

## VisitSweden satsar på Kina

**VisitSweden ökar sitt engagemang i Kina från mars 2011. En ny chef för kinesiska marknaden, Sara Wramner, har tillträtt.**

VisitSweden öppnar egen verksamhet i Beijing och har anställt Sara Wramner som ny landschef för Kina. Sara har bott och varit verksam i Kina i 16 år och talar flytande mandarin. Hon har tidigare varit marknadschef i Kina för Ericsson och IKEA och nu senast försäljningschef för Oriflame.

- I Kina räknar man med att 2015 kommer 100 miljoner resor att göras från Kina och dessa resenärer kommer att spendera 100 miljarder dollar. Vi vill ha en del av den kakan, säger Sara Wramner, ny landschef för VisitSweden i Kina.

Antalet besökare från Kina har ökat med 58 procent mellan 2005 och 2010 och VisitSweden ser en potential att resandet till Sverige kommer att fortsätta öka under de kommande åren. VisitSweden kommer nu att öka investeringarna i Kina.

- Besöken från Kina ökar och vi kommer att satsa ännu hårdare i Kina med en ny organisation, säger Thomas Brühl, vd VisitSweden.

VisitSweden lämnar ägarskapet i Scandinavian Tourist Board, det bolag som ägts av VisitSweden, VisitDenmark och Innovation Norway. Under 2011 kommer VisitSwedens organisation i Kina att använda Scandinavian Tourist Boards organisation i marknadsföringen.

### För ytterligare information, kontakta

Thomas Brühl, vd VisitSweden, tel 08-789 10 00, [thomas.bruhl@visitsweden.com](mailto:thomas.bruhl@visitsweden.com)

Ulrika Hallesius, försäljningsdirektör VisitSweden, tel 0704-200 900,  
[ulrika.hallesius@visitsweden.com](mailto:ulrika.hallesius@visitsweden.com)

Bitte Olsson, informationsansvarig VisitSweden, tel 0705-25 04 56,  
[bitte.olsson@visitsweden.com](mailto:bitte.olsson@visitsweden.com)

VisitSweden är ett kommunikationsföretag med uppdrag att internationellt marknadsföra Sverige som resmål och att marknadsföra varumärket Sverige. Marknadsföringen utgår från en utvald målgrupp och VisitSweden har genom närvaro på 12 prioriterade utlandsmarknader kunskap om deras resepreferenser och kännedom om Sverige. Vi väljer rätt budskap, till rätt målgrupp i rätt marknadskanal för att marknadskommunikationen ska få största möjliga effekt. VisitSweden ägs till lika delar av svenska staten genom Näringsdepartementet och svensk turistnäring. Utländska besökare spenderar nästan 94 miljarder kronor i Sverige, vilket är mer än exporten av personvagnar och järn och stål tillsammans. Svensk turistnäring sysselsätter cirka 160 000 personer (räknat i helårsverken). (Källa siffror: Tillväxtverket. Gäller för 2009.) [www.visitsweden.com/partner](http://www.visitsweden.com/partner)