

Verksamhetsrapport mars 2021

Hållbarhetsklivet

Hittills har 20 kommuner lyft frågan om att ansluta sig till Hållbarhetsklivet i kommunstyrelsen och samtliga har valt att ansluta sig. Fortsatta kontakter pågår med de kommuner som ännu inte är anslutna och vi räknar med att flera kommer att ta upp frågan inom kort.

Hållbarhetsklivet har också presenterats under den pågående online-utbildningen och löpande dialog hålls med företagen. Drygt 50 företag har anslutit sig sedan årsskiftet och vi har nu passerat 250 anslutna företag.

Ordförande och VD presenterade även Hållbarhetsklivet (bakgrund, innehåll, process och framtid) vid BHU-mötet den 9 mars.

Även nationellt får Hållbarhetsklivet uppmärksamhet. SKR kommer att lyfta det som ett gott exempel på samverkan mellan regional utvecklingsstrategi, regional besöksnäringstrategi och kommunal besöksnäringstrategi. Näringsdepartementet har tagit del av Hållbarhetsklivet som inspel till den nationella besöksnäringstrategi som nu tas fram. Visit Sweden har använt Turistrådets affärsplan som inspiration i sitt eget affärsplanarbete. Även Leader har visat intresse och vill integrera Hållbarhetsklivet i sin nya programperiod.

Två destinationer i Västsverige har påbörjat ett mera djupgående utvecklingsarbete inom hållbar besöksnäring. Både Kosterhavets nationalpark och Destination Hornborgasjön har som mål att bli modeller för hållbar destinationsutveckling och arbetar med en utveckling där alla Hållbarhetsklivets principer beaktas. Arbetet sker i näras samverkan med Turistrådet.

Utbildning

Mitten av januari till mitten av mars präglades av Turistrådets Onlineutbildning med ca 400 deltagare. Utbildningen har skett två dagar per vecka under nio veckor. Varje vecka har ett tema. Den 18 mars genomfördes den sista utbildningsdagen. Precis som under våren har utbildningen fått mycket positiv feedback från deltagarna.

Seminarie serien Turistrådet Online är planerad att återupptas då nuvarande Onlineutbildning är avslutad. Då tar även en ny utbildningsserie vid med fyra planerade utbildningstillfällen under mars och april. Ämnen som kommer att behandlas är paketering & prissättning, intäktsoptimering, sökmotoroptimering och konverteringsoptimering. Därefter planeras ett webinar för mötesbranschen.

Årets Turistrådsdag kommer att äga rum den 25 november.

Cykling

Ett stort arbete pågår med att förbättra möjligheterna för cykelsemester i Västsverige. Arbetet omfattar tre olika kategorier av cykling; mountainbike, landsvägscyking och mera traditionell cykelsemester. Tillsammans med företag har ca 20 nya cykelpaket tagits fram.

I Västsverige har fem ansökningar om nationell cykelled lämnats in till Trafikverket. Närmast till hands att bli godkänd är Unionsleden i Dalsland som kommer att invigas i sommar. Näst på tur är Ätradalsleden, Västkustleden, Vänerleden och Götakanal.

Mat

Den senaste utbildningsomgången av Smaka på Västsverige avslutades den 1 februari. Därmed har nätverket utökats med 13 nya restauranger. Totalt ingår 54 restauranger i Smaka på Västsverige. Nätverket innehåller också gårdsbutiker och producenter.

Eftersom mässan Passion för mat inte kunde genomföras som vanligt i år gjordes istället en digital variant av en kockskola där Turistrådet medverkade. Detta kommer att resultera i fyra filmproduktioner med fokus på lokal mat och matkultur i Västsverige.

Ostronäventyr har lyfts genom ett influencersamarbete där Elsa Billgren och Sofia Wood var på ostronäventyr i Bohuslän i början av mars. Det resulterade i ett avsnitt tillägnat ostron i deras podd BillgrenWood podcast, flera blogginlägg i Elle magazine och ett antal Instagram-poster.

Kultur

Planeringen av konceptet "Kulturhöst i Västsverige" börjar ta form. Konceptet samlar befintliga kulturevenemang i regionen under ett gemensamt kommunikationsparaply perioden september till november, då det normalt sett inte är så mycket turister.

Paddling

Vi har startat upp ett fördjupat arbete kring paddling för att förbättra informationen på vastsverige.com. Arbetet är inspirerat av det vi gjort inom vandring. Vi genomför kartläggning av kanot/kajakföretag i regionen samt vilka boendeanläggningar som har paddlingspaket.

Researrangörer

Många researrangörer i Tyskland har valt att utöka sitt sortiment av Sverigeresor inför 2021, vilket innebär att Tyskland, Österrike och Schweiz presenterar det största Sverigeutbudet någonsin. I Västsverige har det skapats 11 nya paket inför 2021 för researrangörer på den tyskspråkiga marknaden. Resemässan ITB genomfördes i början av mars. Mässan, som äger rum i Berlin, genomfördes i år som ett digitalt event. Turistrådet hade möten med för oss redan kända samarbetspartners. Vi fick med oss en del goda produktidéer att arbeta vidare med inför 2022.

Även arbetet med researrangörer i Storbritannien har gett goda resultat. Tolv nya paket har skapats och fem nya researrangörer kommer att sälja resor till Västsverige under 2021.

Kampanjer

Sedan årsskiftet har följande kampanjer genomförts:

Vi inledde året med en kampanj för skidåkning för att locka besökare till Skövde/Billingen och Ulricehamn. Falköping valde pga pandemin att avstå från att delta.

Som ett led i ett långsiktigt samarbete med Göteborgs Film Festival genomfördes kampanjen "Göteborgs Film Festival på hotell". Konceptet innebar att hotellrum blev biosalonger för två personer med streamad festivalupplevelse. Totalt såldes 531 paket hos de sju hotell som ingick i kampanjen.

Vi följde upp julens lyckade presentkortskampanj med en ny push inför Alla hjärtans dag och ytterligare en planeras inför Mors dag.

Från slutet av januari och fram till mitten av mars har vi tipsat om vinterbadplatser i skärgården, något som är riktigt populärt just nu.

Under våren planeras följande kampanjer:

En vandringskampanj planeras till april där fokus kommer ligga på att boka vandringspaket. Här drar vi nytta av lärdomarna från förra årets lyckade vandringskampanj. Intresset för vandring ökar stort.

Även en ny Dalslands kampanj är på gång. Temat är precis som tidigare "Tillbaka till naturen" och genomförs tillsammans med Visit Dalsland. Kampanjen kommer fokusera på att inspirera och skapa kännedom om Dalsland samt bokning av paket hos företagen.

En ny satsning på cykling pågår och en första kampanj startar redan efter påsk. Framtagning av innehåll och val av vilka kanaler vi ska synas i pågår.

En satsning på att nå hundägare är påbörjad och en sajt börjar ta form. Nu planeras fotografering/filmning och kommunikation.

Samarbetet Strax utanför Göteborg har utökats med Donsö och planer för en digital kommunikation, med lärande och inspirerande fokus görs i nuläget och kommer förhoppningsvis att kunna starta under sen vår.

Likt förra året görs en sommarkampanj riktad mot svenskar med uppmaning om att "boka sommaren i Västsverige".

Då Strömstad har drabbats extra hårt av pandemin och den stängda gränsen till Norge gör vi, tillsammans med kommunen och företagen, en specialsatsning mot den svenska marknaden inför sommaren.