



Kattegattleden företagsenkät 2025



Om rapporten

Den här rapporten är en sammanställning av en enkät som skickas ut till företagen i närheten av Kattegattleden. Enkäten skickas ut årligen till alla företag längs leden efter att sommarsäsongen avslutats i oktober och har genomförts sedan 2015, dock med några justeringar i frågeställningarna. Syftet med enkäten är att få en ökad kunskap om cykelturismens utveckling på Kattegattleden och hur denna bidrar till företagens verksamhet. I enkäten får företagen besvara en rad frågor om bland annat nationalitet på cyklisterna, målgrupper i cykelsällskapen, hur cyklisterna bokar och huruvida cyklisterna bidrar till ökad omsättning. Observera att dessa svar är uppskattningar och inte baserade på statistiska mätningar eller verifierade data.

Sammanfattning 2025

Företagsenkäten för Kattegattleden 2025 skickade ut till 418 företag och besvarades av totalt 80 företag. Detta är en svarsfrekvens på 20%, vilket är lite mindre än förra året då svarsfrekvensen var 23%. Företagen som svarat på enkäten är verksamma i samtliga 10 av Kattegattledens kommuner, med viss skillnad från kommun till kommun, men överlag en bra spridning. Svaren på enkäten indikerar att det generellt har varit en bättre cykelsäsong 2025 jämfört med 2024:

- 61% av företagen anser att cykelturismen bidragit till en ökad omsättning i deras företag 2025
- Företagen uppskattar sammantaget att 56% av gästerna är utländska gäster och att den största gruppen är tyska gäster





Fortsättning sammanfattning

Enligt de tillfrågade företagen var det mycket internationella cyklister på Kattegattleden 2025. Detta är en trend som hållit i sig sedan 2023. Detta styrks av gästnattsstatistiken för Västra Götaland, Halland och Skåne, där antalet internationella gäster ökat med ca 14% för perioden januari-oktober 2025 jämfört med samma period 2024..

- Företagen uppskattar att ca 59% av gästerna 2025 var utländska.
- Den största andelen av de internationella cyklisterna kommer i juli, tätt följt av augusti.
- **Tyskland** är fortsatt det vanligaste landet som de internationella cyklisterna kommer ifrån, följt av Nederländerna och Danmark.
- Företagen uppskattar enhälligt att de flesta svenska gästerna kommer i juli

Fortsättning sammanfattning

Målgrupp:

- Den vanligaste målgruppen bland cyklisterna är fortsatt par, vilket företagen uppskattade till 60% av alla gäster. Observera dock att par inte nödvändigtvis är likställt med partner.

Bokning:

- I år bedömer företagen att 30% av cyklisterna inte förbokat utan anländer direkt på plats utan bokning. Av de som bokar på förhand bokar 19% via en OTA (Onlineresebyrå) som t.ex Booking.com, 12.5% bokar via researrangörer.

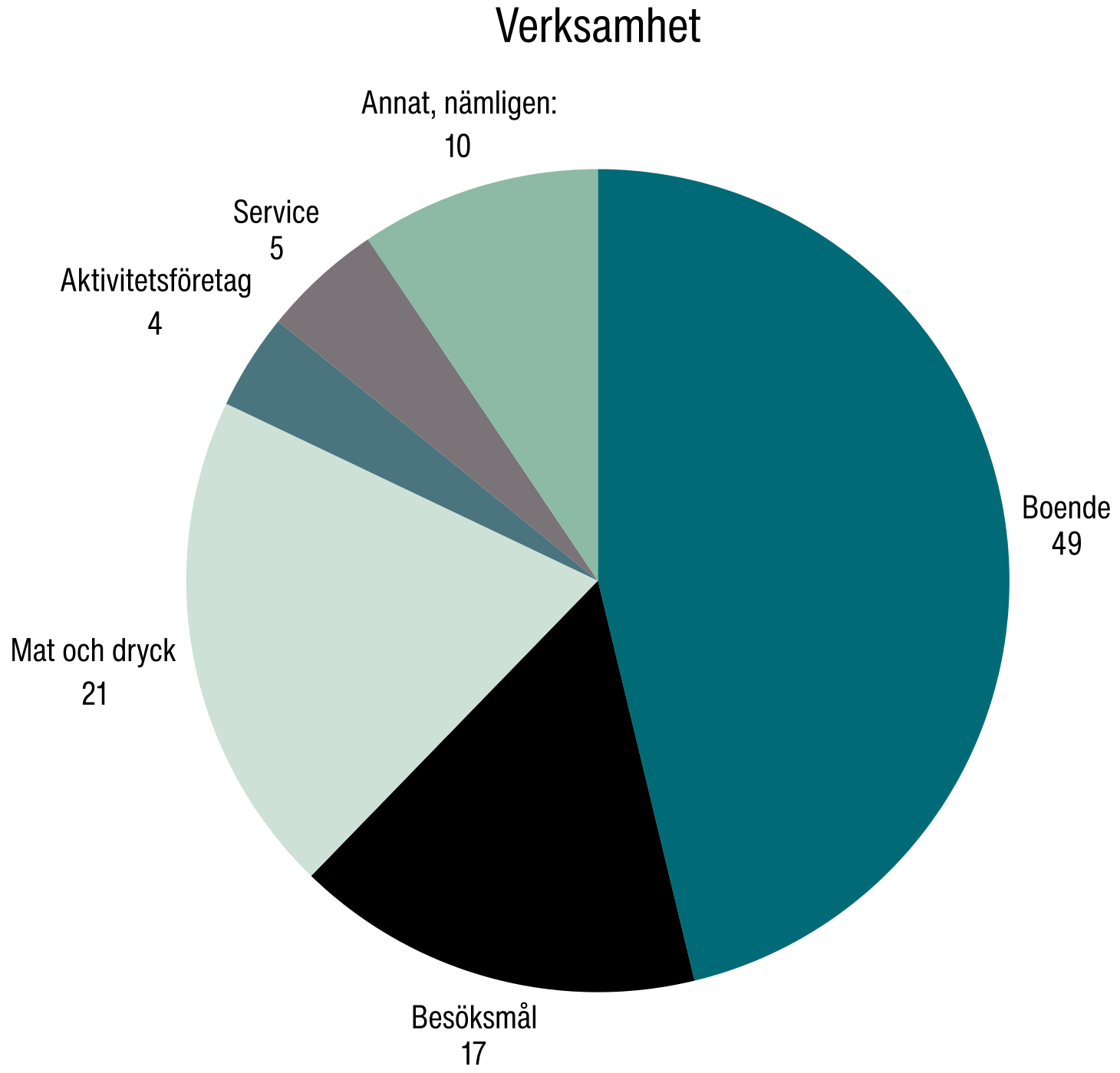
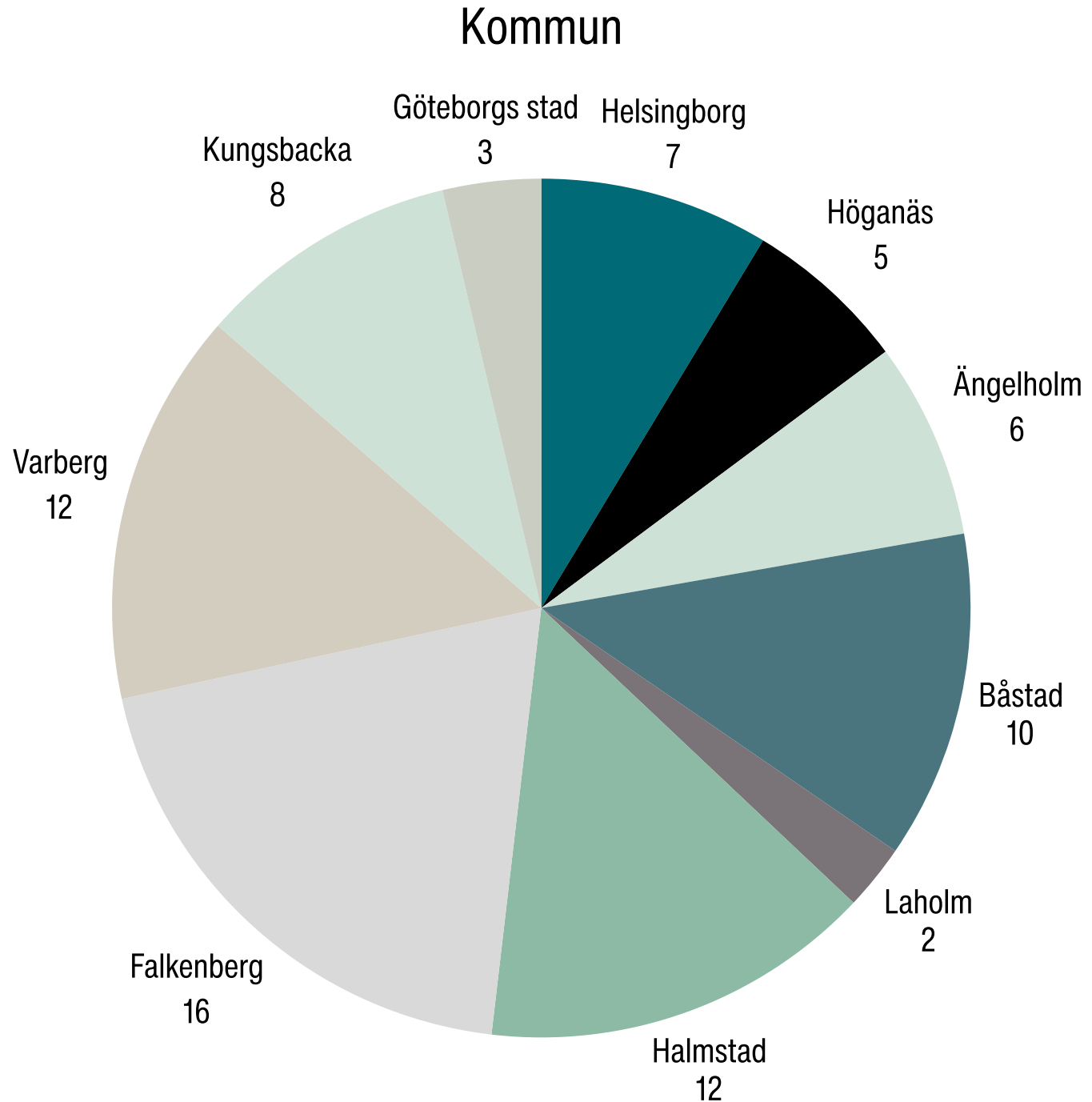
Satsa Vidare:

- En majoritet av företagen säger att de vill satsa vidare på cykelmålgruppen framåt. De områden som företagen framför allt vill satsa inom är marknadsföring och att bygga ut service mot cyklister, exempelvis cykelstationer med cykelpump, verktyg och liknande. Det är också inom marknadsföring som företagen anser sig behöva mest offentligt stöd.
- 7% uppger att de inte vill satsa vidare på cykelturister. Anledningar som uppgavs var att cykelturisterna är få, främst vill låna toalett samt att cykelturister stannar färre nätter överlag än andra turister.



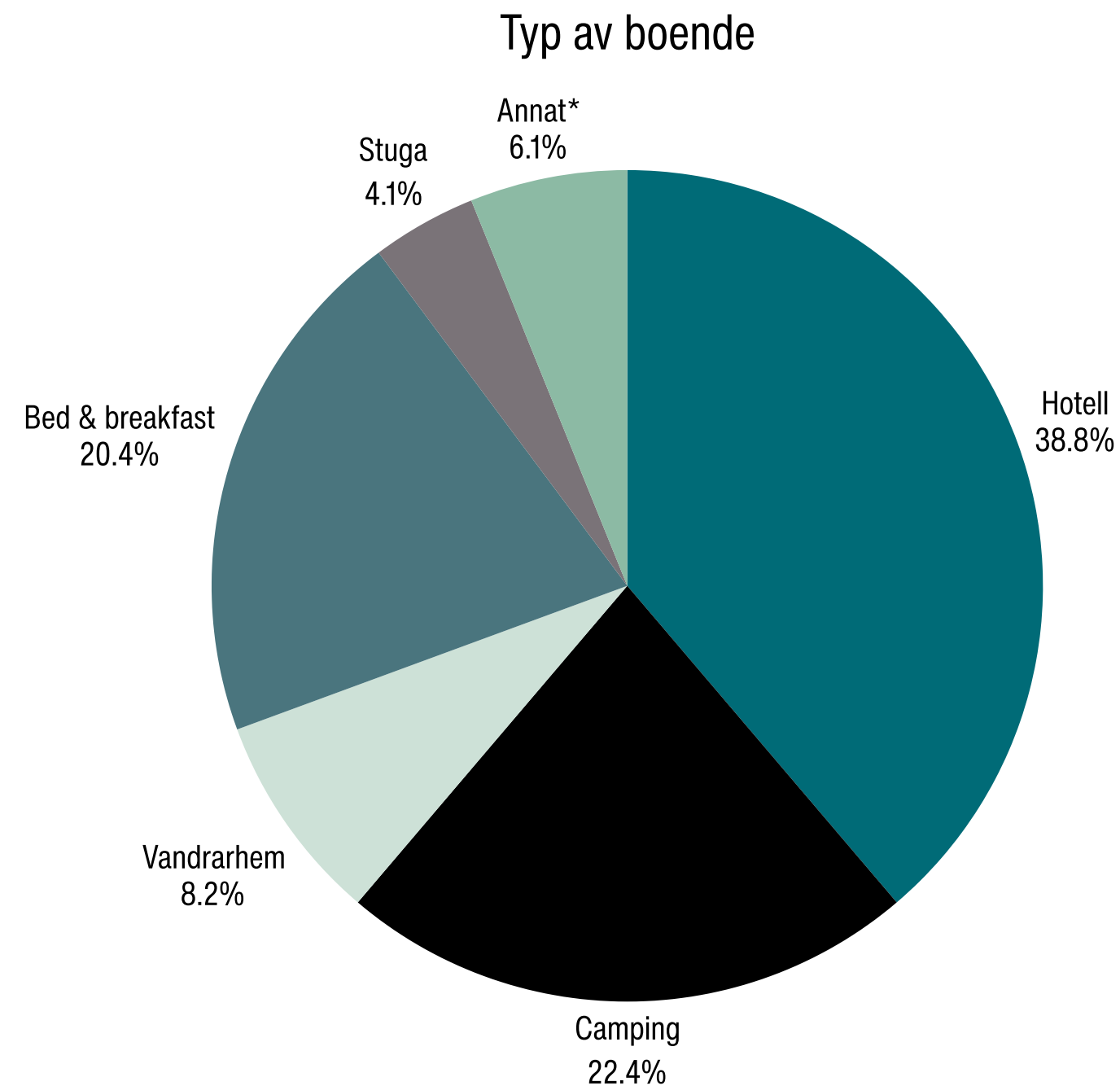
Om respondenterna

Företagsenkäten 2025 skickades ut till 418 företag och besvarades av 80. Detta är en svarsfrekvens på 20%, vilket är snarlikt förra året. Företagen som svarat på enkäten är verksamma i samtliga 10 kommuner där Kattegattleden går, dock med viss skillnad från kommun till kommun, men överlag en bra spridning. Boende är fortsatt den vanligaste typen av företag som svarat på enkäten.



Boende och övernattningar

Av de 57 boendeföretag som har svarat på enkäten representerar 38% hotell, 22% camping, 20% B&B och 8% vandrarhem. Inga av boendeföretagen som svarat på enkäten representerar stugbyar, men en svarande har uppgett Hotell, camping och stugor i fritext och markerat "annat". Vi har inte frågat hur många gästnätter cykelturisterna motsvarar 2025.



***Annat:**

- Cykelcamping i bilfri trädgård men även stugor.
- Airbnb
- Hotell, camping och stugor

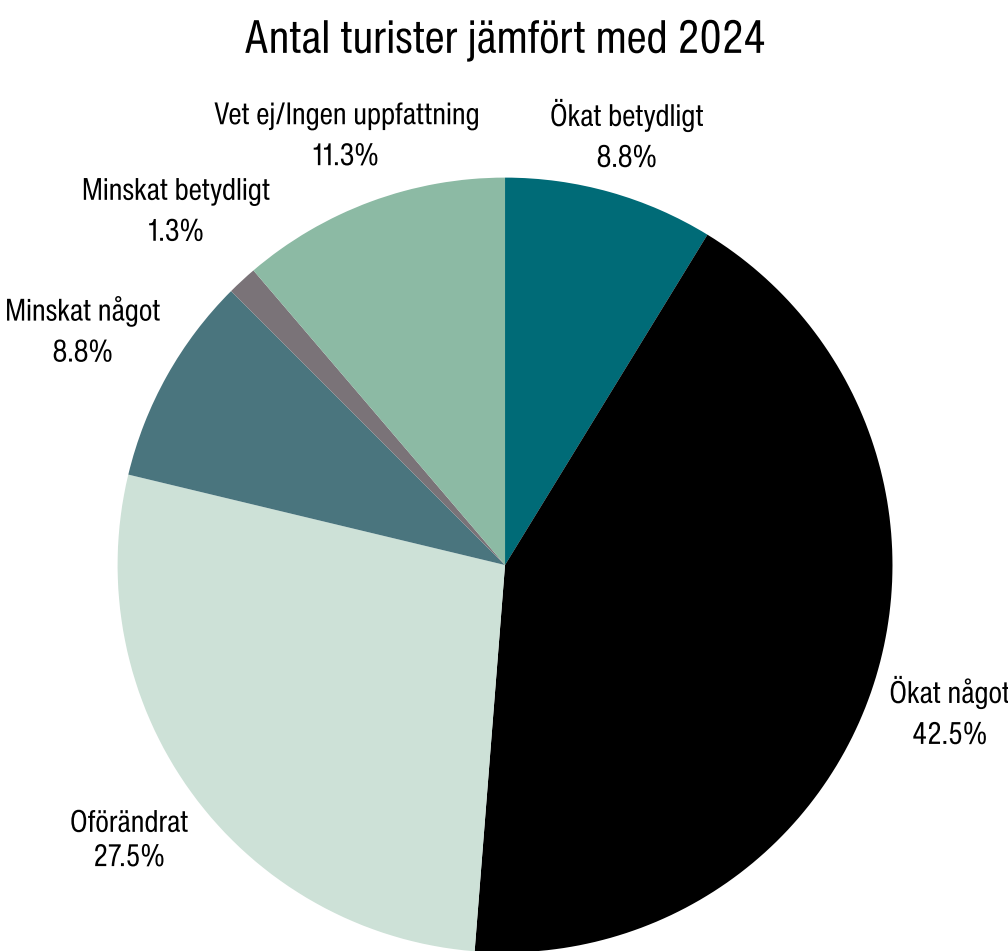


Så här gick säsongen 2025

Företagen anser att cyklisterna har ökat eller varit oförändrat under 2025. Endast 10% anser att antalet cyklister minskat. En majoritet (61%) anser att de fått en ökad omsättning till följd av cykelturister under 2025 .

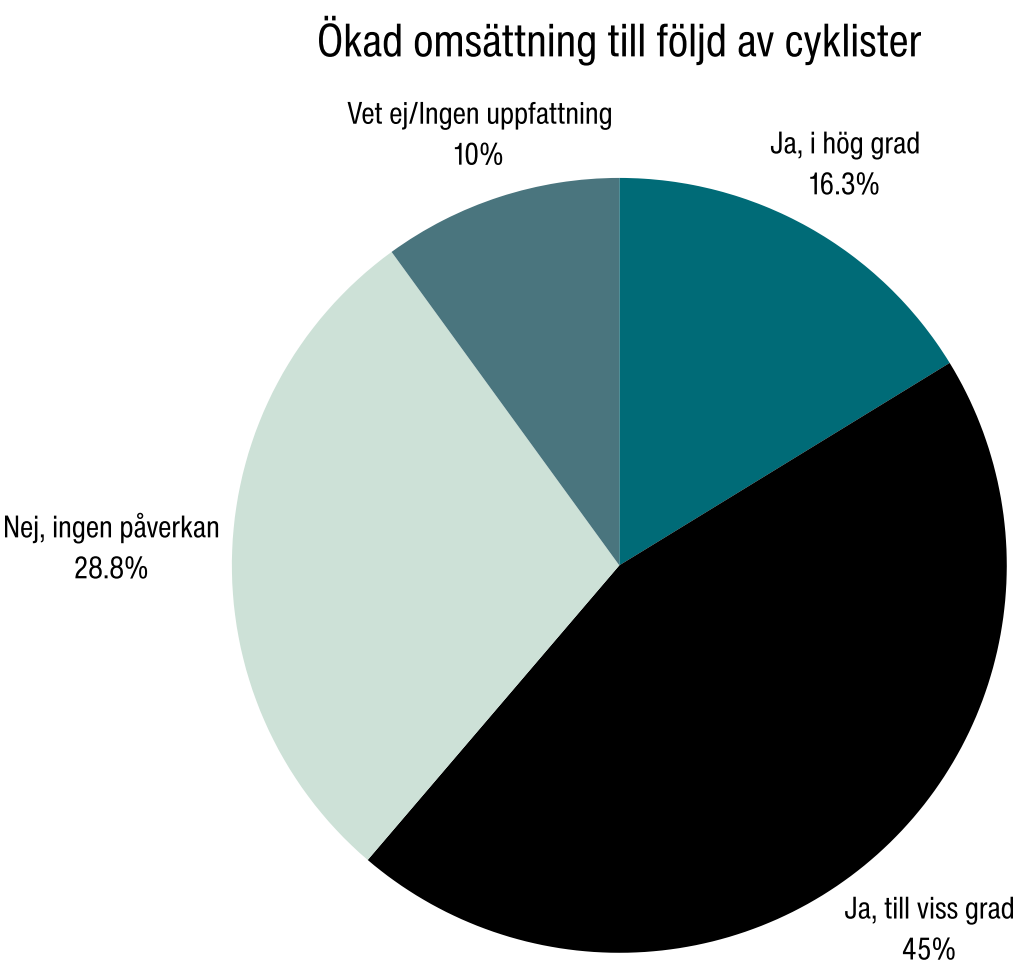
CYKLISTER

Hur har antalet cykelturister förändrats jämfört med föregående år?



OMSÄTTNING

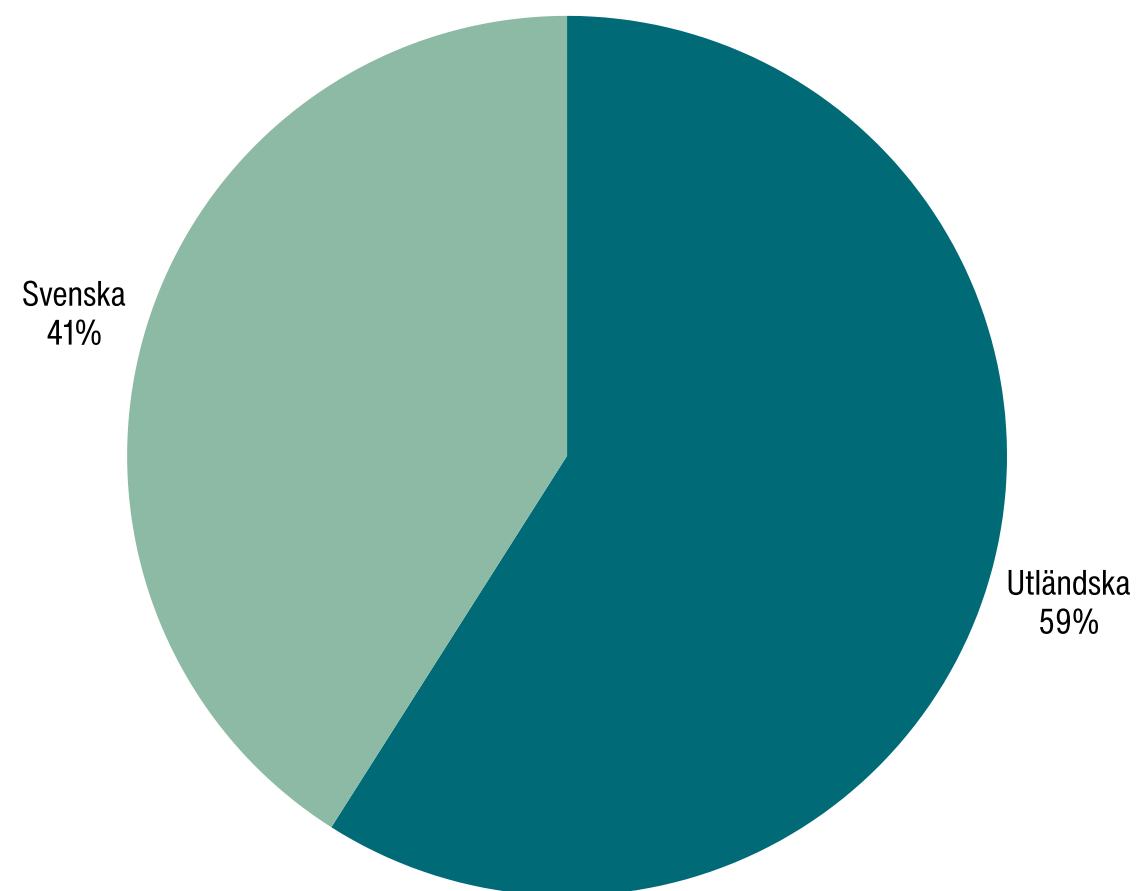
Har cykelturismen bidragit till en ökad omsättning för ert företag denna cykelsäsong?



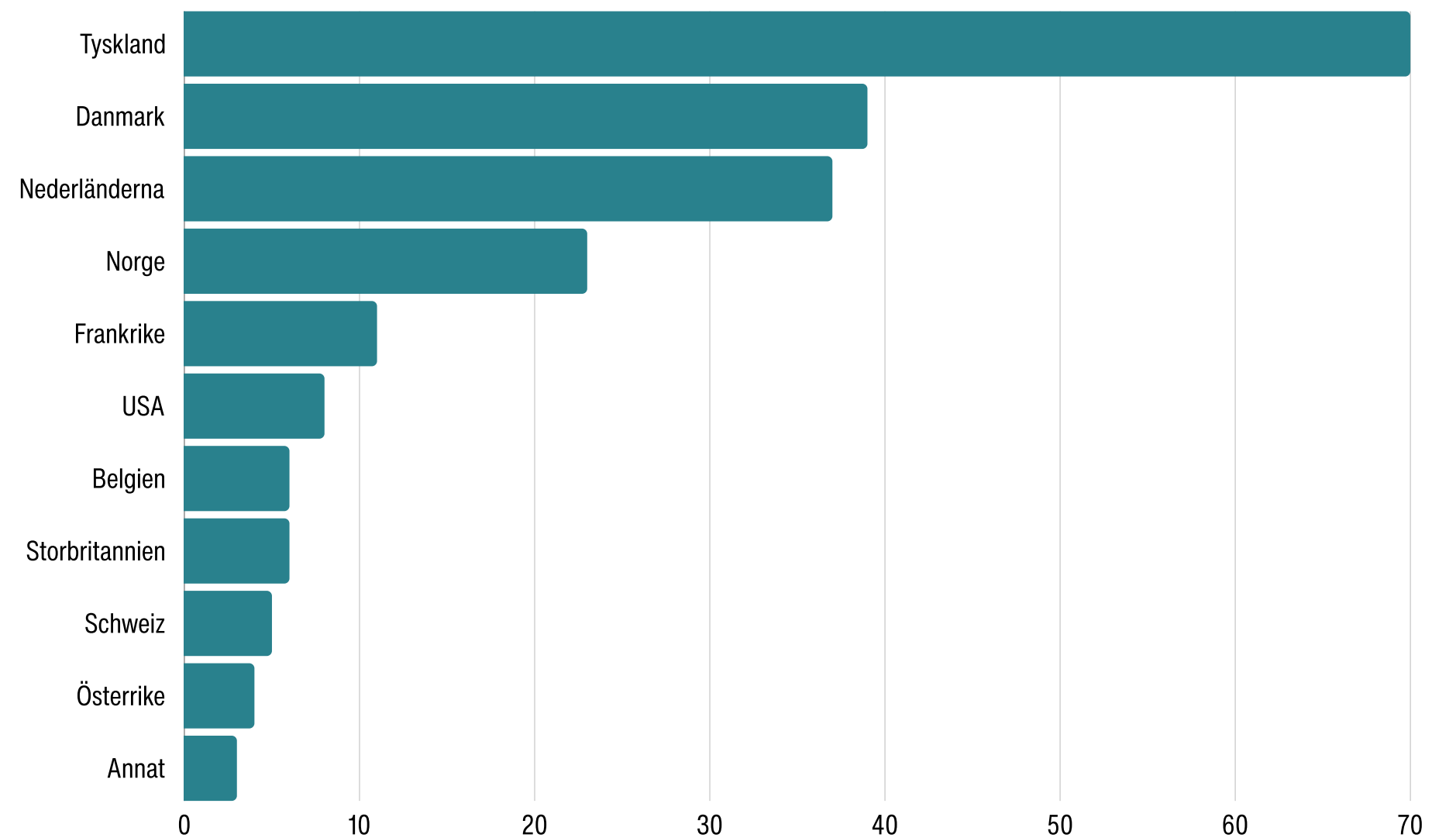
Fördelning av nationella respektive internationella cyklister

De tillfrågade företagen längs Kattegattleden anser att de flesta cykelturisterna längs leden är utländska. Tyskland toppar med Danmark och Nederländerna på andra och tredje plats.

Hur stor andel av cykelturisterna bedömer du har varit internationella besökare under årets cykelsäsong?

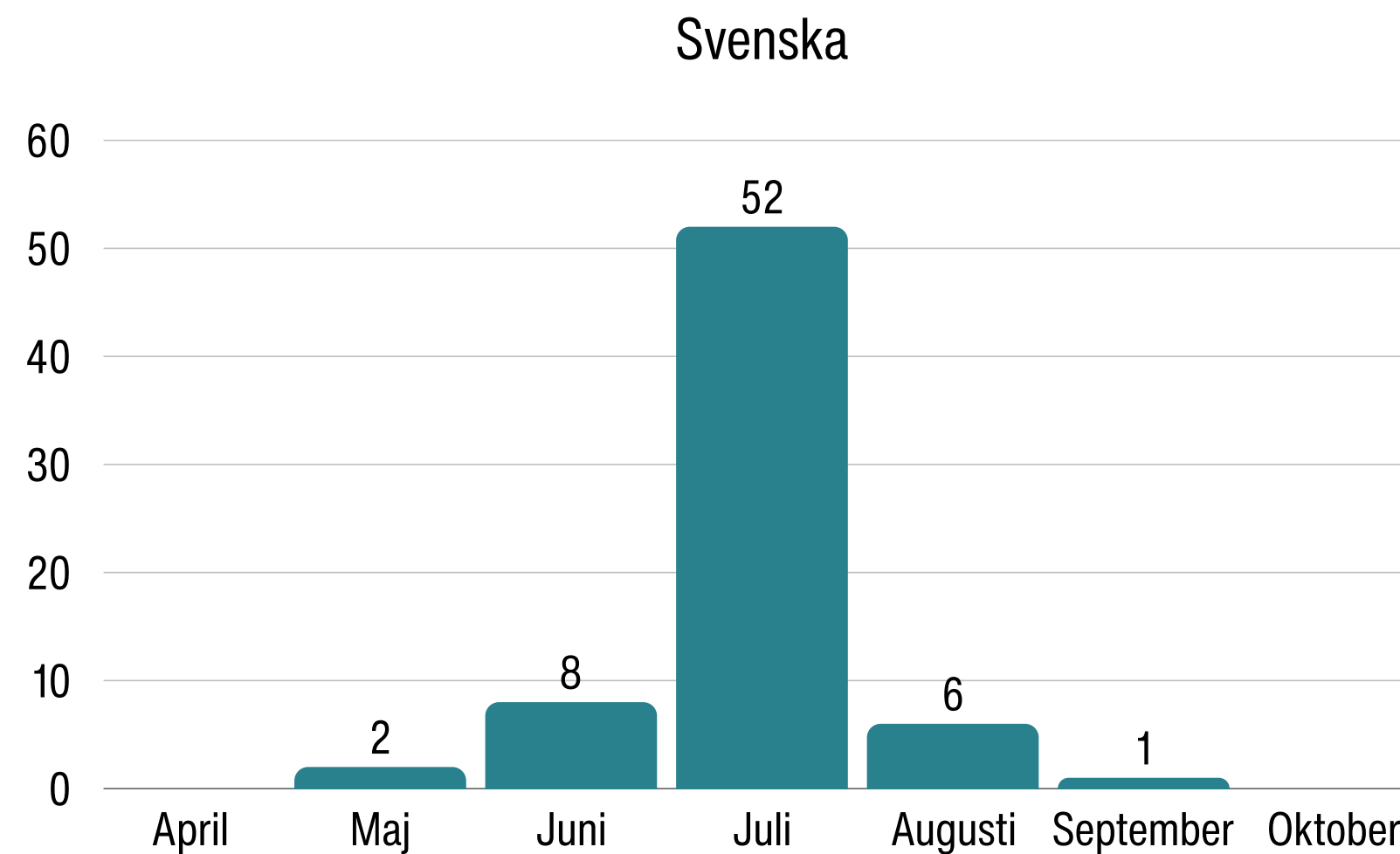
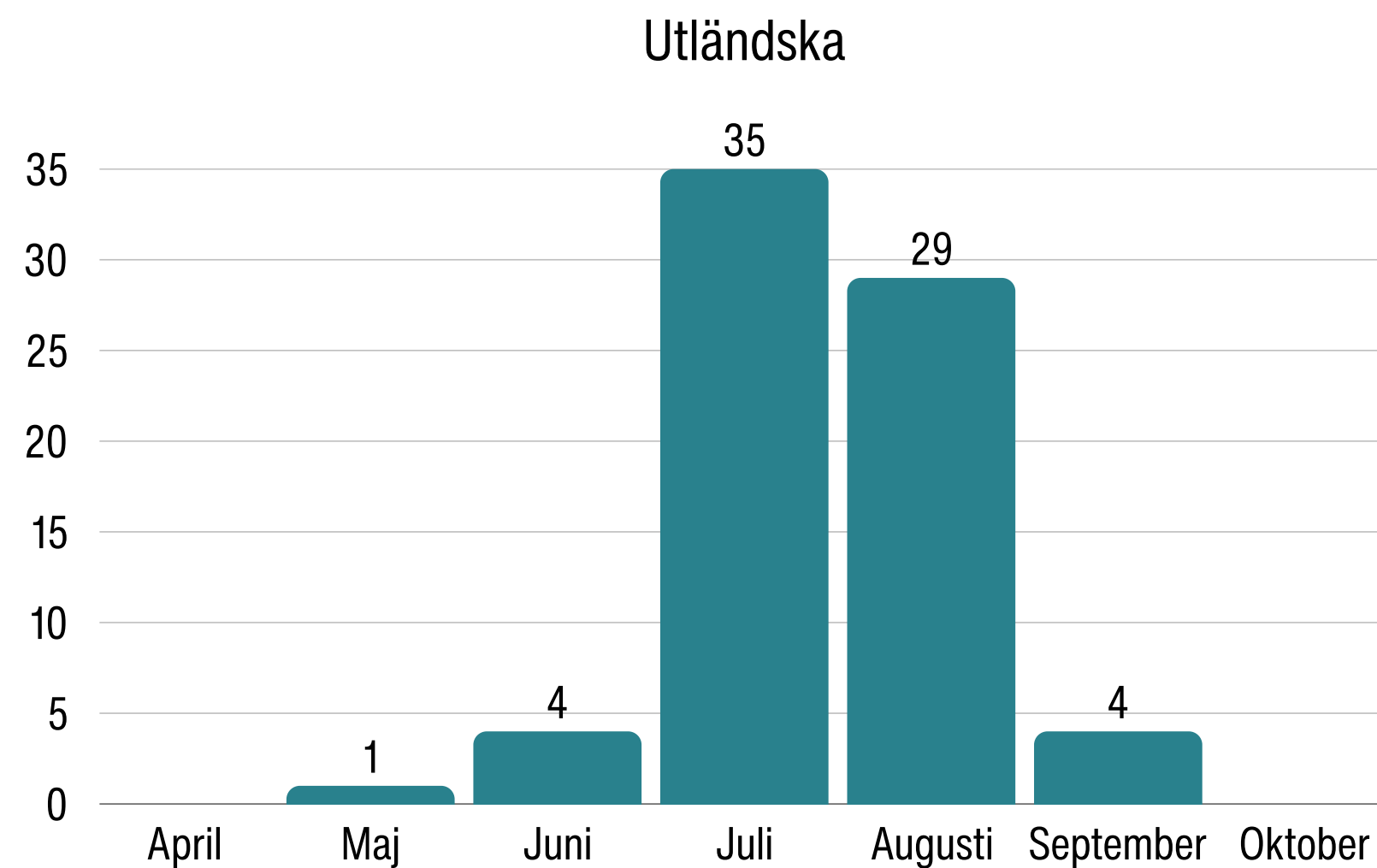


Vilket land kommer de flesta utländska gästerna ifrån?



Svenska vs utländska cyklister

Företagen har fått ta ställning till under vilka månader flest svenska och utländska cyklister kommer. Resultaten visar att de utländska gästerna kommer mer utspritt och senare på säsongen än de svenska som är väldigt koncentrerade till juli månad.



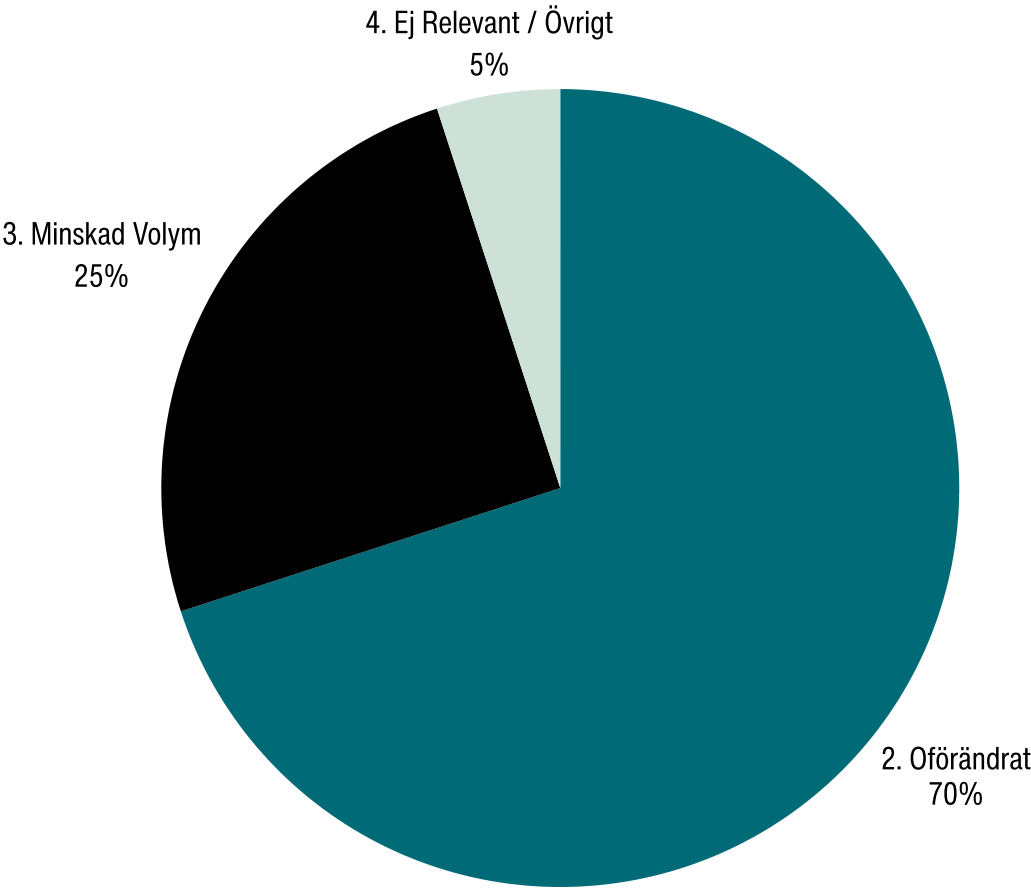
Trender säsongen 2025

Företagsenkäten 2025 har inte innehållit en uppskattning av antal gästnätter från cykelturister. Istället har vi frågat “Syns någon förändring i var cykelturisterna kom ifrån jämfört med förra cykelsäsongen? Exempelvis fler eller färre gäster från specifika länder, nya typer av målgrupper etc?”

Trender 2025

Syns någon förändring i var cykelturisterna kom ifrån jämfört med förra cykelsäsongen? Exempelvis fler eller färre gäster från specifika länder, nya typer av målgrupper etc?”

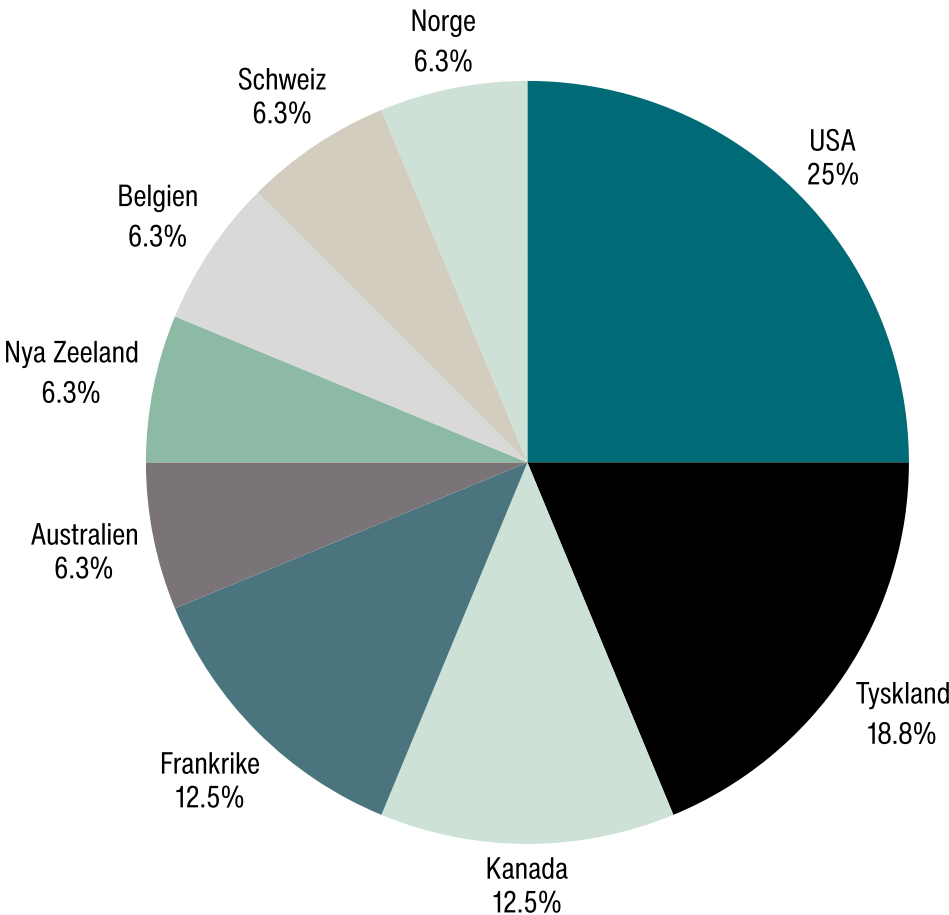
Förändring 2025



Ökande marknader

Har cykelturismen bidragit till en ökad omsättning för ert företag denna cykelsäsong?

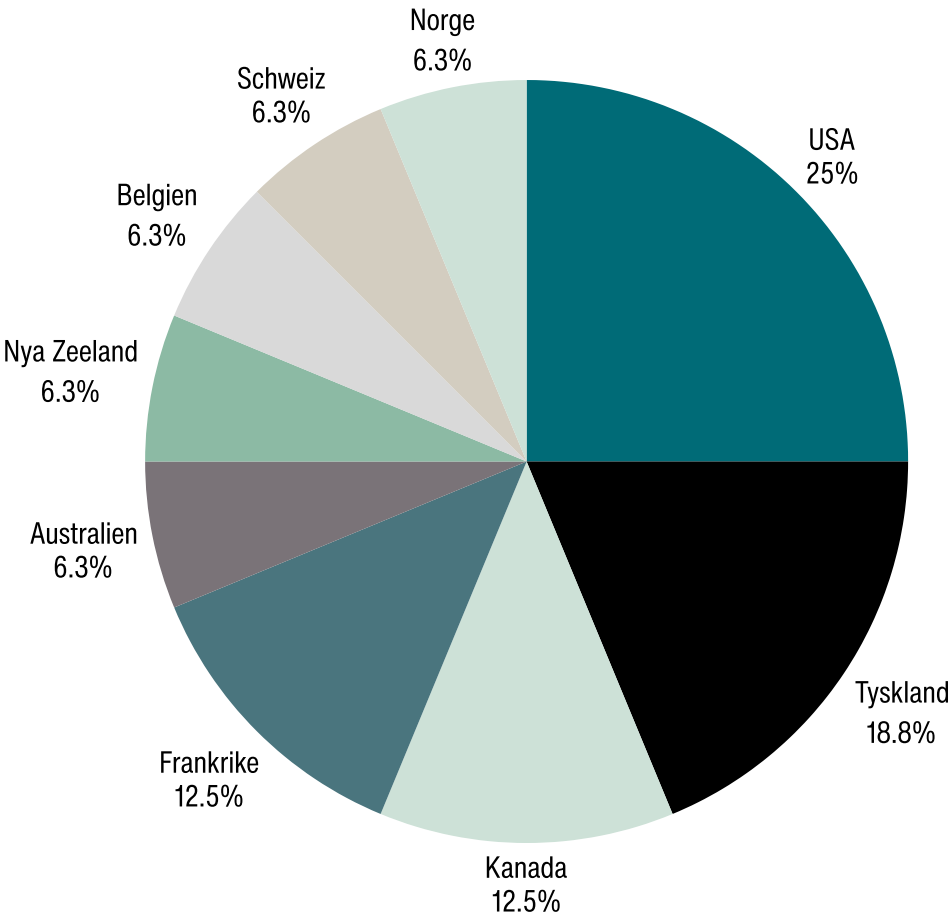
Specifika Marknader som Nämns som Ökande



Minskande marknader

Har cykelturismen bidragit till en ökad omsättning för ert företag denna cykelsäsong?

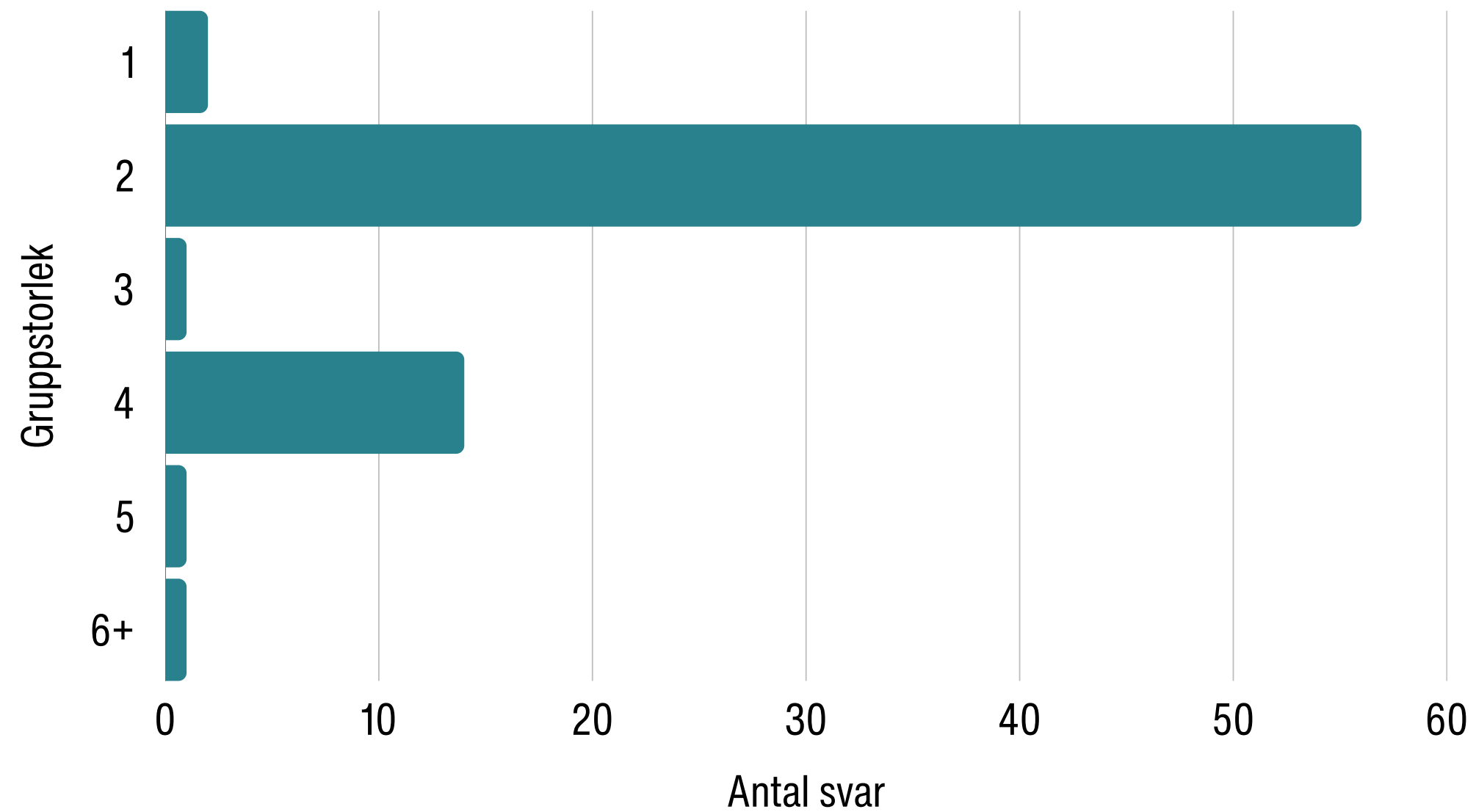
Specifika Marknader som Nämns som Ökande



Gruppstorlek

Den vanligaste gruppstorleken som besöker företagen längs med Kattegattleden är 2 följt av 4 personer

Vanligaste gruppstorleken

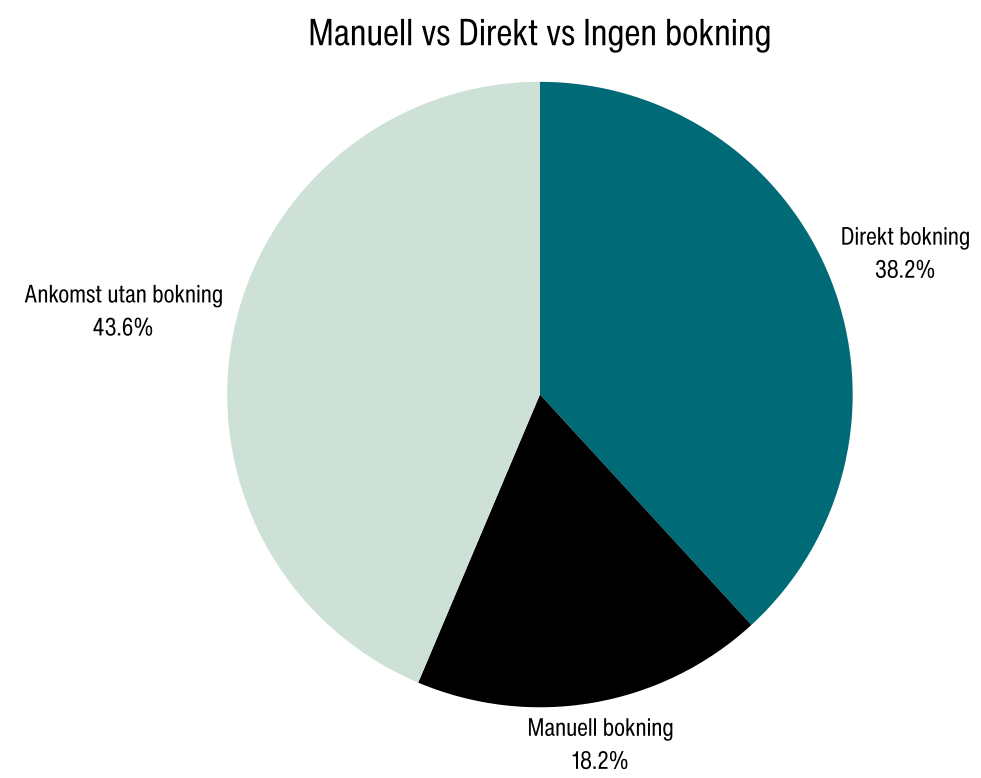
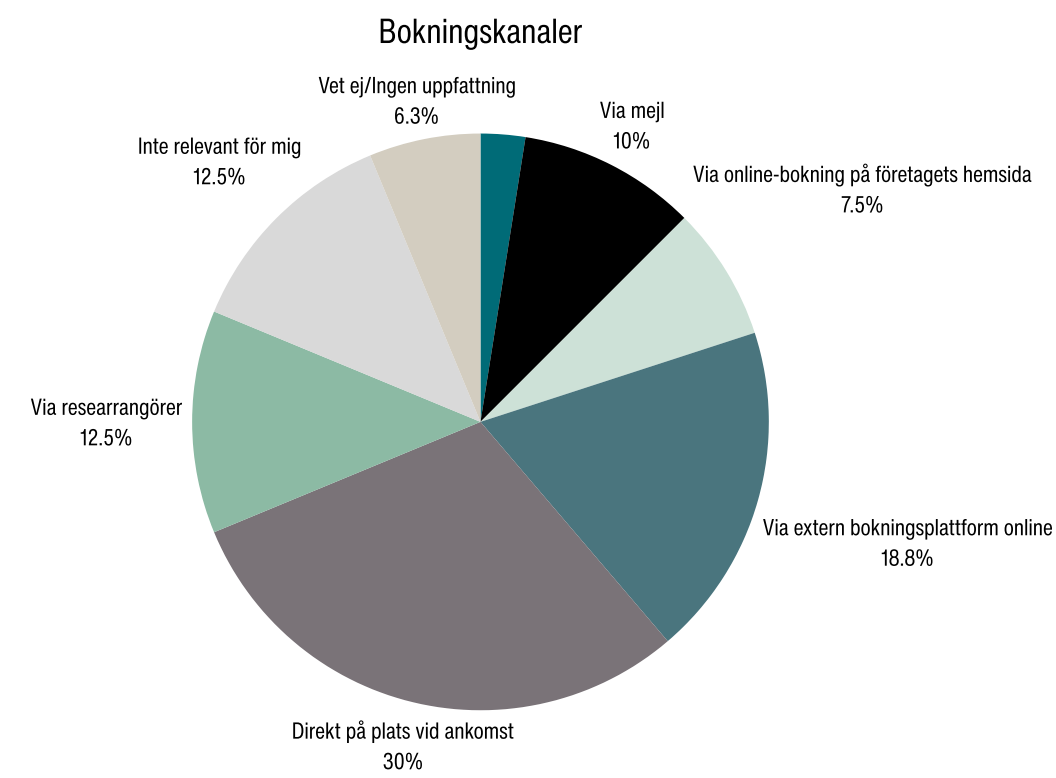


Frågeställning: Hur många cyklister bedömer du vanligtvis ingår i ett cykelsällskap?

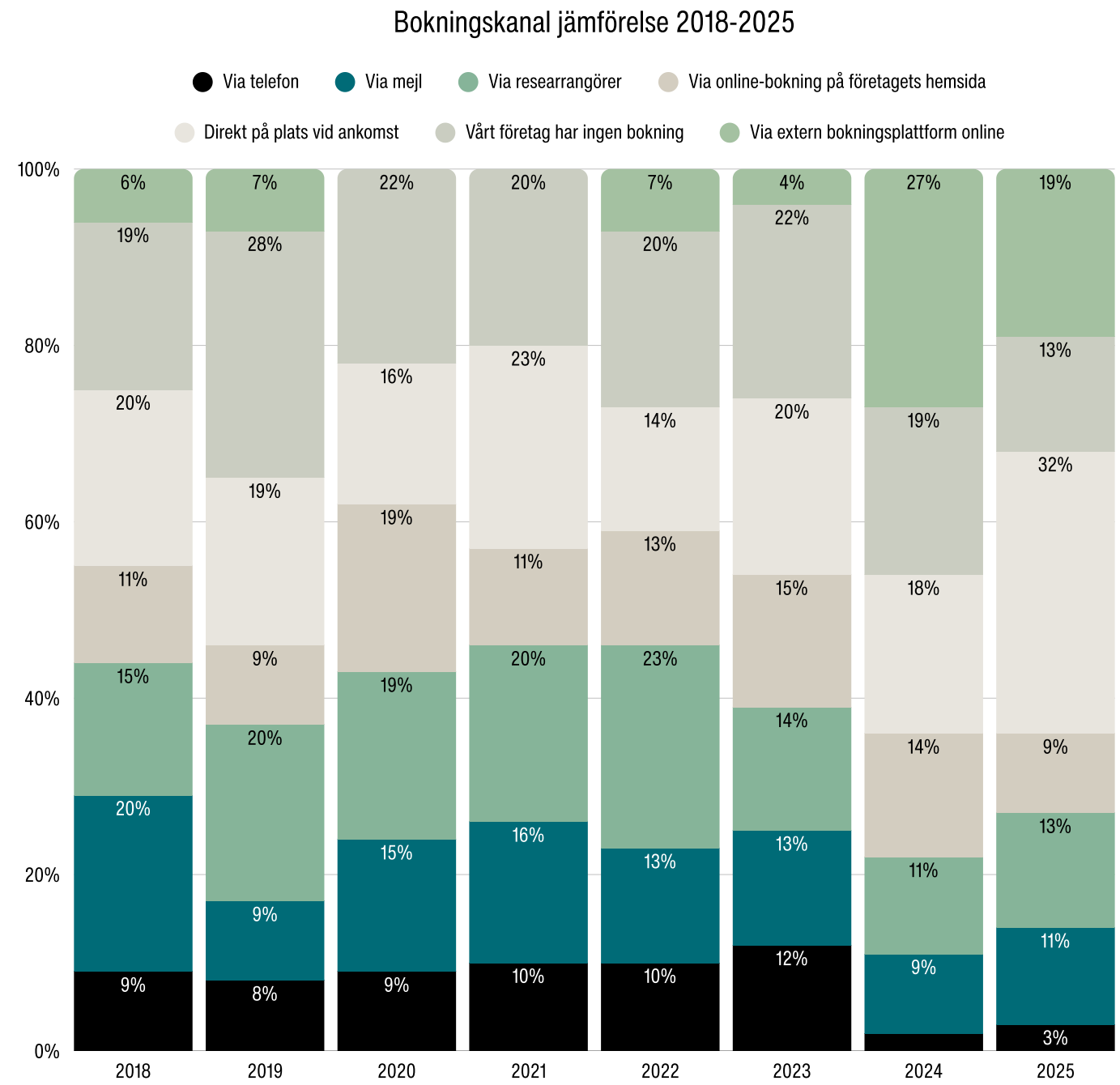


Så här bokar cyklisterna

Nästan hälften av cykelgästerna uppges anlända utan att ha bokat i förväg, vilket är en stor ökning jämfört med förra året då enbart 18% uppgavs anlända utan en bokning. Direkt bokning via företagets hemsida eller en bokningsplattform online är en stor kanal för företagen längs Kattegattleden.



Jämförelse

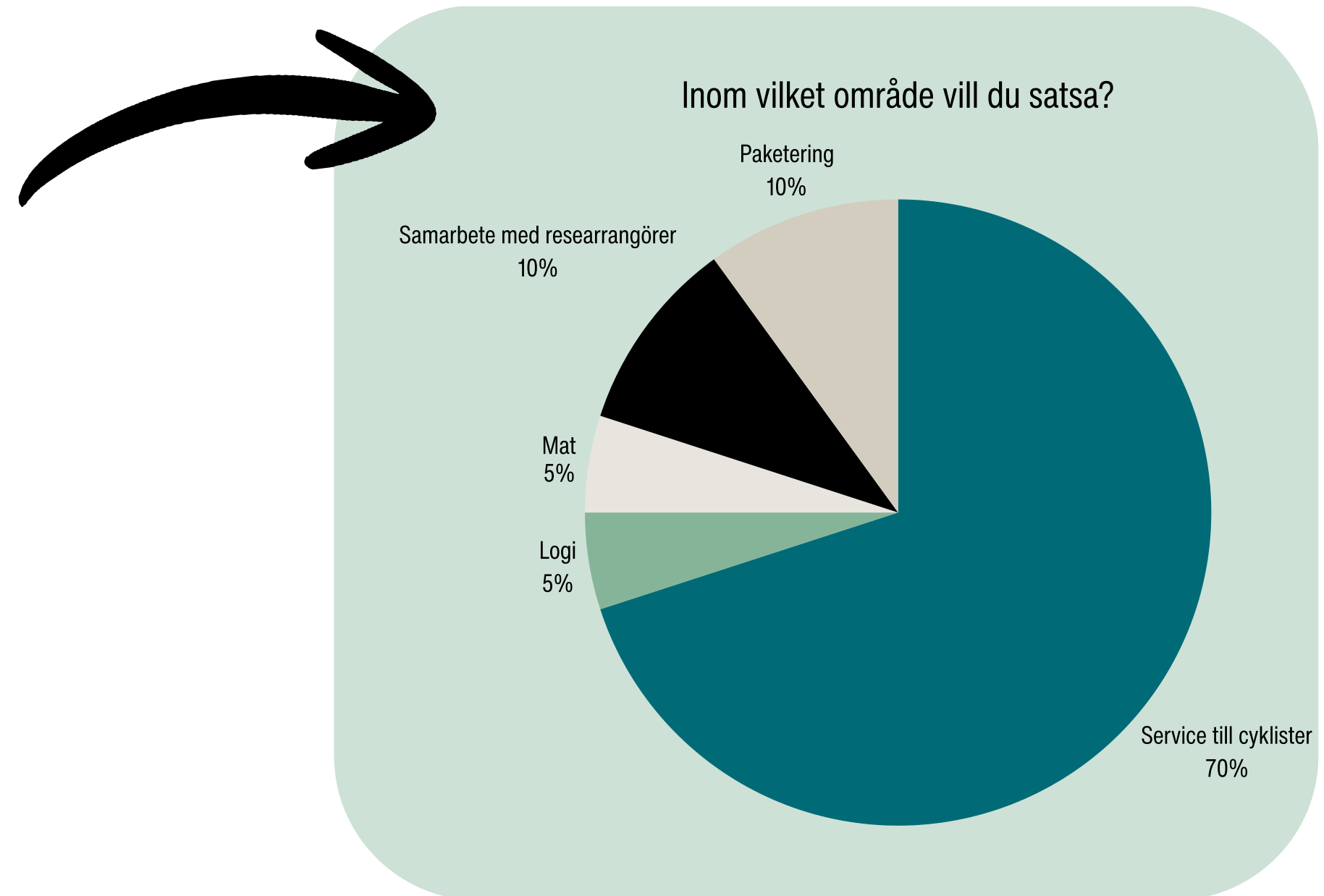
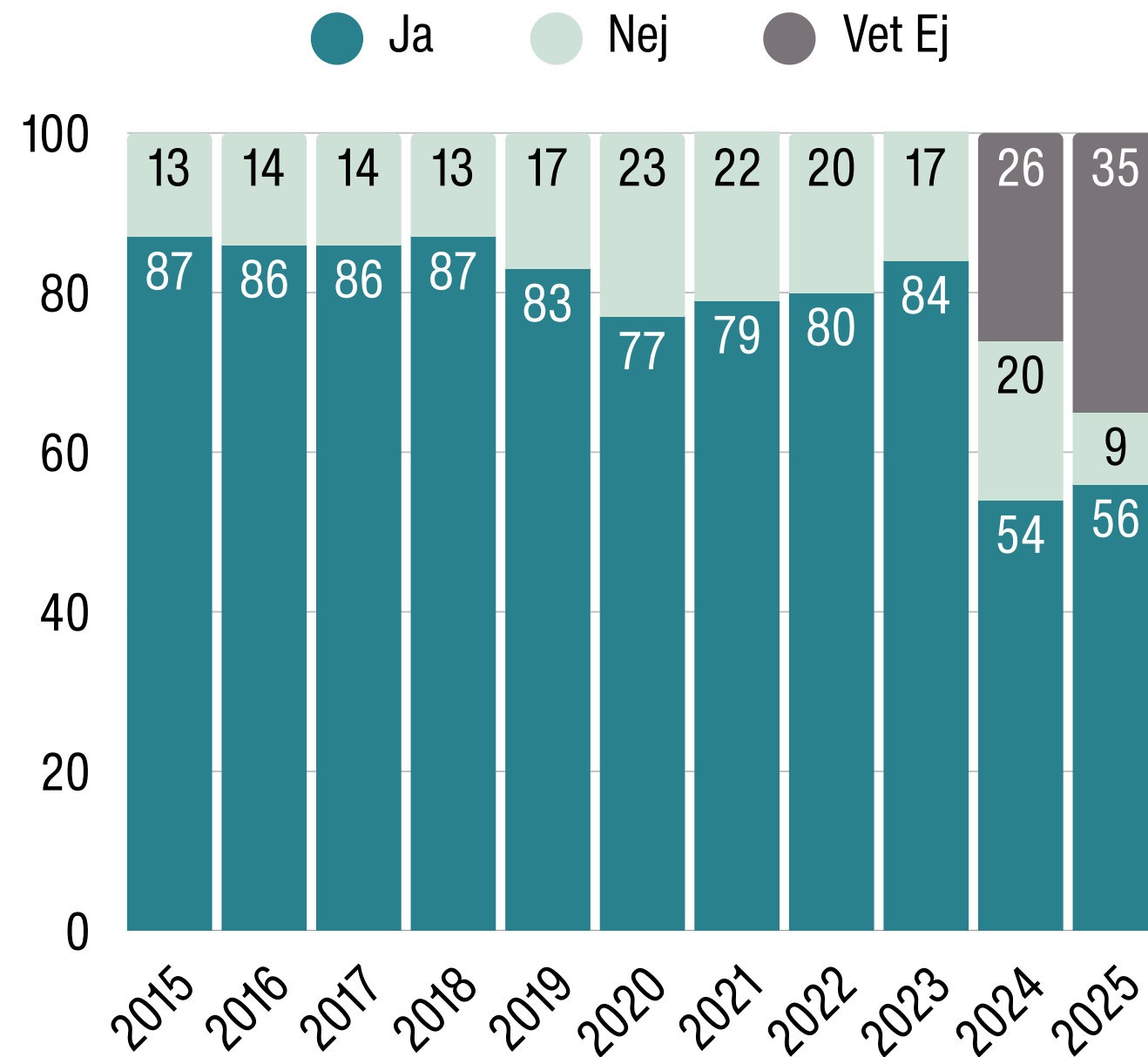


*För diagrammet ovan har svarsalternativet “vet ej” plockats bort i beräkningen. Detta förändrar procentsatserna.

Frågeställning: Hur bokar cykelturisten vanligtvis era tjänster eller produkter? Välj det vanligaste alternativet.

Avser företagen satsa vidare på målgruppen cykelturister?

En klar majoritet av företagen längs leden vill satsa vidare på målgruppen cykelturister och utveckla sina företag. 2024 gav man företagen möjligheten att svara “vet ej” vilket har gjort det svårt att följa upp på trender. Det man främst uppgav var att man ville utöka sin service till cyklister men även paketering och samarbete med researrangörer var saker man ville satsa på.



Marknadsföring & Profilering

Tankar om hur boenden och leden marknadsförs specifikt mot cykelturister.

“Finns det klistermärken med kattegattledens logo? Kan jag trycka upp sådana själv?”

“Varför är inte boenden utmed leden viktade om hur bra de är för cykelturister? Jag skulle vilja göra riktad reklam till cykel”

Logistik & Leddragning

Förslag och synpunkter på Kattegattledens faktiska sträckning och närhet till företag.

“I Kattegattsledens dragning mellan Vejbystrand och Stora Hult: Flytta Kattegattledens dragning från Saltörsvägen till Tångvägen-Västraljungbyvägen-StoraHultsvägen, så passerar cyklisterna vårt besöksmål som har vingård med vineri, vinbar, fantastisk upplevelsemiljö och ett UNESCO världsarv att visa upp. Vi har medhåll från Båstads kommun, Båstads turism och näringsliv AB samt Ängelholms Kommun och Ängelholms Näringsliv AB.”

“Skulle önska att Kattegattleden gick ända ner till Norra Strandvägen“

Service & Utmaningar

Utmaningar kring serviceutbudet längs leden, såsom öppettider och specifika faciliteter/tjänster.

“Önskar att en del cyklister inte använde vår gästtoalett till att ”bada” i handfatet. Det ser inte ut ibland efter dem, vatten överallt och på golvet. Svårt att stoppa, jag vet.”

“Vi vill stärka Birgit Nilsson Museum & Stallkafé som mötesplats, även för dem som inte är intresserade av opera.”

Övriga kommentarer

Företagsenkäten avslutas med att ge deltagarna möjligheten att ge feedback och tips under frågan Övriga tankar - finns det något annat du vill dela med oss? Svaren har grupperats i 5 områden och utvalda citat presenteras här.

Verksamhetsflytt/Förändring

Information om företagets framtid, flytt eller nya förutsättningar.

“Vi flyttar nu vår verksamhet från Glommen och in till Falkenbergs centrum, så därför behöver vi nu undersöka hur vi kan bidra till cykelturismen på ett litet annorlunda sätt gentemot föregående år. Viktigt att denna informationen ändras inför kommande cykelkarta, samt på er hemsida!”

“Vi kommer inte driva vidare det hotell vi driver idag då vi blivit uppsagda av hyresvärden. Vi har planer på att driva ett annat hotell i området, men återkommer då.”

Statistik & Erfarenhet

Uppgifter om antal gäster eller reflektioner över säsongen.

“Det var vår första säsong så det var svårt att komma igång innan man hade blivit betygsatt. Men när första gästen varit här löpte det på bättre.”

“Vi har ingen direkt data på cykelturisterna men Svaren är baserade på interaktion i Turistbyrån i somras.”



Kontakt

Ledutveckling Kattegattleden

Tove Johansson

tove.johansson@regionhalland.se

Analys Visit Halland

Rasmus Westerberg

rasmus.westerberg@regionhalland.se

