

Tillsammans för en hållbar besöksnäring i Västerbotten

Regional strategi 2022–2026



Strategi för hållbar besöksnäring i Västerbotten 2022–2026

Strategin för besöksnäringen i Västerbotten skapar en bas för de aktörer som verkar här. Den visar ramarna för samverkan mellan offentliga, privata och ideella aktörer och formulerar en gemensam, övergripande riktning. Den är en startpunkt för varje enskild aktörs formulerande av sin verksamhet och handlingsplan.

En regional strategi bygger på många aktörers inspel. Under förarbetet har material som rör regionens möjligheter, behov och utmaningar samlats in och diskuterats. Dialogen har tydligt visat vägen till tre teman som fångar Västerbottens attraktionskraft och som blir ledstjärnor under den tid som strategin gäller:

Natur, kultur och måltid

Dessa teman är förankrade i hållbarhetsarbetet som etablerats i regionen. Den regionala turismorganisationens arbete med hållbarhetsprinciper grundade på GSTCs (Global Sustainable Tourism Council) system för hållbar utveckling och de globala hållbarhetsmålen har kompletterats med destinationsorganisationernas och kommunernas egna initiativ. Allt för att bygga långsiktigt hållbara strukturer där verksamheter får stöd att utvecklas på ett livskraftigt och hållbart sätt.

En långsiktigt hållbar besöksnäring i Västerbotten utgår från fyra grundprinciper:

Bra för besökare

Bra för boende

Skapar arbeten och livskraftiga verksamheter

Sker på naturens och kulturens villkor

Besöksnäringen i Sverige och Västerbotten

Besöksnäringen står för en växande del av Sveriges ekonomi och sysselsättning. Den totala turismkonsumtionen har ökat kraftigt de senaste tio åren. Begreppet besöksnäring är ett samlingsord för en mängd olika verksamheter inom både privat och offentlig verksamhet och bidrar till samhället på ett bredare sätt än många andra näringar. Den får platser i städer och glesbygd att leva och bli attraktiva för både besökare och de som lever där. Det är arbetsintensiva och platsbaserade verksamheter med hög grad av lokalt ägande. Detta innebär att vinst och utveckling stannar kvar där besöksnäringen finns. Innan pandemin 2020 upplevde företagen med koppling till besöksnäringen i norra Sverige ökad lönsamhet vilket skapade möjligheter för nyanställningar.

Att förstå och stärka besöksnäringen är av stor betydelse för regionen. De insatser som gjorts hittills har haft betydelse för utvecklingen av Västerbotten som en attraktiv region. Detta beror på att det inte bara har goda effekter för turistföretagare utan även för övrigt näringsliv eftersom besökare som kommer till en plats inte bara nyttjar de turistiska anläggningarna i området utan även mataffärer, bensinstationer, övrig handel och lokala/regionala kommunikationer. Dessutom väljer en del att komma tillbaka för att etablera sig och sina företag i regionen.

Den regionala attraktionskraften är avgörande för att behålla arbetstillfällen, serviceutbud och utvecklingsmöjligheter. Besöksnäringen bygger just den attraktionskraften och talar till invånare, inflyttare och investeringar.

Under pandemin blev betydelsen av en närmarknad tydlig. Västerbottningarna behöver inte åka bort för upplevelser många drömmer om. Genom att ta del av det regionala utbudet får vardagen en guldkant och verksamheterna stärks av en lokal efterfrågan. Det gör regionen starkare inför kommande prövningar. Den lokala marknaden och återkommande fritidshusboende är en köpkraft för besöksnäringen som skapar stabilitet.

I Västerbotten pekas besöksnäringen ut som ett tillväxtområde med potential att skapa positiv utveckling i tätorter såväl som i glest befolkade områden. Med bas i länets mångfald av livsmiljöer samt unika natur- och kulturtillgångar har en expanderande besöksnäring skapats, som har en viktig roll för att skapa sysselsättning.

Genom samordnat arbete i en gemensam strategi kan Västerbottens aktörer öka kraften i sina verksamheter och bygga vidare på en långsiktigt hållbar besöksnäring. En långsiktigt hållbar besöksnäring definieras som en näring som med uthållig lönsamhet levererar upplevelser som motsvarar eller överträffar gästens förväntningar och som ger samhället ett mervärde utan att äventyra de gemensamma resurserna för kommande generationer.

Tillsammans bygger vi i Västerbotten en stabil grund som gör oss redo att möta utmaningar!

Region Västerbotten Turism



Foto: Fredrik Larsson

Innehållsförteckning

1. Inledning - behovet av en regional strategi	9
2. Nuläge och målbild för strategin	11
3. Västerbottens hållbarhetsarbete i besöksnäringen	17
4. Strategiskt identifierade prioriteringsområden och teman	21
5. Samlande aktörer i Västerbotten	26
6. Avslutningsvis, tillsammans dukar vi bordet	29

Att läsa en regional strategi. En regional strategi tar ett brett grepp på konkreta utvecklingsfrågor. Den breda ansatsen behövs eftersom det är aktörer med olika uppdrag, ansvarsområden och handlingsutrymmen som finns med. I strategin identifieras styrkor, utmaningar och prioriteringar. Dessa tas därefter vidare av de olika aktörerna och ligger till grund för deras handlingsplaner. I handlingsplanerna presenteras hur arbetet ska läggas upp, organiseras och utföras. Den regionala strategin talar inte om för andra aktörer vad eller hur de ska göra saker.

I strategin ges en bild av nuläget och en målbild för det gemensamma strategiska arbetet. Därför bygger strategin på en stor mängd diskussioner och samråd där utmaningar, möjligheter, behov och mål har identifierats. I det arbetet har det framkommit att många aktörer vill prioritera arbetsområden som kan samlas i fyra grupper, de som i strategin kallas strategiskt identifierade prioriteringsområden. Dessutom har aktörer i alla sektorer visat intresse för att låta tre teman genomsyra de insatser som görs, de som i strategin kallas strategiskt identifierade teman.

Dessa prioriteringsområden och teman presenteras på en övergripande, gemensam nivå i strategin. På så vis kan varje verksamhet formulera sina handlingsplaner och verksamhetsmål i relation till dem. I strategins sista del beskrivs de olika roller regionens samlande krafter har i relation till besöksnäringen. Genom att vara tydliga och öka kunskapen om varandras arbete kan aktörerna komplettera och stärka varandra. Därigenom blir de en stabil struktur för företag att växa i.

Den regionala strategin är en länk mellan de förutsättningar Västerbottens aktörer har att förhålla sig till och utvecklingen av verksamheternas egna handlingsplaner eller mål.





Foto: Fredrik Larsson

1. Inledning – behovet av en regional strategi

Besöksnäringen är en väv av aktiviteter och företeelser som genomsyrar vårt samhälle. Här finns allt ifrån stora företag till ideella initiativ. Den berör grundläggande samhällsfunktioner såsom fysisk infrastruktur och digitala möjligheter. Som näring går den in i många andra och nästan inga av samhällets strukturer står utanför besöksnäringens påverkan.

Genom att besöksnäringen omfattar både privata och offentliga aktörers uppdrag och intressen skapas ett stort behov av samverkan och rollfördelning. I ett regionalt sammanhang blir det tydligt eftersom:

Besöksnäringens produkter ofta bygger på våra gemensamma resurser såsom natur och kultur. En avgörande del i utvecklingen av en långsiktigt hållbar besöksnäring ligger därför i att möjliggöra ett hållbart kommersiellt nyttjande av dessa resurser.

Besöksnäringens konsumenter är både besökare och fastboende samt de däremellan: fritidshusboenden. Det är ingen avskild, separat verksamhet och måste därför ske i samklang med det omgivande samhället. Den infrastruktur som möjliggör besök är densamma som för boende och produkterna kan vara riktade till alla.

Besöksnäringen handlar om attraktionskraft. Med besöksnäringen som del i den regionala utvecklingen skapas potential att locka inte bara besökare utan även till inflyttning av nya västerbottningar, näringar och investeringar. I vissa fall kan attraktionskraften som en starkt besöksnäring skapar rentav vara avgörande för att stanna kvar på en plats eller för en nyetablering.

Besöksnäringen är platsbaserad, arbetsintensiv och förankrad i sitt omgivande näringsliv. De satsningar som görs på besöksnäringen har stor betydelse för utvecklingen av Västerbotten som en attraktiv region då det inte bara har goda effekter för turistföretagare utan även för övrigt näringsliv såsom mataffärer, bensinstationer, övrig handel och lokala/regionala kommunikationer.

Strategin för Västerbottens besöksnäring har tagits fram tillsammans med kommuner, destinationer och regionala organisationer som arbetar med besöksnäring. Strategin vänder sig till offentliga aktörer som arbetar med att utveckla besöksnäringen, från lokal nivå via kommuner och destinationer till regional och nationell nivå. För företag som relaterar till besöksnäringen erbjuder denna strategi en presentation av de prioriteringar och riktningar som leder de gemensamma insatserna. Region Västerbotten Turism vill med denna strategi bidra till att ytterligare stärka utvecklingen i regionen. På så sätt skapas attraktivitet och livskvalitet för såväl invånare som besökare.

Strategins syfte är att beskriva rollfördelningen inom regionen och tydliggöra samverkansområden mellan aktörer. Strategin syftar också till att prioritera Västerbottens strategiskt viktiga utvecklingsfrågor inom besöksnäringen.

En plats som är attraktiv att besöka har även ett utbud av varor och tjänster som skapar trivsel för de bofasta. Besöksnäringen är ett avgörande verktyg för att stärka Västerbotten som en plats att leva, trivas och utvecklas på.

2. Nuläge och målbild för strategin

Denna strategi formuleras i ett läge där många av regionens aktörer står inför omfattande svårigheter efter pandemin som orsakades av Covid-19 viruset. Utmaningarna kommer fortsätta under kommande år eftersom många års tillväxtvärden har gått förlorade genom den totala nedstängning som gjorts och de nya konsumtionsformer som vuxit fram.

Inför strategins utformning har material samlats in från privata, offentliga och ideella aktörer. Där har styrkor och utmaningar identifierats. I denna sektion av strategin lyfts styrkor med utvecklingspotential samt utmaningar där åtgärder behöver prioriteras. Detta görs för att aktörer i alla sektorer med denna målbild i grunden ska kunna ta fram handlingsplaner och aktiviteter som är samordnade med andras insatser för starkast möjliga effekt. Med en gemensam utgångspunkt kan alla aktörer dra åt samma håll och få bättre genomslag, både vad gäller att nå ut till marknader och med strategiskt inriktade budskap för påverkan i beslutsammanhang på alla nivåer.

I rollen som regional länk mellan kommunala, lokala och nationella nivåer har Region Västerbotten Turism i uppgift att samla information och kunskap från en mängd olika sammanhang. Baserat på dessa kan material tas fram som har hög relevans för Västerbottens aktörer och därigenom kompletterar det material som produceras på nationell nivå. Materialet kommuniceras kontinuerligt till kommuner och destinationsorganisationer för att bidra till arbetet på lokal nivå och utgör basen för denna regionala, gemensamma strategi.

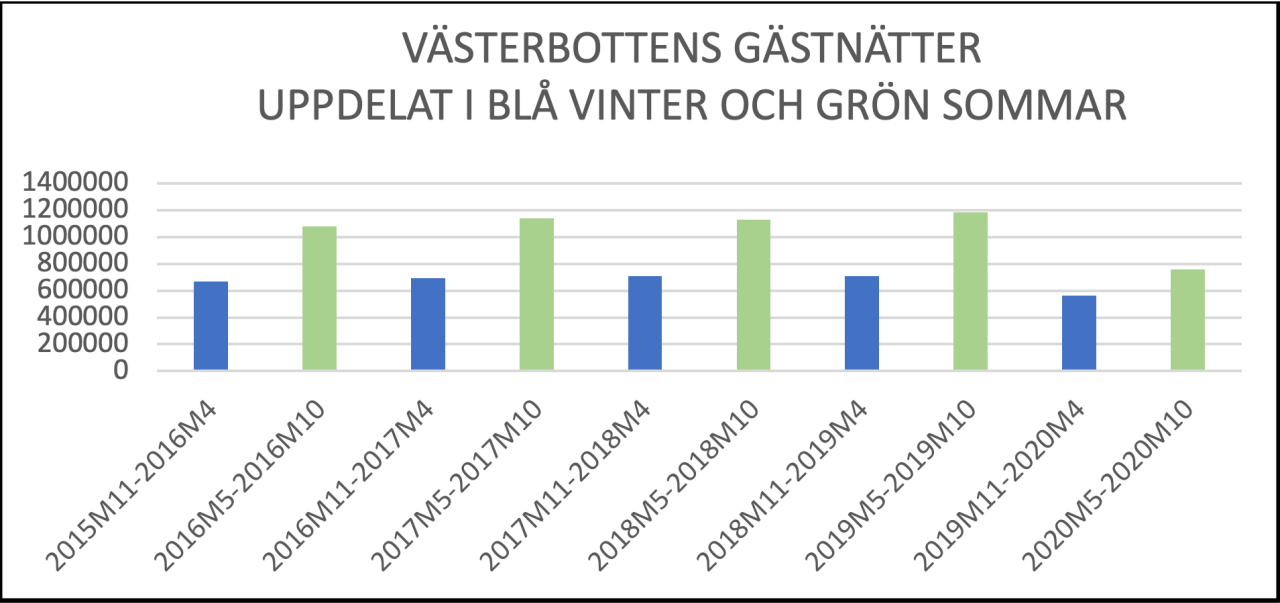
Besöksnäringen är svår att mäta eftersom den involverar många olika sektorer, har konsumenter bland både besökare och bosatta och dessutom är många verksamheter bisysslor i den offentliga statistiken. Det är främst på varje företags nivå som utvecklingen av omsättning, sysselsättning och vinst kan mätas. Hos Tillväxtverket/ SCBs (Statistiska Centralbyrån) statistik över kommersiella gästnätter och turistsatellitkontot som beräknas av Tillväxtverket/SCB/Nationalräkenskaperna finns generella mätetal. Region Västerbotten Turism har valt att komplettera dessa material med årliga ekonomiska beräkningar från analysbolaget Tourism Economics. Materialen sammanställs och delas löpande med regionens olika aktörer, bland annat genom publikationen *Besöksnäringen är viktig för Västerbotten – 10 anledningar att stärka vår nya basnäring!* som uppdateras fortlöpande och finns öppet tillgänglig på Regionens web.

Nuläge för Västerbotten

Gästnattstatistiken omfattar alla inrapporterade sålda övernattningar på hotell, vandrarhem, stugby, camping och förmedlat boende. Innan pandemin låg utvecklingen av antal gästnätter på en stadig, lätt ökande nivå. Drygt 75% av nätterna köptes av inhemska besökare och bland de utländska gästerna utgjorde Norge den största gruppen med runt 55% av de utländska gästnätterna, följt av Finland och Tyskland som stod för 10% vardera.

En utblick på grannregionerna i frågan om gästnätternas utveckling under pandemiåret 2020 visar att Jämtland hade ett något mindre tapp än Västerbotten medan Norrbotten drabbades hårdare. En förklaring finns i de större skidorterna i Västerbottens södra grannregion som fortsatte locka sin inhemska marknad medan andelen utländska besökare är jämförelsevis större norrut. Vid diskussioner med Norrbotten har båda landat i att den omtalade *svemestereffekten* under 2020 inte var spårbar hos vare sig Norrbotten eller Västerbotten.

Gästnattsmåttet kan användas för att identifiera säsongsvariationer genom att dela upp alla logiformers gästnätter i vinter- och sommarhalvår, november tom april respektive maj tom oktober. Västerbotten som helhet visar då en starkare efterfrågan under sommarhalvåret och det är tydligt att säsongerna är desamma från år till år. Efterfrågan skiljer sig åt mellan olika platser i regionen vilket innebär att de kompletterar varandra och Västerbotten som helhet blir därigenom en mer komplett destination. Ett exempel på detta är hur den ökade befolkningen i Umeå på grund av studenternas närvaro skapar köpkraft både hos stadens utbud och efterfrågan på naturlandskapet och fjällen som har stark dragningskraft under ledigheter.



Källa: SCB/TVV

Det är viktigt att påpeka att besöksnäringen i Västerbotten är mycket mer omfattande än vad de kommersiella gästnätterna visar. De köpta nätterna beräknas stå för knappt 40% av alla nätter som besökare tillbringar i Västerbotten per år, resterande 60% sker på besök hos släkt och vänner samt i fritidshus. I Västerbotten finns fler än 30 000 fritidshus. Det gör länet till ett av de sex län med flest fritidshus i landet. Detta innebär att delar av länet med lågt befolkningsantal lockar en stadig ström konsumenter som bidrar till den lokala ekonomin. De som har fritidshus är tillfälliga men återkommande invånare – en så kallad osynlig befolkning som varken syns som registrerade gästnätter eller i folkbokföringen. Däremot märks deras konsumtion under vistelsen i fritidshuset eftersom de har samma behov som hemma och dessutom vill njuta av lokala aktiviteter och attraktioner. Detta skapar köpkraft för lokala verksamheter och gör att Västerbotten uppmärksammas som en plats för boende – under kort och lång tid.

Den ekonomiska analys som senast utförts för att komplettera bilden gästnätterna ger av besöksnäringens effekt på Västerbotten gällde året 2019 och visade en fortsatt ökning i turismkonsumtion. Totalt låg den på 10,2 miljarder vilket var en ökning med 0,4% från året innan. De inhemska besökarnas konsumtion stod för drygt 60% och ökade med 1,6% från år 2018 medan den internationella konsumtionen beräknades minska med 1,3%. Beräknat som del av Västerbottens BNP utgjorde besöksnäringen 3,7% under 2019 och stod för 3,2% av regionens totala sysselsättning.

Pandemins ekonomiska effekter i form av intäktsbortfall har beräknats med Turistsatellitkontot 2019 som utgångspunkt. Det är i grunden en uppskattning av den så kallade turismkronan som kopplas till uppskattad medelkonsumtion hos olika kategorier av gäster och hänsyn tas till olika slag av destinationer. Turismintäkterna beräknas av Tillväxtverket/SCB/Nationalräkenskaperna och antas för uträkningen ha ett hundra procentigt samband med gästnätterna som mäts av Tillväxtverket/SCB. Skillnaden mellan månaderna mars till december år 2019 och 2020 antas visa intäktsbortfallet. Det bör noteras att både pris och volym under vanliga omständigheter hela tiden ökar men detta har inte tagits med i beräkningen. Med hänsyn till att resultatet kan vara något underskattat av nämnda anledning och även på grund av möjliga felkällor i grundmaterialet beräknas intäktsbortfallet i Västerbottens turismintäkter under mars till december 2020 ha varit -41%. De inhemska turismintäkterna minskade med -25% och de utländska med -79%.

Inom ramarna för arbetsmetoden Västerbotten Experience (VX) (se del 3 i denna strategi) kommer Region Västerbotten Turism under de kommande åren att utveckla sätt att mäta företagets utveckling med fokus på långsiktighet och hållbarhet. Mätningarna kommer att återfinnas inom såväl kvantifierbara som mer mjuka värden, såsom företagarnas upplevda stabilitet för företagande. Detta material kommer att komplettera de ovan nämnda insatser som görs på regional nivå. Tack vare den breda uppslutning som skett kring VX erbjuds tillräckligt stort underlag för att sådana mätningar. Metodutvecklingen kopplas till Region Västerbotten Turisms deltagande i det av Tillväxtverket inledda arbetet med att identifiera bedömningsgrunder för uppföljning av hållbar besöksnäring, en del i deras uppdrag enligt regeringsbeslut N2020/03156.

Nuläget utifrån attraktionskraft, tillgänglighet, information och kringsservice

Besöksnäringens verksamheter utvecklas bäst när de omges av stabila strukturer för de fyra områdena attraktionskraft, tillgänglighet, information och kringsservice:

Det behöver finnas något värt att besöka och möjlighet att ta sig dit.
Det behövs spridas information om det, som lockar till besök och för att skapa näringsverksamheter behövs kringsservice.

Både privata och offentliga aktörer arbetar med dessa fyra områden men med olika syften, uppdrag och handlingsutrymmen. Dessutom har ideella krafter stor inverkan genom att de bidrar med alltifrån att uppmärksamma och vårda besöksmål till att arrangera evenemang. Under förarbetet till denna strategi har de fyra områdena diskuterats och i denna del av nulägesbeskrivningen återges de möjligheter och utmaningar som framträtt tydligast i diskussionerna.

Attraktionskraft

Västerbotten har en fördel i att trender och efterfrågan som identifierats som växande redan innan pandemin nu fått mer kraft och pekar på det Västerbottens attraktionskraft bygger på: Natur och kultur där kultur omfattar alltifrån kulturarv till evenemang inom nöje och idrott. Västerbottens tätorter har dessutom allt mer kommit att profileras inom innovation, utveckling och design. Skellefteås nyetableringar inom hållbara byggen och Umeås designhögskola är två exempel som kompletteras av lika starka initiativ runtom i regionen. Västerbotten är en allt oftare omtalad plats för hållbar utveckling med tillväxt inom teknik och vetenskap. Besöksnäringen är en viktig faktor i det samspel som behövs för att nyttja det ökande intresset för Västerbottens tillväxt. De kommande årens planerade satsningar inom industri och omställningsarbete för klimatanpassning innebär en fortsatt möjlighet för alltifrån specifika Technical Visits till ökat intresse bland internationella studenter att komma till Västerbotten. Ur ett besökarperspektiv är tätorterna ofta noder för transport som möjliggör naturnära vistelser. Det finns därför inte någon motsättning mellan att stärka Västerbottens tätorter och glesa bygder då de kompletterar och stärker varandra ur ett destinationsperspektiv. En stor del av utbudet är småskaliga verksamheter som ligger i relativt glesa bygder. Detta kan och bör alla aktörer kraftsamla kring. Även de destinationer som i Västerbotten betraktas som urbana inkluderas i denna attraktionskraft. Västerbotten har även en stark attraktionskraft genom att vara plats för event och löpande aktiviteter inom friskvård och idrott. Dessa delar av besöksnäringen skapar stora volymer och utgör en bas som kan göras ännu starkare.

En del av attraktionskraften bygger på den fritt tillgängliga naturen och i Västerbotten finns stor potential för fortsatt utveckling av köpbara produkter baserat på naturvistelser. Detta kräver medel för investeringar men även tillgång till kompetens inom företagande och lämplig arbetskraft. Förmågan att locka önskad arbetskraft påverkas starkt av säsongsvariationer och att Västerbotten har en tröskel att komma över i fråga om avstånd till utbildningsorter. För att förse näringar med relevant kompetens krävs närhet till utbildningar, antingen genom fysisk lokalisering eller genom samarbeten mellan utbildningen och företag. Västerbottens utbildningsaktörer och näringar behöver därför samverka för att skapa denna kontakt, annars riskerar det uppstå en brist på relevant arbetskraft som hämmar utvecklingen av såväl enskilda företag som den gemensamma besöksnäringen.

Städernas möjligheter för möten, mässor och affärsresande bygger till viss del på närheten till natur och kulturbaserad attraktionskraft. Det skapas efterfrågan på produkter utanför stadskärnorna i form av aktiviteter under mötesprogram, deltagare som stannar kvar och de som återkommer som gäst eller rekommenderar destinationen. Det finns även en växande kraft och kompetens kring att locka såväl stora som återkommande evenemang och event till Västerbotten. Tack vare de senaste årens steg framåt gällande värdskap för evenemang och möten har Västerbotten etablerat sig som en arena även för detta segment. Västerbotten har skyddsåtgärder som både stärker attraktionskraften och förpliktigar. Här finns många skyddade naturområden och kulturmiljöer. Länsstyrelsen i Västerbotten ansvarar för de skyddade områdena i natur och kulturmiljöer och samverkan mellan Länsstyrelse och den regionala turismorganisationen är en förutsättning för att deras potential i attraktionssammanhang ska kunna utvecklas på ett långsiktigt hållbart sätt som skapar näringsmöjligheter. I detta sammanhang spelar ideella krafter såsom hembygdsrörelsen, idrottsklubbar och friluftsrörelsen en nyckelroll genom sin lokala förankring och engagemang. I Västerbotten finns även biosfärsområdet Vindelälven-Juhtatäahkka som ingår i FN-organet UNESCO:s samling av områden som ska fungera som modeller för utveckling av hållbara strategier. Området och den organisation som ansvarar för detta arbete får global uppmärksamhet och förväntningar som skapar möjlighet att genomföra utvecklingsarbete som kan vidareutvecklas och appliceras även på andra platser. Västerbotten är även del av Sápmi och det finns särskilda åtaganden som rör skydd av den kulturella och språkliga gemenskap som Västerbottens samiska befolkning är en del av. Detta innebär ett brett fokus som omfattar både äldre kultur och det nutida levande samhället.

Tillgänglighet och digitalisering

Craven på digital tillgänglighet och kompetens hos producentererna ökar och kan vara svåra att leva upp till för enskilda företag. Kompetensen som behövs omfattar alltifrån uppdaterad kunskap om målgrupper, trender och försäljning på enskild företagsnivå till större geografiska eller tematiska områden för att rätt insatser ska göras.

Digitaliseringen märks tydligt i nya konsumtionsmönster. Bland dessa syns att gränsen mellan arbete och fritid blir alltmer flexibel samtidigt som distansarbetet slagit igenom under pandemin. Detta har gett fart åt utvecklingen som pekar mot att allt fler kan konsumera upplevelser utanför sedvanliga semestertider eller veckoslut. Ju mer uppkopplade konsumenterna blir, desto mer märks även förändringar i ägande. Det talas om att ägandefokus övergår till ett tillgångsfokus, där den som kan förmedla tillgångar och länka ägare och nyttjare är den avgörande aktören. Genom uppkopplingens låga trösklar kan konsumenterna och destinationer nu friktionsfritt komma i kontakt med varandra. Det sker allt mer intressebaserat än utifrån socioekonomiska faktorer som tidigare var avgörande för att få veta om utbud och möjlig efterfrågan. Här har Västerbotten en fördel i sin jämförelsevis stora andel nyligt utbildade invånare som skapar nätverk utanför regionen. Den geografiska obundenhet digitaliseringen innebär talar för Västerbotten som plats att leva och verka på eftersom kontakt med noder och center kan vara digital. Detta ställer även krav på den digitala infrastrukturen som har kommit långt i Västerbotten och blir allt starkare. Genom tech-etableringar dras uppmärksamheten hit. Utmaningen är att möta den digitala kommunikationen med en fysisk infrastruktur som möjliggör besök och transporter samtidigt som Västerbotten blir en plats att välja att bo kvar på efter avslutad utbildning eller arbetsinsats.

Den fysiska infrastrukturen och tillgängligheten har trösklar både på vägen till och i Västerbotten. Många aktörer arbetar för att minska dem och det sker både på regional och nationell nivå. Genom nyetableringar såsom fabriker i Skellefteå ökas möjligheterna till utökade kommunikationer som kopplar Västerbotten till övriga landet och utanför. De transportvägar som stärks av sådan verksamhet blir även tillgängliga för besöksnäringen. Besöksnäringen i sin tur gör platser attraktiva för etableringar och lockar arbetskraft vilket kan påverka nya investeringar. På så vis samverkar besöksnäringens behov och förtjänster med andra sektorer på ett sätt som gynnar alla delar av samhället. Besöksnäringens aktörer behöver därför hålla ett starkt och aktivt engagemang i forum som rör t ex järnvägsutveckling. Tågets betydelse för Västerbottens besöksnäring kan bli betydligt större genom insatser kring nattåg utmed både kust- och inlandsdrastringarna. Även flygets utveckling kommer att ha en fortsatt viktig roll ur besöksnäringens perspektiv, inte minst gällande elflyg. I Västerbottens stora geografi spelar dock vägnätet fortfarande en avgörande roll. Vägarnas skick behöver prioriteras tillsammans med nya frågor som rör infrastruktur för laddning av fordon med elteknik. Inom fysisk tillgänglighet finns även frågor kring att bygga en besöksnäring som är möjlig att ta del av för många olika grupper i samhället. Region Västerbotten Turism har i sitt hållbarhetsarbete inkluderat aspekter kring jämlikhet och demokrati. Arbetets syfte är att ge verksamheter i alla sektorer verktyg för att skapa tillgänglighet i dess bredaste betydelse.

Kringervice och information

Aktörer med relevans för besöksnäringens utveckling återfinns i flera delar av den offentliga och privata sektorn. Dessa behöver stärka sin samverkan genom en tydlig rollfördelning så att samordningsvinster tas tillvara, dubbelarbete undviks och deltagande i externa sammanhang säkras för att besöksnäringens behov skall lyftas.

De senaste årens ökade intresse för skyddad natur har skapat utmaningar hos förvaltande aktörer att sköta vård och skydd medan privata verksamheter kan se möjligheter att utveckla näringar med koppling till det ökade intresset. Än så länge finns outnyttjad potential för kommersiell kringervice i Västerbotten. Detta beror till stor del på starka säsonger och otydlighet kring planer såsom förvaltning av vandringsleder. Genom ett fortsatt fokus på detta hos de förvaltande och strategiska aktörerna kan de operativa aktörerna i företag och destinationsorganisationer få information om vilka möjligheter och hinder som finns och vilket tidsperspektiv arbetet har.

Naturbaserad turism visade redan innan pandemin stark tillväxt med allt fler företag som riktar sig till konsumenterna med lust att tillbringa tid i naturen. Under 2020 har den kommersiella verksamheten på många håll fått stå tillbaka på grund av restriktioner samtidigt som intresset för det fria friluftslivet ökat stort. Båda fenomen skapar möjligheter att ta del av de fria tillgångarna men samtidigt har problemsituationer uppstått på grund av ett ökat besöksstryck och slitage. Besöksnäringens företag verkar inom tydliga regelverk som värnar den råvara de själva bygger sina produkter på, medan Sveriges allemansrätt skapar möjligheter för fri tillgång till många platser och därigenom ökar den generella attraktionskraften. Västerbottens regionala turismorganisation driver arbete inom sina olika påverkansfora för att tydliggöra att det som generellt refereras till som över-turism i denna region snarast är en form av över-friluftsliv då de kommersiella aktörerna inom turism är mycket lite inblandade i situationen och de näringsmässiga effekterna är obetydliga. Det finns stora möjligheter att genom att involvera och stödja näringarna styra det oreglerade bruket av naturområdena.

I ett strategiskt sammanhang är det avgörande att hantera skillnaderna mellan besöksnäringen och det fria friluftslivet samt hur de överlappar varandra. Det finns ett ökat intresse för att vistas i naturen, både fritt och i form av produkter. I Västerbotten finns utrymme att låta de båda olika formerna pågå samtidigt och erbjuda möjlighet för både de kommersiella verksamheter som omfattas av besöksnäringen och det fria friluftslivet.

För att rätt information ska gå ut till potentiella besökare och marknadsföringsinsatser ska nå önskade målgrupper behöver alla aktörer – både privata företag och de strategiska aktörerna - vara medvetna om vad som sker hos de andra. Med kunskap om varandras uppdrag och mål kan rätt förväntningar ställas och relevanta planer tas fram.

Målbild för strategin

Det strategiska arbetet i Västerbotten innebär att aktörer i den offentliga sektorn ska bygga strukturer där verksamheter får stöd att utvecklas på ett livskraftigt och långsiktigt hållbart sätt. Strukturerna ska bestå av både förutsägbara regler och stabila samarbeten som skapar långsiktig trygghet för investeringar. Det ska vara lätt att göra rätt och kännas tryggt att investera.

Målet för det strategiska arbetet under 2022–2026 är att stärka Västerbottens attraktionskraft, tillgänglighet, information och kringervice.

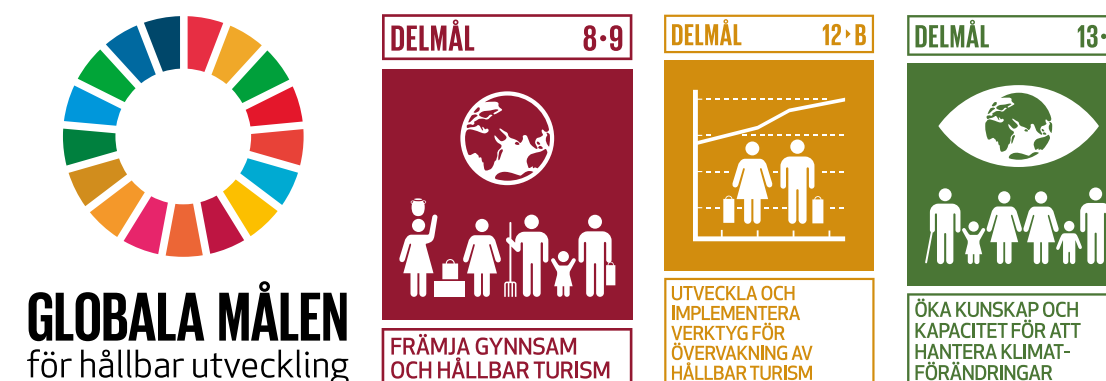
Målet för strategin är att presentera de områden som Västerbottens aktörer har identifierat som viktigast att prioritera, så att handlingsplaner och insatser kan tas fram i samklang med varandra för starkast möjliga effekt.

Besöksnäringen räknas på nationell nivå som en ny basnäring. Region Västerbotten Turism har i publikationen *Besöksnäringen är viktig för Västerbotten* presenterat siffror som visar att det är en växande och framåtsträvande del av det västerbottniska samhället både i termer av sysselsättning, platsutveckling och kontaktskapande. En hållbart växande besöksnäring har positiva effekter inte minst genom att den påverkar så många olika branscher. Den gör platser i både städer och glesbygd attraktiva för besökare, invånare och de som funderar på att flytta hit. Genom sin mångfald öppnar besöksnäringen dörrar till olika slags arbetsuppgifter och skapar delaktighet och arbete för många. Den säsongsbaserade besöksnäringen innebär både utmaningar för att skapa varaktig inkomst och en möjlighet att diversifiera verksamheter. Med en stärkt besöksnäring kan fler invånare på fler platser se nya intäktsmöjligheter. Besöksnäringen är även ett område där innovationer och nya lösningar i både producent- och konsumtionsled utvecklas. Västerbottens förankring inom teknik och utbildning samt resurser i form av inkubatorer skapar möjligheter att fortsätta vara en stark aktör i framkant inom den hållbara utvecklingen.

3. Västerbottens hållbarhetsarbete i besöksnäringen

Västerbotten är i framkant för landets hållbarhetsarbete inom besöksnäringen!

Region Västerbotten Turism initierade 2015 ett gemensamt hållbarhetsarbete för Västerbottens besöksnäring. Detta baseras på den globala organisationen Global Sustainable Tourism Councils (GSTC) arbete med ökad hållbarhet inom turism. Hållbarhetsarbetet har fått samlingsnamnet Västerbotten Experience (VX) och är idag en del av Region Västerbotten Turisms kärnverksamhet. Det utgör en samlingspunkt för den regionala turismorganisationen, regionens kommuner och destinationsorganisationer. Det är även en direktlänk till och mellan företagen genom att den omfattar en arbetsmetod där verksamheter kan gå igenom sina olika delar utifrån hållbarhetskriterier. Arbetet med en hållbar besöksnäring i Västerbotten är även direkt kopplat till flera av de 17 målen i Agenda 2030, FN:s Globala Hållbarhetsmål, med särskilt fokus på mål 8 (delmål 8.9), mål 12 (delmål 12b) och mål 13 (delmål 13.3).



På nationell nivå har Tillväxtverket i uppdrag att utifrån statistik och analys ta fram material som ökar möjligheten för beslutsfattare och företag att investera i väl grundade aktiviteter. De har allt mer lagt fokus på insatser kring hållbarhet och stöder sig på definitionen av en hållbar besöksnäring som återfinns hos World Tourism Organization (UNWTO, FN-grundade Världsturismorganisationen) och UN Environment Programme (UNEP, FN:s miljöprogram): En näring som tar ansvar för turismens nuvarande och framtida ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan genom att utgå från besökarens, företagets, miljöns och lokalsamhällets behov. Även denna definition överensstämmer med arbetsmetodiken i Västerbotten.

Flera kommuner och destinationer har inlett egna hållbarhetsinitiativ, alla med samma förståelse av GSTC i grunden. Bland dessa märks att destinationsbolagen Visit Umeå och Visit Skellefteå båda valt att ansluta sig till Global Destination Sustainability Movement (GDSM), ett nätverk för destinationer som arbetar med benchmarking och uppföljning baserat på de Globala Hållbarhetsmålen. Destinationsorganisationerna Gold of Lapland och Visit Hemavan Tärnaby (den senare upphörde i sin dåvarande form 2022) har i ett eget hållbarhetsprojekt låtit utbilda sin personal i Region Västerbotten Turisms VX-metodik.

Fyra grundprinciper för en hållbar besöksnäring

Tack vare den samsyn som skapats har fyra grundprinciper kunnat tas fram, som är relevanta för olika aktörer att bygga sina aktiviteter på. Principerna skapar en tydlig riktning framåt och styr de vägval som görs. Härigenom kan det byggas samverkan med en klar prioritering så att de resurser som används stärker allas insatser och resultaten blir mer kraftfulla och långsiktiga.

Grundprinciperna innebär att en långsiktigt hållbar besöksnäring i Västerbotten:

- Är bra för boende
- Är bra för besökare
- Skapar arbeten och livskraftiga verksamheter
- Sker på naturens och kulturens villkor.

En långsiktigt hållbar besöksnäring i Västerbotten som är bra för boende innebär att hålla balans mellan boende och besökare. Antalet besökare får inte överskrida platsens kapacitet och boende ser fördelarna med att ha besökare i sin livsmiljö och välkomnar dem. Attraktiva platser att bo på blir också attraktiva platser att besöka eftersom tillresta besökare kan vara en förutsättning för att en plats skall kunna erbjuda ett brett utbud av restauranger, affärer och annan service.

En långsiktigt hållbar besöksnäring i Västerbotten som är bra för besökare innebär att besökare känner sig välkomna redan innan de anländer. Både digital och fysisk infrastruktur måste finnas på plats och motsvara besökarens behov för att besöksnäringen ska möta deras förväntningar och bli en tillgång. Västerbottens naturbaserade näringar är en konkurrenskraftig resurs som talar till de som vill konsumera upplevelser baserade på hållbarhet och kunskap.

En långsiktigt hållbar besöksnäring i Västerbotten som skapar arbeten och livskraftiga verksamheter behöver än mer fokus sedan pandemin. Detta visar på behovet av att bygga mer ekonomiskt hållbara verksamheter som står bättre rustade för framtiden. Besöksnäringen är arbetsintensiv och kräver många händer på plats. Dessutom är det en viktig ingång till arbetsmarknaden. Vårt gemensamma arbete tar sig an utmaningar kring säsongsvariationer som kan skapa hinder för heltidsanställningar, anställningsvillkor och rekrytering. Besöksnäringensrelaterade verksamheter erbjuder arbeten av olika slag och gör det möjligt att arbeta på sin hemort samt bredda sin verksamhet för ökad stabilitet.

En långsiktigt hållbar besöksnäring i Västerbotten sker på naturens och kulturens villkor. Detta innebär att alla delar av näringen ska adresseras i vårt gemensamma hållbarhetsarbete. Transporter av besökare, personal och varor behöver ske resurseffektivt. Genom produktutveckling kan fler lockas att stanna längre och därigenom öka sin förståelse för lokal natur, kultur och historia. Genom att vara rädda om natur och kulturarv ökar möjligheterna att kunna erbjuda en attraktiv destination även i framtiden.

Samverkan med hållbarhet i fokus

Den arbetsmetodik Region Västerbotten Turism utvecklat baserat på GSTC:s hållbarhetskriterier kallas Västerbotten Experience (VX). Den omfattar direkt samverkan med företag där verksamhetens alla delar går igenom baserat på hållbarhetskriterierna för att identifiera goda exempel och behov av åtgärder. VX omfattar även samverkan med både privata och offentliga aktörer. Denna samverkan sker löpande och genomsyrar alla delar av verksamheten hos den regionala organisationen, men har även formaliserats i två fora:

VX-samverkan och Hållbarhetsteamet.

VX-samverkan är sedan 2022 en del i Region Västerbotten Turisms ordinarie verksamhet. Här samlas de aktörer som genomgått de GSTC-baserade genomgångar som erbjudits av Region Västerbotten Turism sedan 2015 och de som själva utbildats inom VX för att kunna stödja företag i deras hållbarhetsarbete. Syftet är att möjliggöra diskussioner, hitta gemensamma utmaningar och sätt att adressera dem genom fokuserade insatser men även genom att dela information om vad som är på gång. Region Västerbotten Turism har en organisatorisk roll för detta fora där alla deltagare kan och bör lyfta sina ämnen. VX-samverkan är en bas för möten mellan företagen, destinationsorganisationer och Region Västerbotten Turism där Region Västerbotten Turism håller en initierande och ledande roll.

Hållbarhetsteamet initierades av Region Västerbotten Turism under 2021 och är en arbetsgrupp bestående av representanter från kommunala aktörer och destinationsorganisationer. Inbjudan att ingå i gruppen gick ut brett och en mindre grupp formades för att ta fram en handlingsplan där gemensamma insatser och enskilda åtaganden kan presenteras och planeras. Arbetet i Hållbarhetsteamet kommer att delas med och återkopplas till övriga aktörer, t ex med företag vid de regelbundet återkommande möten som arrangeras i VX-samverkan och vid de möten mellan Region Västerbotten Turism, destinationsorganisationer och kommuner som sker löpande. Syftet är att tillsammans arbeta med hållbarhetsfrågor inom alla delar av begreppet och att ge kraft åt det som görs, undvika dubbleringar och att några områden missas. VX fungerar som en samlande punkt och utgångsmaterial för arbetet.

På detta vis är VX ett initiativ där Region Västerbotten Turism skapat en samlande punkt för Västerbottens privata och offentliga aktörers arbete för en hållbar utveckling av besöksnäringen. Genom samverkan under ett gemensamt begrepp och utifrån tydliga grundprinciper underlättas de gemensamma satsningar som görs men även enskilda verksamheter kan hitta riktning för sina insatser. Arbetsmetodiken med hållbarhetsgenomgångar kan användas för offentliga verksamheter och kommunerna i Västerbotten deltar aktivt i arbetet. Därigenom får de möjlighet att närma sig den annars svårhanterliga hållbarhetsaspekten i besöksnäringen och erbjuds en stabil grund för arbetet framåt. Genom att låta VX och de fyra grundprinciperna genomsyra strategier och insatser arbetar alla utifrån en gemensam förståelse och riktning för en långsiktigt hållbar näring och livskraftiga samhällen.

Utgångspunkten för VX är att erbjuda verktyg för att utveckla långsiktigt hållbara verksamheter. Hållbarhet omfattar inom VX alltifrån miljöhänsyn till omsorg om företagaren själv. Den verksamhetsgenomgång VX metodiken inleds med hjälper verksamheten att identifiera sin förbättringspotential. Utifrån dessa erbjuds kunskapsbaserade verktyg som ger deltagande verksamheter möjlighet att stärka sin verksamhets företagsidé, identifiera målgrupper och få vägvisning till hur deras erbjudande kan kommuniceras till marknaden. I processens senare del där alltmer fokus ligger på synlighet, försäljning och utförande är Region Västerbotten Turism och andra offentliga aktörer allt mindre inblandade och arbetet övergår i marknadskommunikation som planeras och drivs av näringsverksamheterna själva tillsammans med de destinationsorganisationer som har ett sådant uppdrag.



Med start under 2021 har VX även blivit ett kommuniserbart begrepp utåt med en webbplats och sociala medier. Fokus i denna externt riktade kommunikation är på företagens hållbarhetsarbete och hur de omsätter hållbarhetsprinciperna i sin operationella verksamhet. Inom ramen för det externt kommunicerande arbetet finns även planer för årligen återkommande kampanjer där Region Västerbotten Turism äger aktiviteten och söker finansieringsmöjligheter, medan deltagande produkter och teman tas fram i samråd med företagens samlade aktörer dvs destinationsorganisationer och i vissa fall kommunernas besöksnäringsansvariga.

Under 2022 har Västerbottens destinationsorganisationer och kommuner tillsammans påbörjat ett marknadsföringsarbete under ett gemensamt namn: Västerbotten Sweden. Initiativet bygger på en etablerad återförsäljares vilja att samla Västerbottens VX-aktörer gentemot slutkund. Region Västerbotten Turism har med ekonomiska medel möjliggjort detta med syfte att skapa rörelse framåt för frågan om gemensam marknadskommunikation, en fråga som samtliga aktörer ser behov av att lösa.

VX och hållbarhetsarbetet är främst en intern arbetsprocess och ett verktyg för regionens verksamheter i alla sektorer. Det står dock klart att allt fler konsumenter och förmedlare inom resebranschen, såsom turoperatörer, söker garantier för företags hållbarhetsarbete. Fenomenet greenwashing eller grönmålade har ökat kraven på företag att konkretisera sitt hållbarhetsarbete på ett sätt som kommuniceras till konsumenter. Den externa kommunikationen av VX består därför i att enskilda företag använder symbolen som är VX-sigillet tillsammans med så mycket information de själva väljer. Detta kompletteras med den webbplats och sociala mediekkanaler Region Västerbotten Turism byggt upp och driver (vasterbotteneperience.se). På så sätt kan konsumenter se vad VX innebär och företagen får även tillgång till deltagande i gemensam kommunikation i kampanj och genom webbplatsen.



VX:s sigill och digitala närvaro fungerar som en symbol för kvalitet och stärker de goda och destinationsgemensamma varumärken som finns hos företag och organisationer. De aktörer som engagerar sig i VX-samverkan och genomgår en hållbarhetsgenomgång baserad på GSTC:s kriterier men inte själva erbjuder produkter använder en liknande symbol som kommer att tas fram under 2022.

Syftet med VX är att samla besöksnäringens aktörer för att stärka det interna arbetet i regionen och dessutom skapa ett samlat budskap utåt: Västerbottens besöksnäring arbetar i samklang med sin omgivning för att skapa mervärden för företagen, besökare och andra som lever och verkar i Västerbotten.

4. Strategiskt identifierade prioriteringsområden och teman

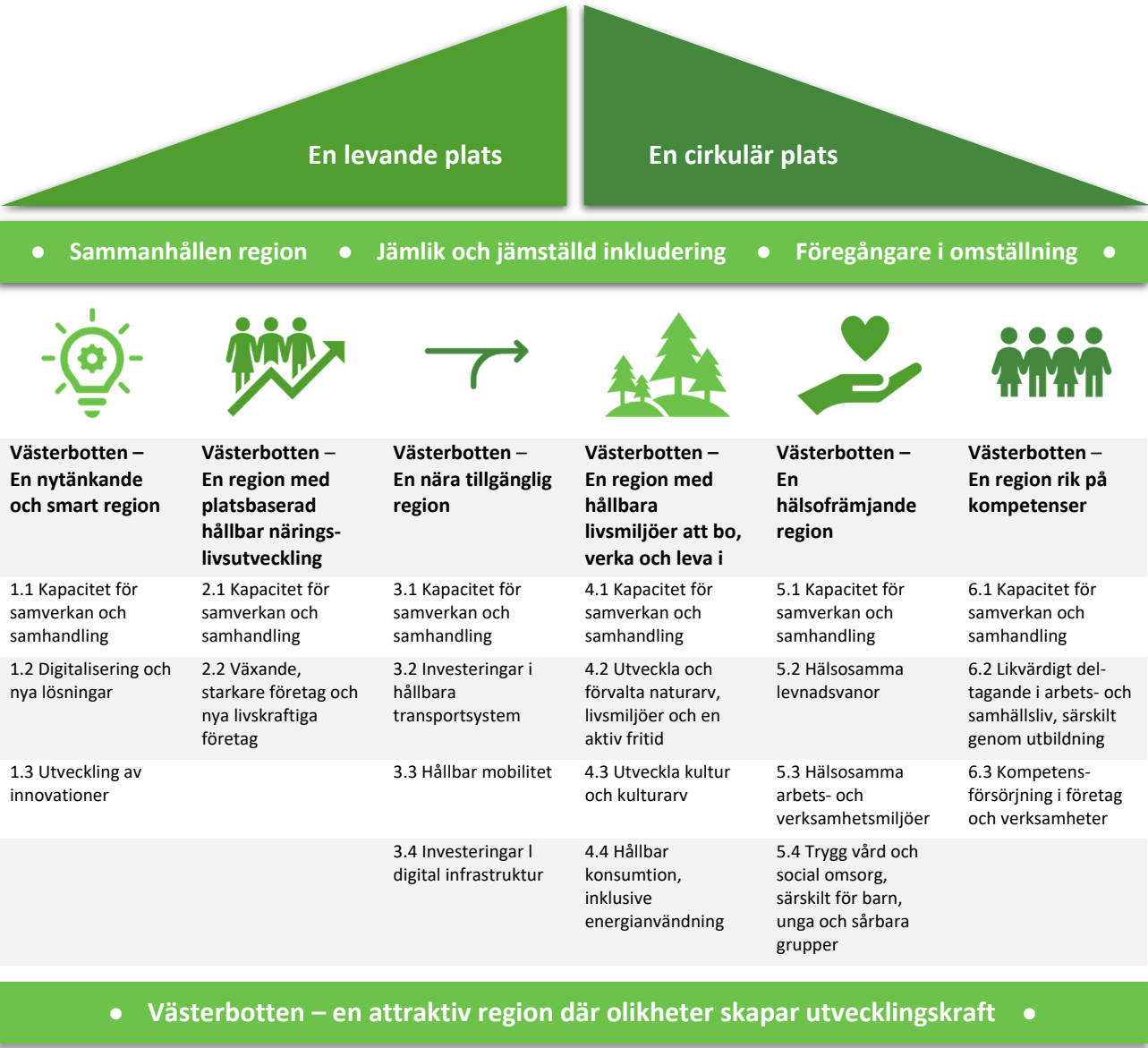
Regionalt utvecklingsarbete handlar om samverkan. En regional strategi tydliggör vilka riktlinjer och prioriteringar som identifierats genom samråd mellan regionala aktörer.

Västerbottens strategi för besöksnäringen bygger på den nationella besöksnäringstrategin och den regionala utvecklingsstrategiska planen. Dessutom har den formulerats efter att såväl det regionala Skogsprogrammet och den regionala livsmedelsstrategin Mer mat från Västerbotten Regional Livsmedelsstrategi 2021-2030 presenterats. Region Västerbotten Turism tar aktiv del i strategiska arbeten för att stärka besöksnäringens roll i sammanhangen och skapa kontaktpunkter som ökar möjligheterna för att besöksnäringstrategin ska gå i linje med och kunna utnyttja de möjligheter som finns i andra, omgivande strategiska arbeten. I livsmedelsstrategin är måltidsturismen en utpekad del inom ett av de fyra strategiska områdena och i skogsprogrammet handlar ett av de fem fokusområdena om mångbruk av skogen. På så vis kan kommuner, företag och organisationer koppla in sina besöksnäringsspecifika verksamheter även i dessa omgivande strategiska arbeten. De regionala strategierna kring Västerbottens livsmedel och Skogsprogrammet finns tillgängliga på <https://www.regionvasterbotten.se/naringsliv-och-samhallsbyggnad/hallbara-livsmiljoer/regional-livsmedelsstrategi> respektive <https://www.skogsprogramvasterbotten.se>.

Sveriges nationella besöksnäringstrategi Strategi för hållbar turism och växande besöksnäring presenterades genom Regeringskansliet i oktober 2021. I den finns fem strategiska områden som både är förslag på insatsområden och visar grundläggande funktioner som regionala och lokala aktörer i hela landet behöver inventera och adressera i sina arbeten: Enklare företagande, jobb och kompetens, kunskap och innovation, tillgänglighet samt marknadsföring. Dessa områden kopplas samman av fyra så kallade horisontella perspektiv, som genomsyrar alla olika verksamheter: Hållbarhet, digitalisering, platsutveckling och samverkan.

De fem strategiska områdena i den nationella strategin är direkt applicerbara som insatsområden i Västerbotten. Dessutom stämmer den nationella strategins fyra horisontella perspektiv väl överens med det arbete som redan pågår i Västerbotten hos kommuner, Region Västerbotten Turism och destinationsinitiativ. Detta talar till regionens fördel genom att insatser på alla nivåer kan få kraft från nationella satsningar. Samtidigt behöver arbetet anpassas till Västerbottens förutsättningar så att de dialoger som förs med nationella, regionala och lokala aktörer blir relevanta och leder till de mål som finns i regionen. Exempel på de platsspecifika omständigheter som behöver understrykas är de relativt långa avstånden mellan transportslag och destinationer men även mellan utbildningsorter och arbetsplatser, mindre andel utländska besökare och större andel fritidshus än i många andra delar av landet.

Den regionala utvecklingsstrategin, RUS, tas fram på uppdrag av regeringen och formuleras utifrån inspel från Västerbottens olika aktörer. Den ger en gemensam, övergripande riktning som visar vägen för utvecklingen i Västerbotten till år 2030. Visionen i RUS:en är:



En attraktiv region där olikheter skapar utvecklingskraft.

Vägen till en cirkulär och hållbar plats - vision, inriktningar och prioriteringar i den Regionala Utvecklingsstrategin för Västerbotten 2020-2030.

RUS:en visar en stark vilja att med tidshorisonten 2020–2040 arbeta för att regionen ska vara en hållbar plats att leva och utvecklas på. Den innehåller en prioritering som handlar om att arbeta för platsbaserad, hållbar näringslivsutveckling. Där ingår att både attrahera etableringar och att stärka befintliga företag genom till exempel utveckling av affärsmodeller och vid generationsskiftet. Besöksnäringen är ett av de verktyg som identifierats för att nå de målbilder som presenteras.

Regionplanen tas fram utifrån RUS:en och här bryts visionen ner i mål och uppdrag som styr Region Västerbottens arbete. Även här understryks den kraft som skapas i en stor, dynamisk region:

Från fjäll till kust skapar vi gemensamt en attraktiv region med goda livsvillkor för alla.

För den avdelning inom Region Västerbotten som fokuserar på besöksnäringen som verktyg i det arbetet har visionen formulerats till:

Från fjäll till kust skapar vi gemensamt en attraktiv region för hållbar besöksnäring.

Besöksnäringen kan betraktas som en ung näring, där det finns ett relativt stort mått av föränderlighet. Det saknas nationella direktiv kring hur utvecklingsarbetet inom besöksnäringen ska organiseras på regional och lokal nivå vilket innebär att ansvars- och rollfördelningen för att utveckla besöksnäringen skiljer sig åt mellan regioner. Förutom att använda den nationella strategins ramverk för att identifiera och prioritera bland strategiska regionala frågor så krävs en tydlig rollfördelning mellan regionens aktörer för att de uppsatta målen för besöksnäringen ska nås.

Den regionala strategin för besöksnäringen 2022-2026 är alltså som beskrivits ovan formulerad i samklang med RUS:en och baserad på de Globala Målen för Hållbarhet. Därigenom går den även i linje med de planer som finns på kommunal nivå.

Strategiskt identifierade prioriteringsområden

Västerbottens kommunrepresentanter, destinationsorganisationer och företag har inför strategins formulering uppmanats att lämna inspel som därefter diskuterats i dialog med länets destinationsorganisationer. Utifrån detta har följande områden identifierats som särskilt angelägna att prioritera i de kommande årens strategiska arbete:

- **Rollfördelning och ansvarsområden**
- **Kompetensförsörjning och affärsmodeller**
- **Tillgänglighet och infrastruktur**
- **Produktutveckling för hållbart resursutnyttjande**

Basreta på dessa kan de olika offentliga, privata och ideella aktörerna formulera sina handlingsplaner och verksamhetsmål i relation till prioriteringar i det gemensamma arbetet. Den regionala strategin läggs för fem år och behöver därför vara tydligt riktningssvisande men även lämna utrymme för att dess verkställande ska kunna ske på ett agilt och flexibelt sätt.

Prioriteringsområdena presenteras här i den form de formulerats och diskuterats av Västerbottens aktörer. I nästa steg behöver de konkretiseras av planer där de olika verksamheterna sätter dem i sitt sammanhang baserat på det egna uppdraget och handlingsutrymmet.

Rollfördelning & ansvarsområden

- Tydlighet i roller och uppdrag för att effektivisera insatser som görs och öka effekter av dem.
- Samverkan kring utmaningar och behov, en samlad röst för att öka genomslaget för finansiering och insatser.
- Tillgången till resurser i form av offentliga ekonomiska stöd kan ökas genom att användandet effektiviseras och söks med tydligare målstyrning, detta är särskilt angeläget då stödnivåer framöver troligtvis inte kommer öka på grund av pandemins effekter på flertalet sektorer.
- Aktörer med regionalt ansvar såsom Länsstyrelsen Västerbotten och Region Västerbotten Turism arbetar på det strategiska och strukturbbyggande området i samverkan med kommuner, medan destinationsorganisationerna tillsammans med företag har ett operativt fokus som samstämmer med deras uppdrag.
- Särskilda gemensamma initiativ för marknadsbearbetning och extern kommunikation kan genomföras där Region Västerbotten Turism äger aktiviteten och söker finansieringsmöjligheter medan destinationsorganisationer och kommunala företrädare för besöksnäringens företag operationaliserar aktiviteten. Gemensam marknadskommunikation och säljarbete har identifierats som en av de stora utmaningar Västerbottens aktörer möter. Region Västerbotten Turism har initierat en samverkan kring detta för att hitta en lösning.

Kompetensförsörjning & affärsmodeller

- Ökat fokus på kompetensförsörjning och rekrytering genom samverkan mellan näring och utbildningsaktörer.
- Insatser som stärker möjligheter till boende på platser med besöksnäringens verksamheter.
- Konsumenternas krav på digital tillgänglighet hos enskilda företag måste mötas med kunskapshöjande insatser.
- Stärka kunskapen bland beslutsfattande instanser om besöksnäringens betydelse för platsbyggande som attraherar boende och investeringar. Besöksnäringen gör arbetsplatser och affärsmöjligheter mer attraktiva genom att bidra till underlag för kommunikationer.
- Konsumenter består av boende, besökare och "den osynliga befolkningen". Utbudet behöver utvecklas för att öka deras efterfrågan. Fritidshusägare-/nyttjare utgör lokal köpkraft.
- Locka investeringar och etableringar.
- Nya affärsmodeller och värdekedjor utvecklas. Exempelvis baserat på delningsekonomi, individuell försäljningsförmedling och on-demand. Detta kräver inkubationsmöjligheter för verksamheterna för att inte skapa ett avstånd mellan nya former av konsumtion och Västerbottens producenter.

Tillgänglighet & infrastruktur

- Tillgänglighet måste förbättras, både fysisk infrastruktur och digitala möjligheter.
- Insatser som underlättar för aktörer att hitta kollektiva lösningar där offentliga inte finns.

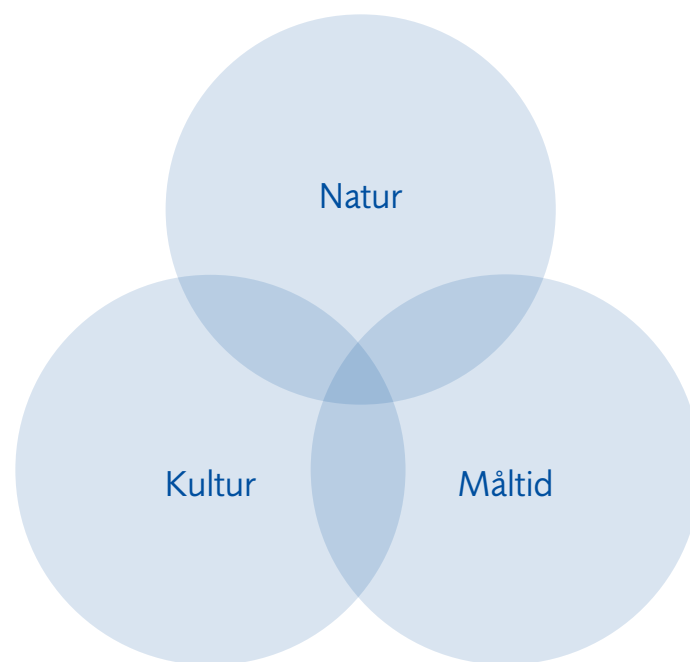
Produktutveckling för hållbart resursnyttjande

- Här finns stor potential för utveckling av köpbara produkter baserat på naturnära vistelser.
- Tätorternas möjlighet för möten, mässor och affärsresande skapar efterfrågan på produkter utanför kärnorna, kopplingen mellan mötesarenor och kringområden behöver stärkas.
- Kunskap om målgrupper, trender och försäljning behöver öka, spridas och diskuteras gemensamt för att möjliggöra samstämmiga satsningar.
- Västerbottens attraktionskraft bygger på både den fritt tillgängliga naturen och säljbara produkter. En tydlig samverkan måste skapas så att det fria friluftslivet och kommersiella aktiviteter samverkar på ett långsiktigt hållbart sätt och stärker varandra.

Strategiskt identifierade teman

Flera av aktörerna i Västerbotten har föreslagit att det samordnade arbetet ska identifiera teman. Dessa ska fungera som riktningsskisar för både det strategiska arbetet bakom kulisserna och för det utåtriktade kommunikativa och operativa arbetet hos destinationsorganisationer och företag.

Samråd mellan destinationsorganisationerna, företag och Region Västerbotten Turism har följande tre teman identifierats för de kommande åren: Natur, kultur och mat.



Dessa tre teman bygger på Västerbottens starkaste attraktionsområden och de företag som redan finns här. Genom att stärka de pågående verksamheterna kan de växa samtidigt som nya etableringar och investeringar kan tillkomma.

Treklövern av natur, kultur och måltid stärker varandra både enskilt och tillsammans. Måltiden är ett sätt att konkretisera naturen eftersom sättet råvarorna hanteras speglar rådande kultur och bevarade traditioner. I tillägg blir mat och måltid allt viktigare faktorer i både attraktionskraft och det som konsumeras under besök och fritid. I alla tre teman har Västerbotten ett bra läge. Här finns flertalet starkt profilerade aktörer som kan inspirera andra och själva få nytta av ett gemensamt fokus. Dessutom pekar de alla tre i samma riktning till en långsiktig hållbarhet.



Foto: Fredrik Larsson

5. Samlande aktörer i Västerbotten

Tydlig rollfördelning och förståelse för varandras ansvarsområden är en förutsättning för god och effektiv samverkan. För samverkan inom besöksnäringen, som går sin egen väg genom en mängd verksamheter och uppdrag, är det avgörande att skapa transparens och tydlighet i både vad som görs och varför.

En uppgift för besöksnäringens strategi är att initiera tydliggörandet av rollfördelningen bland regionens aktörer. Nedan beskrivs uppdragen hos ett antal aktörer på regional och lokal nivå vars arbetsområden rör eller berörs av besöksnäringen.

Besöksnäringen har aktörer på flera geografiska nivåer. På nationell nivå finns exempelvis Trafikverket, Tillväxtverket, Naturvårdsverket, Sveriges Kommuner och Regioner (SKR), Visit Sweden och näringsägda Svensk Turism AB. Dessutom finns organisationer som verkar över de administrativa gränserna såsom Visita och Svenska Samernas Riksförbund (SSR). Inom den regionala nivån finns aktörer med regionen som utgångspunkt, exempelvis Region Västerbotten, Länsstyrelsen Västerbotten och Kollektivtrafikmyndigheten. På den lokala nivån finns aktörer med en eller flera kommuner som utgångspunkter, till exempel företag eller ett destinationsbolag. De verkar inom en utvald geografi och har ofta medlemsfinansiering. Det finns även geografiska mikrodestinationer i Västerbotten som till exempel finns i en fjälldal, eller en by.

I Västerbotten sker utvecklingen av besöksnäringen i samverkan. Tillsammans med länets destinationer och kommuner arbetar Region Västerbotten Turism för att effektivt och kraftfullt utveckla besöksnäringen. Inom länets turism är det lokala perspektivet centralt, då en stor del av arbetet med att stärka besöksnäringen sker på kommun- och destinationsnivå. Det är de lokala aktörerna som identifierar målgrupper, marknader och varumärken. Tillsammans med företagen väljer kommuner och destinationer de utvecklingsinsatser som är bäst lämpade utifrån deras lokala förutsättningar. Region Västerbotten Turism har en viktig roll i att systematiskt stötta utvecklingen av hållbara, konkurrenskraftiga destinationer och företag i regionen. Denna modell för besöksnäringens produktionsprocess har i grunden en uppdelning mellan dels en strategisk, strukturell del och dels en mer operativ. Genom att tydliggöra denna uppdelning och det område där aktörernas verksamheter överlappar, kan uppdrag och utrymmen för arbetsinsatser bli tydliga för alla. Därigenom adresseras de insatser som allra tydligast efterfrågats i förarbetets material:

- Ökad kraft för de insatser som görs när alla drar åt samma håll.
- Minskad risk för dubbelarbete genom kunskap om varandras verksamheter.
- Starkare genomslag för budskap genom samordnad röst.
- Ökad effektivitet genom riktiga förväntningar kring uppdrag och möjligheter.

Region Västerbotten

Region Västerbotten är sedan 2019 en organisation med två delar: Hälso- och sjukvård samt Regional Utvecklingsförvaltning. Förvaltningen regional utveckling har det regionala utvecklingsansvaret i Västerbotten. Det innebär att Region Västerbotten leder arbetet med regionens utvecklingsstrategi (RUS), ansvarar för länstransportplanen och handlägger företagsstöd och projektstöd. Vid kulturverksamheten bedrivs regional biblioteksverksamhet, regional konstkonsulentverksamhet samt finansiering av regionala institutioner.

Region Västerbotten Turism är den avdelning i det regionala utvecklingsarbetet som fokuserar på verksamheter och strukturer med koppling till besöksnäringen. Uppdraget är att utveckla en mer långsiktigt hållbar besöksnäring samt sprida kunskap kring besöksnäringens utveckling.

Region Västerbotten Turism har som regional turismorganisation i uppdrag att aktivt omvärldsbevaka och hämta in material från regionala, nationella och internationella sammanhang med relevans för Västerbottens strategiska arbete. Detta för att bredda perspektiven på Västerbottens utmaningar och potential och fördjupa kunskapen om de processer som påverkar regionens utveckling.

Region Västerbotten Turism ansvarar för:

- Att leda arbetet med den regionala utvecklingen av hållbar besöksnäring i Västerbotten.
- Att samordna det fortsatta arbetet med strategin för besöksnäringen.
- Att etablera en strategisk samverkan kring besöksnäringens frågor i Västerbotten.
- Att analysera mätdata relaterad till besöksnäringen och sprida kunskap om besöksnäringens struktur och effekter.
- Att arbeta med kompetensutveckling och kompetensförsörjning.
- Att representera besöksnäringen respektive landsdelen i fora på regional, interregional och nationell nivå.

Länsstyrelsen

Länsstyrelsen Västerbotten arbetar bland annat med skötsel och förvaltning av länets statligt skyddade naturområden. De tillgängliggör natur- och kulturmiljöer för besökare via information på hemsida, i foldrar, via kartor och skyltar. De miljöer som informeras om är nationalparker, naturrum, utpekade skyddade naturområden, natur- och kulturresevat och fornlämningsmiljöer.

Länsstyrelsen Västerbotten finansierar lokala och regionala projekt som är kopplade till handlingsplanen för Landsbygdsprogrammet, framtagna i samverkan med länspartnerskapet och olika fokusgrupper. Länsstyrelsen hanterar också anslag från Naturvårdsverket och Riksantikvarieämbetet som finansierar vård och tillgänglighet av naturmiljöer och kulturhistoriskt värdefulla miljöer, samt byggedmedel som kommer från vattenregleringsföretagen.

Länsstyrelsen ansvarar för:

- Att verka för en långsiktigt hållbar landsbygdsutveckling.
- Att balansera hållbarhetsperspektiven i de natur- och kulturhistoriska miljöer man är ansvariga för.
- Att tillgängliggöra natur- och kulturmiljöer för besökare genom information och kunskapsspridning.
- Att samverka med aktörer inom berörda miljöer.

Kommunerna

Kommunerna i Västerbotten arbetar strategiskt med besöksnäringen, antingen på egen hand eller genom samverkan med andra aktörer. Ett viktigt fokus för kommunerna är arbetet med företags- och näringslivsutveckling samt företagsetablering ur ett besöksnäringssperspektiv. Kommunerna spelar också en avgörande roll när det gäller att skapa förutsättningar för besöksnäringen att växa, då den kommunala planeringen styr mark- och vattenanvändningen. Det kommunala engagemanget i besöksnäringen har i några av Västerbottens kommuner lagts hos en destinationsorganisation för att på så vis poola resurser och få tillgång till mer specifik kunskap. Hos de kommuner som inte ingår i någon destinationsorganisation arbetar främst näringslivsavdelningen i tät kontakt med Region Västerbotten Turism för att hantera funktioner som destinationsorganisationen annars har.

Kommunerna ansvarar för:

- Att stötta närings- och affärsutvecklingen bland besöksnäringens företag.
- Att delta i samverkan med lokala och regionala aktörer.
- Att främja samverkan mellan olika delar av den egna verksamheten utifrån ett besöksnäringssperspektiv.
- Att turistisk infrastruktur i kommunen i form av vägar, anläggningar och kommunala besöksmål håller god kvalitet.
- Att besöksperspektiven tas tillvara i planeringsinstrument såsom detalj- och översiktsplan, i bygglovshantering samt andra strategi- och visionsarbeten.

Destinationssamverkan

De lokala destinationsorganisationer som finns i Västerbotten är aktiebolagen Visit Umeå och Visit Skellefteå samt den ekonomiska föreningen Gold of Lapland. Organisationerna bildades under en sexårsperiod: Gold of Lapland 2005, Skellefteå 2009 och Umeåregionen 2011. Under 2022 upphörde den tidigare destinationsorganisationen Visit Hemavan Tärnaby i sin dåvarande form.

Västerbottens destinationsorganisationer har egna strategiska planer som fokuserar på lokal utveckling och målsättningar som stärker besöksnäringens företag i deras respektive områden. De driver och deltar även i gemensamma samverkansprojekt utifrån egna lokala fokusområden. Destinationsorganisationerna arbetar i nära samverkan med företag och övriga aktörer inom och utanför sina destinationer. Destinationsorganisationerna och Region Västerbotten Turism har kontinuerliga möten för att dela information och hantera gemensamma frågor. Under 2022 initierades även en samverkan kring marknadskommunikation, där destinationerna tillsammans arbetar för hela regionens synlighet.

Destinationsorganisationernas uppdrag består i att skapa kommersiella värden och nytta för de företag som utgör bolagets ägare och föreningsmedlemmar genom att arbeta med paketering, marknadsföring och försäljning av de produkter som finns i destinationen. På grund av besöksnäringens tvärgående natur i samhället har destinationsorganisationerna liksom de andra samlande aktörerna ett brett engagemang. De företräder verksamheterna i diskussioner kring planering och strategier som omfattar större områden än deras egen geografi eller tema. På det viset är destinationsorganisationerna liksom den näring de är baserade i, en kraft som har bred förankring och effekt i den hållbara samhällsutvecklingen med aktiv omvärldsbevakning.

Destinationsorganisationerna genomför även aktiviteter med särskilt fokus på utvalda marknader. Däribland finns kunskaps-höjande möten och mässdeltagande med fokus på exportmarknader och riktade insatser kring produktutveckling och påverkansarbete för mötessegmentet. Sådana enskilda och gemensamma insatser gynnar hela regionen och skapar även nytta för verksamheter som ligger utanför de genomförande organisationernas upptagningsområde.



6. Avslutningsvis, tillsammans dukar vi bordet

Västerbottens strategi för en långsiktigt hållbar utveckling av besöksnäringen kan liknas vid att duka ett bord.

De fyra grundprinciperna för hållbarhet är bordets stadiga ben. På dem vilar strategin som en gedigen bordsskiva och utgör det utrymme vi har att duka fram på. Varje aktör bidrar med sin rätt, lagad utifrån eget recept. I strategiska sammanhang är receptet den egna handlingsplanen eller företagsidén.

Samtidigt som de egna verksamheterna är en intern angelägenhet behöver vi stämma av och samverka med varandra. Vi vill inte ha ett bord med endast mandelpotatis, oavsett hur god den är. Genom öppen dialog kan vi komplettera och stärka varandras insatser så att alla lyfts i det gemensamma arbete som är Västerbottens besöksnäring.

Det dukade bordet handlar inte bara om en måltid. Det är ett sätt att presentera och värda det som är Västerbotten, vår natur, kultur och varandra. Råvarorna som används kommer från naturen omkring oss och sättet vi tar hand om dem är vårt sätt att leva, kulturen. På så vis sammanförs dagens trender med historiens liv.

Tillsammans dukar vi fram det bästa för alla!

Region Västerbotten Turism

