

Besöksnäringens ABC

Vanliga ord och begrepp i Västsveriges besöksnäring



Foto: Per Naden

Besöksnäringens ABC

Inom besöksnäringen använder vi oss av ord och begrepp som är självklarheter för många, men inte för alla. Därför har Turistrådet Västsverige satt ihop en sammanställning av vanligt förekommande ord och begrepp, samt förklaringar till dessa.

Affärsutveckling: Turistrådets affärsutveckling bedrivs inom tre fokusområden: Måltid, Natur och Kultur. I Natur ingår även Maritim turism. Inom affärsutvecklingen verkar vi för att stärka Västsverige inom de utpekade områdena. Det gör vi bland annat genom att utveckla besöksnäringens företag som har koppling till fokusområdena. Ett exempel på detta är satsningen Smaka på Västsverige, där vi lyfter restauranger och livsmedelsproducenter. Vi arbetar också med att påverka beslut som är viktiga för utvecklingen inom våra fokusområden, såväl på nationell, som regional och lokal nivå. Ett exempel på detta är vår medverkan i arbetet med en nationell maritim strategi. Som en övergripande insats inom affärsutvecklingen arbetar vi även med värdskap inom besöksnäringen.

Allotment: En boendeanläggning tilldelar researrangören ett eller flera rum som reserveras till researrangören under viss tid i researrangörens namn. Researrangören och boendeanläggningen kommer överens om en releasetid (exempelvis 30 dagar innan reserverad tid), det vill säga när researrangören måste ge besked om de reserverade rummen ska bokas eller släppas. Oftast önskas allotment med minst ett års framförhållning.

Basetool: Basetool ligger bakom www.vastsverige.com och är den databas som används för att administrera företagens presentationssidor. Inloggningsuppgifter krävs för att få tillgång till Basetool. Gå in på basetool.se och registrera dig. Den lokala turistorganisationen godkänner registreringen och publicering.

Besöksnäring: Besöksnäringen är i princip all konsumtion som är direkt kopplad till resandet, inklusive affärsresande och dagsbesök. Besöksnäringen i sig är inte någon egen bransch. Det är ett samlingsbegrepp som utgörs av summan av de verksamheter i olika branscher, till exempel handel-, flyg-, hotell-, och resebranscherna som är riktade till och konsumeras av människor när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning. Begreppen turism- och turistnäring förekommer även.

Bid eller Bud: En inbjudan till en förening/organisation om att man vill vara värd för en internationell kongress.

Business-to-business (B2B): Handlar om kommunikation och affärer mellan företag. Själva kommunikationen som relationerna bygger på är ofta direkt och personlig samt kräver kontinuitet. Det är viktigt att förmedla vilken potential ett företag eller produkt har för att möta ett specifikt behov på marknaden och även för att kommunicera effektivt.

Business-to-consumer (B2C): Avser kommunikation med slutkonsument eller omsättning av tjänster och varor mellan företag och kund. När företag kommunicerar direkt till den potentiella resenären.

Citybreak: Citybreak är ett webbaserat bokningssystem som ägs av Visit Technology Group och driftas för oss genom Nordic Travel. Båda dessa företag är fristående leverantörer till Turistrådet Västsverige. Vi samarbetar med ovan bolag och tillsammans implementerar vi flera nya funktioner vid bokning på vastsverige.com. Nordic Travel ansvarar också för utbildning och support.

Samarbetet med Visit Technology Group och Nordic Travel möjliggör bland annat:

- Betalning online
- Resegaranti och ansvarsförsäkring
- Bokning av transport (exempelvis flyg, bil, färja, tåg)
- Biljettbokning vid exempelvis evenemang
- Golf (greenfeebokning)
- Dynamisk paketering

För frågor, avtal och aktuella priser, kontakta Nordic Travel (telefon 031-38 85 88, mail support@nordictravel.se)

CVB (Convention Bureau): Ägs av en stad (ibland delvis av besöksnäringen) och arbetar för att skapa fler möten och kongresser åt staden.

Direktbokning: Kunden planerar sin resa och bokar antingen online eller via telefon direkt hos hotellet, hyrbilsfirman och aktivitetsbolaget.

Destination: En specifik plats, ort eller område, som besöks vid en resa. Begreppet kan definieras som den mest avlägsna platsen som besöks (distance destination), den plats där mest tid spenderas (main destination), eller den plats som av resenären betraktas som den primära anledningen till resan (motivating destination).

Destinationsutveckling: Olika verksamheter går ihop och jobbar gemensamt för att ta fram attraktiva produkter och utveckla ett område ur ett turistiskt perspektiv.

DMC (Destination Management Company): Arrangerar aktiviteter och upplevelser i samband med möten och kongresser.

Ekologisk hållbarhet: Att optimera användningen av de naturresurser som utgör en nyckelfaktor för turistisk utveckling på ett sätt som bibehåller viktiga ekologiska processer och bidrar till att skydda natur- och kulturarvet och den biologiska mångfalden.

Ekonomisk hållbarhet: Säkerställa tillförlitlig, långsiktig ekonomisk verksamhet som ger samhälls-ekonomiska och rättvist fördelade fördelar för alla berörda parter, inkluderande stabila anställningar och inkomstmöjligheter samt social service till den lokala regionen och bidrag till att lindra fattigdom. Hållbar utveckling av besöksnäringen i Västra Götalandsregionen är en prioriterad del av Turistrådet Västsveriges arbete från och med hösten 2009.

Ekoturism: Ekoturism är ansvarsfullt resande som hjälper till att skydda naturmiljöer och kulturvärden.

Eventbyrå: Specialister på att skapa eller förstärka ett evenemangs budskap. Ledande byråer arbetar allt oftare med upplevelsebaserad kommunikation och varumärkesbyggande.

Exportmognad: När företag anpassar och känner till den internationella målgruppens behov och drivkrafter. Företag ska kunna erbjuda kommunikation och produkter som stämmer överens med den specifika utländska marknadens efterfrågan.

Fokusområden: Teman som natur, mat och kultur som i sin tur innehåller reseanledningar. Fokusområden med reseanledningar kan användas mer i marknadsföringen eftersom de profilerar ett helt område.

Gästnatt: En turists övernattnig på en destination. Två personer i samma rum ger upphov till två gästnätter.

Hållbar utveckling: Den vedertagna definitionen av hållbar utveckling antogs i Brundtlandkommissionen 1987 och lyder: "Hållbar utveckling är en utveckling som tillgodoser våra behov idag utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina." Hållbar utveckling innefattar tre dimensioner, ekologisk, ekonomisk och social utveckling.

Incomingbolag: Incomingbolagets roll är att förhandla med hotell och aktivitetsbolag för att avtala priser och villkor för att därefter sätta samman en produkt. Antingen sätter incomingbolaget samman en resa som sedan erbjuds researrangören att köpa för att sälja vidare eller så får man ett uppdrag från arrangören på en viss typ av resa med en viss typ av innehåll. Incomingbolaget säljer alltså inga resor direkt till slutkund.

Kampanj: En kampanj är en tidsbegränsad marknads- och kommunikationsinsats som syftar till att öka kännedomen om, skapa reslust, samt locka fler besökare till Västsverige. En kampanj lyfter attraktiva budskap som inkluderar Turistrådets fokusområden och exportmogna produkter. Kampanjen sker i kanaler där målgruppen befinner sig. Genom detta drivs trafik till deltagande företags presentationssida på vastsverige.com samt främjar bokningen.

Konferens: Ett enskilt möte som samlar personer kring ett för inbjudaren viktigt ämne. Konferensen har en beställare och en faktureringsadress för hela mötet. Inte sällan är det en företagskonferens.

Kongress: Ett regelbundet återkommande möte som samlar enskilda personer kring ett specifikt ämne med individuell anmälan och betalning. Kan även kallas vetenskaplig konferens eller forskningskonferens.

Leisure: Privatresande på fritiden.

Leverantör: En aktör som utför en prestation (till exempel en utförd tjänst eller vara) mot en motprestation (i regel mot överenskommet pris). Exempelvis boendeföretag A som säljer ett rum till kund.

Målgrupp: En utvald grupp som företag vill nå ut till när de exempelvis säljer en produkt. Turistrådet jobbar efter Visit Swedens målgrupper (den nyfikna upptäckaren, den aktiva naturälskaren och den vardagssmitande livsnjutaren).

PCO (Professional Congress Organiser): En professionell mötesarrangör.

Press och pr: Tongivande journalister eller bloggare som skriver om Västsveriges produkter. Genom att bjuda in press och pr jobbar man på ett kostnadseffektivt och trovärdigt sätt för att skapa kännedom om en destination.

Resanledning: Attraktionskraften och drivkraften till att man utför resan.

Site inspection: Inspektionsresa för kontroll av anläggningar, hotell och leverantörer för att se till att ett möte ska kunna genomföras som det är tänkt.

Social hållbarhet: Att respektera den sociala/kulturella äktheten på destinationen, vidmakthålla platsens skapade och levande kulturella arv och traditioner samt bidra till interkulturell förståelse och tolerans.

Soft adventure: Aktiviteter som attraherar målgrupper vilka vill vara aktiva inom vandring, paddling och cykling på sin semester. Det gäller allt från lättare till mer avancerad upplevelser. Aktiviteterna ska vara trygga och lättillgängliga och i vissa fall kombineras med andra upplevelser som kultur och historia. Detta med en bekväm och fräsch standard på boende och mat.

Paketresa -Fyra olika definitioner:

- Resor bestående av minst två av följande tre tjänster; transport, inkvartering och turisttjänst
 - Paketreseliknande resor bestående av transport och inkvartering
 - Transporter som sker tillsammans med paketresor, så kallad stolsförsäljning
 - Utbildningsvistelse med inkvartering och transport, så kallat skolår
- Mer information finns hos Kammarkollegiet - kammarkollegiet.se

Produkt: En vara eller tjänst alternativt en kombination av de två vilken kan köpas av kund.

Presentationssida: En sida där ett företag, en produkt, ett paket och/eller ett evenemang presenteras på www.vastsverige.com. Administreras genom Basetool. Se även Basetool.

Produktutveckling: Produktutveckling utgår oftast från två delar. Den ena delen är att vidareutveckla redan existerande produkter utifrån marknadens nuvarande och kommande behov. Andra delen är att ta fram nya produkter utifrån vad marknaden efterfrågar. Samtliga produkter ska arbetas fram via Turistrådets affärsmodell. I det arbetet genomarbetas värdegrunder, att vara en reseanledning och att matcha utbud och efterfrågan. Som bas för alla deltagande företag i allt arbete kring produktutvecklingen ligger verktyget Sverige-Norden-Världen.

Researrangör: Researrangören arrangerar och paketerar resor för kunden att köpa. Olika researrangörer har olika fokus, exempelvis kan de paketera resor utifrån en särskild destination eller en specifik produkttyp. Researrangören sätter samman och ansvarar för den produkt som resenären köper. Arrangören kan antingen sköta kontakten, pris- och villkorsförhandling med hotellen, hyrbilsfirman och aktivitetsbolagen direk. Det går också bra att arbeta via ett incomingbolag (se incomingbolag). Researrangörernas resor säljs via den egna katalogen, den egna hemsidan och via resebyråer.

Reseanledningsgaranti: För att säkerhetsställa att de viktiga reseanledningarna får en hållbar utveckling krävs en ekonomisk samverkan med exempelvis boendeanläggningar och turistbyråer. Ett sätt att lösa detta är att man köper/garanterar platser hos aktivitetsföretagen i förväg. På så sätt kan man säkra fasta avgångar vilket garanterar att det man marknadsför och säljer verkligen kan levereras.

Resegaranti: Alla som arrangerar paketresor är skyldiga att, enligt Resegarantilagen, ha en resegaranti som ger skydd till kunderna. Detta förutsätter att din verksamhet och dina paketresor uppfyller villkoren för att omfattas av garantin. I Sverige finns det tre sätt att teckna en resegaranti. Det ena är en gratis resegaranti för medlemmar i Visita alternativt SHR (Sveriges Hotell & Restaurangförening). Om du inte ansökt om eller omfattas av Visita eller SHR: s resegaranti är du skyldig att teckna försäkring direkt med Kammarkollegiet. Innefattar paketet transport av icke-turistiskt inslag så skall kontakt med Kammarkollegiet tas för individuell prövning.

Resenär: En person som reser i ett eller flera länder, eller till en eller flera platser i landet där han/hon bor. Se även gäst.

Smaka på Västsverige: Smaka på Västsverige är ett övergripande varumärke för kvalitetssäkrade måltidsprodukter och måltidsupplevelser i Västra Götalandsregionen. Varumärket ägs och drivs av Turistrådet Västsverige och Lokalproducerat i Väst som tillsammans arbetar med produkt- och kvalitetsutveckling inom måltidsområdet både utifrån ett besöksnäringssperspektiv och ett producentperspektiv. Smaka på Västsverige omfattar utvalda restauranger, producenter och gårdsbutiker.

Tillgänglighetsdatabasen: TD är idag den enda databas i Sverige som erbjuder information till invånare och besökare om tillgänglighet i vardagen. Det handlar om allt från fiskeplatser, slott och hotell till vårdcentraler och bibliotek. TD är ett system för att beskriva tillgängligheten till exempelvis turistföretag och kommunala verksamheter. Varje verksamhet beskrivs så väl att besökare med funktionsnedsättningar själva kan fatta beslut om de kan besöka platsen eller inte. Informationen är uppdelad utifrån fem svårigheter: svårt att röra sig, svårt att höra, svårt att se, svårt att bearbeta och tolka information samt svårt att tåla vissa ämnen. Mer information finns på www.t-d.se

Turism: Turism omfattar människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften.

Turist: Turist är en besökare som övernattar på platsen för besöket.

Turistorganisation: De flesta turistorganisationerna är kommunala, men det finns även några som drivs i privat regi (aktiebolag, ekonomisk förening, ideell förening). Turistorganisationernas uppdrag kan skifta beroende på hur det är utformat, men den huvudsakliga uppgiften, nämligen att marknadsföra destinationen och stimulera turismföretagande, är ofta gemensam.

Turistsatellitkonto (TSA): Turistsatellitkontot är resultatet av ett samarbete mellan WTO - Världshandelsorganisationen (World Trade Organization), Eurostat (Europeiska Unionens statistiska organ med säte i Luxemburg) och OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). WTO började redan 1994 ta fram ett system för att kunna estimeras produktion, konsumtion, investeringar, sysselsättning och andra variabler relevanta för turistindustrin. År 2000 godkändes TSA av FN och är sedan dess en internationell standard för all turistisk statistik som hjälper att mäta turismens effekt på ekonomin både globalt och på en nationell nivå. Ett viktigt krav för att använda TSA är att all data måste vara jämförbar över tid nationellt, mellan olika länder och dessutom jämförbar med andra ekonomiska variabler från andra branscher.

Underleverantör: En person eller, som oftast, ett företag, som förbinder sig till att utföra kraven i en annan parts kontrakt. Underleverantörer anlitas av huvudleverantören för att utföra tjänster som är en del i ett större projekt/produkt. Se även leverantör.

Varumärkesplattform: Är det verktyg som Västsverige jobbar med för att nå målet med ett starkt och tydligt varumärke. Syftet är att tala samma språk genom att positionera sig, och om att våga välja bort.

Visningsresor arrangeras för researrangörer där utbud visas upp från regionen. Syftet är oftast att introducera och skapa intresse för produkten, men även att testa och utveckla vidare en produkt som de senare kan ta in i sitt produktutbud.

www.vastsverige.com: Den officiella webbplatsen för Västsverige med alla dess undersidor, kommuner och temasidor. Här har turisten möjlighet att söka information utifrån sitt intresseområde och boka boende/paket/aktiviteter online.

Vidare läsning

Alla de ord och begrepp som vi ovan har beskrivit är hämtade från rapporter, webbplatser, lagtexter etc. Här nedan hittar du hänvisningar till webbplatser och rapporter där du kan hitta mer information.

Turistrådet Västsverige - www.turistradet.com

Visita -www.visita.se

Kammarkollegiet -www.kammarkollegiet.se

Tillgänglighetsdatabasen (TD) - www.t-d.se

Tillväxtverket -www.tillvaxtverket.se

Västsverige.com -www.vastsverige.com

World Tourism Organization (WTO) -www.unwto.org/index.php