

PRESSINFORMATION
2015-08-17

Bästa juli någonsin på Ronneby Brunn

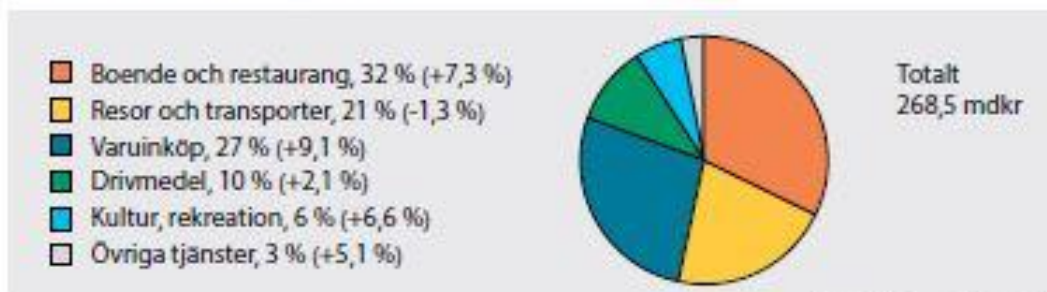
Ronneby Brunns kraftiga marknadskampanj inför sommarsäsongen 2015 slog alla rekord i juli som går till Brunnens historia med över 17.000 övernattande gäster bara i juli. Totalt har Ronneby Brunn 34.000 boende gäster under sommarsäsongen i år.

Succén blev ett faktum och trots en ganska regnig juli lyckades Ronneby Brunn med kraftfull marknadsföring, engagerade medarbetare och nöjda gäster föra fram intresset för Ronneby Brunn som ett semesteralternativ i sommar.

Ronneby Brunn marknadsför inte bara hotellet utan arbetar mycket med reseanledningar i hela regionen. Exempel på detta är samarbetet Ronneby Brunn haft med t ex Kreativum, Barnens Gård och Marinmuseum i sommar.

- Vi arbetar och tänker utifrån turistkronans fördelning när vi sätter ihop attraktiva erbjudanden för att locka semesterfirare till Ronneby och Blekinge, säger Angelica Coleman, marknadschef på Ronneby Brunn. Marknadsföringsundersökning som gjorts i sommar i samband med utcheckning visar att 85% som besöker hotellet även tar en tur till Brunnsparken, Ronneby centrum, caféer och restauranger i närområdet samt besöksmål i Karlskrona och Karlshamn.

Total turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgifter 2014 med förändring från 2013 i procent



Källa: Tillväxtverket/SCB

- Den goda sommarsäsongen har även bidragit till att Ronneby Brunn kunnat ta emot ca 50 sommarjobbade ungdomar. Det blir den positiva effekten av bra exponering på marknaden, fortsätter Angelica Coleman. Hade alla företag och kommuner satsat mer

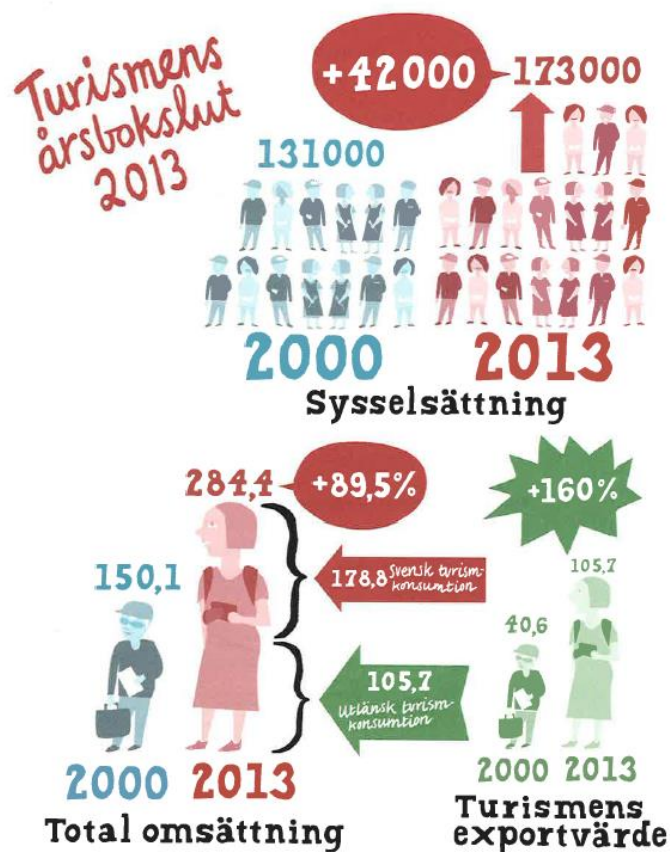
pengar på exponering av platsvarumärket Ronneby och Blekinge hade behovet ökat ytterligare. De 50 tjänster vi skapat i sommar ger ca 1 miljon i skatteintäkter till Ronneby Kommun. Pengar som kan investeras i ytterligare satsningar t ex fler attraktioner och nyheter. Varför inte en glaskupol på Brunnsbadet så vi har möjlighet att anställa de 50 ungdomarna istället då behov av arbetskraft finns året om? säger hon och ler. Blekinge är ett fantastiskt och magiskt landskap året runt. Om alla exponerar Ronneby och Blekinge som en attraktiv miljö att besöka, leva och bo i skördar vi alla än mer. Besöksnäringen är ofta instegsjobb för ungdomar och nya svenskar och Blekinge kan inte flytta till Kina.

- Varumärkesarbete för en plats är en överlevnadsfråga. Man måste arbeta för att vinna invånarnas, företagens, investerarnas och besökarnas hjärtan. Det handlar till stor del om produktutveckling och därefter marknadsföring. Ett framgångsrikt varumärke utgörs av en kombination av kreativ marknadsföring som understöds av investeringar i turistisk infrastruktur. Med en stark besöksnäring och med väl utvecklade produkter mot nationella och internationella målgrupper förstärker vi det lokala näringslivets attraktionskraft, fortsätter hon.

Besöksnäringen öppnar dörrar till arbetsmarknaden

En inkluderande näring med låga trösklar. I hotell och restaurangbranschen gäller:

- 57% av medarbetarna är under 35 år
- 36% av medarbetarna är utrikes födda
- 60% av arbetsgivarna är utrikes födda
- 80% av de anställdas utbildningsnivå är gymnasieskola eller lägre



Utdrag från boken "Besöksnäringen lyfter – med samarbete, hållbarhet och ett attraktivt företagsklimat, 2015

Nyckeltal Blekinge 2013

- Omsättning ca 2 miljarder
- 1725 årssysselsatta
- 173,4 miljoner i totala skatteintäkter till kommunerna
- 88,4 miljoner i totala skatteintäkter till landstinget/regionen

Framgångsfaktorer Ronneby Brunn i sommar:

- Ronneby Brunns satsning på segmentet aktiva barnfamiljer med all inclusive för alla barn (fri läsk, glass, barnklubbsaktiviteter, entré och åkband till Brunnsbadet, måltider, en god överraskning vid incheckning).
 - Vår nya maskot, Brunnstrollet Trolley som anordnat aktiviteter för barn i alla åldrar och bjudit på familjeunderhållning tillsammans med Brunnens hustrubadur.
 - Fullsatt på Brunnsterrassen då Ronneby Brunn gästades av Eldkvarn och Hasse Andersson i juli.
 - Aqua fitness och poolmassage på Brunnsbadet under ledning av Ronneby Brunn Spa.
 - Succé för allsång med Windahl & Harding med gästartister på Brunnsterrassen.
 - Nyrenoverad Brunnsterrassrestaurang som ger köket bättre möjligheter till buffélogistik och tilltalande presentationer av maten tack vare den nya glasverandan.
 - Arbetat med reseanledningar i regionen i samarbete med Visit Blekinge, Barnens Gård, Marinmuseum, Kreativum samt turistbyrå i Ronneby som även har en bemannad filial på Ronneby Brunn under sommarsäsongen.
- På Ronneby Brunn mäter vi allt hela tiden och det är otroligt roligt att se att vi lyckats höja gästnöjdheten med 10 enheter jämfört med förra sommaren. Vi som arbetar på Brunnen är mycket stolta över de investeringar och det arbete som gjorts för att ge våra gäster en bättre service och leverera en bra sommarprodukt, avslutar Angelica Coleman.

Mer information & pressbilder

Marknadschef Angelica Coleman, 076-262 14 93, angelica.coleman@ronnebybrunn.se

Bilagor:

Pressbilder sommar på Ronneby Brunn