

Andreas Hassler VisitSweden en GURU eller en simpel bedragare del 2

Högsäsong för bluffföretag läser jag i ett nyhetsbrev från svenskt näringsliv. Under somrarna när den ordinarie personalen är på semester löper företagen extra stor risk att råka ut för oseriösa företag. Håll därför extra uppsikt på fakturorna och betala inte slentrianmässigt, är säkerhetsexperternas främsta råd.

Var finns motsvarande varning inom Turism för ekonomiska äventyrare?

Nyhetsbrevet "Varning Schönfelder" www.toni-schonfelder.com

Detta Nyhetsbrev bevakar Vänskapskorruptionen vilken är väl så utbredd något som förekommer i olika branscher, inom turism finansierat med skattepengar är den uppenbar då verksamheterna sällan eller aldrig utsetts för granskning, det mesta sker bakom lyfta dörrar eller i konsens.

Branschen har genom ständigt politiskt trixande tillskansat sig över 3 miljarder kronor, skattepengar som årligen försvinner in i ett system där man skickar bidrag till varandra, vilka ofta används för att slå ut privata obstinata företag, det leder till beroendeskap varför kritiken tystnar. Det är bidragen som styr svensk Turism och för detta har man en tjug med organisationer som alla ropar på mera skattepengar dels för den egna verksamheten och att binda upp olika företagare.

Resultatet blir att man köper tystnad.

Miljarder kronor visserligen i små portioner försvinner årligen i de mest huvudlösa projekt samtidigt som det saknas pengar till sjuk, äldre vården eller ordentliga kraftfulla turist satsningar.

Den nyvunna viljan till nya satsningar inom turism riskera att haverera, då dom som är satta att förvalta skattepengar är i ekonomiska termer oftast direkt olämpliga.

Deras engagemang och brinnande hjärta att få hit turister är det inget fel på, men detta räcker liksom inte.

Andreas Hassler VisitSweden?

Inledningsvis kan sägas att samtliga turistansvariga chefer i söder och mellan Sverige är mycket positiva till Hassler, det är endast från Norra Sverige det kommer andra toner efter ett motsvarande flygcharter projekt där slutade i ett praktfullt fiasko, det mesta gick fel och kostnaderna blev astronomiska för skattebetalarna, mer kan du läsa på denna länk <http://www.sverigeturism.se/ff/nr22-99.htm> ***Kommersiellt haveri för största svenska turistprojektet någonsin. Varje turist kostar 11.000 att få hit.***

Den som söker på Google under namnet Andreas Hassler kan knappast missa denna information.

Detta var som fick mig att börja gräva, om Hassler bedriver en konsultverksamhet där han lyckliggör svenska turistchefer med sina föredrag om turism hur man når ut i Tyskland där han i princip berättar vad alla som sätter sig som turistchef borde veta och för det betalar man

rätt saftigt arvode per föredrag och samma Hassler går inte att hitta på nätet är det nog ganska märkligt.

Detta reportage kommer att visa att Hassler satt i system att inte synas eller finnas till att han jonglera med miljoner kronor i skattepengar där man för länge sedan har tappat kontrollen och övervakning från såväl regionerna samt från VisitSweden, det är min slutsats. Det handlar om naiva turistchefer som tror på Hassler mer som en nyskapt Messias som far runt i Sverige under VisitSweden's täckmantel och i Tyskland som en jultomte där han delar ut pengar utan krav på resultat där han väljer ut dom som får motta pengar, samtidigt företag med lång erfarenhet och helt andra kapaciteter än vad Hassler vänskapsklubb presterar, dom är utestängda. Kanske beror det på att det inte går att slå blå dunster hos dessa kompetenta företagsledare men vem vet vad som ytterst leder till det selektiva urvalet. Detta reportage visar det blåögda inom turism där ingen blir fundersam (alla är väl medvetna om upplägget) hur Hassler kan sitta på alla stolar. Det gäller även med "en egen" charter men också inom XXL Schweden projektet. Hassler "konsultfirma" har ingen telefon utan endast ett hemligt nummer som finns på VisitSwedens website, han finns ingenstans på dom angivna adresserna. Företaget i Finland existera inte på den angivna adressen där bor en finsk person som också har en adress på Döbelnsgatan i Stockholm som Hassler är nära allierad till.

Ordspråket "Die Dummen Schweden" har fått en helt ny betydelse och ett ansikte. Ansiktet torde vara svenska turistnäringens blåögda chefer.

Citat:

För Sveriges många hårt drabbade landsbygdskommuner har turismen blivit den sista möjligheten", skriver Po Tidholm i en kulturessä i Dagens Nyheter (4/11 2000). "Det finns många motiv bakom en turistsatsning, desperation, bristande skatteunderlag och möjlighet att starta delfinansierade projekt som i sin tur lösgör EU-medel och skapar arbetstillfällen i uppbyggnadsfasen. Effekterna är omtvistade. ... Hittills har utgifterna på de flesta håll varit betydligt större än intäkterna."

"De kommuner som tidigare drömde om företagsetableringar, drömmer nu om en massturism som aldrig kommer att bli verklighet", anser Tidholm.

Vem är Andreas Hassler?

1) Hassler konsult firma

andi@aurora-borealis-marketing.de

Något annat telefonnummer än vad som är publicerat på VisitSweden finns inte – det är dessutom ett hemligt nr +491726927197 och kan inte nås via den tyska telefon upplysningen. Någon firma finns inte att hitta trots idoga försök att hitta en registrering.

2) Domänen www.aurora-marketing.de finns sedan många år men utan aktivitet annat än att vi bygger en site - „Hier entsteht eine Internetpräsenz“.

3) DENIC uppger att innehavaren är Andreas Hassler / Aurora Borealis Marketing:

In Den Krautaeckern 7 , 69251 Gaiberg

Någon skatte eller firma registrering finns inte på denna adress

4) Hassler tecknar HEMLIGA avtal med olika tyska arrangörer under namnet Aurora Borealis, firmans säte är staden Heiligenkreuzsteinach

Ingen uppgift i telefonkatalogen, ingen giltig gatu- eller postadress, inget telefonnummer, ingen registrerat firma & skattenummer.

Det kan finnas ett införande i något Handelsregistret – men enligt tecknade avtalen med turistbranschen är det hemligt – det strider mot den tyska lagstiftningen där varje företag enskild som bolag har skyldighet i avtal, fakturor ange registreringsorten med nummer i Handelsregistret för verksamheten.

Sammanfattning:

Det finns inget bolag eller enskild firma under namnet Aurora – Borealis i Tyskland med förbehåll att dom hemliga avtalen innehåller info som inte går att få reda på via normala vägar. I vart fall är detta olagligt och strider mot den tyska affärslagen. Och varför Hassler anser det skall vara hemligt ökar bara spekulationerna mot honom.

Andreas Hassler "företag" i Finland

Charterways Consolidating
Opastinsilta 9 a 28
FIN-00520 Helsinki

Mail: charterways@europe.com
Tel: +46 - 70 390 9339

Telefonnumret i Finland till Hassler är en svensk mobiltelefon och abonnemanget står på

Risto Kalevi Hemming
Döbelnsgatan 52
11352 STOCKHOLM

Andreas Hassler
Opastinsilta 9 a 28
FIN-00520 Helsinki

Piscataway, NJ 08854
US

Det finns ingen Andrea Hassler på Opastinsilta 9 a 28, däremot finns en hemtelefon registrerad på en "Risto Hemming" samme Risto som på Döbelnsgatan i Stockholm enligt personnummer med mobiltel +358-503850871, som är registrerad på en annan adress.

Andreas Hassler (det finns en enda person med detta namn i Finland om det är tysken Andreas Hassler eller hans fru som rest tillbaks till Finland är en öppen fråga) isåfall är adressen Muntterintie20 A 2, 21160 Merimasku (utanför Nådendal), mobiltel +358-400841183.

Det finns en fru Hassler på samma med adress och hemtelefon +358-2-4387136 och mobil +358-400928524

Hassler VisitSweden och charterverksamheten Düsseldorf – Jönköping – Karlstad
Söker man på Google charterways Helsinki hittar man ovanstående adress i Helsingfors

e-mail adressen
charterways@europe.com

ägs av en person i
USA

Registrant Contact:
NJDomains, Abuse
Contact:

abuse@mail.com
Gerald Gorman
(abuse@mail.com
gerald.gorman@att.net)

9086960929

Fax: none
33 Knightsbridge
Rd.

Och med en länk till

<http://www.schwedencharter.de/impressum.htm>

och denna sitetillhör:

Domain holder:	Kultour & Natour Touristik Gm
Address:	Alfred Becker Hamburger Str. 1
Postal code:	41540
City:	Dormagen
Country:	DE

Detta är den firma som enligt olika källor får mest stöd av Andreas Hassler i egenskap av representant för VisitSweden och för olika regioner där Hassler fördelar några miljoner svenska kronor.

Fråga A) Hur har Luftfartsverket tänkt sig kunna betala ut en betydande summa till en verksamhet som till faktum inte finns registrerad som enskild firma eller bolag i Finland? Se mer om Luftfartsverket längre fram i detta Nyhetsbrev.

Fråga B) Vilka som på VisitSweden är medvetna om dessa kopplingar mellan Hassler som B2B samordnare, den egna arrangörsverksamheten och att vara flygcharter arrangör höljs än så länge i dunklet?

Fråga C) Vilka av regionerna som har denna kunskap, och jag är benägen att tro vad som sägs i telefon interjuverna: ”jag har ingen kunskap om alla dessa turer utan har förlitat mig på att Hassler är engagerat av VisitSweden och att dom har reda på vad som gäller”

Andreas Hassler känner sig hotad

Inledningsvis ringde jag till Hassler på numret som finns på VisitSweden +491726927197 för att få svar på en del frågor och landade istället på ett band med musik.

Ingen kontakt, skickade ett mail med 16 frågor till Hassler med kopia till Barbro McAusland som går i pension sista juni 2007 med avskedsfest i Hamburg den 27:e juni.

Inget svar från Hassler och Barbro varför jag bad VD Thomas Brühl VisitSweden om hjälp samt svar på hur Hassler får betalt för sina tjänster och i vilken egenskap:

Svaret från Brühl:

Bäste Toni Schönfelder,

Alla underkonsulter som VisitSweden AB skriver avtal med bilägger sin F-skattsedel eller motsvarande. Övriga frågor om någon annans bolag har vi inget intresse av att svara på.

Frågor rörande affärsverksamheten B2B finner du redovisat i VisitSvedens årsredovisningar.

Med vänlig hälsning

Thomas Brühl, CEO
VisitSweden
Sveavägen 21
Box 3030

SE-103 61 Stockholm
Vx: +46 8 789 10 00
www.visitsweden.com

Läs min blogg
<http://vdblogg.visitsweden.com>

Tyvärr Thomas Brühl, svaret är otillräckligt och dessutom vilseledande. Jag har genom VD:n Thomas Brühl begärt svar på följande frågor som Brühl dock inte vill svara på, ej heller Hassler eller den avgående Tysklandschefen för VisitSweden Barbro McAusland (svenska) har velat få svar på följande frågor – i kursiv på svenska.

Här är frågorna till Andreas Hassler som han uppfattar som ett hot:

- 1) Für die säsong 2007 wird ein flug (charter) geplant Düsseldorf - Jönköping – Karlstad wie sieht die kosten verteilung aus – wer trägt welches risiko?
För säsongen 2007 vem bär det ekonomiska ansvaret för denna charter hur är fördelningen
- 2) Wer steht alls auftragsgeber und garant gegenüber der fluggesellschaft und wie ist der name der fluggesellschaft?
Vilket flygbolag är det som flyger? Och vem står med garantien gentemot flygbolaget?
- 3) Wie sieht der vertrieb aus – wer macht was in deutschland?
Hur ser Distributionen ut på den tyska marknaden?
- 4) Gibt es absichts erklärungen wenn ja wie sieht so eine aus?
Finns det några garantier från någon arrangör i tyskland?
- 5) Wo ist der schwerpunkt in schweden – ich meine das angebot – und kan man sagen wer alles dabei ist von den kommerziellen firmen?
Vilka ar mottagar organisationerna i Sverige och finns det privata företag med som intressenter?
- 6) Monika Karlsson aus Värmland wird laut "informationen" mit dir arbeiten als "konsult" was ist ihre aufgabe?
Monika Karlsson turistchef i Värmland som slutar den sista maj -07 blir konsult åt Hassler som ansvarar för flygverksamhet som hon varit med om att övertyga regionen Värmland att delfinansiera? Vilka är hennes uppgifter?
- 7) Wie verhindert man den gleichen fehler wie mit Jämtland und Norrbotten?
Vad har man företaget för att ett liknande misstag som med Norrbotten projektet upprepas?
- 8) Gibt es eine erklarung zu uber 1000 euro in subvention pro flugstuhl?
Finns det en förklaring till att varje turist till Norrbotten i Hasslers regi kostade svenska skattebetalarna 11.000 kronor i bidrag för varje turist?
- 9) Angeblich war dein gewinn garantiert – eine erhebliche summe wie sieht dein vertrag aus mit das neue projekt?

Enligt initierade källor var din vinst betydande i det misslyckade Norrbotten projektet, vad har man gjort för att detta inte skall upprepas?

10) Håkan Bruks sagt das du verantwortlich bist für das fiasko in Norrland – wie verhindert man das dieses wiederholt wird?

En annan ansvarig i Norrbotten projektet Håkan Bruks anser att du är ansvarig för fiaskot, vad är din åsikt om detta?

11) Die privaten unternehmer zum beispiel in Värmland sind weder informiert oder haben kenntnisse – ist das korrekt?

Dom privata företagen i Värmland som tvingats vara med och finansiera har ingen information, är det korrekt?

12) Du hast vorträge in schweden für die du bezahlt wirst – ich habe einige davon untersucht – es ist sehr viel allgemeines – man kan sagen im princip wie deine turisten handbücher ist das eine korrekte beschreibung?

Du håller allmänna föredrag i Sverige om den tyska marknaden rätt ytliga och det enda jag kan hitta från dig är några svenska handböcker, är det en korrekt beskrivning?

13) Wenn ich die richtige information habe hast du niemahls ein konkretes reise geschäft getätigt das heist du verkaufst etwas von dem du leben sollst – ist das eine korrekte beschreibung? *Om jag förstått det hela rätt har du aldrig sysslat med affärer i turism där du skapat en turist och en lönsam verksamhet, är det en korrekt beskrivning på dig?*

14) Wer hat dich anfangs an beauftragt?

Vem har initialt kontaktat dig för uppdrag åt Sverige?

15) Bist du freier mitarbeiter und du stellst deine arbeit in rechnung an VisitSweden Deutschland oder bist du fest angestellt?

Är du en anställd person i VisitSweden eller arbeta du som frilance på löpande räkning?

16) Du darfst gern als abschluss frei übermitteln was du möchtest – es wird ohne abstriche publiciert – aber nicht mehr als eine A4 seite

Du får gärna skriva ned dina personliga åsikter dock ej längre än en A 4 sida

Något svar kom inte och denna gång fick jag kontakt med Hassler per telefon som raljerade om hot och annat innan telefonbolagstekniken någonstans bröt samtalet.

På Google finns också denna site som i sista stycket behandlar VisitSweden och det ekonomiska fiaskot i Norrland.

<http://www.sverigeturism.se/ff/nr1-01.htm> **Norrlandschartern bantas och flyttas bort från Turistrådet.**

I mina undersökningar kontaktade jag merparten av samtliga arrangörer på den tyska marknaden, samtliga rätt små företag med en rätt begränsad kapacitet och möjligheter. Det finns med 2 större företag i detta B2B projektet, DER TOUR som inte vill vara med i B2B samarbetet men fått en del pengar till sin Nordland katalog (marknadsföringsbidrag) för att sälja chartern och som hade den 14:e juni ca en vecka innan flygchartern startar - hade man sålt 2 platser på hela flygkedjan. Man har ingen information på sin webbsite överhuvudtaget.

Giganten TUI ägda Wolters Reisen som är Norden specialisten nr 1 sedan årtionden bokar enbart in resenärer, någon ”större rusning är det inte fråga om, enligt ansvariga chefer”. Att hitta Småland – Värmland erbjudandet på webbsidan är inte helt enkelt.

I samtliga samtal med olika arrangörer har jag ställt likalydande frågor – samtliga är bandade för ordningens skull, är väl medveten om hur snabbt man vill förvrida sanningen och genom moteld skylla alla fel på budbäraren.

Jag publicera därför Jürgen Schwenkschuster mail till mig som kom efter samtalet.

För att vara riktig korrekt informerade jag personen liksom alla andra intervju personer ifråga att jag skriver ett reportage om den aktuella chartern där mitt intresse är hur man använder svenska skattebetalarnas skattepengar. (Då flera tror att det var ett PR reportage)

En fri översättning finns efter respektive rad:

Sehr geehrter Herr Schönfelder,

nun weiß ich wer Sie sind. Vor Top-Nord war ich bereits lange genug in der Branche um noch ***Nu vet jag vem ni är. Innan Top Nord var jag tillräcklig länge i branschen för att kunna rekonstruera en del minnen.*** einige Zusammenhänge rekapitulieren zu können.

Nachdem es den Anschein hat, daß Sie nicht an objektivem Journalismus arbeiten, untersage ***Då det förefaller vara så att ni inte ägna er åt en objektiv journalistik förbjuder jag Er härmed***

ich Ihnen hiermit, irgendetwas von unserem Telefonat in einem Artikel zu verwerfen oder ***att nämna något från vårt förda telefon samtal eller på annat sätt använda de av mig lämnade uppgifter***

auch nur meinen Namen/Firmennamen zu nennen.

Ej heller använda er av mitt namn eller namnge firman

Ich möchte in keiner Weise Teil einer fiesen Verleumdungskampagne sein. Wenn Sie der ***Jag vill på inga villkor vara del av en förtal kampagne. Om ni är av den uppfattningen*** Meinung sind, das Schwedische Fremdenverkehrsamt würde Steuergelder verschwenden, so ***Om ni är av uppfattningen att Sveriges Turistråd(VisitSweden) inte har kontroll över skattebetalarnas pengar finns det***

gibt es dafür sicher schwedische Kontrollinstitutionen.

myndigheter som har som uppdrag att utföra dylika kontroller

Aber vielleicht geht es Ihnen um etwas anderes als Objektivität?

Men kanske Ni har andra skäl än att vara objektiv?

Ich kann von meiner Seite dem Schwedischen Fremdenverkehrsamt und allen Personen mit ***Jag kan från min sida kan endast uttala full respekt för VisitSweden samt alla inblandade personer***

denen wir zusammenarbeiten mein volles Vertrauen und Respekt aussprechen. Schweden hat ***med vilka vi samarbeta på ett förtroende fullt sätt och uttrycka min respekt.***

nach Jahren des Hin- und Hers (Sie erinnern sich?) eine konstante Vermarktungsstrategie ***efter år hit och dit (ni kanske minns) har äntligen en konstant marknadsstrategi utvecklats*** entwickelt, die inzwischen deutliche Früchte zeigt und als Erfolgsgeschichte gewertet wird.

Som visar på framgång och måste värderas som en framgång

Es sind vielleicht nicht hell lodernde Strohfeuer, aber das wäre auch nicht nachhaltig.

Det kanske inte handlar om några större mediala aktiviteter, vilka ej heller skulle ha en önskat långtidseffekt

Viele Grüße,

Jürgen Schwenkschuster

Top-Nord GmbH

Ortsstr. 11a

D-91466 Gerhardshofen

Tel: +49-(0)9163-996776

Fax: +49-(0)9163-994955

Mail: js@top-nord.de, info@top-nord.de

www.top-nord.de

Sitz der Gesellschaft: Gerhardshofen

Eingetragen beim Handelsregister B Fürth,

Handelsregisternummer: HRB 10369

Geschäftsführer: Jürgen Schwenkschuster

Mer om firman kan du läsa längre fram I detta Nyhetsbrev

VisitSweden har på sin officiella site finns denna information om Hassler:

http://www.visitsweden.com/VSTemplates/Article_39390.aspx

B2B ansvarig: Andreas Hassler

Phone: +49 6223 488 883

+49 172 692 71 97 (cell phone)

En större satsning på den tyska marknaden stämmer väl överens med den marknadsplan som ligger till grund för Länsturismgruppens arbete där det betonas att den regionala marknadsföringen i huvudsak skall riktas mot den utländska marknaden,

Andreas Hassler, projektledare, tel: +49 172 692 71 97

Luftfartsverket och incomming trafiken till Sverige

Luftfartsverket Karlstad

http://www.lfv.se/templates/LFV_Listing_37232.aspx på denna site inte ett ord om dom inkommande flygen annat än ett Karlstad – London projekt

http://www.lfv.se/templates/LFV_AlphanumericListing.aspx?id=16259 ingenting här heller

Detta kunde man läsa på den officiella sidan från Luftfartsverket

http://www.lfv.se/templates/LFV_AirportStartPage_3484.aspx

hux flux försvann texten från siten samma vecka som första flyget skall anlända.

Till Karlstad kommer det att komma två incharter under sommaren En från **Zürich** och en från **Düsseldorf**. Arrangör av inchartern från Zürich är Kontika Saga och det blir fjärde sommaren som de flyger till Karlstad. **Mer information om incharten från Düsseldorf kommer senare.**

Men det kom ingen information, allt om charter projekt försvann från webbsidan – Det går inte att gömma något på nätet, det finns ett särskilt söksystem där man hitta samtliga förändringar som sker på en webbsite – upp till 10 år tillbaka.

Luftfartsverket Jönköping, det som var en stor händelse försvann från nyhetsskärmen efter att vi började forska i hur turerna gått till med flygchartern i Andreas Hassler regi.

Så här lät det i veckan när jag gjorde min rundringning:

Herman Larsson Jönköpings flygplats marknadsansvarig

Enligt mina sagesmän är du väldigt engagerat i detta projekt och när började du med att engagera dig?

Idén föddes för 2 år sedan

Vad gör flygplatsen och vad är din roll?

Det är väl bra med en charter så att vi kan nå nya målgrupper

Vem är det som ansvarar för chartern?

Såvitt jag vet har Hassler ett företag i Finland

Har du aldrig haft några betänkligheter över att Hassler arbeta för VisitSweden och samtidigt chartra flyg, arrangera resor och fördelar marknadsföringspengar till företag som han har ett vänskapsförhållande till samtidigt som andra företag arbeta sedan länge på samma marknad inte ens är tillfrågade? Och detta sker med svenska skattepengar?

Det har jag ingen aning om utan det är Smålands Turistråd som har skött det hela

Känner du till Hassler engagemang i ett motsvarande projekt i Norrland 1999 där man körde bort motsvarande 11.000 per resenär?

Nej det känner jag inte till

Enligt initierade källor har du haft ett mycket starkt engagemang i detta projekt

Jag tycker det är bra med mera flyg och gör allt jag kan för att Jönköping flygplats skall få mera flyg

På vilket vis har Jönköping flygplats sponsrat denna charter

Vi har inte sponsrat med pengar utan bjuder vi resenärerna vid ankomsten på lördag (23/6) på ett litet smörgåsbord och snaps

Hur många resenärer är det på första planet?

Det vet jag inte

Men hallå det är 5 dagar kvar och det handlar inte om ett reguljärt flyg utan

semesterresenärer nog borde du med ditt brinnande intresse känna till antal resenärer?

Vet inte –

Kan det vara så att det är färre än 25?

Ja förmodligen

Samtal med flygplatschefen Peter Landmark Karlstad flygplats

Marknadschefen Marita Pettersson Törneland känner ingenting till då hon är ny sedan mars 07 och alla frågor skall ställas till Monika Karlsson som lämnat Värmlands Turistråd där hon fortsätter att arbeta som konsult.

Samtalet kopplas över till flygplatschefen Peter Landmark

Jag heter Toni Schönfelder och skriver ett reportage avseende en charter serie från Düsseldorf som skall starta kommande lördag.

Min första fråga är, känner du till Andreas Hassler?

Jag är ny på flygplatsen sedan oktober 06 och har inte varit så mycket involverat i projektet utan det är Monika Karlsson på Värmlands Turistråd.

OK då, men du känner till charter kedjan?

Ja

Känner du till Hassler engagemang i ett motsvarande projekt i Norrland 1999 där man körde bort motsvarande 11.000 per resenär?

Nej det har jag inte

Om man går in på Nya Wermlands Tidning har du uttalat dig flertal gånger ganska initierat för att inte känna till något?

Visst har vi gjort vårt för att puscha på trafiken och tala om fördelarna för Karlstad flygplats och regionen

Nu handlar inte mina frågor om det positiva för regionen utan hur du ser på att Hassler är engagerat av VisitSweden med skattepengar, fördelar svenska skattepengar till arrangörer, arrangera ett flyg i ett eget företag i Finland med svenska skattepengar?

Och ni på Luftfartsverket är med på ett hörn?

Det är Monika Karlsson på Värmland Turistråd som har alla detaljerna

Men reagera du inte över att Hassler sitter på alla stolarna?

Nej det har jag inte tänkt på

Hur många resenärer kommer på lördag (4 dagar innan ankomst)

vet ej fråga Monika Karlsson

Ja men nu fråga jag dig?

Tystnad

Är det inte märkligt att alla hänvisar till Monika Karlsson som slutat på Värmlands Turistråd och nu arbeta som konsult samt är enligt uppgift engagerat av Hassler?

Tystnad

Jag har inga fler frågor och lycka till med flygplatsen

Exakt 11 minuter senare ringer en Peter Landmark, ”nu vet jag vem du är” jag har kollat upp med de olika tidningar du påstår att du skriver för och ingen känner till dig

Men hållå Peter jag har inte påstått att jag skriver för några tidningar utan har jag ett eget Newsletter samt skriver jag för www.flygtorget.se som krönikör det är bara att klicka in sig och skriva in mitt namn så får du upp alla tidigare artiklar.

Samtalet är bandat och ligger som underlag för denna artikel.

Däremot kan jag väl konstatera att branschen fått ännu en ryggradslös medlöpare i systemet som aldrig vet något om något när det blir obehagliga frågor. *Eftersom detta är ett nyhetsbrev och ingen tidningsartikel tillåter jag mig med lite friare bedömningar än en motsvarande artikel fått i en tidning...*

Mats Åström Luftfartsverket avdelning säsongtrafik

Hej jag heter Toni Schönfelder och skriver om ett projekt där Andreas Hassler på VisitSweden ansvarar för en charterserie från Düsseldorf – Jönköping till Karlstad.

Ja, ja jag känner igen dig från www.flygtorget.se

Du anses vara en del av detta projekt är det korrekt?

Ja vi stöttar upp alla nya försök med att få igång reguljär som charterflyg

Hur går det till?

Lagen om upphandling

När skattepengar är involverade träder lagen om upphandling in.

Någon upphandling har inte skett i ordets mening, inget svensk flygbolag eller flygmäklare har lämnat en skriftlig offert eller är tillfrågat.

I pengar spelar det ingen roll om flyget startar i Düsseldorf eller starta i Sverige för att flyga tom ned och hämta resenärerna. Starta man i Düsseldorf får man motsvarande ”tomlägg” åt andra hållet.

En snabb rundringning bland svenska mäklare vad en flygning med motsvarande flyg och den nu aktuella chartern kostar nämns ca 130.000 kronor inkl alla avgifter per flygdag.

Vad Eurowings erhåller är dold av hemlighetsmakeri.

Mitt reportage har ett syfte, att visa hur svenska skattepengar används.

Att man tillåter år efter år en medarbetare sitta på alla stolar och berika sig på ett sätt strider inte bara mot tysk utan också mot svensk lag, att personen ifråga är ”osynlig” ur myndighetssynpunkt ge sken av att vilja komma undan en nbeskattning.

Hassler har skickligt byggt upp en fasad med att agera som kontaktman för Sverige och VisitSweden.

I själva verket är det den egna vinningen som är drivkraften och för detta är alla medlen goda med andra ord fara fram som en ”väckelsepastor” som dupera sin omgivning är nog en träffande beskrivning som en källa nämnde för mig.

Att detta kunnat pågå i många år är ett underbetyg till VisitSweden och ledningen som har första ansvaret för övervakning och det är ett klart underbetyg till revisorn som åtminstone efter Norrland debaclet borde krävt klara rutiner som uppfyller svensk lag och hur man förvalta skattebetalarnas pengar.

Hade detta skett i ett privat företag är det upp till ägarna – mitt Nyhetsbrev ägna sig åt att undersöka hur folket inom den offentliga turism hantera skattepengarna framför allt när ropen skallar på nya flera hundra miljoner kronor till marknadsföringen av Sverige.

Tanken är god, men det finns dryga 3 miljarder kronor inom den offentliga turism som skickas runt som bidrag, pengar som ofta används för att ta ”livet” av enskilda firmor och det kan inte vara syftet. Det kan inte vara syftet att Hassler som det tycks okontrollerad hantera miljontals kronor där vän bolagen delar på kakan.

Kompetenta företag samtidigt inte ens är tillfrågade.

Enligt flera samstämmiga källor anser att Hassler lärt sig hur den svenska turism fungerar och därmed hittat hålen och gjort det till sin egen vinning. När ingen ifrågasätter flyttas positionerna fram och till slut är det ingen som har kontroll över något.

Det har uttryckts flera gånger hur man med förvåning åsett hanteringen, främst från folk med en liten mer kritisk syn men av naturliga skäl inte våga träda fram eftersom Sverige är ett litet land där alla sitter i knäet på varandra och äskar bidrag. Vänskapskorruptionen med allt vad det innebär att skapa en liten klick som lever på övriga skattebetalare.

En av dom närmast stående arrangörerna till Hassler som fick en rad frågor om att sitta på alla stolar kom förmodligen med det uppriktiga svaret: *"Han måste väl få tjäna pengar på lönen från VisitSweden blir man inte fet", " Han är den förste som gjort nåt på länge som gynnar oss alla"*

Diverse citat:

"Hassler är mästare på att utnyttja den svenska godtrogenheten"

"Hassler uppger att han har en stor kontaktyta – i själva verket är det så att branschen inte utvecklar sig, det är samma spelare år efter år"

"Kontakter? hahaha, med lite pengar på fickan får man vem som helst i denna bransch att steppa"

"Hassler uppträder som jultomte och fördelar pengar till dom som han kan kontrollera"

"Hassler är en skicklig demagog som får godtrogna turistchefer betala horrunda summor för att lyssna på gammal skåpmat där även Jan Gunnarsson är med och tjänar en slant på föredragen som betalas med skattebetalarnas pengar"

"Hasslers insatser har lett till en snedvridning av marknadsföringen där vännerna tar hem hela potten"

Från en trovärdig källa kommer denna enastående berättelse:

Hur det fungera när någon inte finns på "vän listan" var när Hassler erbjöd marknadsföringspengar till en arrangör som hade för avsikt att arrangera ett cykelpaket i Blekinge och Hassler ville få arrangören att satsa istället på Sörmland då Blekinge vid den aktuella tidpunkten inte var sponsor av B2B projektet men det var Sörmland.

Mot detta står att dom regionala turistrådens chefer som anser att Hassler har skapat en bra verksamhet inom B2B projektet. (Frågan är vad man jämför med?)

När man fråga om man kan peka på något konkret blir det genast lite mer suddigt och då kommer argumenten att turism ökar till Sverige från Tyskland.

På vilket sätt VisitSweden fått Germanwings, Ryanair, Air Berlin starta upp flygningar på olika svenska flygplatser kan ingen ge något konkret besked, Att även SAS slutligen ökat kraftigt utbudet på Tyskland vad har detta med B2B projektet att göra? På vilket sätt är turistorganisationerna inblandade eller någon annan inom turist Sverige? Varför Örebro regionen har fler tyska turister än tidigare utan charterflyg kan ingen svara på!

Några samtal med cheferna med berörda flygbolag var kristallklara deras överväganden av att flyga på Sverige sker på andra grunder och VisitSweden har överhuvudtaget inte varit med i något läge. 2 av cheferna kände inte ens till namnet VisitSweden.

Regionen Småland och kommunerna kring Växjö dit Ryanair starta upp reguljär flyg från Tyskland har satt av betydande marknadsföringsbidrag där även Jönköping flygplats med det lokala politiska etablissemanget var med och försökte få Ryanair flyget men förlorade på "målsnöret" som någon uttryckte det hela.

Om man tittar på lågprisflygets utveckling så är bolag som easyjet och Ryanair generatorer av att skapa ett nytt resande. Många regioner i Italien och Spanien samt även i Frankrike som nationalbolagen inte ansett vara lönsamma att flyga på har lågprisflygbolagen skapat en blomstrande näring där inte minst turism är en bidragande faktor till att regioner blomstrar upp.

Kanske kommer det en dag att den svenska turistnäringen samarbeta och ta fram ett koncept utifrån ett regionalt perspektiv som man storsatsar tillsammans med potentiella partners för att få en hållbar utveckling men det är inte vad detta reportage skall handla om. Studiebesök – ännu ett – där man lär sig en gång för alla hur Ryanair fått fart på regioner som endast få tidigare haft kännedom om borde ge hopp även för svensk turism om man nu är mottaglig för den bistra verkligheten.

Det börja med att storstadsturism Stockholm, Göteborg blir basen för att sedan sprida nyfikna turister ut i landet. Det är London turism som är navet till övriga England, det är Rom och Venedig som är basen för övriga Italien.

VisitSweden har strukturerat om sig där den ”senaste” ledningen arbetar med nya cyber koncept för att passa in i ett nya modernare samhälle där Internet spelar den avgörande rollen.

Har man lyckats med detta eller handlar det om irrfärder i cybervärlden? Resultaten på besöksnäringen på Internet till Sverige är en besvikelse rent av nedslående resultat.

Söker man på ”Hotel in Stockholm” är Destination Stockholm en klar etta men besöksfrekvensen i ett internationellt perspektiv ändå rätt lågt med sin rankning på 458.069 <http://www.destination-stockholm.com>

Detta skall inte missförstås då det finns andra sidor med en högre rankning men dom ligger i sk ”community” – nätgemenskap där varje enskilt hotel mäts och alla besök läggs i den totala rankningen vilket används mer och gärna för att vilseleda okunnigheten som frodas kring besöksfrekvensen på Internet.

Söker man enbart på Stockholm kommer denna site upp <http://www.stockholm.se/Extern/Templates/InfoPage.aspx?id=110781>

Och söker man på Göteborg är det Göteborg & Co som är den klar ledande stjärnan i alla kategorier även i ett internationellt perspektiv.

Viktig Information!

Rankning av sidorna belyser antalet besökare på webben i genomsnitt dom 3 sista månaderna, i detta fall dom viktigaste bokningsmånaderna för resor till Norden, då antalet besökare skall vara som mest frekvent.

Rankningen har gjorts med hjälp av den mest tillförlitliga rankningen som kommer från Alexa.com ett företag som ägs av Amazon.com gruppen.

Världens proffs, använder sig av denna obarmhertiga sanning som inte går att manipulera till skillnad från många andra framför allt svenska rankingssidor.

Siffran efter respektive företag anger rankningen, är man nr 1 är man världsbäst och det är Yahoo, Google kommer som nr 3

Är man runt 3.000.000 betyder det mindre än 100 besökare i veckan – då skall man komma ihåg att många anställda har egna datorer varför man besöker den egna webbsiten – har man ett eget IP nr räknas denna besökare som en unik besökare. Även alla spindlar från otaliga sökmotorer som passera dagligen alla sidor räknas som unika besökare. Dom som finns i ett nätverk har datortekniskt samma IP nr och räknas endast en gång. En av Sveriges stora statliga verksamheter glädde sig över dom höga

besökstalen till dess att man gjorde en noggrann analys och fann att samtligas anställda hade den egna webbsidan som startsida – varje gång man slog på datorn räknade rankningsmätarna det som en unik besökare. Det handlar om en av Sveriges mest välkända rankningssiter och IDG har flertal gånger haft reportage om det svenska fifflat med placeringen.

Hos Alexa förekommer inte denna glädje mätning! Därför används den av världens proffs och ingår Alexa i Amazon gruppen och varje form av manipulation skulle ge ett eko och krav om ekonomiska anspråk i USA. .

En jämförelse med länder utan sofistikerade ”cyber” resmål:

Visit Norway

<http://www.visitnorway.com> 61.148

Visit Denmark

<http://www.visitdenmark.com/siteforside.htm> 89.411

Visit Finland

[http://www.visitfinland.com/w5/index.nsf/\(pages\)/index](http://www.visitfinland.com/w5/index.nsf/(pages)/index) 148.869 ungefär samma besökare antal som Sverige har

Visit Sweden

<http://www.visitsweden.com> 157.548 Den verkställande ledningen på VisitSweden som helt satsar på Internet har inte lyckats särskilt väl eftersom siten riktar sig till minst 10 språkgrupper. Jämför med Norge och Danmark som har nära på dubbelt så många besökare.

Den lilla siten <http://www.swedengate.de> 655.936 som drivs av 2 personer, en ungdom och en pensionär i övre åldern som på sin fritid har lyckats med att ha den högsta rankningen av alla skandinavien siter på den tysk språkiga marknaden och betydligt fler än VisitSweden med en budget på miljontals kronor.

Dessa två entusiaster är Nr 1 för svensk turism på den tyskspråkiga marknaden utan konkurrens.

Deltagande webbsiter för flygchartern Jönköping – Karlstad mellan den 23.06. - 18.08.2007

VisitSweden satsar sin produktinformation till stöd för Småland – Värmland chartern på denna webbsite.

<http://schwedencharter.de> praktisk taget 0 besökare - Siten ägs av firman Natur Kultur i Dormagen som är en av Hassler nära ”vänner” och enligt andra källor den som bokar mest. Siten hänger ihop med:

<http://skandinavien.kultour-natour.net/kn.php> praktisk taget 0 besökare och huvudarrangören utan garantier eller andra åtaganden boka på charterkedjan, ägaren är Alfred Becker

<http://www.kodiak-reisen.de/kodiak.php> praktisk taget 0 besökare ägare Roland Kimmel som också har <http://www.wikinger-reisen.de> 367.378 på denna site

säljer mycket lite i skandinavien – mest i andra länder – har 2 st VD:ar varav den ene är Roland Kimmels fru Dagmar Kimmel. Rankningen för Norden är därför inte relevant. kodiak-reisen.de

[Latest update:](#) 01.02.2007

The domain holder is DENIC's contractual partner and hence holds the material rights to the domain.

[Domain holder:](#) Kodiak Reisen GmbH

[Address:](#) Roland Kimmel
Frankstr 1

[Postal code:](#) 58135

[City:](#) Hagen

[Country:](#) DE

<http://www.top-nord.de> Jürgen Schwenkschuster praktisk taget 0 besökare säljer enligt egen uppgift via egen katalog till en liten kundgrupp.

<http://www.trolltours.de/application/index.cfm/fuseaction/home.infoseite/myID/4/IDMenu/12> 1.896.475 en dålig placering med tanke på vad andra privata Norska sites presterar (Sverige programmet är begränsat) för att jämföra med lilla <http://www.fjordtravel.no> som ligger på 1.244.721 vilket innebär dubbelt så många besökare och är enbart på engelska språket.

<http://www.nordic-holidays.de> 2.731.433 ägare är Burkhardt Specht som har hela sin verksamhet på Internet och sin huvudsakliga verksamhet på vintern, mätningen visar att siten har ett relativt högt besökarantal även fast det inte är säsong för hans firma.

<http://www.nordicholidays.com> är andra webbsidan och tillhör Burkhardt Specht - denna sida har praktisk taget 0 besökare

Stiftelsen Värmlands Turistråd

http://www.varmland.org/index.asp?fu_id=113 962,999 har ett högt besökarantal och tillhör dom bättre inom svensk turism.

Smålands Turistråd 2.053.651 ett lindrigt sagt uselt resultat med tanke på hur länge man finns på marknaden och med intressanta produkter samt en stark marknadsposition på den tyska och holländska marknaden.

<http://www.visit-smaland.com/Templates/StartPage2.aspx?PageID=43e746f6-781b-43f2-b6ea-0a622d89b796>

<http://www.schwedenreisen.de> praktisk taget 0 besökare
SCHWEDENREISEN

Helmut Weißkopf
Berliner Str. 12
34327 Körle
man har också följande siter med 0 besökare
www.schweden.cc
www.schwedenreisen.de
www.skandinavienreisen.com
www.schwedische-ferienhaeuser.de

<http://www.sapmi.de> Lappland praktisk taget 0 besökare

<http://www.schwedenbox.de> 3.325.069 lågt besökar antal

<http://www.nordische-abenteuer.de> 3.408.195 lågt besökar antal

<http://www.glasriket.se> 2.262.033 medel måttig

<http://www.infoschweden.de> 1.445.300 förhållandevis en hög ranking
Webbsidan är av hälsoskäl ej längre uppdaterat. Siten innehåller en "community" för att dra till sig besökare med PC och spel siter. Rankningen är därför irreleverant.

Domain holder:	Manfred Habschick Ebertstr4 59192 bergkamen
Domain:	infoschweden.de
Latest update:	31.08.2006

<http://www.dertour.de/portal/dertour/app/content/108.376> mycket hög ranking - finns inget erbjudande om Jönköping och Karlstad

DER TOUR tillhör en av dom tre stora i Tyskland, har fått marknadsbidrag av VisitSweden för broschyren "DER TOUR Nordische länder" som inte finns på webben och enligt väl underrättade källor ej heller synlig eller i vart fall mycket begränsat på respektive resebyrå Mina kontakter som fick uppdrag i 5 olika tyska städer med utpräglad Norden turister – kunde inte hitta broschyren överhuden taget även när man frågade efter den, antingen var den slut eller man väntade på nya (?)

<http://www.woltersreisen.de>. 1.220.219 tillhör reseigiganten TUI som har en förvånansvärt dålig ranking – mesta försäljningen går via den egna rese katalogen som finns hos tusentals TUI egna resebyråer eller TUI agenter.

Från Schweiz

<http://www.kontiki.ch/default.asp> 8.111.506 för den lilla schweiziska marknaden en acceptabel ranking fast nog finns det potential till utveckling.

Kontiki flyger med **egen charter i egen regi** sedan många år och erhåller av VisitSweden ett marknadsföringsbidrag

Flyget går från Schweiz – Karlstad – Umeå Kontiki har sysslat med resor till Norden i årtionden med ett mycket bra renommé och ett ännu starkare varumärke på hemma marknaden.

Vad gör Västerbotten på sin webbsida?

<http://www.vasterbotten.net/?LID=1> 3.547.467 har förvånansvärt lågt antal besökare på sin webbsite – här krävs nog en ordentlig uppräckning.

Mera Andreas Hassler Sverige projekt

VisitSweden – ännu ett Andreas Hassler projekt XXL Schweden där man går ut med en egen katalog och regionerna får köpa in sig, för 3 år sedan var katalogen närmare 150 sidor och nu år 2007 nedbantat till 36 sidor. Katalogen sprids på mässor som arrangeras av VisitSweden där kunden förväntas kontakta arrangörer på annan plats i Tyskland som han inte har ett förtroende för, hela projektet och all sponsring med svenska skattepengar kan starkt ifråga sättas. Det är ännu ett av alla dessa halvtama försök att göra nåt som består av att samla ihop sponsorer och sedan saknas upplägg och pengar att få ut det hela på den tyska marknaden. Det som krävs är kunskap och åter kunskap om hur en framgångsrik distribution byggs upp, denna kunskap går inte att förmedla när det kommer ned till praktiska ting, tar jantelagen och debatten om rättvisa och vad mer tar över som om omvärlden skulle vänta på Sveriges turistchefer. Sår här har den svenska turistnäringen plotttrat bort hundratals miljoner kronor genom årens lopp.

[Schweden XXL Attraktion - Hotel und Ferienhaus Schweden](#) med praktisk taget noll antal besökare

sidan är länkat till Kodiak Reisen som är ett helt annat företag, den som står för siten är finns med i uppställningen bland arrangörer på charterflyget.

[Domain holder:](#) Top-Nord GmbH

[Address:](#) Ortsstr. 11a

[Postal code:](#) 91466

[City:](#) Gerhardshofen

[Country:](#) DE

Administrative contact

[Name:](#) Juergen Schwenkschuster

[Organisation:](#) Top-Nord GmbH

[Address:](#) Ortsstr. 11a

[Postal code:](#) 91466

[City:](#) Gerhardshofen

[Country:](#) DE

Schweden XXL bietet als
Kooperationspartnerprojekt
die Schweden Attraktion -
Ferienhaus oder Hotel,
Flug, Fähre und Bahn.
Unterhaltung wie Angeln
oder Kanu fahren,
Restaurants und Shopping
Schweden.

Siten har besökts Sedan: 17.05.2006 | **Besucher: 71 totala antal besökare** enligt den egna
räknaren och enligt Alexa inga besökare som är mätbara.

Även <http://sw.nordland-xxl.de> praktisk taget 0 besökare
Finns under en samlingssite

Domain: touristiklinks.de

Latest update: 25.05.2007

The domain holder is DENIC's contractual partner and hence holds the material rights to the
domain.

Domain holder: Brummer

Address: Ravensburger Ring 70

Postal code: 81243

City: Muenchen

Country: DE

**Med tanke på flygets stora betydelse att öppna upp nya marknader
och det uttalade intresset från VisitSweden att satsa på nya
kundgrupper är man synnerligen återhållsam om vad man vill på
sin egen hemsida.**

**VisitSweden satsning ligger på en nivå långt bortom realiteterna
och fanns det en vilja bakom alla klyschor kan man ta en studie
hur Dubai presentera sig på webben och inte det mest svenska
som finns och präglar turism "att alltid uppfinna hjulet på nytt."**

**Detta är VisitSweden stora satsning och presentation av flyg till
Sverige!**

Toni kommentar:

Vad ledarskribenten glömde var att det redan idag finns över 3 miljarder kronor som skattebetalarna skickar in till den turistiska verksamheten. Det finns med fog att anta att man först skall sanera bidragen och frigöra kapital för offensiva satsningar – INGA FLER BIDRAG i nuläget, branschen är ett saneringsfall.

oo

MAUD OLOFSSON "Ny lag ska förbjuda kommuner att tränga ut privatföretag"
För att ett förbud skall få meddelas måste verksamheten eller förfarandet vara skadligt från allmän synpunkt. Verksamheter som visserligen snedvrider konkurrensen men tillgodoser andra samhällseliga intressen av vikt, exempelvis att bereda ungdomar och handikappade arbete, ska inte drabbas. Men vad vi måste se till är att staten, kommuner och landsting håller sig till det offentliga kärnområdet och inte slår undan benen för privata gym eller kaféer. Vår förhoppning är att lagändringen ska kunna träda i kraft redan den 1 januari 2008.

Toni kommentar: Om Maud inkludera verksamheterna inom turism innebär det en större förändring i den svenska strukturen än någon kan ana, varför det kanske bara blir en tumme? Mycket snack, retorik men inget nytt under solen? Skulle man dock konsekvent genomföra denna förändring kanske spelreglerna blir tydligare, regionerna och staten svara för övergripande marknadsföring och dom privata företagen svarar för turism i allt vad detta innebär.

oo

Många svenskars drömsemester är förmodligen att bo ensamma på en liten ö i en vacker insjö. Endast inbjudna får komma iland. Det synsättet präglar också turistbranschen.

Turist trist?

Många svenskars drömsemester är förmodligen att bo ensamma på en liten ö i en vacker insjö. Endast inbjudna får komma iland. Det synsättet präglar också turistbranschen.

En märklig kombination av blyghet och övermod genomsyrar svensk turism. Från ett inte har väl vi nåt att erbjuda till bestämda åsikter om vad utländska turister vill se och göra. Den Svenska Underbara Naturen Och Stillheten I Skogen är exempel på övermodet.

Helt fel antar man att turister från tätbefolkade länder bara längtar efter att vara ensamma och gå i skogen. Vill Ni se en riktigt skräckslagen japan skall Ni släppa ut han i den svenska skogen. Jag lovar, han kommer att betala för slippa

naturupplevelsen.

Man tycks helt ha glömt att en inte obetydlig andel av svenskarna själva älskar att trängas runt Medelhavets badstränder.

Tafattheten när det gäller turism delas broderligt mellan det staten och näringslivet med eldunderstöd från Sveriges samtliga kommunerna. En vild flora av såväl statliga, kommunala och privata organisationer skall, som det så vackert heter, samordna och främja turism. I stället konkurrerar man, förökar sig var och vartannat år medels delning, ändrar ständigt namn och skapar allmän förvirring. Och så har man hållit på i sådär en trettio år.

Förvisso skryter det statliga Nutek med att den utländska turismen i Sverige under de senaste femton år har följt den internationella utvecklingen när det gäller resandet. Och därmed verkar man låta sig nöjas. Det man inte säger är att vi i till viss del åker snålskjuts på det ökade intresset för S:t Petersburg.

Den explosionsartade utvecklingen av exempelvis kryssningstrafiken på Stockholm beror på detta. Vidare har vi haft nytta av att Skandinavien inte varit utsatt för några terroråd och att den svenska kronan under en följd av år varit förhållandevis svag. Några egna större turistfrämjande åtgärder efter det att Vasamuseet öppnades är det svårt att upptäcka.

Bortsett från förvissningen om att utländska turister är naturdyrkare så envisas man att lägga allt krut på att attrahera turister under de ynka tre sommarmånaderna. Resterande nio månader, då klimatet inte är det bästa för naturupplevelser, nonchaleras mer eller mindre fullständigt med ett innovativt undantag: ishotellet i Jukkasjärvi.

Det märks också på avsaknaden av följande viktiga museer.

Vikinga- och Nobelmuseum.

Det är synd och skam att det inte finns ett världsberömt Vikingamuseum i Sverige. Finns hur mycket intressant material som helst bara någon fick ändan ur vagnen. Det internationella intresset för vikingar är stort. Något som gått svenskarna helt förbi.

Ointresset för Nobel är också påtagligt. Det tog 100 år efter första Nobelprisets utdelande innan man kunde enas om ett taffligt, trångt och ointressant sk museum i Stockholm. Om Sverige i världen är känt för något så är det för Nobelpriset. Det får man knappast intrycket av när man besöker det nuvarande sk museet.

Ett vikinga- och ett Nobelmuseum borde vara de i särklass största och mest kända museerna i Sverige. Gärna kompletterat med högklassig forskning inom allt från vikingahistoria till de områden som Nobelpriset omfattar.

Turistnäringen omsätter ca 170 miljarder om året, varav svenska hushåll står för ca hälften och svenska affärsresenärer ca 25 procent. Utländska besökare spenderade ca 50 miljarder.

Skribent Lars Nilsson

Motto:

bättre ungefär rätt än exakt fel

e-mail 086635632@telia.com

Vill jag säga till mina läsare: Tänk själv

Fortsättning följer...