

AFFÄRSPLAN



.. Turistrådet
VÄST
SVERIGE



Turistrådet Västsverige – en del av



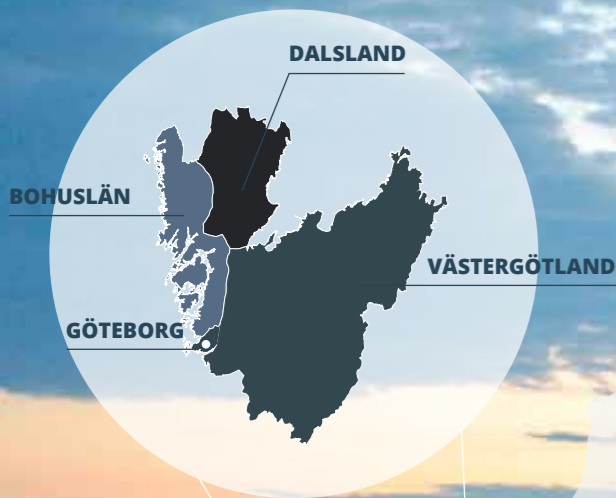
FÖRORD

Vi på **Turistrådet Västsverige** utvecklar och marknadsför Västsverige som destination. Detta är vår affärsplan, men det är samtidigt en beskrivning av den inriktning vi önskar för hela Västsveriges samlade besöksnäring.

Att utveckla besöksnäringen är ett ansvar som delas av många aktörer och samverkan är vägen till framgång. I coronapandemins spår är det viktigare än någonsin att kraftsamla från offentligt och privat håll för att snabbt få tillbaka besöksnäringen på fötter. Helt avgörande är hur vi tillsammans kan skapa denna återhämtning på ett hållbart sätt. Ingenting är framgångsrikt om det inte också är hållbart. I en internationell jämförelse är Västsverige högt ansett inom hållbar turism. Vi skall dra nytta av denna starka position. För att underlätta samverkan och för att skapa gemensam kraft har vi på Turistrådet startat Hållbarhetsklivet.

Vi bjuder in alla som är verksamma inom den västsvenska besöksnäringen att tillsammans med oss göra Västsverige till ett föredöme i omställningen till ett hållbart samhälle.

september 2020



Detta är Västsvverige

HÅLLBARHETS KLIVET

Hållbarhetsklivet är Västsverges samlade initiativ för en hållbar besöksnäring. Offentliga och privata aktörer agerar för att ställa om till ett hållbart samhälle. Tillsammans skapar vi ekonomiskt bärkraftiga företag och turism som inte leder till onödigt miljöpåverkan och är uppskattad av både boende och besökare. Vi når framgång genom ständiga förbättringar med fokus på konkreta initiativ. Ingenting sker av sig själv. Det krävs styrning för att uppnå en hållbar besöksnäring och alla måste dra sitt strå till stacken. *)

Hållbarhetsklivets och Turistrådets gemensamma vision

Västsverges besöksnäring är ett föredöme i omställningen till ett hållbart samhälle.

Fyra grundläggande principer för en hållbar besöksnäring

Hållbarhetsklivet baseras på fyra grundläggande principer som är styrande för de vägval vi gör inom utveckling och marknadsföring av besöksnäringen i Västsvrige. Det är de glasögon vi sätter på oss när vi avgör var vår tid och våra pengar investeras. De fyra principerna är;

- 1. *Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt*
- 2. *Bra för både boende och besökare*
- 3. *Fler besökare när och där det inte är fullt*
- 4. *Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter*

Hållbarhetsklivet är ett initiativ som såväl offentliga som privata aktörer inom besöksnäringen kan ansluta sig till. Anslutna aktörer beaktar de fyra grundprinciperna vid utveckling och marknadsföring och delar med sig av konkreta initiativ på vår gemensamma portal hallbarhetsklivet.se för att inspirera andra.

*) Hållbarhetsklivet är direkt kopplat till flera av de 17 målen i Agenda 2030, med särskilt fokus på mål 8 (delmål 8.9), mål 12 (delmål 12b) och mål 13 (delmål 13.3).

1.

Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt

Besöksnäring medför alltid en påverkan på miljön. Transporter till och från destinationen samt aktiviteter och konsumtion på plats leder till CO₂-utsläpp. Dessutom kan besöken innebära en påverkan på naturen på resmålet. Men hur omfattande besöksnäringens miljöpåverkan blir avgörs av de val besökaren gör i form av transportmedel, reslängd, vistelsetid, konsumtion och agerande på plats. Detta kan vi som destination påverka genom att utveckla och marknadsföra sådant som bidrar till så lite onödig miljöpåverkan som möjligt. Genom att vara rädda om vår natur säkerställer vi att vi även i framtiden kan erbjuda en attraktiv destination.



Turistrådets strategi för att bidra till att besöksnäringen genererar så lite onödig miljöpåverkan som möjligt är att prioritera;

hemmamarknaden och närmarknader

Ju kortare resväg desto mindre CO₂-utsläpp. Vi lägger därför våra resurser på att uppmuntra västsvenskar till hemester och att attrahera besökare från övriga Sverige och utvalda marknader i Europa. Detta innebär inte att besökare från andra marknader inte är välkomna. Oavsett var våra besökare kommer ifrån tar vi väl hand om dem.

hållbara transporter

Transporten till och från destinationen är den faktor som har störst betydelse för besöksnäringens miljöpåverkan. Vi gör det lättare för besökaren att göra medvetna val genom att tydliggöra olika transportalternativs CO₂-påverkan. Vi underlättar också för besökaren att kunna välja tåg, bil eller buss som alternativ till flyg. För resor inom destinationen underlättar vi för besökaren att välja kollektivtrafik och samåkning. I den mån besökare väljer att flyga till Västsverige vill vi att de skall ha möjlighet att välja moderna direktflyg.

att få besökare att stanna längre

Vi når stora miljöbesparingar genom att få gästerna att stanna längre istället för att fylla boendeanläggningar med nya gäster varje dag. Det ger färre transporter per gästnatt och kräver mindre städning och tvättning. Vi tydliggör därför ett utbud som får besökaren nyfiken på att stanna länge och vi prioriterar målgrupper som vi av erfarenhet vet stannar flera dygn.

hållbara turistföretag

Hur den enskilda verksamheten arbetar med miljöförbättrande åtgärder har stor betydelse. Vi stödjer verksamheterna genom rådgivning och utbildning. Vi ställer också krav på de verksamheter vi samarbetar med att ha ett aktivt miljöarbete och att ansluta sig till Hållbarhetsklivet och därmed bidra till ett hållbart samhälle.

hållbara aktiviteter

Vad besökaren ägnar sig åt på destinationen påverkar miljön. Olika aktiviteter har olika grad av miljöpåverkan. Genom utveckling och marknadsföring av attraktiva aktiviteter med så lite onödig miljöpåverkan som möjligt kan vi få fler att välja hållbara alternativ.

att göra det lätt för våra besökare att göra rätt

Samma aktivitet kan vara mer eller mindre hållbar beroende på hur den utövas. Miljön påverkas av hur man som besökare agerar under sin vistelse. Vi verkar för att det skall finnas praktiska förutsättningar för besökaren att utöva ett gott gästskap, t.ex. genom tillgång till källsortering och toaletter. Vi informerar också besökarna om hur de kan agera för att generera så lite onödig miljöpåverkan som möjligt.

2.

Bra för både boende och besökare

Attraktiva platser att bo på är ofta också attraktiva platser att besöka. Tillresta besökare är nästan alltid en förutsättning för att en plats skall kunna erbjuda ett brett utbud av restauranger, affärer och annan service. Dock måste det finnas en balans mellan boende och besökare så att antalet besökare inte överskrider platsens kapacitet.



Turistrådets strategi för att bidra till en besöksnäring som är bra för både boende och besökare är;

att öka förståelsen för sambandet mellan turism och en attraktiv plats

Boende måste vara medvetna om att utbudet på platsen är beroende av besökare. Besöksnäringens aktörer måste också vara lyhörda för boendes önskemål. Vi tydliggör för de boende på vilket sätt besöksnäringen bidrar och ger råd till besöksnäringens verksamheter i etablerings- och utvecklingsfasen.

att prioritera insatser som leder till att så stor del som möjligt av de intäkter som genereras stannar lokalt

Olika typer av turism bidrar olika mycket till lokalsamhället. Ju större andel av turismens omsättning som stannar lokalt desto bättre. Därför prioriterar vi att attrahera besökare som bor, äter och aktiverar sig hos lokala verksamheter samt evenemang som nyttjar destinationens leverantörer.

att prioritera målgrupper som bidrar positivt till platsen

För att besöksnäringen skall bidra positivt till den lokala ekonomin krävs att det sker konsumtion på destinationen. I vår marknadsföring vänder vi oss till besökare med potential att spendera pengar och därmed skapa arbetstillfällen. Hellre färre som konsumerar mer per person än fler som konsumerar mindre.



3.

Fler besökare när och där det inte är fullt

Beläggingsgraden på boendeanläggningarna i Västsverige visar att det finns möjlighet att ta emot fler gäster på de flesta platser under större delen av året. Några platser med hög beläggingsgrad skulle kunna ta emot ännu fler besökare om det görs investeringar i utökad boendekapacitet. De allra flesta platser i Västsverige upplever aldrig överturism. Vissa platser kan dock inte ta emot fler besökare under vissa tidsperioder utan att det får oönskade konsekvenser. Det kan skada natur- och kulturvärden, det riskerar att skapa konflikter i lokalsamhället och besökaren kan få en negativ upplevelse.



Turistrådets strategi för att bidra till fler besökare när och där det inte är fullt är;

att genomföra utvecklings- och marknadsföringsinsatser som skapar ökad beläggning vid önskade tidpunkter och på önskade platser

En jämn beläggning under en stor del av året och över stora delar av Västsverige skapar förutsättningar för en långsiktigt hållbar besöksnäring. Vi fokuserar därför på riktade utvecklings- och marknadsföringsinsatser snarare än allmänna. De riktade insatserna kan på ett tydligt sätt påverka vart och när besökaren reser.

att vidta förberedande åtgärder för att hantera risk för överturism

Överturism kan i många fall hanteras genom god planering och behöver inte alltid innebära att antalet besökare måste begränsas. Problem med stora tillfälliga besöksströmmar till en enskild plats kan ofta lösas genom förbättrad infrastruktur, bra logistik och information inför besöket. På så sätt kan man i många fall klara av att hantera stora volymer av besökare utan att det upplevs som överturism. Vissa platser i Västsverige löper dock risk att drabbas av faktisk överturism som inte kan lösas med enbart förbättrad logistik, information och infrastruktur. För att förhindra detta krävs förberedelser för att kunna begränsa antalet besökare vid specifika tidpunkter. Detta kan t.ex. ske genom system för tidsbokning till populära attraktioner och platser och att ha beredskap för att, i extrema fall, kunna neka tillträde för fler besökare på grund av att det är fullt. Vi medverkar till att lösningar utvecklas och sprids till aktuella platser.



4.

Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

Besöksnäringen är kanske den bransch som påverkats hårdast av pandemin. Detta visar på behovet av att bygga mer ekonomiskt hållbara verksamheter som står bättre rustade för framtiden. Besöksnäringen är en viktig jobbmotor, därför stöts branschen med offentliga medel på olika sätt. På vissa platser i Västsverige är besöksnäringen t.o.m. helt avgörande för sysselsättningen och ekonomin. Branschen är också viktig för integrationen genom att den sysselsätter många med utländsk bakgrund och den är dessutom en inkörsport till arbetsmarknaden för många unga. Samtidigt finns det ett antal utmaningar. På många ställen gör säsongsvariationerna att det är svårt att erbjuda heltidsanställningar. Anställningsvillkor och arbetets förutsättningar gör att branschen ibland har svårt att attrahera och behålla personal.



Turistrådets strategi för att bidra till att det skapas fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter är;

att genomföra insatser som skapar efterfrågan när och där det inte är fullt

Genom en jämn beläggning under en stor del av året skapas förutsättningar för ökad lönsamhet och fler heltidsanställningar. De insatser för att skapa ökad beläggning vid önskade tidpunkter och på önskade platser som beskrivs i den tredje grundläggande principen är därför centrala för sysselsättningen inom besöksnäringen.

att hjälpa verksamheterna att bli mer robusta

Besöksnäringen består i huvudsak av små företag med små marginaler. Förmågan att överleva i kriser och nedgångar är generellt låg, vilket i sin tur riskerar många arbetstillfällen. Vi hjälper verksamheterna att synas digitalt och att utvecklas inom kvalitet och hållbarhet eftersom det krävs professionella besöksnäringens verksamheter för att uppnå en hög beläggningsgrad. Vi bidrar också till att verksamheterna får tillgång till rådgivning och verktyg som stärker affärsmässigheten.

att skapa och testa modeller för samverkan för att skapa fler heltidstjänster

På platser med tydliga säsongsvariationer kan samverkan på orten skapa möjligheter till fler heltidsanställningar. Det kan exempelvis innebära att konferensverksamheter och närliggande sommarrestauranger samverkar, att restauranger får möjlighet att leverera mat till hemtjänst och förskolor och att tjänster delas mellan handel och restaurang. Vi bidrar till att skapa denna typ av samverkan.

att erbjuda kompetensutvecklingsinsatser för att skapa fler attraktiva arbetsplatser

Förmågan att vara en bra arbetsgivare är avgörande för att attrahera och behålla personal. Det finns många goda exempel på verksamheter som lyckas med detta. Vi sprider dessa goda exempel och skapar möjligheter för branschen att utbyta erfarenheter.



TURISTRÅDETS VERKSAMHET

Vi är ett bolag som ägs av Västra Götalandsregionen, som också är vår huvudfinansiär. Vi styrs genom ett ägardirektiv och uppdraget är att utveckla och marknadsföra Västsverige som destination. Vi får vårt uppdrag av Regionutvecklingsnämnden och vår affärsplan är direkt kopplad till den regionala utvecklingsstrategin. Våra kunder är verksamheterna inom besöksnäringen i Västsverige. För att säkerställa rätt fördelning av våra resurser i relation till verksamheterna inom besöksnäringen använder vi ett system som vi kallar Sverige-Norden-Världen. Systemet tydliggör vilka insatser vi erbjuder och vilken ambitionsnivå som krävs av en verksamhet för att ta del av dessa insatser.

Verksamheten bedrivs i form av olika satsningar som stödjer Hållbarhetsklivet. Vi genomför riktade utvecklings- och marknadsföringsinsatser snarare än breda och generella. De riktade insatserna kan på ett tydligt sätt påverka vart och när besökaren reser. Satsningarna bedrivs tillsammans med utvalda verksamheter för att skapa attraktiva reseanledningar och nå ut med gemensamma budskap. Vi stödjer också utvalda evenemang som agerar enligt Hållbarhetsklivets principer.

För att nå potentiella besökare använder vi oss av våra egna kanaler i form av hemsidor, sociala kanaler och nyhetsbrev. Vi når också ut genom köpt annonsering och samarbeten med journalister, influencers, evenemang och researrangörer.

Våra insatser omfattar också att påverka förutsättningarna för besöksnäringen i Västsverige. Det kan handla om att verka för bättre infrastruktur, underlätta kompetensförsörjning samt påverka lagstiftning och den myndighetsutövning som berör besöksnäringen.

Vi bedriver kunskapsöverföring inom flera områden genom seminarier, webinarier och workshops. Vi hjälper också verksamheterna inom besöksnäringen individuellt med att synas digitalt och att utvecklas inom kvalitet och hållbarhet.

Genom vår analysverksamhet förser vi branschen med kunskap och beslutsunderlag och följer också upp resultaten av våra egna satsningar.



INDIKATORER

För att följa upp vår verksamhet och säkerställa att utvecklingen inom besöksnäringen följer hållbarhetsklivets principer har vi valt följande indikatorer;

Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt

- *Andel gästnätter från Sverige och prioriterade närmarknader*
- *Andel västsvenska besökare*
- *Andel av olika transportslag som besökaren valt för att ta sig hit*
- *Besökarens genomsnittliga vistelsetid*

Bra för både boende och besökare

- *Utveckling av utläggstal*

Fler besökare när och där det inte är fullt

- *Boendekapacitet inom kommersiellt boende*
- *Beläggingsgrad inom kommersiellt boende*
- *Antal gästnätter*
- *Uppföljning av marknadsföringsinsatser*
- *Antal besök på vastsverige.com*

- *Antal följare i sociala kanaler*
- *Pressvärde; motsvarande annonsvärde för redaktionella artiklar*
- *Antal pressbesök*
- *Antal researrangörssamarbeten*

Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

- *Antal helårsverken inom besöksnäringen i Västsverige*
- *Antal verksamheter på Norden- och Världennivå*
- *Antal verksamheter som anslutit sig till Hållbarhetsklivet*
- *Antal initiativ inom Hållbarhetsklivet*
- *Antal företag som har fått hjälp genom Hållbarhetsklivet – Steg för steg*
- *Antal verksamheter som fått hjälp genom Hållbarhetsklivet – Digital närvaro*

Kundnöjdhet

- *NKI-mätning bland Turistrådets kunder*



Tack till de bidragande fotograferna

Madeleine Landley

Famarz Gosheh

Lukasz Warzecha

Asaf Kliger

Fredrik Schenholm

Henrik Trygg

Hasse Schröder

Per Pixel Petersson

Roger Borgelid

Ulf Svane

Hanna Söderlund

Jonas Ingman



Turistrådet Västsverige – en del av



VÄSTRA
GÖTALANDSREGIONEN

.. Turistrådet
**VÄST
SVERIGE**
turistradet.com