

Nr 5

VÄRNAMO NÄRINGSGLIV

**Småländsk natur
marknadsförs
i Tyskland**

**Modekoncern
med själ i Värnamo**

Med fokus på tillväxt

**Trevligt på jobbet ger
bra prestation**

BREDARYD

LANNA

HORDA

RYDAHOLM

FORSHEDA

VÄRNAMO

BOR

Småländsk natur

marknadsförs i Tyskland

Otto och Gaby Seitz är båda födda och uppvuxna i södra Tyskland men slog för ett par år sedan ned sina bo-pålar mitt i Småland. Via sitt företag Adventure of Småland riktar de nu sin framgångsrika marknadsföring av den småländska naturen och dess möjligheter till välbärgade tysktalande mellaneuropéer. Och antalet nöjda gäster ökar för varje år.

Om man kör väg 127 från Värnamo mot Sävsjö når man efter cirka 2,5 mil avtagsvägen mot Långö-Tomteholm, platsen där Adventure of Småland har sin hemvist. En liten och idyllisk ort som snabbt har blivit en slags samlingsplats och utgångspunkt för turister från främst Tyskland, Österrike och Schweiz. Besökare som sannerligen tilltalas av den småländska naturen och som tar sina positiva intryck och erfarenheter med sig hem till vänner och bekanta.

I våra svenska öron låter kanske inte det där med småländska naturupplevelser överdrivet exotiskt, men å andra sidan tillhör vi inte målgruppen för Adventure of Småland. Snarare riktar sig deras marknadsföring till tysktalande personer som mer än gärna spenderar en skaplig summa pengar på att

få uppleva det optimala lugnet under några veckor, och som på det ena eller andra sättet önskar känna närheten till småländsk natur – och allra helst under ordnade former.

Det började med en gammal skola Idén att starta en verksamhet av den här arten började gro redan när (de då drygt tjugoåriga) Otto och Gaby på bilssemester for runt i vårt avlånga land. Ganska snabbt frapperades de av hur stressen förpassades till förgängelsen och hur själen steg för steg renades. Beslutet att bosätta sig i Sverige var inte alltför svårt och valet föll på Småland. Sagt och gjort, en gammal skola med



Vi har medvetet nischat oss.

tillhörande lärobostad inköptes, och tankarna på att marknadsföra Småland i Mellaneuropa övergick i allt konkretare handling. Kort därpå inhandlades några kanoter samt ytterligare en fastighet.

I och med detta hade verksamheten rullat igång. Något som de inte för en sekund har ångrat sedan dess.

En annorlunda marknadsföringsstrategi

Via en tydlig definition av målgrupp, utnyttjande av etablerade nätverk och en genomtänkt PR-strategi marknadsför man numera med framgång Småland i Tyskland, Österrike och Schweiz. Och kanske är det





| GABY, HUSKATTEN SNUKE & OTTO ser fram emot en lyckad turismsäsong.

själva metoden att marknadsföra som är det allra mest unika. Tack vare sitt jobb i Tyskland hade Otto under åren nämligen byggt upp ett brett nätverk av kontakter inom det tyska näringslivet, vilket man nu började dra nytta av. Dessutom hade han bra kontakter med journalister och andra opinionsbildare. Målgruppen är som nämnts klart definierad och man blygs inte att understryka att det är folk med lite mer pengar än snittet som ska lockas till Sverige och Småland. Sådana familjer som helt enkelt har råd att investera i en bättre semester och som vill ha samtliga bitar i kakan, dels bekvämlighet och påkostat boende och dels vildmarksliv i ordnade former. De tilltänkta gästerna vill kort och gott ha perfekt service, de vill bo bra, de vill veta vad som finns att göra i närområdet - och de vill ha det hela serverat.

Men åter till marknadsföringen. Genom att använda sig av de etablerade nätverken i Tyskland når man målgruppen, och den höga servicenivån säkerställer att positiva omdömen sprids från mun till mun. Parallellt bjuds intressanta journalister in till Adventure of Småland, givetvis med syftet att dessa ska skriva initierade och positiva reportage i olika tyska publikationer. Via Ottos kontaktnät sker detta ett par gånger per år och den enda kostnaden för denna PR är att bjuda på logi och uppehälle. I övrigt är det faktiskt enbart företagets hemsida som är kommunikation utåt, en hemsida som

naturligtvis är på det tyska språket och som har domän .de.

Upptäcktsresor i småländsk natur

Affärsidén är sålunda att erbjuda målgruppen i fråga en aktiv semester i den vackra och orörda småländska naturen. Med ett otal avkopplande friluftaktiviteter att välja bland. Som kanotpaddling, sportfiske, vandringar, cykling, älgafari, djurskådning eller en tur på smalspårjärnvägen. Man kan också engagera sig i kurser om äldre hantverk, grillkvällar i lappkåta, sköna bad i vedeldad tunna och mycket annat. Majoriteten av aktiviteterna är koncentrerade till området kring sjön Rusken och en vistelse blir snarare

ADVENTURE OF SMÅLAND

Ägare: Gaby Seitz

Antal anställda: Otto och Gaby

Etableringsår: 2006

Hemsida: www.smalandreisen.de

Verksamhetsbeskrivning: Adventure of Småland är en samlingspunkt för turister som vid sidan av massturism vill uppleva en aktiv semester vid den småländska sjön Rusken.

en spännande upptäcktsresa än en ordinär semester.

– Vi har medvetet nischat oss, säger Otto. Vi vänder oss till de som har lite högre inkomst och som uppskattar service i kombination med aktivt friluftsliv.

Och att den svenska kronan är stark spelar följaktligen inte någon avgörande roll, målgruppen är beredd att betala vad det kostar. Att det är det dyraste huset som är mest attraktivt är kanske ytterligare ett bevis på detta.

Småland som ett varumärke

Enligt Otto är Småland inte ett alltför välkänt begrepp i Tyskland (kanske tvärtemot vad vi andra trodde). Astrid Lindgren och Ikea är för tyskar de mest kända symbolerna men förknippas snarare med Sverige än med

Småland. Därför ser han mycket positivt på att man nu ska utveckla ett gemensamt varumärke för hela Småland. Och han lovar att dra sitt strå till stacken för att öka vetskapen om Småland i de tysktalande länderna.

Att Adventure of Småland är framgångsrikt har ni säkert redan förstått, tillströmningen till bygden ökar för varje år. Men för den skull lutar sig Otto inte tillbaka och är nöjd. Just nu planeras olika typer av events för tyska företag, i princip var som helst i Sverige, allt beroende på kundernas önskemål och behov. Dock är den röda tråden intakt, det handlar om friluftsliv i ordnade former, personlig service och hög kvalitet på varje enskild aktivitet.

Text: Carl-Åke Persson
Foto: Jocke de Rooy



| ADVENTURE OF SMÅLAND i vinterskrud.