerar som etableringsfönster där företag, studenter och kompetens får uppleva Östersunds livskvalitet och möjligheter. Målgruppsarbetet omfattar därför både besökare, invånare och potentiella inflyttare.

För att nå våra målgrupper behöver vi arbeta med:

- Kommunikationsstrategier baserad på Östersundspulsen, med tydliga budskap och prioriterade målgrupper.
- Datadriven utveckling som gör Östersund till en synlig destination i AI-drivna sök- och informationskanaler.
- Konsekvent och inspirerande kommunikation som underlättar hållbara val för besökare och invånare.
- Värdskapsinsatser som gör invånare till lokala ambassadörer.
- Strategiska samarbeten med företag, varumärken, press, influensers och ambassadörsnätverk.
- Fokuserade satsningar på norsk, dansk och finsk marknad, utifrån befintliga transportlänkar och etablerade relationer.
- Jämställd, inkluderande och medveten kommunikation, till exempel utifrån HBTQI-perspektiv och med respekt för att Östersund är en del av Saepmie genom sydsamiska språk, namn och berättelser.
- Synlighet i relevanta internationella sammanhang och arbeta med tematiska reseanledningar.

Genom att kombinera rätt målgrupper, starka berättelser och datadriven kommunikation bygger Östersund relationer som stärker både hållbar tillväxt, attraktivitet och stolthet – för dom som bor här och för dom som kommer hit.

EVENEMANG OCH MÖTEN

Östersund är en etablerad evenemangsstad där korta avstånd, starkt värdskap och hög kompetens ger goda förutsättningar att skapa evenemang och möten året runt. Östersund är dessutom en ledande stad inom vinter Parasportevenemang genom att våra arenor håller hög internationell standard gällande tillgänglighet.

Evenemang bidrar inte bara med underhållning – de stärker platsvarumärket, lockar nya målgrupper, skapar turismekonomiska effekter och ger mervärden till kultur, idrott, handel och näringsliv. De fungerar också som mötesplatser för lärande, engagemang och beteendeförändring. Här finns det möjlighet att utveckla arbetet med evenemangens långsiktiga effekter – det positiva legacy som skapas lokalt efter att evenemanget ägt rum.

Mötesmarknaden har möjlighet att utvecklas och spela en lika viktig roll, från mindre affärsmöten till större kongresser. Med rätt infrastruktur och kapacitet kan Östersund bli en tydlig nod för kunskap, innovation och investering.

Inför framtida företagsetableringar öppnas ett naturligt fönster för att utveckla relevanta möten som stärker näringslivet, skapar nya samarbeten och långsiktigt bidrar till Östersunds position som mötesstad. För att nå nästa nivå i utvecklingen krävs dock rätt förutsättningar. Behovet av en centrumnära kongresshall och en ökad hotellkapacitet är tydligt – dessa investeringar är avgörande för att Östersund ska kunna konkurrera i nationella och internationella sammanhang, och därmed ta tillvara de möjligheter som uppstår när evenemangs- och mötesstaden byggs ihop till en helhet.

Tillgänglighet är en förutsättning för att stärka Östersunds position och kräver utveckling av samtliga transportslag med flyg-, tåg- och kollektivtrafiklösningar.

Samordningen av evenemang stärks genom Östersunds kommuns evenemangsgrupp där Destination Östersund AB och kommunens berörda förvaltningar tillsammans planerar, prioriterar och koordinerar evenemang. Detta ökar besöksnytta och skapar balans mellan större satsningar och lokala initiativ. Östersund kommuns Evenemangspolicy vägleder utvecklingen och tydliggör att evenemang i Östersund ska:

- Skapas i mångfald och året runt
- Bidra till tillväxt, livskvalitet och ett starkt platsvarumärke
- Vara socialt, ekonomiskt och miljömässigt hållbara
- Utvecklas i nära dialog med arrangörer och aktörer

Med rätt investeringar och samverkan kan Östersund ytterligare stärka sin position som attraktiv stad för evenemang och möten.

STADSKÄRNANS UTVECKLING OCH ROLLER FÖR PLATSEN

I Östersund möts fjällens och Storsjöns närhet med det urbana, tradition med nytänkande, vardag med upplevelse. Östersund ska ha en trygg, levande och inbjudande stadskärna där varje plats fyller ett tydligt syfte – inte bara vid stora event, utan varje vecka. En handelsmiljö som lockar genom närvaro, service och innehåll. En stad där nya invånare snabbt känner sig hemma, stannar längre och bidrar mer.

Arbetet vilar på tre grundpelare:

- **Platsens uttryck** – gestaltning, trygghet, tillgänglighet, årstidsanpassning
- **Platsens innehåll** – evenemang, handel, mat & dryck, kultur, lekfullhet och vardagsupplevelser
- **Platsens människor** – delaktighet, värdskap och samverkan mellan aktörer

För att stärka stadskärnans attraktionskraft krävs ett helhetsperspektiv där trygghet, innehåll, delaktighet och robust infrastruktur utvecklas parallellt. En levande stadskärna skapas genom att aktivera gator, torg och offentliga rum med gestaltning, tematisering och upplevelser där människor känner sig trygga, välkomna och delaktiga.

Framtidens stadskärna har därmed flera olika roller i Östersund:

1. Stadskärnan som vardagsrum – trygg, vacker och välkomnande

En stadskärna där människor känner sig hemma, stannar längre och upplever trygghet. Genom fokus på värme, små detaljer och tillgänglighet lyfts vardagens kvaliteter och gör plats för alla.

2. Stadskärnan som handelsplats – där framtidens köp upplevs

Handeln utvecklas från transaktion till upplevelse, med testarenor, service, rådgivning och kreativ marknadsföring. Det handlar om mötet med kunden, värdskap och att tillsammans med näringslivet, fastighetsägarna och kommunen stärka och utveckla logistiken för stadskärnan.

3. Stadskärnan som galleri – konsten skapar identitet och dialog

Offentlig konst och kultur integreras i stadsbilden för att stärka platsens berättelser, identitet och gemenskap. Genom samarbete över generations- och aktörsgränser fyller vi staden med berättelser och visuella uttryck som skapar eftertanke, glädje och sammanhang.

4. Stadskärnan som trädgård – gröna ytor som pulserar

Fler gröna ytor, sittplatser och urbana odlingar bidrar till trivsel, biologisk mångfald och en mer hållbar och estetisk stadsmiljö. Biologisk mångfald är en förutsättning för ekosystemtjänster som är centrala för en stad, exempelvis skönhet, temperatur, bullerreglering, omhändertagande av dagvatten och luftrening.

5. Stadskärnan som upplevelse – där kultur, mat, handel och evenemang möts

Kulturen är en bärande del av platsens identitet och attraktionskraft. Stadskärnan speglar Östersunds unika kultur och kreativitet — från samiska perspektiv och lokalt hantverk till gastronomi och samtida kulturuttryck — vilket skapar en sammanhållen, levande och autentisk upplevelse. Vi har dessutom en stark kulinarisk identitet med mathantverk, hållbart producerade råvaror och en tydlig koppling till landskap, säsong och kulturarv.

6. Stadskärnan som lekplats – rörelseglädje för alla åldrar

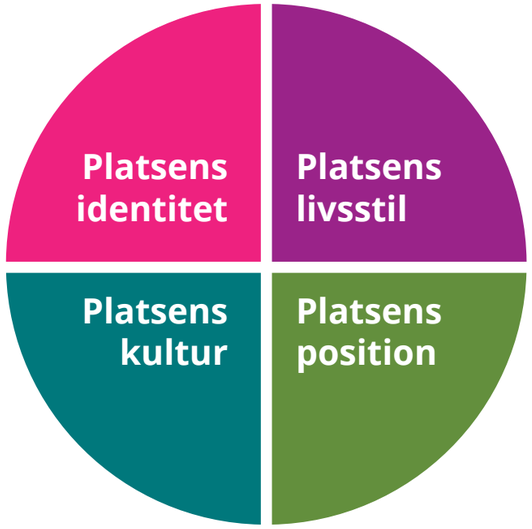
Lek, rörelse och aktiva installationer för alla åldrar stärker folkhälsa, spontan gemenskap och upptäckarglädje som ökar vistelsetiden och sprider flöden i centrum.

7. Stadskärnan som kreativ hubb – idéutbyte och nya möten

I framtidens attraktiva stadskärna är det mötet mellan människor som skapar platsens puls, identitet och framtidstro. Att utveckla nya mötesplatser samt kroka arm med befintliga arenor – där entreprenörer, studenter, föreningsliv, invånare och besökare möts och bygger framtidens Östersund.

FYRA STRATEGISKA FOKUSOMRÅDEN

De strategiska fokusområdena är baserade på Östersundspulsens fyra delar för platsens identitet, livsstil, kultur och internationella positionering. Vår gemensamma berättelse som lyfter fram platsens själ och rytm. Varje område är en viktig byggsten för att skapa en attraktiv plats för både invånare och besökare. Den röda tråden är kontrasten mellan stad, sjö och fjäll som speglar vad som gör Östersund unikt och attraktivt – både som livsplats och destination.



PLATSENS IDENTITET – STADEN I JÄMTLAND

Östersund är Staden i Jämtland – där naturens stillhet möter stadens puls. Här finns en tydlig identitet byggd på kultur, kreativitet, gastronomi, entreprenörskap och en lång tradition av öppenhet och handel. Kombinationen av urbana kvaliteter och närhet till naturen präglar både vardagslivet och platsens attraktionskraft. Staare – Östersund – betyder ”staden” på samiska och har länge varit en central plats för samer i regionen. Östersund fungerar som ett regionalt samiskt nav med etablerade institutioner, organisationer och kunskapsmiljöer. Renskötseln är en bärande del av det samiska kulturarvet och bedrivs av tolv samebyar i fjäll- och skogslandskapet som omger staden.

Besöksnäringen spelar en central roll i att stärka platsens identitet. Genom att synliggöra kulturarvet, lyfta den lokala maten, utveckla stadskärnan och skapa nya upplevelser och evenemang förstärks Östersund som en levande stad och ett självklart nav i regionen. Fler reseanledningar, längre vistelser och aktivering av stadskärnan bidrar till en attraktiv och livskraftig stad – året runt.

Målsättningar

1. Östersund ska ha ett tydligt, samlat och hållbart uttryck i all kommunikation och platsutveckling.

Syfte: Att förvalta och utveckla Östersunds identitet i linje med lokala värden, kulturell integritet, delaktighet och hållbar utveckling.

Indikator	Målvärde	Källa
Andel besökare som upplever Östersund som en hållbar destination och plats **Hur hållbar upplever du att Östersund är som plats och destination?*	Målvärde sätts 2026	Gästundersökning
Andel projekt med samiskt samråd	100% när relevant	DOAB:s effektrapport
Invånarnas nöjdhet med stadens identitet/ uttryck	Observationsindikator	Invånarundersökning, Östersund kommuns medborgarundersökning, Imageundersökning
Andel invånare som känner stolthet för Östersund	Observationsindikator	Invånarundersökning, Östersund kommuns medborgarundersökning, Imageundersökning

2. Besöksnäringen ska bidra till fler sysselsatta, fler företag och ökad omsättning – med fokus på kvalitativ och hållbar tillväxt.

Syfte: Att besöksnäringen bidrar till lokal tillväxt, fler arbetstillfällen och stärkt livskvalitet i både stad och landsbygd.

Indikator	Målvärde	Källa
Omsättning inom besöksnäringen	2024: 1 miljard 2030: 2 miljarder	Nordanalys,Tillväxtverket
Beläggningsgrad hotell *Årligt genomsnitt*	2024: 64,5% 2030: 66%	SCB
Totalt antal gästnätter kommersiella boendeanläggningar *Hotell, vandrarhem, camping*	2024: 463 000 gn 2030: 510 000 gn	SCB
Antal övernattningar privatuthyrda boenden	Observationsindikator	Jämtland Härjedalen Turism, SPRIT-undersökning (Spridningseffekter inom turism)
Antal anställda + företag i besöksintensiva branscher	Observationsindikator	SNI-koder SCB, Tillväxtverket

3. Östersunds gastronomi, kultur och samiska identitet ska vara synliga, tillgängliga och integrerade i staden. Stadskärnan ska stärkas som vardagsrum, handelsplats och kulturell mötesplats.

Syfte: Att lyfta, skydda och vidareutveckla Östersunds kultur, gastronomi, stadskärna och samiskt arv som bärande delar av platsidentiteten.

Indikator	Målvärde	Källa
Antal kulturella inslag, konst och belysning i prioriterade urbana miljöer	Minst 10 nya kultur-, konst- eller ljusinstallationer fram till 2030	DOAB:s effektrapport
Antal prioriterade urbana platser utvecklade enligt BID-modell (Business Improvement District)	2030: 3 nya utvecklingsområden	DOAB:s effektrapport
Antal samiska evenemang	Sätts i dialog med samiska institutioner	Samiska institutioner

4. Fler upplevelser ska utvecklas på ett sätt som sprider besöksflöden över året och ökar vistelselängden, utan att belasta känsliga miljöer.

Syfte: Att skapa en mer balanserad destination som stärker den lokala ekonomin genom en jämnare efterfrågan och besökare som stannar längre.

Indikator	Målvärde	Källa
Antal säsongsförlängande evenemang och aktiviteter	2030: Minst 4 nya	DOAB:s effektrapport
Ökad vistelselängd	2023: 3,5 dagar 2030: 4,5 dagar	Gästundersökning, SCB
Gästnätter utanför högsäsong på kommersiella boenden *September–november + januari+ april-maj*	2024: 177 000 gn 2030: +3 % *September–november: 89 505 gn* *Januari: 23 255 gn* *april-maj: 64 343 gn*	SCB, Benchmark Alliance

Att lyfta i kommunikation

- Ett rikt mat- och kulturliv
- Starka evenemang året runt
- Företagande och innovation
- Närhet mellan stad, sjö och fjäll
- Kombination av stadspuls och levande landsbygd

PLATSENS LIVSSTIL – ETT AKTIVT OCH MENINGSFULLT LIV

Östersunds livsstil bygger på balansen mellan stadens puls och naturens lugn. Här är naturen alltid nära och de fem årstiderna som formar sättet vi lever på. Livsstilen präglas av rörelse, hälsa och enkel tillgång till rekreation, samtidigt som stadens utbud av kultur, idrott, arbete och service ger energi och möjligheter.

Besöksnäringen stärker denna livsstil genom att utveckla och tillgängliggöra Östersunds stadsnära natur, friluftsområden och upplevelser i staden. På så sätt bidrar näringen till ökat välmående, stolthet och livskvalitet – samtidigt som Östersund tydligt positionerar sig som en plats där naturen alltid är nära och där ett aktivt liv är möjligt för alla. Mötet med naturen bidrar till ökat välbefinnande, stolthet och ett livsmönster där hållbar livsstil och platsens identitet förstärker varandra.

Målsättningar

1. Säkerställa att Östersunds stadsnära natur och friluftsområden nyttjas, bevaras och utvecklas, med balans mellan besökstryck och tillgänglighet.

Syfte: Att stärka Östersunds livsstilsprofil genom informationsinsatser och hållbar utveckling av stadsnära natur, idrott och friluftsområden och upplevelser.

Indikator	Målvärde	Källa
Öka antalet reseanledningar kopplade till friluftsliv och stadsnära aktiviteter	2030: Minst 5 nya	DOAB:s effektrapport
Andel tillgängliga och stadsnära natur- och friluftsområden *Fysisk och digital anpassning, samt via klimatsmarta transporter*	Observationsindikator	Östersund kommun, Länsstyrelsen

2. Skapa livsstilsbaserade reseanledningar som stärker Östersunds konkurrenskraft och breddar upplevelseutbudet.

Syfte: Att ge invånare och besökare goda förutsättningar till rörelse, rekreation och naturupplevelser som bygger hälsa, gemenskap och livskvalitet genom balans mellan arbete och fritid.

Indikator	Målvärde	Källa
Antal nya upplevelser och paketeringslösningar	2030: Minst 8 nya koncept	DOAB:s effektrapport
Andel besökare som är ambassadörer	2025: 48% 2030: 52%	Resa i Sverige
Net Promoter Score (NPS) besökare **Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera andra att besöka Östersund?* **Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Östersund till släkt och vänner som besöksmål?*	2025: 26 2030: 30	Resa i Sverige
Net Promoter Score (NPS) invånare **Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera andra att flytta till Östersund?* **Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Östersund till släkt och vänner som besöksmål?*	Observationsindikator	Invånarundersökning, Östersund kommuns medborgarundersökning
Besökssiffror för Östersunds största besöksmål	Observationsindikator	Jämtland Härjedalen Turism, Fakta om turismen

Att lyfta i kommunikation

- Livsstilen som kombinerar aktivt liv med vilopuls
- Våra fem årstider
- Storsjön och Vinterparken
- Närheten mellan stad och fjäll

PLATSENS KULTUR – MÄNNISKOR OCH IDÉER

Östersund är en plats där kultur, kreativitet och mångfald formar vardagen. Här möts traditioner, berättelser och innovativa idéer – från samiskt kulturarv och lokala eldsjälar till gastronomi, design och samtida kulturuttryck. Som UNESCO Creative City of Gastronomy har Östersund en unik position där mat, kultur och kreativitet samspelar och skapar möjligheter för både invånare och besökare. Samisk kultur och identitet ska vara en synlig, levande och utvecklande del av Östersunds profil.

Besöksnäringen spelar en central roll i att skapa arenor för möten och delaktighet för denna kulturella puls. Genom upplevelser, evenemang, värdskap, lokal mat och kreativa initiativ bidrar näringen till ett öppet, inkluderande och välkomnande Östersund – där människor känner tillhörighet och nyfikenhet. Kulturens bredd och småskalighet är en kraft som binder samman och stärker samarbeten mellan näringsliv, akademi, föreningsliv och invånare vilket bygger en plats där idéer kan växa.

Målsättningar

1. Utveckla och stärka Östersunds kulturprofil i samverkan och med respekt för lokal identitet och mångfald.

Syfte: Att Östersund ska ha en sammanhållen och inkluderande modell för kulturens roll i platsutvecklingen – där kulturutövare, samiska aktörer, akademi, civilsamhälle och besöksnäringen medverkar.

Indikator	Målvärde	Källa
Antal internationella samarbeten inom gastronomi och kulturella och kreativa näringar	Sätts inom samverkan mellan Östersund kommun, Region Jämtland Härjedalen och Mittuniversitetet	Trepartnerskapet för Östersund inom UNESCO Creative Cities Network
Andel kulturprojekt med samiskt samråd	100% när relevant	DOAB:s effektrapport
Upplevelse hos näringsliv och akademi av besöksnäringens roll i att stärka regionens attraktionskraft	Observationsindikator	DOAB:s partnerenkät, lokala nätverk, samarbeten och projekt

2. Kultur, mat, evenemang och kreativa uttryck ska utvecklas som tydliga reseanledningar och integreras på ett sätt som stärker upplevd kvalitet, innovationskraft och lokal förankring.

Syfte: Att stärka kulturens och gastronomins roll som bärande delar i Östersunds långsiktiga upplevelse- och platsutveckling.

Indikator	Målvärde	Källa
Antal kultur- och matbaserade reseanledningar	2030: Minst 5 nya	DOAB:s effektrapport
Betyg i värdskap och bemötande *På 5-gradig skala*	2025: 4,4 2030: 4,6	Gästundersökning
Andel invånare som upplever att besöksnäringen bidrar med positiva värden **Tycker du att besöksnäringen gynnar invånarna och bidrar med värde för Östersund?*	2030: Mer än 80%	Invånarundersökning
Andel större evenemang som integrerar lokalt producerad mat och dryck *Av de som mottagit ekonomiskt stöd*	I samråd med Evenemangsgruppen	Arrangörsdata, Evenemangsgruppen
Omsättning inom kreativa och kulturella näringar	Observationsindikator	SCB

Att lyfta i kommunikation

- Småskaligt och gränsöverskridande
- Eldsjälar och färgstarka initiativ
- Mångsidigt och mångkulturellt
- Kreativa miljöer, kulturmöten och evenemang
- Öppenhet, mångfald och välkomnande värdskap

PLATSENS POSITION – ÖSTERSUND I VÄRLDEN

Östersund är en plats som skapar värde långt utanför regionens gränser. Genom idrott, kultur, gastronomi, innovation och internationella evenemang når Östersund ut i världen och sätter platsen på kartan. Det stärker platsvarumärket och gör Östersund till ett attraktivt val för besökare, studenter, inflyttare och investerare – samtidigt som det bygger stolthet hos dom som bor här. Att lyfta Östersunds roll i världen skapar även möjlighet till kunskapsdelning för att driva hållbar utveckling och nå gemensamma mål.

Besöksnäringen är en strategisk motor i denna utveckling. Genom evenemang, möten, gastronomi och internationella samarbeten bygger näringen relationer, synlighet och ger möjlighet till effekter som stärker platsens långsiktiga konkurrenskraft. Tillgänglighet är en förutsättning för att stärka Östersunds position och kräver omställning av samtliga transportslag för klimatsmarta flyg-, tåg- och kollektivtrafiklösningar.

Målsättningar

1. Östersund ska vara en internationellt synlig och hållbart positionerad destination med en tydlig och lokalt förankrad profil.

Syfte: Att styra och utveckla Östersunds internationella position i linje med hållbara standarder, global synlighet och lokal identitet.

Indikator	Målvärde	Källa
Andel gästnätter från internationella marknader (exkl. Norge)	2024: 42 700 gn 2030: 51 200 gn	SCB
Antal gästnätter norska marknaden	2024: 94 000 gn 2030: 110 000 gn	SCB
Antal internationella samarbeten genom evenemang, gastronomi och hållbarhetsnätverk	Observationsindikator	DOAB, Östersund kommun, Mittuniversitetet
Kultur, idrott, gastronomi, Saepmie och kreativa uttryck stärks och används som bärande delar i Östersunds globala positionering	Observationsindikator	DOAB:s effektrapport

2. Evenemang, möten och internationella samarbeten ska stärka näringslivet, skapa mätbara legacy-effekter, bidra till exportmognad och sprida affärsmöjligheter över året.

Syfte: Att evenemang, möten och besöksnäringen skapar social och ekonomisk nytta genom global synlighet och lokal tillväxt.

Indikator	Målvärde	Källa
Antal evenemang och möten utanför högsäsong *Augusti–november + april–maj*	15 nya möten eller evenemang per år där merparten förläggs utanför högsäsong	DOAB:s effektrapport
Evenemangs- och mötesförfrågningar	2030: Ökat med 50% från 2025	DOAB:s effektrapport, Evenemangsgruppen
Andel evenemang som arbetar aktivt med och rapporterar legacy-effekter *Av de som mottagit ekonomiskt stöd*	I samråd med Evenemangsgruppen	Arrangörsdata, Östersund kommun
Ökat antal upplevelser och produkter för internationell marknad	2030: Minst 4 nya	DOAB:s effektrapport

3. Östersunds mötes- och evenemangssektor ska vara strukturellt hållbar genom minskade utsläpp, ökad andel certifierade aktörer och en tydlig omställning till klimatsmarta transporter.

Syfte: Att systematiskt minska klimatpåverkan och stärka hållbarhetsarbetet inom möten, evenemang och besöksnäring i linje med erkända standarder.

Indikator	Målvärde	Källa
Antal hållbarhetscertifierade hotellrum i Östersund	2025: 70% 2030: Minst 85%	DOAB:s effektrapport
Antal hållbarhetscertifierade konferensanläggningar	2025: 44% 2030: Minst 60%	DOAB:s effektrapport
Årligen återkommande evenemangsarrangörer med offentlig hållbarhetspolicy *Som mottagit ekonomiskt stöd*	2030: 100%	DOAB:s effektrapport, Evenemangsgruppen
Antal certifierade evenemang	2030: Minst 3 lokalt återkommande evenemangsarrangörer	DOAB:s effektrapport
Resande med kollektivtrafik inom Östersund	2024: 17% 2030: minst 20% av färdmedelsfördelningen sker med kollektivtrafik	Östersund kommun
Minskade koldioxidutsläpp från besöksnäringen	Att senast 2028 tagit fram en Climate Action Plan	Destination Östersund, Östersund Kommun
Andel fossilfria transporter kopplat till större evenemang	Observationsindikator	DOAB:s effektrapport, Evenemangsgruppen

Att lyfta i kommunikation

- Evenemang och prestationer i världsklass
- Entreprenörskap och innovativa idéer
- Jämtländsk gastronomi
- En del av Saepmie – kultur, kunskap och identitet
- Initiativ för en hållbar värld

TILLSAMMANS FÖR ÖSTERSUND

Utvecklingen av Östersund som hållbar destination bygger på samverkan. Ingen aktör kan ensam driva utvecklingen – styrkan ligger i hur vi arbetar tillsammans, hur vi samordnar våra resurser och hur vi bidrar där vi har störst påverkan. Utvecklingen står och faller med var och en av oss – vi blir det vi gör tillsammans. Strategin visar riktningen, men det är i samverkan som den blir till verklighet.

SAMVERKAN I PRAKTIKEN

För att strategin ska få effekt behöver samverkan vara strukturerad, kontinuerlig och konkret. Vår gemensamma puls blir starkare när alla drar åt samma håll. Därför arbetar vi tillsammans genom tre typer av samverkansmodeller:

1. Gemensamma plattformar och nätverk

Regelbundna forum där aktörer möts kring frågor som upplevelser, evenemang, hållbarhet, kommunikation, stadsutveckling och kultur. Dessa forum:

- stärker dialog och samsyn
- gör det möjligt att koordinera resurser och prioritera gemensamma insatser
- skapar en helhetssyn på platsutvecklingen

2. Mötesplatser för strategi och lärande

Återkommande träffar, workshops och kunskapsutbyten där vi analyserar nuläge, delar erfarenheter och justerar riktningen tillsammans. De ger:

- transparens
- snabbare beslutsvägar
- lärande mellan offentlig sektor, företag och civilsamhälle

3. Gemensamma projekt och initiativ

Kraftsamlingar där flera aktörer bidrar med sina resurser kring projekt som skapar konkreta resultat och driver platsens utveckling.

- hållbara upplevelser
- evenemangsutveckling
- stads- och landsbygdsutveckling
- digitalisering och data
- kultur och varumärke

ROLLER OCH ANSVAR

Tydliga roller är avgörande för en fungerande samverkan. Strategin utgår från att varje aktör kan bidra inom sin direkta rådighet, sin indirekta rådighet och genom påverkan.

Gemensamt ansvar

- Varje aktör har ansvar att verka för hållbarhet, trygghet och inkludering.
- Genom att dela erfarenheter och resultat med varandra skapas lärande och möjlighet att förbättras kontinuerligt.
- Östersund ska vara en stad där alla känner sig välkomna och har möjlighet att bidra till platsens utveckling.
- Vi behöver värna ett samtalsklimat där vi kan hålla isär sakfrågor från långsiktiga mål, och arbeta framåt även i en polariserad värld.
- Tillsammans skapar vi Östersund – en plats för nuvarande och framtida generationer att trivas i och vara stolta över.

Destination Östersund

Destination Östersund AB är näringslivets gemensamma plattform för att tillsammans med offentliga verksamheter och andra aktörer stärka Östersund som hållbar och attraktiv destination och plats. Som samhällsnyttigt bolag samordnar och driver DOAB insatser som utvecklar upplevelser, evenemang, platsidentitet och marknadsföring av Östersundsregionen.

Direkt rådighet:

- kvalitetssäkra egen verksamhet med fokus på hållbarhet
- platsutveckling, marknad & kommunikation, möten & evenemang, besöksservice, strategi & utveckling

Indirekt rådighet:

- skapa förutsättningar för aktörer att agera hållbart
- underlätta hållbara val för invånare och besökare

Rådighet genom påverkan:

- samordna nätverk och partnerskap
- driva gemensam platsmarknadsföring och varumärke
- följa upp och rapportera hållbarhetsarbete
- påverka policyutveckling

Östersunds kommun

Skapar ramar, möjligheter och struktur.

- fysisk planering, infrastruktur och offentliga miljöer
- policy, styrmedel, finansiering och regelverk
- hållbar stadsutveckling och säkerställer samråd och delaktighet, inklusive integration av samiska perspektiv
- viktig för demokrati och inkludering

Näringslivet

Motor för innovation, utveckling och upplevelser.

- utvecklar hållbara produkter, tjänster och upplevelser
- deltar i projekt, nätverk och kunskapsutbyte
- erbjuder värdskap och ambassadörskap
- skapar arbetstillfällen och stärker platsens attraktivitet

Mittuniversitetet

Kunskapsdrivare och innovationskraft.

- forskning och analyser kopplat till turism, hållbarhet, digitalisering och samhällsutveckling
- ledande roll i utvecklingen av ett samiskt utbildnings-centrum, vilket stärker tillgången till urfolkskunskap och delaktighet i platsutvecklingen
- utbildningar som säkrar framtida kompetens
- studenter som bidrar till liv, efterfrågan och kreativitet
- ett aktivt campus som stärker stadskärnan och den sociala miljön

Civilsamhället

Energi, engagemang och folklig förankring.

- skapar kultur, idrott, evenemang och sociala mötesplatser
- bidrar till trygghet, gemenskap och inkludering
- bär viktiga delar av Östersunds identitet

Samiska institutioner

Bärare av urfolkskunskap, kultur och språk.

Gaaltije, Sametinget, samiskt informationscentrum, samebyar och samiska kulturutövare bidrar med:

- kulturutveckling och traditioner
- samråd i relevanta projekt
- språk, gestaltning och berättelser
- levande samtida kulturuttryck

Dessa perspektiv integreras som en levande del av Östersunds identitet, inte enbart ett inslag i besöksutbudet.

Invånare

Platsens hjärta.

- deltar i dialoger, undersökningar och utvecklingsinitiativ
- bidrar till trygghet, värdskap och hållbar livsstil
- fungerar som ambassadörer som visar vad Östersund är

SLUTORD

Hjärta och puls Östersund är mer än strategins namn – det är det gemensamma förhållningssätt som vägleder vårt arbete framåt. Det bygger på övertygelsen om att hållbar utveckling skapas tillsammans genom att varje aktör tar ansvar för sin del och genom att vi använder vår samlade kraft för att skapa en levande, inkluderande och pulserande plats där människor vill leva, arbeta, besöka och växa.

Framgång avgörs inte av orden här, utan av hur vi omsätter dom i handling. Strategin uttrycker riktningen för hur vi utvecklar Östersund med omtanke, närvaro och långsiktighet. Det kräver mod att prioritera, förmåga att samarbeta över gränser och en vilja att låta upplevelser vara en drivkraft för utveckling. Östersund har starka förutsättningar och en tydlig identitet som förenar stad, sjö och fjäll. Nu handlar det om att använda dessa styrkor och förvalta dem, samtidigt som vi möter framtidens utmaningar med nyfikenhet och ansvar.

Tack till alla som bidragit med kunskap, insikter och engagemang under processen. Nu fortsätter arbetet – i vardagen, i möten, i beslut och i de initiativ som formar framtidens Östersund.

KÄLLOR

Rapporter och strategier

- Visit Hornborgasjön (2022). *Rapport Hållbar platsutveckling genom turism*. https://www.vastsverige.com/hornborgasjon/en-hallbar-destination/tillvaxtverksprojektet/
- Visit Hornborgasjön (2023). *Rapport Hållbar platsutveckling genom turism 2.0*. https://www.vastsverige.com/hornborgasjon/en-hallbar-destination/tillvaxtverksprojektet/
- Placebrander (2025). *Trendrapport 2025*. Trendrapporter - Placebrander
- ETOUR (2020). *Rapport Besöksnäringens roll för regional utveckling*. https://www.miun.se/Forskning/forskningscentra/etour/ETOURs-Rapportserie/Publikationsarkiv/besoksnaringens-roll-for-regional-utveckling--ett-nedslag-i-jamtland-harjedalen/
- Nordiska Ministerrådet (2025). *Nordic Tourism Plan 2025-2030*. https://www.norden.org/sv/node/93024
- Landsbygds- och infrastrukturdepartementet (2025). *Ny strategi för levande och trygga städer*. https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/skrivelse/2025/02/skr.-20242596

Webbsidor

- Global Destination Sustainability Index https://www.gds.earth/index/
- Tourism4SDGs https://tourism4sdgs.org/
- UN Tourism https://www.untourism.int/sustainable-development
- Destination Criteria, Global Sustainable Tourism Council https://www.gstc.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/
- Kunskapsbank för turism och besöksnäring, Tillväxtverket https://kunskapbesoksnaring.se/platsutveckling/om-begreppet-platsutveckling
- Kunskapsbank för svensk besöksnäring, Visit Sweden https://corporate.visitsweden.com/kunskap/
- Prioriteringar för hållbar turism och konkurrenskraftig besöksnäring, Svensk Turism AB https://www.svenskturism.se/prioriterade-fr%C3%A5gor-1
- Östersundspulsen https://www.ostersundspulsen.se

LOKALA OCH REGIONALA STYRDOKUMENT

Strategin *Hjärta och puls Östersun*d samspelar med ett antal lokala och regionala styrdokument som vägleder platsens långsiktiga utveckling. Genom att lyfta upplevelser, hållbarhet och samverkan bidrar strategin till att konkretisera och operationalisera de lokala och regionala styrdokumenten där besöksnäringen används som ett verktyg för hållbar utveckling, ökad attraktivitet och levande platser året runt. Här listas ett urval av styrdokumenten med tydligast koppling.

Styrdokument	Ansvarig organisation
Näringslivsstrategi för hållbar tillväxt 2022–2026	*Östersund Kommun*
Evenemangspolicy	*Östersund kommun*
Översiktsplan 2040	*Östersund kommun*
Klimat och energistrategi 2024–2027	*Östersund kommun*
Ett Östersund för alla 2022–2027	*Östersund kommun*
Regional utvecklingsstrategi Jämtlands län 2050	*Region Jämtland Härjedalen*
Program för smart specialisering i Jämtland Härjedalen 2021–2027	*Region Jämtland Härjedalen*
Samisk utvecklingsstrategi Jämtland Härjedalen	*Stiftelsen Gaaltije, Region Jämtland Härjedalen*
Regional energi- och klimatstrategi 2025–2030	*Länsstyrelsen Jämtlands län, Region Jämtland Härjedalen*
Regional mat- och livsmedelsstrategi 2026-2035	*Region Jämtland Härjedalen, Länsstyrelsen Jämtlands län*

nestorville.se | printson.se

destination östersund
MEDFINANSIERAS AV
REGION JÄMTLAND HÄRJEDALEN
JÍEMHTEN HERJEDAELIEN DAJVE
Medfinansieras av Europeiska unionen