

2018-04-11

Handlingsplan för turist och besöksnäring

Under perioden 2018-04-16 - 2018-08-31

Bakgrund

Från och med 2018 har kultur- och fritidsnämnden tilldelats ansvaret för kommunens turist- och evenemangsverksamhet. Detta innebär att en ny funktion implementeras i kultur- och fritidsnämndens verksamheter och nämnden har för avsikt att utveckla denna i samklang med den statliga utredningen "Ett land att besöka- en samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring" (SOU 2017:95) som syftar till att förstärka bland annat destinationsutvecklingen.

Turism är världens största och snabbast växande näring. Den globala tillväxten beräknas årligen uppgå till 5-10%. För svensk del beräknas den årliga omsättningen inom besöksnäringen uppgå till närmare 280 miljarder kronor. Näringen är sammansatt av flera branscher, där de största är hotell, restaurang, kafé och övrig logi. Transporter och handel räknas också in i näringen, liksom kultur, sport och rekreation. En framgångsrik destination med många turister bidrar till en ökad lokal ekonomisk tillväxt. Detta gynnar inte enbart företag inom besöksnäringen utan hela det lokala näringslivet. Ökad sysselsättning bidrar till stärkt ekonomi i kommuner med en framgångsrik turism och besöksnäring. Detta lyfts även fram i kommunens tillväxtprogram för 2017 -2019 genom att besöksnäringen utgör en av tre strategier för att nå näringslivsutveckling. Vidare anges det i programmet att redan befintliga besöksmål ska förstärkas.

Utöver detta genomsyras Alingsås kommuns "Vision 2019" av vikten att kommunen blir en destination att räkna med i framtiden: *"Alingsås är den moderna mötesplatsen, med småstadens fördelar och storstadens möjligheter. Alingsås har en central roll i Västsveriges utveckling och satsar på hållbarhet och livskvalitet i hela kommunen. Alingsås har 42 000 invånare år 2019"*. Visionen tar fasta på tre fokusområden; boende, arbete och lärande.

Utifrån ovanstående och kommunfullmäktiges flerårsstrategi har nämnden beslutat om följande mål och åtagande samt nyckeltal gällande turism och besöksnäring i dess flerårsstrategi 2018-2020:

Mål 2 | Alingsås finns det goda möjligheter till arbete och företagande

KFN åtar sig att digitalisera turist och besöksnäringen i syfte att öka tillgängligheten och tillväxten

Nyckeltal: Antal aktiviteter, evenemang och riktade resurser för att utveckla besöksnäringen

Begrepp, definitioner och omvärldsbevakning

De begrepp som används i handlingsplanen gällande turism och besöksnäring skall tolkas på följande sätt:

Turism: Människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften (Tillväxtverket "Turismens begreppsnyckel" 2016).

Besöksnäring: Aktörer i de branscher som säljer tjänster till besökare – definierat genom de branscher som ingår i turismstatistiktoberäkningarna. Det betyder att alla aktörer som har någon del av en försäljning till kunder vars konsumtion definieras som turismkonsumtion, eller är en del av en sådan bransch där detta gäller, kan sägas tillhöra besöksnäringen (SOU 2017:95)

Många av de förändringar som sker i besöksnäringen har sin bakgrund i förändrade beteenden hos konsumenterna i kombination med en allt snabbare digitalisering. Samhällsutvecklingen genererar därför ett förändrat kompetensbehov där bland annat ett ökat resande, mer beresta och pålästa resenärer samt en ökad efterfrågan på upplevelser, varor och tjänster av hög kvalitet ställer nya och högre krav på ansvariga. Informationsbehovet tillgodoses därför inte nödvändigtvis bästa genom att besöka en traditionell turistbyrå. Förr bestämde turistbyråns öppettider när besökarna kunde få hjälp. Numera finns ett annat krav på tillgänglighet. En närvaro på nätet, i sociala medier och tillgänglighet dygnet runt är idag en självklarhet. Behovet av den fysiska turistbyrån har således minskat. I många kommuner har man därför startat så kallade *InfoPoints* som komplement där personal i butiker, kaféer, hotell eller bensinstationer fungerar som informationspersonal som kan hantera enklare frågor. I Alingsås kommun kommer *InfoPoints* att upprättas och en kontinuerlig bemannad service gällande turism i museets bottenvåning kommer att finnas. Vid större evenemang så som *Lights in Alingsås* kommer Kulturhuset även att fungera som en mötesplats för besökare. Det nya digitala bidrags-, boknings och kassasystemet som upphandlats inom kultur- och fritidsförvaltningen gällande bokning av lokaler, sporthallar och handläggning av föreningsbidrag kommer även att utgöra ett digitalt verktyg för turist- och besöksnäringen i kommunen.

Utvecklingsområden för Alingsås kommun

Målet är att utveckla Alingsås till en attraktiv destination för alingsåsare och turister för att därigenom få en ökad lokal ekonomisk tillväxt i samverkan med det lokala

näringslivet. De utvecklingsområden, aktiviteter samt samverkansparter som identifierats för att nå målet är följande:

- Utveckla den digitaliserade turist- och besöksnäringen
- Inventering av besöksmål, evenemang och ny service samt kompetens
- Utveckla och paketera utbudet av produkter och koncept utifrån fokusområdena kulturturism, naturturism samt måltidsturism (så som exempelvis *Fikavandring*)
- Skapa en organisationen med samverkanspartners i syfte att få en effektiv besöksnäring (så som exempelvis Näringslivsråd, kafénätverk, regionala och nationella organisationer)
- Marknadsföringsstrategier
- Nyanställa personal
- Utbilda guider

Som beskrivits ovan kommer utbud och produkter att utvecklas utifrån områdena *kulturturism*, *naturturism* samt *måltidsturism*. Dessa fokusområden utgör starka reseanledningar för många besökare. Alingsås har en mängd destinationer att erbjuda inom dessa områden som exempelvis:

Kulturturism	Naturturism	Måltidsturism
Museet	Vandringsleder	Potatis
Konsthall	Sjöar/bad	Närodlat
Landart	Dammsjöås	Kaféer
Gräfsnäsparcken	Hitta ut	Fikavandring
Nolhaga park	Cykelleder	
Trästad	Barnens lantgård	
Stampens kvarn	Fiskevatten	
Stadsvandringar	Nolhaga Parkbad	
Statyn "med handväskan som vapen"		
Palladium		
Kulturnatta		
Programutbud i Kulturhuset		

Samverkansparter

För att nå målet har ett antal samverkansparter identifierats.

Internt: ABC, Kommunledningskontoret, Samhällsbyggnad, Tekniska, UTB och Servicekontoret i Sollebrunn, Näringslivsrådet

Lokalt: Besöksnäringföretagen; boenden, kaféer, restauranger, butiker och föreningar (exempelvis Gräfsnäs Slottspark ideell förening)

Regionalt: Business Region Göteborg, GR, Göteborgs Insjörike, Turistrådet
Västsverige

Nationellt: Visit Sweden och Visita (branschorganisation)

Organisation

I syfte att säkerställa att turist- och besöksnäringen utvecklas i enlighet med handlingsplanen ska följande organisation bemannas:

- *Turistansvarig* - planera och samordna verksamheten, arbetsleda och utveckla värdskap på plats
- *Platsinnovatör* – utveckla stad och land, destinationer, utveckla nya koncept och produkter i relation till destination och fenomen, projektleda evenemang, upprätthålla samverkan med aktörer. Stärka platsens tillgångar genom innovativt samspel i syfte att utveckla besöksnäringen.
- *Kommunikatör* - strategisk marknadsföring, i samverkan med kommunikationsenheten (50 %)
- *Turistinformatör* - visa utbud, kommunikation sociala medier, kontakt med besökare, ta emot bokningar osv.
- *Säsongspersonal*

Aktiviteter

- Ta fram en handlingsplan för turist och besöksnäring, beslut i nämnd
- Skapa platsannonser utifrån identifierad organisation
- Ny organisation samverkas
- I samband med vårbokslut 2018 kommer en strategi för turist- och besöksnäringen upprättas, beslut i nämnd

Avslutningsvis ska handlingsplanen för turist och besöksnäring vara genomförd och verkställd den 31 augusti.