

HANDLINGSPLAN 2016/17 UTVECKLING AV BESÖKSNÄRING 4 MÄLARSTÄDER



FYRA MÄLARSTÄDER

Innehåll

1. SAMMANFATTNING	2
2. BAKGRUND	3
3. SYFTE MED SAMVERKAN	3
4. MÅLBILD 2020	4
5. NULÄGE	4
6. PRIORITERADE ÅTGÄRDER 2016/17	5
6.1. Kartläggning och nulägesanalys av besöksnäring 4 Mälarstäder	5
6.1.1. Aktivering.....	5
6.2. Verka för framtagning av turistöversiktlig planering 4 Mälarstäder (samverka/utveckla).....	6
6.2.1. Aktivering	6
6.3. Gemensamt verka för utveckling & paketering av reseanledningar 4 Mälarstäder (samverka/utveckla).....	6
6.3.1. Aktivering.....	6
6.4. Verka för inhemsk och utländsk bearbetning (samverka/utveckla)	6
6.4.1. Aktivering.....	6

1. SAMMANFATTNING

Besöksnäringarna i de 4 Mälarstäderna har i denna handlingsplan prioriterat inköp av statistik samt analys av nuläge för att definiera en gemensam långsiktig strategi för samverkan inom och utveckling av besöksnäringen i de 4 Mälarstäderna. Vidare tar handlingsplanen höjd för att identifiera förutsättningar för en framgångsrik positionering av destinationen som på sikt ska underlätta värvning av nyetableringar och ökat antal besökare.

Vidare har de åtgärder som föreslås under verksamhetsåret 2016/17 sin utgångspunkt i att med stöd av politiken bereda förutsättningar för utveckling av nya naturturistiska reseanledningar, som i sin tur skapar förutsättningar för tillväxt för besöksnäringens aktörer, nya säsonger och förlängda vistelser samt stärker attraktionskraften för de 4 Mälarstäderna.

Handlingsplanen belyser även den regionala utmaning gällande exportbearbetning, marknadsföring och försäljning av befintliga och nya reseanledningar, som besöksnäringarna står inför i samband med stundande regionombildning 2017-2019.

Handlingsplanen avgränsar sig från viktiga affärsområden som mötesindustri och evenemang. Dels med anledning av att dessa affärsområden inte är gemensamma för samtliga 4 Mälarstäder, men även med anledning av att visst samarbete redan föreligger (Västerås-Eskilstuna) samt att utökad samarbete inte kräver förankring hos kommunledning eller politik. Detsamma gäller andra former av samarbeten kring befintliga besöksmål i de 4 Mälarstäderna.

2. BAKGRUND

Besöksnäringen i Enköping, Eskilstuna, Strängnäs och Västerås har en inkommande turismomsättning¹ motsvarande drygt 2,5 miljarder kronor och sysselsätter ca 1,800 årsverken. 4 Mälärstäder har under åren haft olika rutiner kring insamling och redovisning av turismekonomisk statistik varför det i nuläget är svårt att redovisa en gemensam bild av omsättnings- och sysselsättningsutveckling över tid.

Besöksnäringen är en av Sveriges viktigaste framtida näringar med stor utvecklingspotential. Sveriges utvecklingstakt är högre än övriga Europa och världen. Den europeiska turismen beräknas öka med 3,3 % årligen fram till 2030. Svensk besöksnäring omsatte år 2014 268,5 miljarder kr vilket är en ökning motsvarande +5,2 % jämfört år 2013. Svensk turism redovisar år 2014 ett exportvärde² motsvarande 96,5 miljarder kronor vilket motsvarar en ökning med +12,5 % mot föregående år. Sysselsättningen ökade med +4,9 % samtidigt som den totala sysselsättningen i Sverige ökade med +1,4 %. Turism är därutöver den enda exportsektor som skapar direkta momsintäkter till statskassan. Under 2014 uppgick momsen på utländska besökarens konsumtion i Sverige till 12,4 miljarder, en ökning med ca 6,9 miljarder, motsvarande +126 % jämfört år 2000³.

I takt med att kommuner och regioner, så även 4 Mälärstäder, fokuserar på ökad exportmognad av sina destinationer ökar även förväntan på offentlig leverans som fysisk digital tillgänglighet, bearbetning av utländskt researrangörsled, prioritering av markanvändning i översiktlig planering, resurser till samarbeten inom regioner och över länsgränser för utveckling av affärssamarbeten mellan besöksmål och upplevelsebaserade näringar. Besöksnäringen har särskilt stor betydelse för utveckling av lands- och glesbygd för att säkerställa tillväxt genom natur- och kulturvärden som därtill stärker 4 Mälärstäders attraktivitet i form av inflyttning.

3. SYFTE MED SAMVERKAN

Syfte med samverkan besöksnäring 4 Mälärstäder är att gemensamt verka för att skapa förutsättningar för tillväxt inom besöksnäring 4 Mälärstäder, öka antalet inhemska och utländska besökare genom att dra fördel av närheten till Stockholm och trafikströmmar via närliggande regionala flygplatser. Driva affärssamarbeten mellan aktörer i 4 Mälärstäder för att säkerställa förlängda vistelser och skapa nya säsonger genom paketerade erbjudanden som marknadsförs och görs köpbara digitalt. Möta upp resetrender och Sverigeimagen med erbjudanden som attraherar framförallt utländska målgrupper.

¹ Turismomsättning delas upp i inkommande, inomregional, utgående samt total. Inkommande redovisar vad tillresta besökare konsumerar på destinationen. Utgående redovisar vad utresande invånare konsumerar vid utresande semesterresa.

² Utländska besökarens konsumtion i Sverige.

³ Källa: Tillväxtverket

4. MÅLBILD 2020

4 Mälarstäder arbetar mot framtagna regionala målbilder som brutits ned från den nationella strategin om en dubbling av omsättning och sysselsättning i besöksnäringen fram till år 2020 (regional strategi Sörmland 2023). Med anledning av 4 Mälarstäders geografiska anknytning till Stockholm och därmed utlandsmarknaden har följande målsättningar formulerats:

- Genomföra kartläggning och nulägesanalys besöksnäring 4 Mälarstäder.
- Verka för framtagning av turistöversiktlig planering 4 Mälarstäder.
- Gemensamt arbeta för utveckling och paketering av 3 naturturistiska reseanledningar inom det första verksamhetsåret 2016/17.
- Påverka 4 Mälarstäders förutsättningar för bearbetning av destinationens erbjudanden nationellt och internationellt.

5. NULÄGE

4 Mälarstäder har genom åren identifierat gemensamma resurser som Mälaren, vandrings- och cykelleder (Mälarleden, Näckrosleden) för att driva trafik av besökare till regionen. Samarbetet har varit av operativ karaktär och till stor del bedrivits av de lokala turistbyråerna i *Föreningen Mälaren*. Något strategiskt kommunöverskridande samarbete med fokus på utveckling av naturturistiska upplevelser har inte tidigare ägt rum mellan 4 Mälarstäder.

4 Mälarstäder befinner sig i olika faser gällande sitt strategiarbete för att skapa förutsättningar för tillväxt inom besöksnäringen. Därtill är besöksnäringfunktionen organiserad på olika sätt i kommunerna. Eskilstuna och Västerås driver besöksnäringsspörsmålen via kommunala bolag, Destination Eskilstuna AB och Västerås Marknads- och Näringslivsaktiebolag. I Enköping och Strängnäs är besöksnäringfunktionen organiserad under Kultur- och Fritidsförvaltning respektive Näringslivsenhet.

Eskilstuna och Västerås driver dessutom Convention Bureaus med fokus på värvning av stora företagsmöten och kongresser till städerna. Mötesindustrin har ett strategiskt fokus och utgör även en stor andel av dessa två städers turismomsättning. Mötesindustrin behandlas inte i denna handlingsplan då städerna redan har ett etablerat samarbete. Målsättning finns att fördjupa samarbetet.

De regionala turismfunktionerna följer länsindelningen varpå Eskilstuna, Strängnäs samarbetar med STUA. Västerås med VKL samt Enköping med VisitUppland. STUA, en privat aktör med regionalt turismuppdrag från Regionförbundet Sörmland t. o.m september 2019. VKL och VisitUppland genomför turismuppdrag i offentlig regi fram till regionombildning. Därefter oklart hur regional turismfunktion kommer att organiseras. De regionala turismorganisationerna har en viktig funktion gällande exportbearbetning, marknadsföring samt bearbetning av försäljningskanaler för upplevelser i regionerna (Sörmland, Uppland, Västmanland).

Besöksnäringssamarbeten mellan 4 Mälarstäder är ytterst begränsad. Detta gäller även rederier och hamnaktörer verksamma i och intill Mälaren. Tillgänglighet till och inom naturturistiska tillgångar är begränsad. Besöksnäringssamarbeten har i nuläget för lite kunskap kring aktörernas utmaningar och därmed förutsättningar att bedriva verksamhet,

vilket försvårar skapandet av rätt förutsättningar. En bidragande orsak är även avsaknaden av turistöversiktlig planering d v s samverkan mellan besöksnäring och offentliga förvaltningar inom infrastruktur/stadsbyggnads-/samhällsplanering.

Både inhemska och utländska besökare efterfrågar och konsumerar naturturistiska upplevelser ökar. Enligt VisitSweden⁴ utgörs Sverigeimagen och attraktionen för utländska besökare till stor del av den fria tillgången till unika naturupplevelser.

6. PRIORITERADE ÅTGÄRDER 2016/17

4 Mälarstäder formulerar sitt samarbete med utgångspunkt från fyra strategier. Under perioden 2016/17 med fokus på samverka och utveckla.

- **Samverka**
- **Utveckla**
- Positionera
- Värva

6.1. Kartläggning och nulägesanalys av besöksnäring 4 Mälarstäder

För att 4 Mälarstäder ska kunna definiera en gemensam långsiktig strategi kring val och bearbetning av prioriterade målgrupper, reseanledningar, inhemsk och utländsk marknad bör nödvändig statistik och turistekonomiska mätningar köpas in och analyseras.

6.1.1. Aktivering

- 4 Mälarstäder köper in turistekonomiska mätningar för innevarande år 2015 från HUI Research AB (samma källa och mätmetod).
- Genomför kartläggning och identifierar gemensam matchning av utbud och efterfrågan.
- Identifiera och inventera utmaningar för tillväxt (tillgänglighet/infrastruktur) mellan och inom destinationerna.
- Initiera samverkan med Stockholm Västerås Airport för att öka kunskapen kring inkommande besökare (fritids-/affärsresenärer) och hur dessa bearbetas i nuläget.

⁴ VisitSweden är ett kommunikationsföretag som arbetar med att marknadsföra varumärket Sverige och svenska destinationer och upplevelser internationellt. Bolaget ägs till hälften av staten via Näringsdepartementet och till hälften av Svensk Turism AB, som i sin tur ägs av den samlade svenska Besöksnäringen.

6.2. Verka för framtagning av turistöversiktlig planering 4 Mälärstädér

(samverka/utveckla)

Utifrån ovanstående inventering av utmaningar i den fysiska planeringen kring naturturistiska reseanledningar samverka med Stadsbyggnad, kollektivtrafik andra offentliga förvaltningar/myndigheter (Länsstyrelsen) för implementering av turistöversiktlig planering i planarbetet. Samverkan bör leda till nya förutsättningar att utveckla naturturistiska reseanledningar till 4 Mälärstädér och i den mån möjligt undanröja befintliga hinder för tillväxt (tillståndsfrågor, avtalstider arrenden mm).

6.2.1. Aktivering

- Samverkan med besöksnärings- och offentliga aktörer längs med vattenleder, gästhämnar, cykel- och vandringsleder.
- Sammanställa inventering av utmaningar gällande tillgänglighet på vatten-, cykel-, vandringsleder samt tillgänglighet via offentliga transportslag.
- Redovisa förslag på prioriteringar i turistöversiktlig utvecklingsplan.

6.3. Gemensamt verka för utveckling & paketering av reseanledningar 4 Mälärstädér

(samverka/utveckla)

Besöksnäringsfunktionen i 4 Mälärstädér bjuder in besöksnäringsaktörer och offentliga aktörer 4 Mälärstädér med syfte att påbörja affärsrelationer mellan aktörer. Förankra idé kring gemensamma affärer (paketering) av natur- och friluftsupplevelser.

6.3.1. Aktivering

- Bjuda in aktörer verksamma i och intill Mälären till affärsutvecklingsmöten.
- Bjuda in aktörer verksamma i anslutning till etablerade cykel- och vandringsleder till affärsutvecklingsmöten.
- Målsättning att åstadkomma tre paketeringar under 2016/17

6.4. Verka för inhemsk och utländsk bearbetning (samverka/utveckla)

Skapa förutsättningar för säkerställande av en regional turismfunktion som med god kunskap och relation till näringen, med transparens, kostnadseffektivitet, gemensam målbild och gott samarbete med 4 Mälärstädér, över tid, bearbetar utländsk och inhemsk marknad. Därutöver samordnar marknadsföring och försäljning av gemensamma paketerbjudanden.

6.4.1. Aktivering

- Samverka med kommunledningar och politik i 4 Mälärstädér för att betona nödvändigheten av regional bearbetning av utländska researrangörer och press samt innehav av partnerskap med VisitSweden. Förbereda för en gemensam regional funktion med uppgift att marknadsföra och möjliggöra försäljning av bokningsbara paketerbjudanden online, inhemsk och utländsk marknad. Inventera och konkurrensutsätta befintliga regionala aktörer samt identifiera önskvärt scenario 4 Mälärstädér.