



Till år 2040 ska bland annat en ny pir byggas till på terminal 5.

Nu bygger Arlanda för tillväxt

Efterfrågan på flygresor ökar kraftigt. Nu bygger Stockholm Arlanda Airport för att möta behoven av resor men också för att skapa en hållbarare verksamhet. Alla byggprojekt har samlats i ett utvecklingsprogram.

År 2040 ska Arlanda kunna ta emot 40 miljoner resenärer om året, idag är siffran på 25 miljoner. För att nå målet behöver flera projekt genomföras så att kapaciteten kan öka och flödet av resenärer ska kunna bli smidigare. Projekten har samlats i ett utvecklingsprogram. Några av de mest betydande är nytt parkeringshus, ny pir på terminal 5, ny säkerhetskontroll, nytt bagagesystem samt ombyggnad av shopping och restaurangyta.

– Arlandas satsning kommer att bidra till Sveriges tillgänglighet. Flyget kommer också att kunna bli hållbarare. Till exempel så rustas flygplatsen för att kunna ta emot modernare plan vilket innebär mindre buller och miljöpåverkan, eftersom planen både är bränslesnålare och har tystare motorer, säger Thomas Lindfors programchef för Stockholm Arlanda Airports utvecklingsprogram.

Flyget skapar tillväxt för Sverige

Allt fler väljer att flyga. Under det första halvåret 2016 hade Swedavias flygplatser hela 18,9 miljoner resenärer vilket motsvarar en tillväxt med 5,1 procent mot samma period föregående år. En större efterfrågan gör att Swedavia behöver expandera och bygga ut för att stärka flygplatsernas kapacitet, vilket genererar arbetstillfällen och tillväxt för regionen i stort. Den växande trafiken kommer även öka antalet turister,

affärsresenärer och överbygga avståndet till släkt och vänner. – Vi genomför nu flera storsatsningar framförallt inriktade mot att möta efterfrågan på fler internationella förbindelser. Likväl som dessa investeringar är viktiga för resenärer och flygbolag är de även centrala för svensk tillgänglighet och hela landets internationella konkurrenskraft, säger Karl Wistrand, koncernchef Swedavia.

Vi ökar kapaciteten

Det har nog aldrig varit mer spännande än idag att vara flygplatsdirektör på Stockholm Arlanda Airport. Resandet till och från vår flygplats når nya rekordnivåer varje år och vi ser ut att gå emot ett nytt rekord även 2016. Men fler resenärer ställer också högre krav på att vi ska kunna erbjuda den kapacitet som behövs. Vår flygplats måste helt enkelt växa och anpassas. Hur det går till det kan man bland annat läsa om i detta brev. Utvecklingen är en utmaning, men en mycket inspirerande sådan. Stockholm Arlanda Airport ska bli Skandinaviens ledande flygplats och alla vi som arbetar på flygplatsen gör vårt bästa för att nå det målet på ett innovativt, effektivt och hållbart vis.

På återseende!



Foto: Peter Phillips

Kjell-Åke Westin

Flygplatsdirektör
Stockholm
Arlanda Airport





Bakom jubileumsutställningen står Reidun Boethius, som började sin karriär på SAS som flygvärdinna 1957. Här inviger hon utställningen tillsammans med Kjell-Åke Westin, flygplatsdirektör och Anders Wahlström, Head of Sales på SAS. Foto: Joakim Knutsson.

70 åringen SAS firas på Arlanda

SAS har haft en stor betydelse för att skapa tillgänglighet för Sverige och världen under sina 70 år. Sedan 1962 då Arlanda togs i drift, har flygbolaget varit en viktig arbetsgivare för många människor, inte minst för många boende kring flygplatsen. Arlanda tar tillfället i akt och framför sina gratulationer under

året. 70 åringens historia visas i en jubileumsutställning på flygplatsen. Här kan resenärerna titta på uniformer genom tiderna, retrochica kabinväskor, menyer, biljetter och tidtabeller, föremål som idag blivit åtråvärda samlarobjekt. Gratulationshälsningar framförs också på digitala skärmar på flygplatsen.

78%

Resenärens upplevelse i fokus

En av flygplatsens viktigaste uppgifter är att göra resenärernas resa så smidig och trivsamt som möjligt. Vi vill exempelvis att resenären ska tycka att utbudet av mat, dryck och shopping känns lockande och prisvärt.



Därför arbetar Swedavia löpande med undersökningar där resenärer får tycka till om vad som är viktigt för dem. Enligt den senaste kvartalbaserade undersökningen är 78 procent av resenärerna generellt nöjda, vilket är en ökning med två procentenheter jämfört med samma period i fjol.

– Det är ett väldigt bra resultat, säger Kickie Hiller, chef för Marknadsanalys.

Vi levererar när det gäller bemötande, renlighet och smidighet – men det finns naturligtvis saker att förbättra. Därför jobbar vi mer med information och kommunikation via våra digitala kanaler, så att resenären kan planera sitt besök och få bättre koll på erbjudanden och restaurangernas menyer för dagen.