

A woman with blonde hair, wearing sunglasses, a pink long-sleeved shirt, and brown waders, is standing in a lake. She is holding a fishing rod with a pink reel. The background shows a wooden dock and green trees under a cloudy sky.

Kortversion av Besöksnäringstrategi för Uppsala län 2021–2024

Besöksnäringstrategi för Uppsala län

Svensk Destinationsutveckling har på uppdrag av Regionkontoret tillsammans med Nätverket för destinationsutveckling och ett brett urval av aktörer från näringsliv, offentliga besöksnäring-aktörer och andra intressenter processat fram syfte, mål och indikatorer samt pekat ut relevanta strategiska insatsområden som skapar bättre förutsättningar för en hårt ansatt besöksnäring att utvecklas, växa hållbart och skapa jobb.

Utgångspunkterna har varit den regionala utvecklingsstrategin, den tidigare besöksnäringstrategin samt inspiration från relevanta nationella styrdokument. Kommunernas, destinationernas och näringslivets delaktighet i processen har varit ytterst viktig, inte minst för det fortsatta arbetet med förankring och genomförande.

Detta är en kortversion av besöksnäringstrategi för Uppsala län.

Strategin siktar på perioden 2021–2024 för att sammanfalla med internationella prognoser för turismens återhämtning samt den regionala utvecklingsstrategins programperiod.

Besöksnäringstrategin som genomförande av den regionala utvecklingsstrategin

Besöksnäringstrategin fungerar som en del i genomförandet av den regionala utvecklingsstrategin genom att peka ut strategiska insatsområden, viktiga förmågor, konkretisera arbetet och tydliggöra rollfördelningen.

En hållbart växande besöksnäring ökar länets attraktivitet och förbättrar förutsättningarna för ett gott liv.

Besöksnäringen skapar attraktionskraft, sysselsättning och ger förutsättningar för en levande landsbygd. Besöksnäringen på landsbygden är inte sällan knuten till aktiva naturupplevelser som bidrar till en förbättrad folkhälsa. Länet har stark potential att skapa fler konkurrenskraftiga upplevelseprodukter inom natur- och kulturområdet, med utgångspunkt i den efterfrågan som finns såväl nationellt som internationellt.

Besöksnäringen ökar länets attraktivitet, inte enbart för dem som besöker länet. Även för länsbor tillför besöksnäringen upplevelser och värde, såväl i vardagen som vid de tillfällen när semester tillbringas på hemorten.

Ett väl fungerande nätverk av företagsfrämjande organisationer kan stötta och skapa förutsättningar för besöksnäringen att fortsätta växa hållbart.

(Ur regional utvecklingsstrategi för Uppsala län)



Omvärld och trender

Besöksnäringen påverkas av olika trender och händelser i omvärlden. Under första kvartalet 2020 spreds Covid-19 över världen. På grund av denna pandemi står besöksnäringen inför stora utmaningar med hänsyn till att resandet och besökarnas beteende kan komma att förändras.

Ett troligt scenario för besöksnäringen i länet är att volymerna kommer tillbaka inom ett par år, men att efterfrågan och målgrupperna på flera sätt är nya.

Det som troligtvis har störst påverkan för länets besöksnäring är möjligheten för besökare från hela Sverige, och senare världen, att kunna nå erbjudanden på destinationen och själva boka boenden, upplevelser och aktiviteter. Upplevelser behöver anpassas och utvecklas så att de matchar efterfrågan och nya möjligheter.

Om intresset för naturupplevelser håller i sig – hos svenskar men också hos utländska besökare – så måste detta högre besökstryck hanteras och ett ansvarstagande för platsen är mycket viktigt. Här har det offentliga en viktig roll liksom de besöksnäringssaktörer som använder sig av platsen. Platsens bärkraft är överordnad besökarens krav och önskemål. Det ökade besökstrycket handlar också om att länets invånare turistat mer i det egna länet. ▶▶

Sett ur besökarnas perspektiv är natur, kultur och lokal mat eftertraktade reseanledningar och kan för Uppsala län vara en styrka. Det breda utbudet på kort avstånd inom länet erbjuder möjligheter att uppleva både storstadsliv och landsbygd.

Många verksamheter i Uppsala län arbetar tillsammans med offentliga och privata aktörer utanför länsgränsen. Som exempel kan här nämnas Fjärdhundraland, Roslagen och Fyra Mälärstäder. Besökare är inte intresserade av kommun- och länsgränser utan väljer besöksmål och aktiviteter utifrån andra drivkrafter. Länsöverskridande samarbeten underlättar för att den här typen av samverkan ska kunna blomstra.

Det finns ett väl etablerat samarbete mellan de fem län som ingår i EU:s regionala indelning Östra Mellansverige (ÖMS) – där Region Sörmland, Region Uppsala, Region Västmanland, Region Örebro län och Region Östergötland ingår. Samarbetet sker på ledningsnivå och bygger på ett systematiskt arbete kring strukturfonderna, med utgångspunkt i olika utvecklingsområden. Samverkan inom Östra Mellansverige gör att regionerna kan dra nytta av varandra och närliggande regioner så som Stockholm för att realisera sina egna strategier.



Fyrisån i Uppsala
Fotograf: Niklas Lundengård

Syfte och målgrupper



Syfte

Strategins huvudsakliga syfte är att hantera covid-19-pandemins negativa effekter för besöksnäringen och skapa återhämtning till en ny stabil besöksnäring under perioden 2021 till 2024.

Omställning och återhämtning är därför i fokus.

Även om denna strategis syfte är att ta oss ur efterverkningarna från pandemin in till en ny stabil besöksnäring så behövs ett långsiktigt hållbarhetsperspektiv.

Målgrupper

Strategins målgrupper är dels Nätverket för destinationsutveckling, dels besöksnäringens kommersiella, offentliga och ideella aktörer.

I nätverket, som sammankallas av Region Uppsala, ingår Länsstyrelsen, Upplandsstiftelsen, Fjärdhundraland, Biosfärområde Nedre Dalälven, destinationsbolagen och länets kommuner.

Målgrupperna har alla viktiga roller att spela om strategin ska bli framgångsrik.

Strategin visar riktning och ger vägledning i det övergripande strategiska besöksnäringens arbetet på såväl lokal som regional nivå.

Målbild

Besöksnäringstrategins målbild kopplar till den regionala utvecklingsstrategins långsiktiga åtagande att ”Utveckla en växande besöksnäring” samt till det prioriterade målet återhämtning efter covid-19 med delmålet ”Näringslivets återhämtning”.

Arbetet ska skapa en stabil grund för en hållbart växande och framtidsäkrad besöksnäring.

Covid-19-pandemin har slagit hårt mot besöksnäringen som just nu lever och verkar under mycket osäkra förhållanden. Strategin tar därför sikte på 2024 då besöksnäringen förväntas stabiliseras i ett nytt normalläge. Innan detta normalläge är uppnått krävs stort fokus på återhämtning och på att arbeta tillsammans på smartare sätt så att besöksnäringen åter når en stabil och mer förutsägbar grund som är ännu bättre lämpad för fortsatt utveckling.

Målbilden ger riktning åt Region Uppsalas koordinering av det gemensamma arbetet med besöksnäringens intressenter.

Effektmål

Målbilden är nedbruten i tre effektmål.

Måluppfyllelse för effektmålen är en konsekvens inte bara av att intressenterna samverkar utan främst av att besöksnäringens ekosystem fungerar. Där har alla intressenter en viktig roll att spela.

Effektmål

Stabil grund = mer stabila volymer av gästnätter som motsvarar 2019 års förutsägbarhet med avseende på efterfrågan och säsonger ska uppnås till 2024.

Hållbart växande = starta och växa med fokus på lönsamhet så att den som driver företag i besöksnäringen kan leva på sitt företagande och ha utrymme att anställa andra och att utvecklas i balans med det lokala samhället och miljön.

Framtidssäkrad = andelen besöksnäringens aktörer som aktivt deltar i kompetenshöjande insatser ska öka.

Indikatorer

Utifrån målbilden och de tre effektmålen blir följande indikatorer extra viktiga att följa.

Indikatorer

Stabil grund

- Minst 1 310 000 gästnätter på årsbasis för 2024 baserat på SCB:s inkvarteringsstatistik, varav minst 160 000 från utländska marknader.

Mätmetod: SCB:s inkvarteringsstatistik som uppdateras månadsvis

Hållbart växande

- En positiv utveckling i nystartade företag och en positiv påverkan på antal arbetsställen 2024 jämfört med 2019 och som presterar bättre än snittet i ÖMS baserat på SCB:s statistik.

Mätmetod: SCB:s registerbaserade arbetsmarknadsstatistik (RAMS) som uppdateras årligen.

Framtidssäkrad

- Ökad andel aktörer ska få riktat stöd av företags- och innovations stödssystemet eller ingå i externt finansierade projekt som ligger i linje med strategin under perioden 2021–2024 jämfört med perioden 2017–2020.

Mätmetod: Företags- och innovationsstödssystemets egna mätningar, projektrapportering i externt finansierade projekt.

- Positiv kompetensförflyttning hos strategins målgrupper till 2024 inom strategiska insatsområden och förmågor.

Mätmetod: Datainsamling lokalt genom Nätverket för destinationsutveckling, projektrapportering i externt finansierade projekt.



Tre strategiska insatsområden som vilar på fyra förmågor

För att nå målbilden ligger fokus på tre strategiska insatsområden: företagande, destinationer och platser samt marknadsföring. Fyra förmågor behöver enligt strategin stärkas för att nå målbilden: digitalisering, hållbarhet, samverkan och omställning.



En modell där tre strategiska insatsområdena får stöd av fyra förmågor. Insatsområden och förmågor ramas in av Agenda 2030.

Fyra förmågor

Med förmågorna menar vi följande:

Digitalisering handlar om förmågan att förstärka och förenkla produkter, tjänster och processer inom näringslivet och processer i stödsystemet runt omkring näringslivet med hjälp av digitala arbetsmetoder och verktyg.

Hållbarhet handlar om att i enlighet med Agenda 2030 och de globala målen säkerställa en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov. De globala målen är integrerade och odelbara och balanserar de tre dimensionerna av hållbar utveckling: den miljömässiga, sociala och ekonomiska. Att målmedvetet synliggöra positiva och negativa effekter samt målkonflikter skapar förutsättningar för att kunna fatta medvetna beslut som har en positiv påverkan på planeten, samhället och ekonomin.

Samverkan handlar om förmågan att arbeta på rätt nivå i samhandlingstrappan för att bättre hantera samspelet mellan olika näringslivsaktörer, mellan näringslivsaktörer och offentliga aktörer eller mellan olika offentliga aktörer och andra intressenter.

Omställning handlar om förmågan att snabbt anpassa produkter, tjänster och paketerade erbjudanden till en förändrad efterfrågan och tillgänglighet. Det handlar också om förmågan att ställa om stödsystemets policys, processer och arbetssätt för att möta morgondagen tillsammans med besöksnäringen.



Företagande

Skapa en mer stabil grund för näringslivet att planera och utveckla sina verksamheter.

Med ett fokus på företagande menas att se och synliggöra besöksnäringens aktörer, deras förutsättningar och behov för att kunna nå den övergripande målbilden. Besöksnäringen ger positiva effekter för attraktivitet, arbetsmarknad och skatteintäkter. Ett fokus på företagande har som primärt syfte att skapa de bästa förutsättningarna för att säkerställa ekonomisk stabilitet och marginaler, bidra till platsens utveckling och grön omställning.

Fokus på företagande betyder:

- En positiv utveckling i nystartade företag och en positiv påverkan på antal arbetsställen 2024 jämfört med 2019 och som presterar bättre än snittet i ÖMS baserat på SCB:s statistik.
- Tillgång till väl fungerande nätverk och arenor för lokalt samtal, samarbete och samverkan som där Nätverket för destinationsutveckling prioriterar och kraftsamlar genom att medlemmarna finansierar, medfinansierar eller på annat sätt möjliggör de insatser som förväntas ge bäst effekt.
- Koppling till den regionala utvecklingsstrategin och Agenda 2030-strategin genom att mer balanserat mäta, följa och synliggöra utvecklingsarbetets effekt och resultat.
- Tillgång till företags- och innovationsstödssystemet med riktade insatser för omställning.

Destinationer och platser

Främja långsiktigt samarbete, samverkan och samhandling i de offentliga systemen för att stärka platsens utveckling med balans mellan besökare, invånare och näringsliv.

Genom att fokusera på destinationer och platser stärker insatsområdet relationen mellan besökaren, invånaren, besöksnäringen och platsen. Länet som destination är summan av dessa delar där den lokala attraktions- och utvecklingskraften är den största styrkan. Destinationerna och kommunerna bidrar till att skapa ett sammanhang som samlar enskilda platser, besöksmål och aktörer och skapar förutsättningar för besöksnäringen att nå framgång.

Fokus på destinationer och platser betyder:

- Kunskap om destinationernas och kommunernas förutsättningar används för att stärka platsernas utveckling och attraktionskraft.
- Långsiktigt arbete som främjar balans mellan lokal ekonomi, lokalt samhälle och lokal miljö.
- Ökat samarbete, samverkan och samhandling mellan destinationer, kommuner och Region Uppsala.
- Smartare arbetssätt för att genomföra lokala nödvändiga förändringar i inriktning, utförande och organisering.
- Ökat lärande genom mätning och uppföljning av insatsområden och dess tillämpning tillsammans med nyckelintressenter för att arbeta smartare.



Skokloster slott i Häbo
Fotograf: Jens Mohr

Marknadsföring

Stärka marknadsföringskraften hos destinationer och enskilda aktörer för ökad synlighet i relevanta kanaler.

Uppsala län har ett utbud med bredd och attraherar därför flera olika målgrupper. För de flesta aktörer är lokala och regionala besökare en mycket viktig marknad och det är också här som potentialen för hållbar återhämtning är som störst på kort sikt.

Många aktörer behöver därför vara träffsäkra mot just sin specifika målgrupp för att Uppsala län ska fortsätta vara relevant och attraktivt som helhet. Digitaliseringen driver på decentralisering av marknadsinsatser och sätter kraftfulla verktyg i händerna på de enskilda aktörerna som utan mellanhänder kan nå potentiella kunder direkt med bättre träffsäkerhet.

Besöksnäringen behöver ha tillgång till aktuell kunskap om hur olika marknader utvecklas, hur deras efterfrågan ser ut och hur de tillsammans med andra aktörer kan agera smart tillsammans för att få större synlighet, effekt och genomslag. Det är relevant att kartlägga vilka beteendeförändringar kopplade till pandemin som blir bestående, till exempel att semestra i sitt närområde och ett ökat fokus på klimatsmart resande. ▶▶

Pandemin har gjort att den digitala utvecklingen accelererat med flera år. Att länets besöksnäring och branschen som helhet lyckas anpassa sig till ny teknik och smarta digitala lösningar kommer att vara avgörande för företagens lönsamhet, konkurrenskraft och tillväxtpotential.

Fokus på marknadsföring betyder:

- Kunskap om efterfrågan, digitalt beteende och platsernas utbud används för att öka attraktiviteten på relevanta marknader.
- Digitala samarbeten och smartare sammanlänkning av olika marknadsinsatser. Dessa behöver anpassas till förändrade kundbeteenden och besökarflöden.
- Tillgång till länsövergripande, länsöverskridande och nationella forum för marknadsföring.
- Kunskapsfokuserat utvecklingsarbete genom att mäta, följa upp och synliggöra olika insatserns effekt.

Roller

Turism är ett ekosystem som fungerar som bäst när alla parter agerar i samklang med varandra. Ett välmående ekosystem för besöksnäringen i Uppsala län behöver samtal, samarbete, samverkan och ibland samhandling där utmaningen är att identifiera vad som är lämpligast för varje given utmaning. Ansvaret för att allt detta fungerar ligger på såväl offentliga, kommersiella som idéburna aktörer.

Rollfördelning i besöksnäringstrategin för Uppsala län är framtagen för att underlätta genomförandet och tar sin utgångspunkt i att alla intressenter engagerar sig i frågor som ligger i linje med, eller i närheten av, deras nuvarande eller framtida uppdrag och roll.

Region Uppsala har rollen som regionalt utvecklingsansvarig aktör, främjare och strategisk samordnare av besöksnäringsspörsmål. Region Uppsala ansvarar för att ta fram, samordna genomförandet och följa upp besöksnäringstrategin.



Genomförande

Inom länet finns handlingskraft hos destinationerna och kommunerna. Nätverket för destinationsutveckling har därför en särskilt viktig roll i genomförandet av besöksnäringens strategin. Framgången vilar på att alla berörda aktörer kraftsamlar.

Arbetsgrupper och samverkan

Inom Nätverket för destinationsutveckling formeras arbetsgrupper utifrån de prioriterade strategiska insatsområdena. Dessa arbetsgrupper rapporterar tillbaka till hela nätverket så att medlemmarna kan ta hem resultatet och omsätta det i sitt lokala sammanhang.

Arbetsgrupperna kommer initialt vara:

- Företagande
- Platser och destinationer
- Marknadsföring

Hur arbetsgrupperna ska arbeta i praktiken beslutas av nätverket gemensamt utifrån nätverkets individuella medlemmars behov och förutsättningar. Stor vikt ska läggas vid områden som harmoniserar mellan olika medlemmars strategiska prioriteringar.

Strategins ambition är att Nätverket för destinationsutveckling genom arbetsgrupperna får en tydligare definierad struktur kring samverkan och samhandling.

Uppföljning

Region Uppsala ska årligen följa upp de strategiska insatsområdena och presentera resultaten för Nätverket för destinationsutveckling.

I samband med strategiperiodens slut ska hela strategin följas upp och utvärderas i syfte att ta med lärdomar i processen inför kommande besöksnärlingsstrategi.

Arbetet med genomförandet av besöksnärlingsstrategin rapporteras även årligen till Regionstyrelsen genom Region Uppsalas årsredovisning.



I september 2021 antog Regionstyrelsen i Uppsala län den nya besöksnäringstrategin. Strategin i sin helhet, inklusive bilagor hittar du via vår hemsida www.regionuppsala.se/besoksnaring