

Regional utvecklingsplan 2015-2018

för besöksnäringen i Kalmar län

För en framgångsrik utveckling av en hållbar besöksnäring i Kalmar län behövs effektiva arbetssätt och en bra samverkan. Det bör vara samsyn kring målbilder samt samordning kring resurser, personella och finansiella, med fokus på en hållbar tillväxt.

Genom att locka hit fler besökare skapar vi fler arbetstillfällen och får fart på ekonomin.

Denna utvecklingsplan står inte ensam utan sker i samverkan med företagens egna utvecklingsstrategier, kommunernas turiststrategier, andra regionala strategier och den nationella strategin för besöksnäringen.

Utvecklingsplanen för 2015-2018 är en revidering av den plan som fastslogs 2007. Den gjordes efter ett utredningsarbete av konsultbolaget Kairos Future samt workshops med parter från såväl näringen, kommunerna, politiken och offentligheten.

Utvecklingsplanen kommer återigen att revideras år 2018. Fram till dess kommer Regionförbundet i Kalmar län att undersöka bland länets kommuner ifall de tillsammans med Kronoberg- och Jönköpings län vill bilda ett gemensamt destinationsbolag.



Kalmar läns besöksnäring

Besöksnäringen, som tillhör Kalmar läns viktigaste tillväxtbranscher, omsatte 2014 drygt 3,9 miljarder kronor, skapade 3 352 årsarbeten (>10 000 sommartid) och 492 mkr i skatteintäkter. Närmare 10 miljoner gästnätter registrerades och regionen tillförs mervärden som profilering, ökad inflyttning, samhällsservice och självkänsla mm. Under juni – augusti ligger länet på fjärde plats i Sverige över antalet kommersiella gästnätter.

I regionen finns idag ett enastående koncentrat av i branschen starka varumärken som Astrid Lindgrens Vimmerby, Kalmar, Glasriket, Öland, Västervik m fl. Dessa och ännu ett antal starka reseanledningar utgör noder, kring vilka regionens mycket mångfacetterade besöksnäring och många aktörer utvecklas. Utöver ett flertal stora företag så består den komplexa besöksnäringen främst av småföretagare, varför det vanligtvis är svårt att få en enkel bild av och kommunikation med en samlad näring.

Arbetet med att utveckla besöksnäringen sker initialt ute bland kommunerna hos turise- och näringslivschefer. Regionförbundet har en samordnande roll för insatser som kommunerna gemensamt vill satsa på och även lägga medel till. För samordningsrollen har Regionförbundet en anställd handläggare. Det är kommunernas ansvar att förankra det regionala samarbetet lokalt, samt informera och ha kontakt med näringslivet i respektive kommun.

Vid internationell marknadsföringen av länet lyfts länets fem starka upplevelsregioner: Vimmerby, Västervik, Kalmar, Öland och Glasriket under namnet Småland och Öland samt webbplatserna visitmaland.se och oland.se.

Huvudmål

Det är viktigt att Kalmar läns besöksnäring och offentlighet kan enas kring ett antal långsiktiga, konkreta, realistiska och mätbara huvudmål. Följande typer av mål föreslås för att utveckla regionens besöksnäring:

Omsättningen:

Fördubbling av näringsens omsättning enligt nationella strategin

För att uppnå detta mål krävs fortsatt kraftfull tillförsel av finansiella och personella resurser, en ökad medvetenhet om affärsutveckling i företagen samt att nya starka reseanledningar upprättas. Under 2014 hade Kalmar län en turistisk omsättning på 3,9 miljarder kronor. För att nå målet med den nationella strategin bör omsättningen 2018 vara 4,6 miljarder kronor.

Marknadsandel:

Marknadsandelen av utländska besökare måste öka

För att uppnå målet med en fördubbling av näringsens omsättning till år 2020 kan vi inte enbart satsa på svensk turism utan måste arbeta mer konkret med den utländska marknaden. Åtgärder för att uppnå detta är en kraftfull gemensam internationell marknadsföring och arbeta med att få fler exportmogna företag i regionen. 2014 var marknadsandelen av våra utländska gästanter 10%. Under 2018 ska marknadsandelen vara 13%.

För att nå omsättnings- och marknadsandelsmålen måste det finnas ett väl fungerande samarbete mellan näringsen och berörda offentliga aktörer. Och för att få ett effektivt samarbete är det viktigt att aktivt arbeta för att hitta mötesplatser och arenor för att möten ska kunna ske mellan dessa parter.



Strategiområden

Besöksnäringens och offentlighetens gemensamma utvecklingsarbete föreslås sätta fokus på fem viktiga strategiområden och de underliggande åtgärder som krävs.

Ledning och styrning

Mål Det strategiska utvecklingsarbetet till 2018 ska kunna verkställas på ett effektivt sätt.

Motiv Det behövs resurser och redskap för att driva och koordinera genomförandet av föreslagna strategier och det gemensamma arbete som näringen och offentliga aktörer skall genomföra.

Ekonomiska resurser

Mål Brist på finansiella resurser ska inte begränsa besöksnäringens utveckling i regionen

Motiv Finansiell styrka är en förutsättning för en stark destinationsutveckling – liksom nya reseanledningar. Ökade samhällliga investeringar, finansiella satsningar och etableringar av reseanledningar i regionen ger en positiv spiral. Tillväxt leder till tillväxt, nya investeringar och nya besöksmål.



Mål Regionen skall ha en väl fungerande infrastruktur som stärker besöksnäringens utveckling.

Motiv En väl fungerande infrastruktur vad gäller IT och transporter till, från och i regionen är avgörande för att regionens besöksnäring skall kunna växa.

Affärsutveckling tillsammans

Mål Mer affärsmässig och effektivare affärs-, produkt- och marknadsutveckling hos näringen

Motiv En förutsättning för att regionens besöksstillgångar ska kunna nyttjas effektivare i framtiden är att affärsutvecklingen sker i samverkan mellan regionens olika aktörer.

Gemensam försäljning

Mål Naringens marknadsföring och försäljning ska bli effektivare med bättre avkastning.

Motiv En regional kraftsamling på gemensam marknadsföring och försäljning krävs. Naringens försäljning av tjänster och produkter bör kunna öka markant vad gäller nyköp, återköp, ökad konsumtion och lägre stannid.

Grundläggande insatser

De grundläggande insatserna bör kunna genomföras inom ramen för Regionförbundets befintliga verksamhet och budget. I en del fall krävs dock tillskott från andra berörda aktörer och finansieringskällor. De ansvariga personer och organisationer som anges har ansvar för att respektive insatser genomförs.

1. Initiera kommunal samsyn och samspel kring besöksnäringen
— Ledning och styrning

För att utveckla den redan starka besöksnäringen i regionen krävs det samverkan mellan näringsens olika parter, mellan offentligheten och näringen samt mellan kommuner i länet. En samsyn måste ligga till grund för utvecklingen av näringen och arenor för att träffa varandra och ta del av olika kunskaper måste tillhandahållas. I kommunerna är det näringslivschefen och turismansvarige som är den naturliga samordnaren av dessa åtgärder men på regionalt plan är det regionförbundet som tar på sig den samordningen.

Mål	Samsyn mellan regionens kommuner kring besöksnäringen och dess förutsättningar
Åtgärd	Skapa arenor och mötesplatser för ansvariga i regionens kommuner där arbetsformer, finansiering, förhållningssätt, etableringar, regelverk och drift samt utveckling av länets besöksnäring diskuteras.
Insatser	Årliga turismdagar med näringslivet, fortsatta möten med länsturismgruppen, näringslivsrådet, statistikgruppen och länsevenemangsgruppen. Initiera en gemensam projektplattform för de olika grupperingarna.
Ansvarig	Turismsamordnaren på Regionförbundet

2. Strategiska mätningar och uppföljning av den regionala besöksnäringens betydelse
— *Ledning och styrning*

Vi saknar idag nödvändig kunskap om hur utbud, struktur och tillväxten ser ut bland företagen i besöksnäringen. En inledande insats är därför att på regional nivå samla in fakta och göra analyser av dessa.

Mål	Få kunskap om besöksnäringens utbud samt dess styrka och brister Erhålla en uppskattning av näringens tillväxtpotential och möjlig försäljningsökning Erhålla underlag för paketering/affärsutveckling av säljbara produkter/tjänster
Åtgärd	Kommunvis inventera och registrera den lokala besöksnäringens olika aktörer, säljbara produkter, tjänster och återkommande arrangemang Uppskatta näringens tillväxtpotential Bilda en länsövergripande statistikgrupp
Insatser	Kontinuerligt samla in relevant statistik och analyser Köpa in konsulttjänster för att analysera data som kommunerna samlat in Träffar med statistikgruppen minst två gånger per år
Ansvarig	Turismsamordnaren på Regionförbundet tillsammans med statistikgruppen
Information	Fakta och statistik om länets besöksnäring finns på www.rfkl.se/besoksnaring



3. Systematiskt lobbyingsarbete

— Ledning och styrning

Såväl Regionförbundet som andra regionala offentliga aktörer, regionens kommuner, enskilda näringsidkare och intresseorganisationer bedriver idag lobbyning i olika omfattning på nationell nivå. För att effektivisera dessa insatser bör en samordning ske där så är möjligt.

Mål	Öka genomslaget av regionens lobbyarbete
Åtgärd	Samordna den offentliga politiska lobbyingen med de privata lobbyisterna
Insatser	Bjuda in berörda aktörer till gemensamma insatser kring specifika frågor i näringen
Ansvarig	Regiondirektören samt politiska kontaktpersoner för besöksnäringsen vid Regionförbundet

4. Erbjudna finansiella utvecklingsstöd till besöksnäringens aktörer
— *Ekonomiska resurser*

Avgörande för besöksnäringens förmåga att utvecklas är naturligtvis aktörernas vilja och motivation att expandera. Förutsatt att den finns, så utgör ofta småföretagarnas brist på tid, finansiella resurser och kompetens tre viktiga skäl till ofrivillig stagnation. Genom att anpassa och marknadsföra utvecklingsstöd som stimulerar till affärsutveckling och samverkan med större aktörer, så ges de möjlighet att anlita extern kompetens, anställa nödvändiga ersättare osv.

Mål	Inspirera till och finansiellt möjliggöra utvecklingsinsatser inom regionens besöksnäring Inspirera till samverkan mellan de små och stora aktörerna i regionens besöksnäring
Åtgärd	Fortsätta marknadsföra konsultcheckar och samverkansprojekt för företag i regionens besöksnäring som prioriterar utveckling av kvalitet, produkter och tjänster Goda exempel tas fram för hur stöden har använts av besöksnäringens företag Kunskap sprids om andra möjliga offentliga stödformer Utökat samarbete mellan turismsamordnare och handläggare för företagsstöd av kunskapsöverföring om behov hos näringen
Insatser	Rutiner för informationspridning sätts upp Uppföljning av stöden genomförs Förslag på företag som kan bli våra ambassadörer för utvecklingsstöden tas fram
Ansvarig	Ansvarig för företagsstöd vid Regionförbundet.
Information	Mer information om olika finansiella utvecklingsstöd finns på www.rfki.se/foretagsstod

5. Medverka till resor på ett hållbart sätt inom länet

— Infrastruktur

De allra flesta besökare kommer till Kalmar län under sommaren och de åker bil. Trots den stora sommartrafiken är framkomligheten god, med undantag av Öland. Bilresan i sig är ofta en upplevelse och Trafikverket hänvisar med brunvit skyltning till platser som är värda att besöka.

Att resa med tåg är fördelaktigt om resan sker mellan södra Sverige och södra Kalmar län. Norra linet, Vimmerby och Västervik, kräver mer planering. För att öka andelen tågresenärer krävs fler turer och att tågen kör snabbare. Detta kräver i sin tur investeringar och upprustning av järnvägarna.

Cykelturister blir alltmer förekommande i regionen. Här krävs det en infrastruktur och ett serviceutbud anpassat för cykelturism. Cykeln kan även vara ett alternativ till bilen när man väl är på plats i regionen.

Mål	Att fler reser klimatsmart
Åtgärd	Verka för bättre järnväg Utbyggnad av mackar med biogas och el-laddare. Utbyggnad av cykelhåll för turistnäringen
Insatser	Vägen mellan Ölandsbron och Borgholm kommer att byggas om 2019-2023 På sikt kommer även vägen mellan Hultsfred och Vimmerby att förbättras Framtagande av en regional cykelstrategi Lobbying samt utbyggnad av infrastrukturen enligt planer
Ansvarig	Samordnare av infrastruktur på Regionförbundet i samarbete med andra aktörer som arbetar med infrastruktur
Information	Mer information om länets infrastruktursatsningar finns på www.rfkl.se under rubriken <i>Trafik och infrastruktur</i>



6. Öka besökarens resande med kollektivtrafik — Infrastruktur

Att resa kollektivt till regionen kan ske med tåg eller med buss. Sedan många år tillbaka finns en väl utbyggd busstrafik mellan Öland-Kalmar-Stockholm. På liknande sätt finns långväga busstrafik i andra resrelationer.

Kollektivtrafikresor inom Kalmar län är uppbyggt kring ett sträcksystem som knyter ihop kommunernas huvudorter. Att resa kollektivt till turistmål som ligger i kommunhuvudorterna är relativt goda. Däremot finns flera besöksmål i mindre orter som inte kan nås med kollektivtrafik.

Mål	Öka andelen kollektivtrafikresenärer ur gruppen "besökare"
Åtgärd	Kartlägg besöksresor som sker till och från platser utanför kommunhuvudorterna
Insatser	Initiera och genomföra kartläggningen som ska vara klar 2017
Ansvarig	Kalmar läns trafik (KLT)

7. Skapa förutsättningar för mer flygtrafik till regionen

— Infrastruktur

Sedan 2010 har flygplatsen haft en mycket positiv utveckling. Trafiken till Stockholm har vuxit med 30 %. En ny linje till Berlin är uppstartad genom en satsning där Kalmar kommun och näringslivet tillsammans skapat ekonomiska förutsättningar för en etablering.

Mål	<p>Att flyget är ett naturligt val för resande från Europa till regionen</p> <p>Ökad tillväxt på inrikes resande</p> <p>Av den tillväxt som sker ska 15 % motsvaras av besök till regionen, sk. <i>incoming</i></p>
Åtgärder	<p>Fokusering av insatser på Stockholm, Norra Sverige och Europa</p> <p>Etablering av lågprislina till lämplig destination i Europa som både stimulerar enkelt resande till aktuell destination, men även skapar förutsättningar för besökande till regionen</p>
Insatser:	<p>Fortsatt satsa på ett väl anpassat utbud till och från Stockholm, där fokus ska vara att utveckla utbudet tillsammans med flygbolagen och regionen</p> <p>Säkerställa att den nya linjen till Berlin får en långsiktighet och att trafiken erbjuder näringsliv, privatresenärer och besökande ett väl anpassat utbud. Vidare så ska bättre möjligheter att resa vidare till Europa från Berlin skapas och kommuniceras för hela regionen</p> <p>Särskilt prioritera aktiviteter för att stimulera besöksnäringen via flyg på de fastställda marknaderna</p>
Ansvarig	Flygplatschefen vid Kalmar-Öland Airport
Information	Mer information om arbetet finns på www.kalmarolandairport.se

8. Utveckla den gemensamma IT-plattformen

— Gemensam försäljning

IT och mobila tjänster är strategiskt viktiga i framtiden inom t.ex. kommunikation, marknadsföring och försäljning för både små och stora aktörer i länet. Ett gemensamt IT-bolag för kommunerna i Jönköping, Kalmar och Kronobergs län bildades 2014. Samtliga kommuner i länen är via sin turistbyråer och ett informations- och försäljningssystem kopplade till IT-plattformen. Denna plattform underlättar såväl den kommunala turistwebbplatsen som de regionala sidorna visitmaland.se och oland.se.

Mål	IT-plattformen Småland-Öland ska vara den självklara och naturliga plattformen i alla digitala kanaler för samtliga kommuner i Småland och på Öland
Åtgärd	Kompetenshöja kommunerna i hur de använder IT-systemet, förstår möjligheterna och potentialen i försäljning, marknadsföring och paketering
Insatser	Arrangera årligen återkommande mötesplatser för kompetensutveckling Utveckla mallar för att underlätta hantering av hemsidorna visitmaland.se och oland.se Medverka vid länsturismmöten och marknadsrådsmöten
Ansvarig	Vd på Aktiebolaget IT-plattform Småland-Öland
Information	Mer information om IT-plattform Småland-Öland finns på www.smaland-oland.se

9. Öka marknadsinsatserna på utländska nyckelmarknader — Affärsutveckling

Enligt den nationella strategin ska svensk besöksnäring fördubblas fram till och med 2020. I länet är enbart 10% av gästerna internationella och antalet och andelen utländska gäster i regionen behöver växa. För att kunna synas på den internationella marknaden måste destinationerna samordna sig och Regionförbundet har i detta en samordnande roll. Gemensamt i regionen syns vi internationellt under namnet Småland och Öland.

Mål	Öka regionens internationalisering och marknadsandel av utländska besökare i Sverige
Åtgärd	Samordna marknadsföringsinsatser på en eller flera nyckelmarknader utifrån Regionförbundets och aktörernas beslutade insatser Öka kompetensnivån hos länets turismaktörer om exportmognad Undersöka potentialen om Polen som en primär marknad
Insatser	Göra en årlig marknadsplanering Tillsammans med samverkanspartners såsom PR-byråer, internationella aktörer och VisitSweden genomföra beslutade insatser enligt marknadsplanen Utgivning av en exporthandbok samt seminarier för näringen om den utländska marknaden
Ansvarig	Turismsamordnaren på Regionförbundet tillsammans med marknadsrådet och de andra Smålandslänen
Information	Mer information om internationell marknadsföring av Kalmar län finns på www.rfkf.se/besöksnaring





Hållbarhetsaspekter i den regionala utvecklingsplanen för besöksnäringen
Hållbar utveckling är utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov. I detta avseende brukar man tala om tre olika kategorier: ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet.

Enligt Naturvårdsverket måste ansträngningar göras inom teknik, samhällsplanering, beteendeförändringar och koldioxidlagring för att minska koldioxidutsläppen. Regionen har som mål att vara fossilbränslefri år 2030.

I arbetet med besöksnäringen kommer ett stort fokus att läggas vid beteendeförändringar som t ex samverka kring klimatsmart turism, uppmärksamma företag som arbetar hållbart samt vid pressbesök och rundresor med resesäljare i möjligaste mån välja restauranger som arbetar hållbart med livsmedel.

Ett samarbete med Linnéuniversitet kommer att påbörjas 2015 med master- och magisterprogrammen inom turism och hållbarhet.

I den regionala utvecklingsplanen arbetar vi med hållbarhetsaspekten på fler sätt genom att bli a:

- Vid regionala träffar förordas samlokning samt försöka att lägga mötestider och mötesplatser så att det går att åka kommunalt. Fysiska möten bör varvas med telefon och webbmöten samt att telebildsändningar kan användas när externa gästföreläsare bjuds in.
- Bättre kännedom om företagen och deras utveckling leder till kunskap om var och hur vi ska lägga våra insatser framöver. Med hjälp av underlagen kan vi bli mer precisa i våra åtgärder och kan hitta de företag som exempelvis skulle vara behjälpliga av kvalitets- och hållbarhetssystemet Swedish Welcome. De företag som har kvalitetssäkrat sin verksamhet kommer att synliggöras i marknadsföringsmaterial och på webben.
- IT-plattformen för Småland & Öland samtar nödvändig information för besöksnäringen som exempelvis artiklar, boenden, aktiviteter, mat & dryck och evenemang. Den gemensamma källan stödjer förflyttningen av att informations- och marknadsmaterial visas i digitala plattformar mer än i traditionellt tryckt material. Den gemensamma IT-plattformen skapar även vinster i hållbarhetsaspekter vid samdistribution av tryckt material.
- I lobbyingsarbetet bör de insatser som strävar efter en hållbar näring lyftas fram. En önskan är att kvalitetssäkringsmodellen Swedish Welcome som regionen har varit med att ta fram blir en nationell metod.
- En fossilbränslefri region år 2030 innebär att bilresorna måste ske på ett annat sätt. Det kan ske genom att tanka med alternativa bränslen eller att resa med tåg och buss samt cykla där så är möjligt. Även möjligheterna för "besökare" måste finnas för att ta sig runt till olika besöksmål med kollektivtrafiken. Frågan är om det går att organisera på ett marknadsmässigt sätt.



www.rfkl.se



REGIONFORBUNDET
I KALMAR LÄN