

sailer

[people + curiosity]

FRAMTIDENS ÅLANDSBESÖK

Slutrapport 4.9.2025

Oy Sailer X Visit Åland



VARFÖR ÅLAND?

sailer

STÄMNING

En av de största orsakerna för att resa till och trivas på Åland är stämningen som beskrivs som **hemtrevlig och mysig**.

Faktorer som bidrar till stämningen:

- Lagom stort → Närhet och korta avstånd bidrar till en känsla av enkelhet
- Vacker och unik skärgård → Havets konstanta närvaro känns överallt
- Mariehamn är tryggt och har allt som behövs
- Servicen får uppmärksamhet då personalen upplevs som vänlig "överallt".

Åland har alltså en sympatisk atmosfär och det känns litet, välordnat och lugnt. Detta är en starkt bidragande orsak till att återvända till Åland.



sailer

“Kul att man inte alltid behöver vara i Sverige utan att
man kan stanna lite här.”

– Konsument

“Här är det enkelt. Åland har sin egna stämning, lite
europeiskt och lite som Sverige.”

– Konsument

“Vi kommer hit för att det är nära, tryggt och
det finns trevliga människor.”

– Konsument

NATUR & KULTUR

Tydligt största faktorn som får beröm genom hela undersökningen, är naturen. Resenärerna vill uppleva den **oberörda och unika naturen** och en del tycker historien och kulturen är viktig att lära sig mer om.

“Väldigt speciell natur! Vägarna är ju röda, naturen är väldigt annorlunda än i Finland och Sverige.”

Historiska intressen innebär att upptäcka t.ex. Kastelholms slott och Sjöfartsmuséet. Även **det åländska** och geografiska läget mellan Finland och Sverige väcker intresse, och det är något som folk kommer från inlandet (Finland) för att uppleva.

Satsning på marknadsföring i inlandet kunde få väckt en inrikesresenärs (även en växande trend) intresse.



sailer

“Kul att visa barnen att det finns en sån här del av Finland.”

– Konsument

“Det är ju egentligen kultur och natur vi har att uppleva.”

– Researrangör

“Kastelholms slott är ett ställe jag nu har besökt nästan alla gånger jag har varit här. Jag tycker att det är så vackert liksom.”

– Konsument

GENUINA ÅLAND

Resenärerna förväntar sig uppleva “ett genuint Åland”. De vill smaka, se och uppleva den åländska stämningen, naturen och **maten**.

Åland är en perfekt destination för genuin turism i.o.m. storleken, avlägsenheten och idyllen.

Resenärer vill uppleva platser på **samma sätt som lokalbefolkningen** gör. Målet är att få en genuin inblick i den lokala kulturen, livsstilen och naturen, vilket skapar minnesvärda och personliga resor.

- Den här trenden är ett svar på masskonsumtionen inom turismen (se nästa sida).

Med genuina matupplevelser menas lokala produkter, som allt självodlat (äppelträdgårdar, potatisland), lokala delikatesser som Ålandspannkakan och åländska svartbrödet, samt åländska bryggerier och mejeriprodukter.



TRENDEN “GENUIN TURISM”

- **Boende:** Fler väljer att bo på mindre, familjeägda hotell eller hyra en lägenhet via tjänster som Airbnb i boende, istället för att bo på stora hotellkomplex. Detta ger en mer autentisk känsla av att "bo" på platsen.
- **Matupplevelser:** Istället för att äta på restauranger i de mest populära turistområdena, letar man upp små, lokala matställen som är populära bland lokalbefolkningen. Matlagningskurser där man får lära sig laga traditionella rätter blir allt vanligare.
- **Aktiviteter:** Resenärer deltar i aktiviteter som speglar den lokala kulturen, som exempelvis en guidad tur med en lokalbo, besök på en gårdsmarknad, eller att volontärarbeta. Det handlar om att göra saker, inte bara se dem.
- **Vad betyder detta för Åland?**
 - **Många söker sig till mindre kända och lugna städer och regioner för att undvika massturismens mest populära platser.**



“Åländskt hemvete eller svartbröd är annorlunda, det kunde finnas en kurs som “lära dig baka bröd på 2h”, “mjölka en ko”, “ta små båtturer” – den här typen av genuina grejor är vi inte bra på – men det kunde finnas efterfrågan på!”

– Researrangör

“Man är ju genuint stolt över det lokalproducerade – man är långt självbesörjande – det är åländskt man vill bjuda på, t.ex. Ålandspannkaka, det är så åländskt som det bara kan vara!”

– Researrangör

TRYGGHET OCH LUGN

- **Trygghet och lugn** nämns ofta av både konsumenter och researrangörer när vi diskuterar orsaker för att besöka Åland.
- Besökarna upplever och har en uppfattning om låg kriminalitet, oberoende om det är sant eller ej.
- Trygghetskänslan kunde t.o.m. ses som en anledning att överväga att flytta till Åland (från Sverige).

Trygghet kan ses som en av de viktigaste faktorerna vid val av bostadsområde för en växande del av befolkningen, särskilt för barnfamiljer och äldre. **Även världssituationen med konflikter och ekonomisk osäkerhet kan påverka valet av resmål till något tryggt där man kan slappna av och njuta av livet utan bekymmer.**



sailer

“Jag tror att man har det bra här. Om man bor här.”

– Konsument

“Man behöver lugnet. Det är så vackert med havet, det är
rogivande. Nästan alla skulle behöva det.”

– Konsument



RESANDET TILL OCH PÅ ÅLAND

sailer

BOKNINGSMÖNSTER

Undersökningen stöder Visit Ålands uppfattning om att **bokningarna görs i sista sekund.**

“Avståndet mellan resa och bokning blir bara kortare och kortare hela tiden, beslutet blir allt senare.”

Ett annat mönster som framkommit under de senaste åren, är att **kunderna bokar boendet först och efter det resan till destinationen.** Tidigare bokade resenärer ofta resan först och boendet sen.

Detta tyder på att boendet och upplevelsen framme på destinationen är viktigare än själva resan för besökarna. Understöds även av trenden “genuin turism”.



sailer

“Vi bestämde oss i sista sekund och så tänkte vi Åland.
Vi provar om det finns något ledigt.”

– Konsument

“Vi är sådana semestrare att vi aldrig planerar. För vi
har konstaterat att något vi planerar ändå inte
förverkligas. Och det leder till besvikelser.”

– Konsument

“Så fort man börjar Googla så kommer ju Facebook-
flöden och Instagram med tips om vad man ska se.”

– Researrangör

RESANDET MED BIL

Att **resa med (egen) bil känns som en norm** för de som besöker Åland. De som har tillgång till bil upplever att resandet till och på Åland är väldigt **enkelt och behändigt**.

Det som påverkar resandet med bil är naturligtvis att det känns lätt och behändigt att ta sig till Åland med hjälp av rederierna och fartygen.

“Allt är nära på Åland så det är enkel att ta sig omkring med bil och cykel.”

Så länge resenären har sitt eget färdmedel med sig upplevs Åland som ett simpelt och lätt sätt att resa till och på.



“Speciellt om man har bil kan uppleva mycket på kort tid.
Det uppskattas också.”

– Researrangör

“Om du vill koppla av snabbt från vardagen kan du komma
hit och direkt börja varva ner och stanna upp.”

– Konsument

“Eftersom vi har en mycket kort gemensam semester med
min partner, är detta en enkel plats att snabbt komma till
och få semesterstämning.”

– Konsument

RESANDET UTAN BIL

En del av resenärerna undrar hur lokaltrafiken trafikerar och **varför bussarna inte åker så ofta.**

Även information om busstidtabeller och t.ex. fler kollektiva cyklar/elskotrar kunde underlätta resandet på Åland.

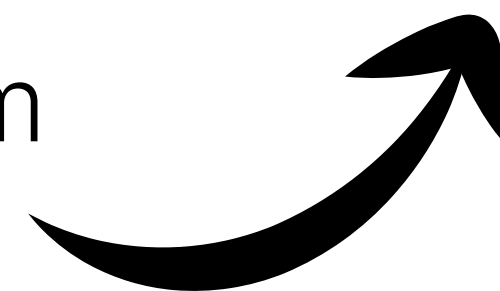
Om målet är att nå och locka yngre generationer och “upplevelseinriktade” resenärer, är det viktigt att de inte är tvungna att använda bil. Pga hållbarhets-, men också kostnadsorsaker, vill allt fler ha lokaltrafik att förlita sig på.

Förslag: Paketera all information på ett ställe för resenärer som kommer till Åland utan bil.





Infopaketer för dem som
kommer utan bil



“I och med att jag inte kör bil så önskar jag att det skulle finnas mer lätt tillgängliga fordon att ta sig någonstans.”

– Konsument

“Det är nära till det mesta. Vill man ut på kvällen så är det bara en promenad, d.v.s. krypavstånd, till allting.”

– Konsument

INFORMATION

En stor del av konsumenterna nämnde både **Visit Ålands egna hemsidor och broschyrer** och tyckte de var informativa och bra. Vissa såg och läste pamfletterna på båten och andra i turistinformationen.

En del **konsumenter saknade Visit Ålands närvaro genast i terminalen** då de kommit i land. Antingen som personer eller informationsblad.

Det är svårt och hitta **information om öppethållningstider** för caféer och andra ställen man kan besöka. Det verkar som om alla ställen inte har egna/uppdaterade hemsidor.

Bra att Visit Ålands hemsida har samlad information om olika sevärdheter och restaurangers kontaktuppgifter och öppethållningstider. **Kanske det behövs fler korslänkar eller SEO-vänliga sökord som för till Visit Ålands hemsida?**



“Nog var hemsidorna helt bra, jag hittade
åtminstone det jag letade efter.”

– Konsument

“Skärgårdstrafiken och tidtabellerna är svåra
att förstå, så där hjälper vi.”

– Researrangör

“Jag hittade information om det finns blåalger genom att
googla, men sidan var på svenska och den hade
uppdaterats senast i juni...”

– Finskspråkig konsument

HÅLLBARHET

Researrangörerna påstår att miljövänlighet har **börjat inverka på konsumtionsvalen aningen mer** hela tiden, men att det fortfarande inte ännu är en masstrend. Även **vädret i Europa** påverkar valet av Åland som destination

Inom konsumentintervjuerna var det **endast 1 person av 24 som nämnde hållbarhet som en påverkande faktor**. Hen hade valt Åland som destination för att undvika flygandet.

Visit Ålands hemsidor har en bra egen sida som talar om det, men den hittades endast via Google, inte via hemsidans egna sökfunktion.

Idé: Kunde Visit Åland lyfta upp diskussionen om hur miljövänliga rederierna är och hur t.ex. en flygresor till Europa skiljer sig från en båtresa till Åland vad gäller utsläppen osv.?



sailer

“Våra kunder säger att det är viktigt men att ännu i dag är det en ganska liten del som faktiskt vill betala extra för miljövänligheten.”

– Researrangör

“Jag tror nog det tar ändå ett par år innan det börjar bli en större frågeställning inom turism.”

– Researrangör

“Allt fler bryr sig allt mer.”

– Researrangör



FÖRVÄNTNINGAR & UPPFATTNINGAR

sailer

POSITIVT OCH OTURISTIGT

Åland i sin helhet **överraskar generellt positivt**

- Bra och vänlig service överallt, och även en positiv överraskning att man får betjäning på finska
- **Bredare utbud** än tidigare av allt möjligt, t.ex. aktiviteter, restauranger osv., vilket besökarna tycker är turistvänligt.

Känns som att vara utomlands, närheten bidrar till känsla av trygghet

- Mycket **turister**, men
 - a. det bidrar positivt till stämningen
 - b. det märks inte nämnvärt – det är ingen trängsel eller kö någonstans och man kan röra sig lugnt och lätt från plats A till plats B.

Det finns förväntningar och förhoppningar om att uppleva det “genuina Åland” och att få en resa som känns enkel och bekväm.



sailer

“Man tror inte att det är så bra som det är.”

– Konsument

“Jag tror att många briter antar att vädret inte kommer att vara särskilt trevligt, och att det kommer att vara väldigt dyrt. Men vädret är väldigt bra, och det är inte för dyrt.”

– Konsument

“TOO GOOD TO BE TRUE”

Överlag är konsumenterna vi intervjuat väldigt nöjda med och glada över sin resa (NPS = 91)

- Det får besökare att vilja **återkomma till Åland och att förlänga sitt besök**

Åland upplevs av besökarna som att ha en stark positiv känsla och stämning samt ett fridfullt och mysigt varumärke.

I och med att upplevelsen av Åland är så överraskande positiv, tyder det på att bilden konsumenter har av Åland på förhand inte är på helt lika hög nivå.

Förslag: Allt fler (mikro)influencers kunde göra värdefulla och verklighetstroga marknadsföringskampanjer och bloggar, som hyllar Åland på ett naturligt sätt.



sailer

“Det känns nu som att Åland är bara Mariehamn.”

– Konsument

“Men jag tror att det skulle kunna finnas mer intressanta sovplatser att vara på. Som att sova på någo båtar t.ex.”

– Konsument

NPS

Net Promoter Score

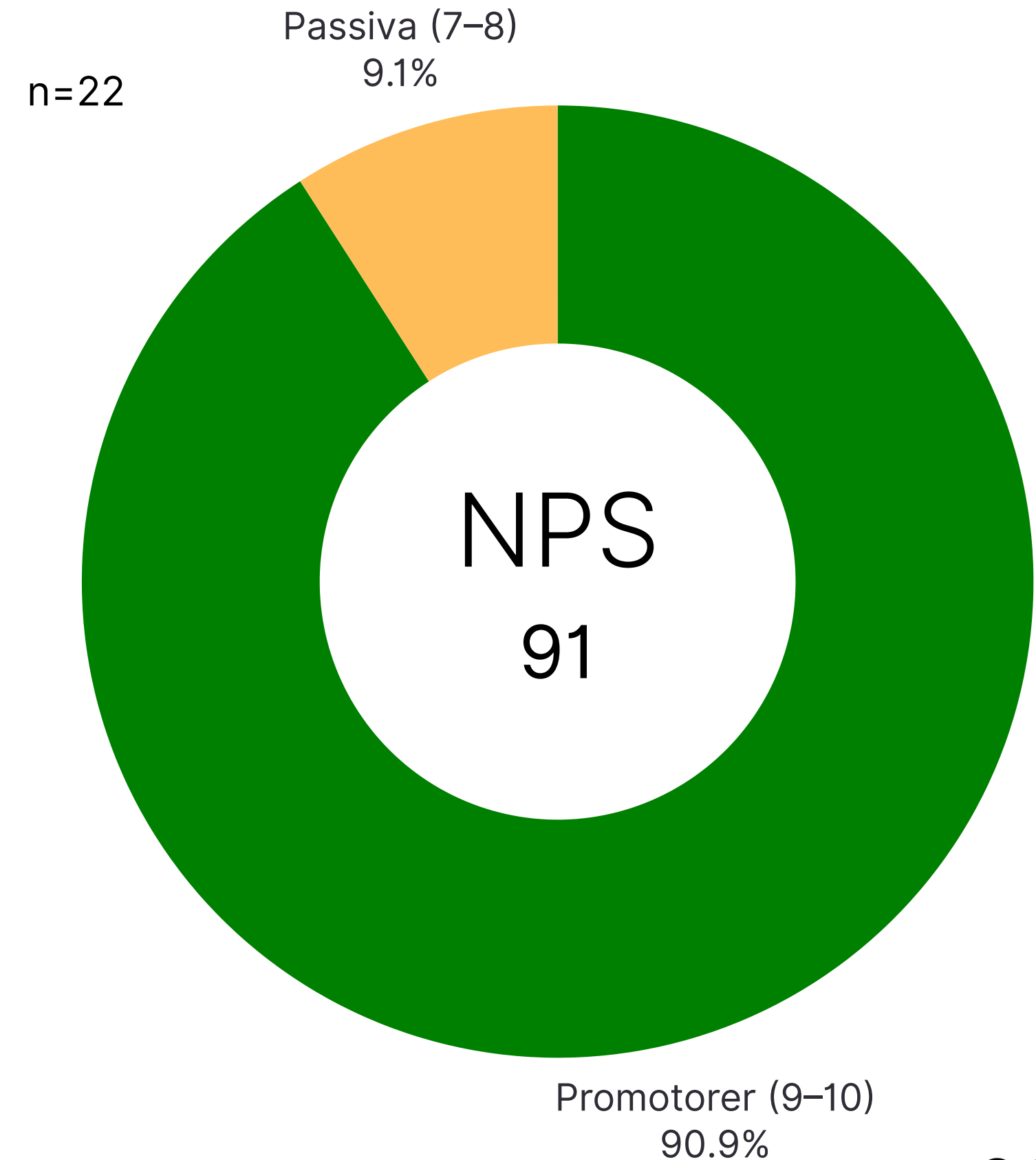
Hur sannoligt är det att du skulle rekommendera Åland som resmål till en vän eller kollega på en skala från 0–10, där 0 betyder inte alls troligt och 10 betyder mycket troligt?

0-6 0 st kritiker

7-8 2 st passiva

9-10 20 st promotorer

NPS = % Promotorer - % Kritiker



sailer

NPS: SAMMANFATTNING AV MOTIVERINGARNA

Positiva aspekter (promotorer)

- Atmosfär
 - Platsen beskrivs som trevlig, mysig och rogivande
 - Jämförs med att vara utomlands med en känsla av lugn och trygghet
- Service och tillgänglighet
 - Besökarna upplever att det är lätt att röra sig, att servicen är vänlig och att det sällan är köer, trots många besökare
- Aktiviteter och natur
 - Stället rekommenderas starkt för den vackra naturen, skärgården och aktiviteter som golf och cykling, särskilt under sommaren
- Rekommendationer
 - Flera rekommenderar aktivt platsen till vänner, familj och bekanta, vilket visar på en stark entusiasm.

Aspekter från de som gett 8 eller 9

- Målgrupp
 - Upplevelsen bedöms vara bäst för dem som uppskattar natur och lugn. För tonåringar eller de som söker andra typer av underhållning kan utbudet upplevas som begränsat.
- Transport
 - Det noteras att det kan vara en fördel att ha med egen bil för att kunna se mer, vilket tyder på att kollektivtrafiken kan vara en begränsande faktor.

Mer info av:



Wilma Halén

Service Designer

✉ wilma.halen@sailer.fi

☎ +358 400 640 653

in Linkedin



Ronja Rönnqvist

Junior Consultant

✉ ronja.ronnqvist@sailer.fi

☎ +358 40 530 9091

sailer

[people + curiosity]



Oy Sailer Research & Development Ltd.



Bulevardi 21, 00180 Helsinki



info@sailer.fi



www.sailer.fi



BILAGA: NPS MED MOTIVERINGAR

- 10, det är så trevlig och härligt, välkomnande.
- 10, jag tycker det är mysigt. Och åker man hit ett gubbgång, så framför allt för golfen, det är jättefina banor. Jättemysigt att gå. Det är nära till det mesta. Vill man ut på kvällen så är det bara en promenad, krypavstånd till allting
- 9, Tämä on ihan loistava matkakohde. Toki ei ehkä niin speaktaakkelimainen kuin joihinkin kaupunkikohteisiin verrattuna, mutta se suhteutetaan etäisyyteen ja kaikkeen.
- 9, Minun mielestä tämä on ollut kyllä kiva kokemus.
- 10, kerran kannattaa ainakin käydä, on tosi sellainen hieno osa Suomea, mitä ehkä monet ei ole vielä hoksannut
- 10, tää on miellyttävä, täällä on ystävällinen palvelu, erittäin ystävällinen palvelu joka paikassa
- 10, kavereille aiotaan kertoa. Nyt jo sanottu kummipojalle, jolla perhettä ja pikkulapsia, että te ehditte vielä kun tässä on viikko pari ennen koulua. Tänne vaan, tänne vaan. Suositellaan kaikille.
- 10, Täällä on vaivatonta ja oma tunnelma, vähän eurooppalaista ja Ruotsia. Ja palveluita on kuitenkin riittävästi tähän turistimäärään nähden. Ei tarvitse jonottaa missää, pääsee nopeasti esim. ruokailemaan tai kahviloihin
- 10, on ihan hyvä, on mukavaa
- 10, för att jag själv är här tredje sommaren i rad, så det är något speciellt.
- 8, därför att många människor är så stressade. Man behöver lugnet. Det är så vackert med havet och det är rogivande. Nästan alla behöver det
- 9, bra ställe shopping- och barnmässigt. Beroende på intressen. Tycker man nu om naturen eller att cykla så är det ju perfekt för sånt
- 10, jos haluat irti arjesta nopeasti. Jos haluat rauhoittua, pysähtyä aikaan. Mikä täällä yllättää on että täällä on paljon turisteja, mutta ei ole ruuhkaa missään. Täällä pääsee liikkuu rauhssa paikasta toiseen. Ei tarvitse juosta kiireellä.
- 10, eftersom resan har gått så bra
- 9, riippuu minkä ikäisiä lapsia on, teini-ikäisille täytyy keksiä miellyttävää tekemistä. Sen takia jää se yksi numero pois.
- 10, jag tycker att den som gillar den här miljön ska åka hit
- 10, just för att jag tycket det är en plats som är värt att visitera på sommaren. Inte på vintern. På sommaren tycker jag att det är en jättefin plats att komma till.
- 10, vähän niin kuin ulkomaille tulisi, mun mielestä on semmoinen fiilis täällä. Kuitenkin rauhallinen ja semmoinen turvallinen.
- 8, sanoisin että kannattaa sitten se auto ottaa mukaan niin pääsee näkee enemmän
- 10, me ainakin itse tykätään, voidaan kyllä suositella. Esimerkiksi se majotus oli aivan ihana, ja sitten nää maisemat, reitit.
- 10, ihan 10 kaikelle, tää on mielettömän hieno saari.
- 10, it depends on the friends, if they love nature it's a 10. If they love pools etc i don't know. Only for lovers of nature and island hopping.