



Hållbar tillväxt i besöksnäringen

STRATEGI OCH VERKSAMHETSMÅL FÖR
REGION VÄSTERBOTTEN TURISM 2018–2019

Kvalitet och upplevelser på hållbar grund ska locka både svenska och internationella besökare från våra prioriterade marknader till Västerbotten

Vi är:

Västerbotten har stor potential att utvecklas som besöksmål, här finns goda förutsättningar. Men konkurrensen är hård och för att Västerbotten ska hävda sig behövs strategiskt fokus, en tydlig satsning och konstruktiv samverkan. Det är det som denna strategi handlar om.

Strategin sammanfattar hur den regionala turismorganisationen i Västerbottens län, Region Västerbotten Turism, ska nå målet med hållbar kvalitetssäkrad besöksnäring. Den sammanfattar strategier, mål och verksamhet. Arbetet utgår från Västerbottens regionala utvecklingsstrategi som harmonierar med de lokala destinationsorganisationerna, med Visit Swedens arbete och med den nationella strategin för besöksnäringen: Vision 2020.

Olika delar av det offentliga, privata näringslivet, ideella krafter med flera arbetar direkt eller indirekt för att främja besöksnäringen. Men det behövs samordning. Vi har olika roller och ansvarsområden. En del arbetar nationellt, andra mer regionalt och lokalt – men insatserna för besöksnäringen blir effektivare om vi arbetar tillsammans. Genom att samarbeta får vi underlag och kunskap som underlättar vår interna och externa kommunikation. Samarbetet gör att vi kan uppträda mer samstämmigt, vi kan erbjuda ett samlat faktamaterial, vi skapar bättre kontaktvägar och nätverk. Allt detta underlättar för besöksnäringens aktörer att komma framåt i sina insatser.

REGION VÄSTERBOTTEN TURISMS ROLL

Vår roll som regional turismorganisation är att vara rådgivare, nätverksbyggare och branschföreträdare, och inte organisatör eller genomförare av marknadsföringsinsatser. Dock tar vi ansvar för image- marknadsföring via webb och strategiska partnerskap. Med affärsmodellen upplevelsecenter är vi på väg dit. Kommunikationsstrategin för upplevelsecenter tar fram imagemarknadsföring gjord av oss, sedan fungerar vi som rådgivare och kvalitetssäkrare till respektive upplevelsecenter för deras individuella marknadsföring.

Vi vill:

Region Västerbotten Turisms uppdrag är att verka för en hållbar tillväxt av besöksnäringen i Västerbottens län. En hållbar besöksnäring definieras som en näring som med uthållig lönsamhet levererar upplevelser som motsvarar eller överträffar gästens förväntningar och som ger samhället ett mervärde utan att äventyra de gemensamma resurserna för kommande generationer.

VÅR VISION – VART VILL VI?

År 2025 är Västerbotten en av Sveriges främsta destinationer när det gäller hållbar naturturism vilket även bidrar till att lyfta Sverige som attraktivt resmål.

Vårt övergripande mål för arbetet fram till 2025 är att etablera en strategisk samverkan i besöksnärringsfrågor i Västerbotten som ska bidra till:

- **att skapa** förutsättningar för hållbar destinations- och produktutveckling i besöksnäringen
- **att skapa** förutsättningar för hållbar tillgänglighet till, från och om besöksmål och destinationer
- **att stärka** den västerbottniska besöksnäringens nationella och internationella konkurrenskraft hos utvalda målgrupper genom strategiska partnerskap

I arbetet att nå målen ser vi tre fokusområden:

HÅLLBAR DESTINATIONSUTVECKLING

För att kunna konkurrera globalt med produkter av hög kvalitet måste turismföretag och destinationer veta vad gästen behöver för att vilja komma hit och för att uppskatta Västerbotten. Det behövs kunskap om export, upplevelsevärde och tematisk produktutveckling, men även kunskap om hållbarhet, reseförutsättningar och värdskap.

TILLGÄNGLIG BESÖKSNÄRING

Västerbottens infrastruktursystem är avgörande för en gynnsam turismutveckling. Regionen behöver bli nåbar och tillgänglig för att vi ska kunna öka tillväxten inom besöksnäringen. Fysisk infrastruktur ska möjliggöra för gäster att ta sig till och runt i Västerbotten på ett rimligt sätt. Digital tillgänglighet möjliggörs genom att varumärket Visit Västerbotten in Lapland och the Västerbotten Experience kommuniceras till prioriterade målgrupper.

STRATEGISKA SAMARBETEN

En framgångsrik besöksnäring är beroende av att kommuner och regioner lyfter in näringens behov och perspektiv i samhällsplanering och utvecklingsfrågor. Det krävs en helhetssyn som omfattar flera verksamhetsområden, och även samarbeten och partnerskap på lokal, regional och nationell nivå.

Våra utvecklingsmål:

Tillsammans har vi arbetat fram fyra strategiska utvecklingsmål för våra fokusområden: utvecklad kunskap om hållbar tillväxt, ett sammanhållet turistiskt utbud, förutsättningar för hållbart resande samt ökad kännedom hos prioriterade målgrupper.

1A. ÖKAD KUNSKAP HOS BESÖKSNÄRINGENS AKTÖRER OM LÅNGSIKTIGT HÅLLBAR TILLVÄXT

RV Turism arbetar för att bidra till lokala destinationers och turismföretags hållbarhetsutveckling genom kunskapsprocesser som Global Sustainable Tourism Councils (GSTC) metodik. Genom det arbetet blir destinationer och företag i Västerbotten mogna att skapa hållbar utveckling i regionen.

- Verktyg i form av metoder, kunskapshöjande insatser och förutsättningar för att bygga en hållbar tillväxt hos Västerbottens besöksnäring finns framtagna.
- En samlad kanal för relevant kunskap inom området hållbar utveckling finns.
- Studieresor och nätverk erbjuds för aktörerna i Västerbotten att ta del av.
- Omvärldsanalyser och metoder i syfte att produktutveckla och anpassa utbud efter efterfrågan och kundbehov erbjuds till Västerbottens besöksnäring.

MÅL: Besöksnäringens aktörer har ökat sin kunskap om hur arbete med hållbar utveckling kan bidra till ett mer lönsamt företagande genom att minst 20 prissatta hållbara produkter från Västerbotten säljs på marknaden under 2019.

1B. SAMMANHÅLLET TURISTISKT UTBUD SOM ERBJUDER HÅLLBARA UPPLEVELSER FINNS ETABLERAT

RV Turism arbetar för ökad samverkan mellan turismföretag, destinationer och partners i ett gemensamt utvecklingsarbete i syfte att systematiskt och strategiskt utveckla vår region.

- Grogrund där Västerbottens besöksnäring kan samverka för hållbar tillväxt erbjuds.
- Affärsmodellen Upplevelsecenter i Västerbotten är utvecklad tillsammans med engagerade företagskluster.
- Produktutveckling och paketering sker inom modellen Upplevelsecenter.
- Analys, uppföljning och omvärldsbevakning anpassat till Upplevelsecenter erbjuds.

MÅL: I Västerbotten finns minst tre kluster med noder av samverkande turismaktörer anslutna i upplevelsecenter som paketerar och säljer minst 10 produkter till utvalda researrangörer och/eller privatesenärer under sommaren 2019.

2. GODA FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR HÅLLBART RESANDE TILL OCH INOM REGIONEN FINNS

RV Turism arbetar för att besöksnäringens behov ska finnas med i planeringen av fysisk infrastruktur och för att resan inom länet ska bli enkel och tillgänglig för våra besökare.

- Tillgängligheten från prioriterade marknader till Västerbotten är god.
- Ökade möjligheter till hållbart resande inom länet finns för våra gäster.
- Relevanta underlag för att satsningar på infrastruktur ska bli av och bli ändamålsenliga tas fram.

MÅL: Besöksnäringens aktörer är mer tillgängliga än tidigare år genom att charterlinjer kopplas ihop med utvalda upplevelsecenter med transferlösningar på minst tre sträckor under sommaren 2019 och minst två satsningar på ökad tillgänglighet med andra trafikslag undersöks under 2019.

3. ÖKAD KÄNNEDOM OM VÄSTERBOTTENS UTBUD GENOM VÄSTERBOTTEN EXPERIENCE HOS VÅRA PRIORITERADE MÅLGRUPPER PÅ SVENSK OCH UTLÄNDSK MARKNAD

RV Turism ansvarar för att bygga en gemensam image kring varumärket Visit Västerbotten in Lapland genom att lyfta konceptet Västerbotten Experience. Vi arbetar för att öka regionens attraktivitet genom ökad upplevelsekaraktär.

- Utvalda utländska researrangörer vill sälja regionens upplevelser.
- Mötesplatser mellan researrangörer och besöksnäringens aktörer erbjuds.
- Imagen kring Visit Västerbotten in Lapland som hållbart besöksmål bygger på att kommunicera Västerbotten Experience.
- Samverkan med besöksnäringens aktörer för att öka synligheten på prioriterade marknader är god.

MÅL: Resmålet Västerbotten är känt som en attraktiv region för hållbar naturturism av minst 10 researrangörer på utvalda marknader vilket gör att de säljer minst 3 resor var till Västerbotten under 2019.

VI GÖR:

Det gemensamma arbetet inom våra fokusområden beskrivs nedan i en verksamhetsplan som ska hjälpa oss att nå våra mål och möta de utmaningar som vi beskrivit ovan.

HÅLLBAR DESTINATIONSUTVECKLING

Destinationsutveckling i regionen genom implementering av GSTCs (Global Sustainable Tourism Council) metodik för hållbar utveckling.

- ▶ GSTC-intervju för turistföretag
- ▶ Behovsanalys och åtgärdsprogram
- ▶ Följ upp åtgärdsprogrammen

Utveckla kluster av kvalitetssäkrade turistiska upplevelser i Västerbotten. Dessa kluster bildar noder som kallas Upplevelsecenter.

- ▶ Inventera kluster och förutsättningar
- ▶ Utveckla och kvalitetssäkra upplevelser/produkter
- ▶ Matchmaking med säljkanaler

Erbjuda kunskapswebb, kunskapsdagar och studieresor till Västerbottens besöksnäring.

- ▶ Utveckla digital kunskapsportal
- ▶ Erbjud kunskapsdagar inom relevanta områden
- ▶ Erbjud studieresor till intressanta destinationer för ökad kunskap

Bedriva utvecklingsinsatser i Västerbotten kopplade till måltid, värdskap, kvalitet och design med fokus att höja vår lägstnivå.

- ▶ Erbjud tematiska utvecklingsprogram till företagarkluster
- ▶ Erbjud individuell rådgivning inom relevanta teman
- ▶ Följ upp utvecklingsinsatserna

TILLGÄNGLIG BESÖKSNÄRING

Främja chartertrafik till och från utvalda destinationer och i samarbete med partners. Fokus på tysktalande marknaden och Nederländerna.

- ▶ Bevaka charteraktörer för fler linjer till Västerbotten
- ▶ Bevaka möjligheter till nya reguljära linjer till Västerbotten

Utveckla transfer kopplat till charter på utvalda sträckor. Sker genom dialog med partners.

- ▶ Undersök möjligheter till transfer mellan charter och upplevelsecenter
- ▶ Bevaka möjligheter till samarbete med kollektivtrafik

Främja ledutveckling och verka för att öka tillgängligheten till naturen.

- ▶ Undersök möjligheter att utveckla några av Västerbottens leder kopplat till upplevelsecenter
- ▶ Undersök möjligheter att utveckla Naturkartan digitalt utifrån ett turistiskt perspektiv med fokus på upplevelsecenter

Bevaka möjligheter till andra transportlösningar till och inom regionen genom samarbete med besöksnäringens aktörer (näringsliv, destinationsföretag, kollektivtrafikmyndigheten, Trafikverket m fl) för att identifiera hållbara transportlösningar för besöksnäring i glesbygd.

- ▶ Bidra till utvecklingsprojekt för trafiklösning längs väg 363
- ▶ Undersök goda exempel på transportlösningar i glesbygd

STRATEGISKA SAMARBETEN

B2B, partnerskap Visit Sweden:

Målsättningen är att skapa synlighet och intresse hos researrangörer för Sverige som naturturistland. Prioriterade marknader är Tyskland och Nederländerna, samt kopplat till chartertrafik till Västerbotten.

- ▶ Bearbeta relevanta researrangörer som vill sälja Västerbotten
- ▶ Bearbeta relevant press som skriver om Västerbotten
- ▶ Matchmaking researrangör-produktägare

Måltidsexport, partnerskap Visit Sweden:

Målsättningen är att lyfta Sverige som måltidsland. Genom projektet får Västerbotten ta del av kunskap och nätverk.

- ▶ Ta del av kunskap och erbjud Västerbottens besöksnäring
- ▶ Omsätt detta i utveckling av måltidsturism i Västerbotten med fokus att lyfta lokal mat-tradition/lyfta lägstanivån främst kopplat till upplevelsecenter

Imagemarknadsföring:

Fokus på att skapa lust till Västerbotten hos våra prioriterade målgrupper genom att lyfta Västerbotten Experience i strategiska partnerskap.

- ▶ Webb
- ▶ Kommunikation t ex nyhetsbrev, pressreleaser, m.m.
- ▶ Film/foto till imagemarknadsföring

Analys och omvärldsbevakning:

RVTurism gör analyser och omvärldsbevakning för att öka kunskapen hos besöksnäringen, beslutsfattare, med flera.

- ▶ Köp statistik som t ex gästnattsstatistik från SCB
- ▶ Analysera/ta fram underlag som visar på besöksnäringens betydelse
- ▶ Delta i vetenskapliga sammanhang för att inhämta kunskap och vidareutveckla egen kompetensbas

Närvaro i relevanta sammanhang:

RVTurism deltar på lokal, regional och nationell nivå, som t ex Västerbotten i Almedalen, Västerbotten på Grand, Mötesplats Lycksele, Besöksnäringens Turismdag, regionala nätverket för besöksnäring i Sverige och evenemangsgruppen.

- ▶ Delta på möten/i nätverk som representant för besöksnäringen i Västerbotten
- ▶ Arrangera mötesplatsen Turismdagarna i Västerbotten
- ▶ Sammankalla evenemangsgruppen i Västerbotten och bidra med relevant kunskap till den

KONTAKT

Annika Sandström, regionturismchef, 070-550 16 08, annika.sandstrom@regionvasterbotten.se

Kajsa Åberg, strateg, 070-570 57 39, kajsa.aberg@regionvasterbotten.se

Andrew Sutherland, strateg, 070-570 57 35, andrew.sutherland@regionvasterbotten.se

Amanda Brännström, strateg, 070-544 57 33, amanda.brannstrom@regionvasterbotten.se

Janne Wiktorsson, projektledare, 070-594 57 57, janne.wiktorsso@regionvasterbotten.se