

Inventering av Nationell strategi för svensk besöksnäring - sammanfattning

2010 lanserades Nationell strategi för svensk besöksnäring med visionen att genom hållbar utveckling fördubbla omsättningen och exportvärdet inom svensk besöksnäring på tio år. Under 2013/2014 genomförde Svensk Turism AB en inventering av pågående utvecklingsprojekt, regionala strategiarbeten samt utmaningar kopplade till den fortsatta utvecklingen mot visionen 2020. Inventeringen baserades på ett 60-tal intervjuer, en enkätundersökning samt ett antal rapporter och seminarier. Inventering i sin helhet utgör arbetsmaterial för Svensk Turism som huvudman för strategin. Nedan följer en sammanfattning av rapporten samt en översikt av prioriterade insatser 2015.

Svensk besöksnäring idag

Det globala resandet fortsatte att utvecklas positivt under 2013 och enligt internationella bedömningar kommer turism och resande i världen att öka med cirka tre procent per år fram till 2030. I Sverige ökade turismens totala omsättning 2013 med 3,9 procent till 284,4 miljarder kronor. Antalet sysselsatta uppgick till 173 000, en ökning med 3,1 procent, och exportvärdet till 105,7 miljarder, en ökning med 2,3 procent jämfört med föregående år. Turismens bidrag till sysselsättning och ekonomi i Sverige växer i betydelse relativt flera andra sektorer i näringslivet.

Strategiskt utvecklingsarbete

Sedan lanseringen av strategin märks ett tydligt strategiskt och fokuserat utvecklingsarbete inom besöksnäringen. 17 av 21 regioner/län har en egen besöksnäringstrategi varav 12 uppger att Nationell strategi för svensk besöksnäring haft stor eller avgörande betydelse för innehållet i den egna strategin. Den nationella strategin uppges utgöra ett bra verktyg för konstruktiva och fokuserade diskussioner med näringsens olika intressenter. I de regionala strategierna märks en mycket positiv målsättning gällande antal exportmogna destinationer och en något försiktigare målsättning gällande omsättning och sysselsättning. Det pågår ett stort antal satsningar i landet som uppges påverka utsikterna att nå de nationella målen. En övervägande del immateriella satsningar med stort fokus på processer, metoder, destinationsutveckling, utbildning, kvalitet, hållbarhet och bildande av forum för utveckling märks.

Ökad kunskap och dialog

Bland de utmaningar som framkommer i inventeringen återkommer behovet av ökad kunskap om besöksnäringens förutsättningar inom olika delar av samhället. Detta kunskapsbehov ses hos finansärer, kreditgivare, stödsystem och offentliga aktörer. Inventeringen visar även ett behov av kompetensutveckling hos företagarna för ökad professionalism och för konkretisering av hållbarhetsfrågorna. Återkommande är även en önskan om ökad dialog mellan olika aktörer inom näringen för ökad förståelse, erfarenhetsutbyte, ökat engagemang och säkerställande av riktning på utvecklingsarbetet. Andra utmaningar är behovet av en fungerande definition av begreppet exportmogen destination, tydligare rollfördelning, kompetensförsörjningsfrågan samt frågan kring vem som ansvarar för den nationella marknadsföringen.

Svensk Turism AB

Sveavägen 25, Box 3546, 103 69 Stockholm
tel 08-762 74 00, fax 08-21 58 61, info@svenskturism.se
www.svenskturism.se

Infrastruktur, tillgänglighet och reseanledningar

Under inventeringen framkom att Nationell strategi för svensk besöksnäring behöver kompletteras med två strategiområden för det fortsatta arbetet mot vision 2020. Dessa områden är "Infrastruktur och tillgänglighet" samt "Reseanledningar".

Tillgången till god infrastruktur identifieras som en kritisk faktor för den fortsatta utvecklingen. För att lyckas i ambitionen att attrahera fler besökare behövs en utbyggd, diversifierad och kapacitetsstarkt transportinfrastruktur, liksom en god digital tillgänglighet. Det konstaterades att en grundlig genomlysning av besöksnäringens infrastrukturella behov och utmaningar saknas. Även vikten av att ta hänsyn till digital tillgänglighet, tillgången till naturområden, skyltning på svenska och andra språk, leder för rekreations-/friluftsområden samt skapande av attraktiva turistvägar för bilism och cykel poängteras.

I inventeringen framkom också en efterfrågan på ett större fokus på utveckling och förädling av reseanledningar då detta av många tillfrågade anses utgöra en stor potential för att öka besökarna till Sverige. Exempel på reseanledningar som nämns är evenemang inom kultur, möten och idrott, olika former av kultur- och naturupplevelser och shopping.

Det fortsatta arbetet

Med inventeringen som underlag bereder Svensk Turism frågan kring näringens fortsatta arbete mot visionen. Under hösten 2014 genomfördes ett rundabordssamtal där ytterligare aktörer från besöksnäringen fick möjlighet att lämna sina samlade rekommendationer för hur näringen gemensamt ska komma vidare med frågorna. Svensk Turism kommer under 2015 att genomföra en halvtidsutvärdering och bereda frågan kring behovet av en eventuell revidering av strategin.

Prioriterade arbetsområden 2015

Följande arbetsområden är prioriterade under 2015 för att möta några av de övergripande utmaningar som inventeringen visar att näringen står inför:

- **Lansering av mötesplatsen Svensk Besöksnäringkongress**

Som ett medel för att möta behovet av ökad dialog mellan näringens olika aktörer arrangerar Svensk Turism, tillsammans med Svenska Mässan, en ny mötesplats. Visionen är att Svensk Besöksnäringkongress ska utgöra den unika och självklara mötesplatsen för hela besöksnäringen. Kongressen blir ett gränsöverskridande forum där olika besöksnäringdiscipliner möter varandra och där även politiker möter näringen. Kongressen kommer varva strategi med praktik och är ett av medlen för att nå de övergripande målen i Nationell strategi för svensk besöksnäring.

- **Besöksnäringens Sverigeturné 2015**

För att öka kunskapen om besöksnäringens förutsättningar, behov och betydelse för regional och lokal utveckling arrangeras en omfattande turné tillsammans med landets regioner. Svensk Turism AB är tillsammans med regionala turismorganisationer, Visita, Svensk Handel, Tillväxtverket, Visit Sweden och Arena för Tillväxt arrangör av denna turné. Syftet är att sammanföra lokala politiker och tjänstemän med företagare och regionala och nationella aktörer för att etablera besöksnäringen som en basnäring som i hög grad bidrar till

Svensk Turism AB

Sveavägen 25, Box 3546, 103 69 Stockholm
tel 08-762 74 00, fax 08-21 58 61, info@svenskturism.se
www.svenskturism.se

sysselsättning och tillväxt. Turnén skall gynna en ökad samverkan mellan lokala och regionala aktörer inom näringen, både de offentliga och de privata.

- **Definitioner**

En tydligare definition av begreppet exportmogen destination samt ett tydliggörande av näringens olika aktörer presenteras under året.

Projektplan - uppföljning Nationell strategi för svensk besöksnäring

Tidsperiod	Arbetsmoment
Q1-Q2 2015	Svensk Turism AB genomför halvtidsutvärdering och bereder frågan kring behovet av revidering av den nationella strategin.
Mars 2015	Svensk Besöksnäringkongress - avstämningstillfälle.
Juli 2015	Almedalsveckan - rapportering/seminarium.
Q3-Q4 2015	Beslut och eventuell revidering av den nationella strategin.

Mer information

Nationell strategi för svensk besöksnäring, www.strategi2020.se

Svensk Turism AB, www.svenskturism.se

Inventeringen genomfördes med stöd från Tillväxtverket.

Svensk Turism AB

Sveavägen 25, Box 3546, 103 69 Stockholm
tel 08-762 74 00, fax 08-21 58 61, info@svenskturism.se
www.svenskturism.se