



Datum
2018-02-01

Näringslivsenheten
Maria Jerenvik
Näringslivsutvecklare
0302-52 15 21
maria.jerenvik@lerum.se

Besöksnäringen i Lerums kommun 2018-2022

Förtydligande av uppdrag utifrån Näringslivsstrategin

Datum
2017-09-25

1. Sammanfattning

Utifrån uppdraget för besöksnäringen inom näringslivsstrategin har Näringslivsenheten tagit fram ett förtydligande att betrakta som en handlingsplan för hur vi strategiskt kan gå vidare med hur vi bemöter, stödjer och utvecklar besöksnäringen och dess aktörer i vår kommun. Den baseras på en kartläggning med intervjuer och samtal med näringen, följt av en process för att analysera och bearbeta materialet.

Målet att urskilja och utveckla prioriterade besöksområden, tillgängliggöra insatser för att möta upp digitaliseringen och knyta nätverk och samarbeten i långsiktigt kompetensutvecklingsarbete blev besvarat på ett sätt som gör att strategin framåt kunde underbyggas. Även om vi skulle möta på behov av flexibilitet så skulle detta vara ramen för våra satsningar - och svarade i vår mening också mycket bra upp mot kommunens övergripande framtidsbild och hållbarhetsvision 2025.

Näringslivsenhetens intention är att handlingsplanens innehåll förankras och sprids såväl internt som externt. Att besöksnäringens tre prioriterade utvecklingsområden; Gråbo med 190-sträckningen, Sävelångsbygden och Aspen /Lerum uppmärksammas och hörsammas i den utsträckning som var och en inom sitt gebit kan påverka. Dessutom att de insatser som behövs komma på plats för att möta upp digitaliseringen och knyta nätverk och samarbeten i långsiktigt kompetensutvecklingsarbete, konkretiseras och omsätts i praktik.

För att få besökarna att hitta de storstadsnära naturupplevelserna som är Lerums unikiteten, krävs hårt och långsiktigt strategiskt arbete. Lerum är idag fortfarande en generell utforskad arena för ekonomisk tillväxt hos våra besöksnäringens aktörer - och rymmer på samma gång en outnyttjad potential och ett större bidrag om social och ekologisk hållbarhet till kommunen som helhet.

Något som förstärker upplevelsen av vad Lerum har och kan utveckla är *Besöksberättelsen*. (4.2) En text som med fokus på besöksnäringen knyter an till den framtidsberättelse som beredningen för infrastruktur och boende har tagit fram inför arbetet med nya översiktsplanen 2040.

2. Bakgrund och förarbete

Under 2017 har vikarierande, respektive ordinarie näringslivsutvecklare, i Lerums kommun besökt aktörer inom Lerums besöksnäring. Verksamheterna som besökts har varit allt ifrån kulturarvsföreningar till hotell och restauranger med syfte att få en uppdaterad bild av ett nuläge för besöksnäringens aktörer i Lerums kommun. Var befinner man sig och vart är man på väg? Arbetet har skett ute på fältet hos aktörerna, i samtalsform utifrån ett antal formulerade rubriker. Erbjudandet om att medverka har gått ut brett och totalt har samtal förts med 18 st aktörer.

Datum
2017-09-25

Viktigt att poängtera är att långt ifrån alla aktörer inom besöksnäring i Lerums kommun har medverkat då näringen är komplex och allt ifrån caféer och pizzerior till små guideföretag och ideella föreningar ingår. I vissa fall har en kontaktad aktör avböjt medverkan och i andra fall har det inte funnits möjlighet att lösa ett möte inom ramen för tidsperioden.

Kartläggningen som gjordes ville som främsta syfte skapa ett ärligt och öppenhjärtligt samtal. För att intervjuade aktörer skulle känna trygghet i att öppenhjärtligt delat med sig av sitt perspektiv utan att deras tankar och åsikter sprids vidare var det viktigt att materialet stannade internt på kommunen. Deras upplevelser behövde heller inte ta ställning till eller stämma överens med lagar, regler, förordningar och direktiv som Lerums kommun arbetar efter. Att förstå, utan att höja garden, var ett viktigt första steg för att kunna tänka strategiskt kring utveckling av besöksnäringen i kommunen.

2.1 Lerums kommun – en tillbakablick

Under 2009 började man på Lerums kommun med att arbeta fram en ny turismstrategi, vilken stod klar 2010. Strategin grundade sig i ett gediget kartläggningsarbete och under flera år arbetade man sedan med utgångspunkt i de mål och inriktning som tagits fram.

Då strategin skulle uppdateras, valde man att låta besöksnäringstrategin föras samman med näringslivsstrategin. Detta beslut kan ses som en fördel för besöksnäringen, där besöksnäringens frågor fick ett annat fokus, både internt i kommunens organisation liksom externt bland aktörerna. Ett tydligt och positivt resultat av detta är exempelvis att besöksnäringens frågor uttalat finns med i det nya ÖP-arbetet. Det går dock att argumentera för att frågorna, i och med detta, också försvann i den större bilden av Lerums näringsliv. En annan uppfattning var att Lerums besöksmotiv utifrån sett fick en mer otydlig karaktär.

En viktig motor för att testa idéer och manifesteras samverkan har varit möjligheterna som kommit i och med Leader-programmet Göteborgs Insjörike. Sedan 2016 är man inne i en ny programperiod vilket innebär många nya möjligheter. Detta parallellt med utmaningar man behöver ta sig an, såsom kommunikation och utveckling av ny destinationssida m.m.

I Lerum finns i dagsläget två områden som är extra tydliga i satsningen på Lerum som besöksmål. Det ena området finns längs riksväg 190 där satsningen på Gråbo som hållbar besöksort är en viktig del. Det andra området är destinationen kring Nääsområdet och Sävellångsbygden. I perspektiv från 2009 har det hänt mycket inom Lerums besöksnäring, både i hur kommunen arbetar med frågan och hur besöksnäringens aktörer har blivit alltmer professionella. Inte minst är det viktigt att se hur Leader har skapat en viktig samverkan mellan regionala aktörer såsom Göteborg & Co och Turistrådet Västsverige. Sedan 2016 driver man bland annat ett gemensamt projekt för hela Göteborgsregionen vid namn Tillväxt Turism, där fokus ligger på att höja exportmognadsgraden hos

Datum
2017-09-25

Göteborgsregionens besöksmål.

3. Syfte & Mål

3.1 Syfte

Syftet är att förtydliga arbetet med hur vi bemöter, stödjer och utvecklar besöksnäringen och dess aktörer - för såväl intern som extern kommunikation.

3.2 Mål

Urskilja och utveckla prioriterade besöksområden.

Tillgängliggöra insatser för att möta upp digitaliseringen.

Knyta nätverk och samarbeten i långsiktigt kompetensutvecklingsarbete.

3.3 Styrning

Besöksnäringens arbetet är en del av Näringslivsenhetens uppdrag och utgår förstås ifrån näringslivsstrategin, alla de övergripande styrdokument som kommunen har samt de politiska mål som satts upp. Mål och aktiviteter är med andra ord framtagna för att uppfylla uppdraget och går också att härleda till pusselbitarna som finns i kommunens vision "Ledande miljökommun 2025".

Ur Näringslivsstrategin

"Det ska vara attraktivt att bo, verka och besöka Lerums kommun. Flera arbetstillfällen på hemmaplan ger mindre utpendling och mer liv och rörelse i våra tätorter. Hållbarhet ska prägla utvecklingen av ett starkt näringsliv där alla parter bidrar med det de är bäst på. Besöksnäringen och miljösektorn är två grenar av näringslivet som har stor potential att utvecklas i Lerums kommun."

3.4 Branschkontext

Strategin för hur man arbetar med besöksnäringen i Lerums kommun är förstås även beroende av, och förankrad i, sin branschkontext. För att ge en liten bild av hur den ser finns en redogörelse och källhänvisning till den längst bak i den här rapporten.

4. Analys - Now, Wow, How

För att rättvist analysera materialet från de intervjuer och samtal som gjordes användes en metod som kallas Now, Wow, How. Genom rubriken Now objektivet återberätta verksamhetens nuläge utifrån att diskutera styrkor, möjligheter, svagheter och hot. Genom rubriken Wow fånga det som i diskussionen behandlade vision, framtid, eller samverkansdröm. Avslutningsvis under rubriken How urskilja hur det skulle kunna tillgodoses, fortfarande objektivet, och utan att begränsas av lag, tradition eller historia. Ambitionen med metoden var att hitta uttalanden eller tankar som återfanns hos mer än

Datum
2017-09-25

en aktör och på så sätt kunna ta sammanställningen närmare en klarare strategisk riktning. Med andra ord, skapa innehållet för en handlingsplan för besöksnäringen i Lerums kommun.

4.1. NOW – Vad visar en SWOT-analys?

Styrkor & Möjligheter

Kan sin målgrupp
Hållbarhetsambitioner
Respekt för sin produkt
Närhet till Göteborg
Befintlig kompetens i verksamheten/jobba med det man har
Tydliga nischer
Potentialen i framtiden – nya typer av köpare – förstå målgruppens behov
Ser omgivningarna som en tillgång
Utvecklar metodiken kring samverkan
Kommunikation – berätta vad man gör
Storstadsnära landsbygd – upptäcka/handla närproducerat
Generationsskiftet – nya krafter, idéer och kompetens in
Besöksnäringens verksamheter – del i integration
Affärsutveckling, B2B
Kommunen som facilitator för samverkan på fler nivåer – ex. ek. transaktioner, juridik

Svagheter & hot

Begränsade öppettider
Agerar enskilt – ej del av helheten
Stängd verksamhet – ej tillgängligt för allmänheten
Språkkunskaper
Tillgängligt kollektivt - infrastruktur gång och cykel
Oförmågan att ta betalt
Att välja rätt samverkan för samverkan och utveckling
Personbundet/Eldsjälar
Avsaknad av specifik kompetens/bollplank
Brist på personal med rätt kompetens
Kunden köper ”fel” produkt
Svårt att skapa utrymme för investeringar
Dålig respekt för destinationen
Svårt att skapa lönsamhet
Brist på evenemangskunskap
Trötthet
Dålig intern organisation och kommunikation från kommunen
Att fastna i det som inte är görbart
Elitism – ”vi är bättre”
Ideella krafter kräver annan kravspecifikation
Inga pengar att lägga på marknadsföring

Datum
2017-09-25

4. 2 WOW- ”Besöksberättelsen 2025”

När du befinner dig på centralstationen i Göteborg är det minst lika lätt att ta pendeln ut till naturen, som att till fots promenera uppåt Avenyn. Det som tidigare var vägen vigd åt jobbpendlande förortsbor mellan Göteborg och Alingsås, är nu vägen ut på en **lättillgänglig storstadsnära landsbygd**. På tjugo minuters avstånd (och med detsamma från Landvetter flygplats för den delen) når du upplevelser av olika karaktär, något som passar både en med spontant packad väska eller en med medveten lastad ryggsäck. För en eftermiddag, för en övernattnings eller en hel helg.

Porten till Lerum - vid Aspedalen station - är inte bara en geografisk bestämning, det är också porten till Lerums många natur -och kulturupplevelser. Här ligger **Skogssalongen** som bara på några få år redan blivit lite av Lerums och Insjörikets flaggskepp. En levande mötesplats och modernt showroom tillika skogsmuseum som berättar om skogens makt och mystik för liten och stor, och dessutom visar vägen till vandringsleder, naturövernattnings och badsjöar. Här pågår utställningar, kurser, föreläsningar och evenemang året om inom skog, skogsvård och biologisk mångfald, och är ett tveklöst viktigt kompetenscentrum inom gröna näringar för hela Göteborgsregionen. Mötesplatsen rymmer idag även butik och turistbyrå, och säsongvis levererar skogen och lokala producenter råvaror till försäljning. I direkt anslutning, vid Aspens strand, där du hittar Aludden Providöre kafé & restaurang och en av Växtrums-trädgårdarna, trivs besökarna året om.

Något som är extra populärt är möjligheterna för naturövernattnings. Konceptet **glamping** har etablerat sig som ett karaktäristiskt boendialternativ i Lerum, och för varje år adderas till utbudet ett till boendialternativ. Olika plats, olika typ. Med Skogssalongen som bas skapas förutsättningar för både kortare och längre naturäventyr för amatör som erfaren.

I Lerum, Stenkullen och Floda, har du direkt kontakt med promenadstråk och naturreservat kring Säveån. Kanske har du också hyrt en elbil/elcykel för att ta dig runt på egen hand mellan platser och **samhällena innanför rälsen**. Satsningen på att bygga ihop och förtäta vandringsleder och promenadstråk såväl som cykelleder, paddelstråk och ridvägar uppskattas i stora mått av såväl kommunbor som besökare. Kommunens många kulturpärlor ligger varsamt inbäddade i omgivningarna, och det känns alltid som man ramlar på något litet extra när man ger sig ut. Något som också är uppskattat av internationella besökare är konceptet ”Meet the local” där Lerums kommun är en aktör som levererar in värdefulla lokala upplevelser till Turistrådet Västsverige.

Till vårt främsta kulturhistoriska besöksmål, **Nääs Slottsområde** kommer de flesta fortfarande med bil via E20 men det är också en mycket uppskattat promenad från Floda ut till Nääs. Väl här så bildar konst, kultur och historia en gyllene triangel om hela upplevelseområdet. Slottet, byggnadsvården och konsthänverket med dess trädgårdar och kafé & restaurang är familjens favoritplats. Nääs, Tollerred, Norsesund med Sävelången

Datum
2017-09-25

som vattenhål och en mils välutnyttjad sträckning runt, tilltalar också den äventyrslystne. Besökarna tar sig tryggt och säkert hela vägen runt sjön oavsett om det är gång, cykel eller till sjöss och bjuds på övernattningsmöjligheter och lokala upplevelser längs vägen. Besöksmålets gröna lunga och yttersta utpost Öjared Resort är inte bara en av Sveriges största golfanläggning, det är också med sitt läge 3 km rakt in skogen en frizon – för goda middagar, för jakt och viltvård, eller förstås total avkoppling inom yoga och rekreation.

Där på andra sidan sjön, när Lerums östra sida öppnar upp landskapet ut mot väg 190, finns en annan del av Lerum att upptäcka. Den väg som pekats ut som modellområde för hållbar utveckling mellan östra Göteborg och Nossebro och placeras **Gråbo, Björboholm och Sjövik** i mitten är idag ett utflyktsmål på uppgång. Inte minst genom att ta sig fram på den gamla västgötabanvallen, men också för det lilla lokala formatet i sig. Här spelar sekelskiftetiden 1900 en viktig roll för hur samhällen tog sin form, historiska vandringar på egen hand eller i grupp är mycket populärt och Retrovägen lockar till återkommande dagsutflykter. Med sitt läge över sjön Mjörn och reservatet Risveden eller Strandkullen har området också gjort sig känt för små smultronställen och härliga utsikts- och picnicplatser. Här är **friluftsnaturturism** linjen i utvecklingsarbetet. Längs vägen går det både att hyra cyklar och boka lokala matpaket.

Bra och **lokalt odlad mat** är också generellt lättare att få tag på idag. Den jordbruksmark som finns har inte blivit mindre, men heller inte ökat, dock sker en positiv utveckling och efterfrågan på storstadsnära odling kommer framåt innebära en större omsorg om jordbruksmarken och sätter frågan på agendan. Vi kommer se fler initiativ till produktion och omställning, och den pilot till matcentrum för lokalodlat som rullade igång på Garveriet är nu en viktig aktör och kommersiell länk mellan producent och konsument. Platsen är dessutom en hub för kurser och kompetensöverföring vad gäller mat för hela regionens intresse. Utbudet av lokal mat sätter också sitt avtryck i menyerna på restaurangerna och kaféerna i omgivningarna.

Marknadskommunikationen som präglar besöksnäringen i Lerum är skog och natur (Lerum - In the middle of the nature, close to culture). Den satsning som gjorts med att bli en viktig hub inom **gröna näringar** har fungerat som den katalysator man önskat och skapat förutsättningar för arbete, kompetensutveckling och aktiviteter - något som förstås rymmer med hela kommunens vision om att bli Sveriges ledande miljökommun samma år. Mycket av kommunikationen sker i **digitala kanaler**, och plattformen för skärm och spel har utökats och används mer frekvent. I kombination med detta är fysisk skyltning komplementet som fungerar bäst. Pappersprodukterna är få och kvalitativa. Man har kommit att vara en betydande del i profileringen av hela Turistrådet Västsveriges utbud när det handlar om Insjöriket och de upplevelser som breder ut sig från Göteborg. På samma sätt har också relationerna med Göteborg & Co och Business Region Göteborg stärkts när Lerums ”erbjudande” har konkretiserats.

Besöksnäringensfrågorna har förstärkt sin roll och samverkan inom kommunen ger resultat i hur vi deltar i övergripande utveckling vad gäller samhällservice, byggnation,

Datum
2017-09-25

infrastruktur, föreningsliv och kulturutbud. Lerum är också en utav de främsta kommunerna i Göteborgsregionen på att **sluta offentliga idéburna partnerskap med lokala utvecklingsgrupper** när det gäller utbud och aktiviteter. En viktig del i receptet för hur vi skapar och förvaltar besöksnäringen att vara lika mycket företagarnas, besökarnas och kommuninvånarnas. Andelen besöksnäring - och tjänsteföretag inom boende och rekreation har på fem år ökad sin omsättning mot fem år före. Ett bevis på detta är också att företagen lyckas skapa utrymme för satsningar på mentorskap, kompetenshöjande insatser och integrationsfrämjande program.

4.3 HOW – ”Lack of space” mellan verklighet och drömläge?

Vi ser ett behov av att man vill:

- Utveckla arenan för samverkan, endast en del av den totala möjligheten nyttjas idag
- Gärna engagera sig det som händer utanför sin ordinarie verksamhet om det är rätt sammanhang
- Som både näring och besökare ha bättre fysisk tillgänglighet till/från besöksmål
- Ha en logisk kontakt med kommunen. Ett pågående samtal, bortom byråkratin
- Känna till besökarflödet – vad vill besökaren ha och vad vill den uppleva
- Ha tydliga incitamentet för ”utflykten”
- Utveckla fler case och ”customer journeys” - vi testar mer, frågar mer
- Bli bättre på att ta betalt för sina tjänster/produkter
- Ha mer pejl på framtiden. Det finns en oro om digitalisering, personal, utbud mm
- Hitta unika parametrar för hållbarhet knutna till verkligheten
- Konsumera och leverera som en hållbar storstadsnära landbygd
- Ha förtroende för ett professionellt B2B-förhållande mellan näring och kommun
- Kunna formulera rätt budskap till rätt målgrupp
- Att arbetet skall möta upp en kommunal samsyn om besöksnäringens behov
- Skapa möjlighet för fler partnerskap kring näringen, teman eller tjänster (IOP light)

5. Slutsats - handlingsplan

Här nedan följer en utförligare förklaring till hur målbilden om att 1) Urskilja och utveckla prioriterade besöksområden, 2) Tillgängliggöra insatser för att möta upp digitaliseringen samt 3) Knyta nätverk och samarbeten i långsiktigt kompetensutvecklingsarbete, kan uppfyllas.

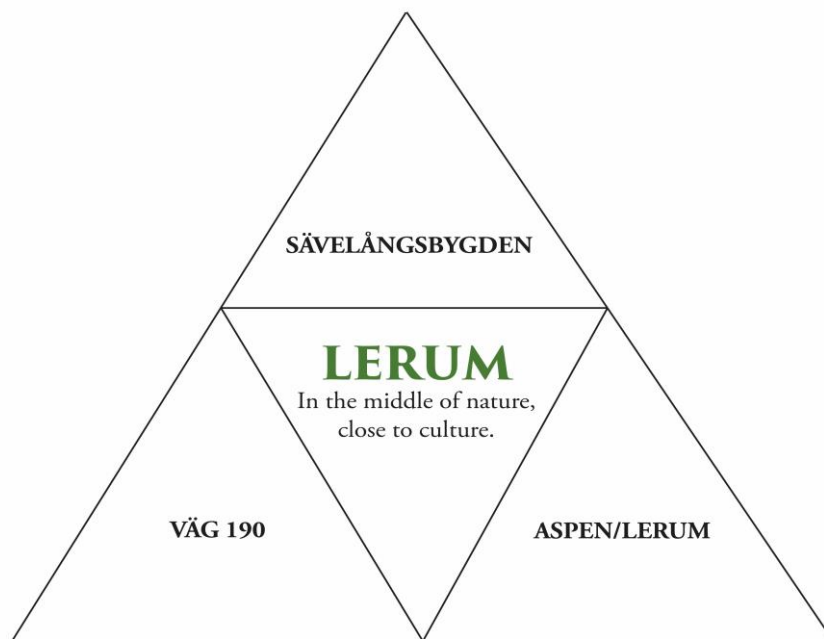
5.1 Innehåll och tre prioriterade områden

Den ekonomiska värde-trappans högsta värde är samhörighet. Förklaringen till att få på pränt och tillföra innehåll till handlingsplanen är inte för att ”mycket vill ha mer” utan för att skapa en mer rättvis och komplett bild över vårt erbjudande som besöksmål. (Fig. 1) Det går att se vinster i hur vi arbetar på flera sätt. Geografiskt, demografiskt och

Datum
2017-09-25

tematiskt. Till vart och ett fokusområde knyts utvecklingsplaner, och förankring hos lokala utvecklingsgrupper för plats eller produkt är givetvis en nyckel.

Fig. 1



En viktig parameter är behovet av god infrastruktur och förmågan att länka ihop (paketera) våra gröna stråk såsom ridvägar, cykelvägar, promenadvägar mm. Idag litar vi i alltför stor utsträckning på den nyfikne besökaren, men vi måste hjälpa till på traven – för att hitta ut till de lätta storstadnära upplevelsorna krävs hårt och långsiktigt strategiskt arbete. Och där är vi inte än. Men gör vi det så har vi en tämligen utforskad arena för ekonomisk tillväxt hos våra besöksnäringssaktörer - och på köpet en ökad investering på social och ekologisk hållbarhet.

Den initiala satsningen på Nääsområdet och Gråbo - en hållbar besöksort har visat sig vara en katalysator för utveckling. Under pusselbiten *Kreativitet* ur enhetens mål och insatsområden 2017, har satsningarna konkretiserat och fullföljts.

Ur Näringslivsenheten, mål och insatsområden 2017

Kreativitet: ”I samverkan bidra till en attraktiv kommun”

- Färdigställa etapp tre av projektet ”Gråbo en hållbar besöksort”

Datum
2017-09-25

- Delta aktivt i samverkan runt Sävelången "Näas & Co" för att utveckla besöksområdet. Minst tre gemensamma aktiviteter under 2017 ska genomföras.

Härtill vill vi nu tillföra dynamik i området kring Lerum/Aspen som ett tredje viktigt besöksområde att fokusera på – och tillsammans bilda helheten.

Som följer en kort beskrivning över status - nuläge och avsedd satsning - på dessa tre områden. Ett extra värde till innehållet är även att läsa *Besöksberättelsen* i föregående stycke. Sammanfattningsvis visas en preliminär tidplan. (Fig 2.)

1. Gråbo – En hållbar Besöksort

Näringslivsstrategin, uttalat utvecklingsområde
Tjänsteskrivelse KS15.898

Status:

Arbetet med Gråbo – en hållbar besöksort, har följt sin projektplan och har idag tre olika leder i varierad terräng runt i omgivningarna för både lokalhistoria och hälsa. Projektet har också varit en pilot för hur vi har fört in gaming och mobile storytelling i våra besöksmål. Projektet går in sin slutfas under 2018-2019 genom att skapa paket kring lederna.

Vi tar ett grepp på:

Hållbarhetskiln väg 190 inkl. Björboholm och Sjövik

Arbetet i Gråbo, och engagemanget kring Göteborgsregionens satsning på väg 190 som ett modellområde för hållbar utveckling, har från flera håll visat på mer utvecklingspotential i Björboholm och Sjövik. Det finns ett besvarande lokalt att samtala mer kring hur man skulle kunna jobba Gråbo, Björboholm och Sjövik ihop. Så även en interkommunal vilja mellan Göteborg, Lerum, Alingsås och Nossebro att utveckla området. Initiativ såsom LAB190, Retrovägen, Festa Via och Via190 är något av det som görs idag. Cykelturism har nämnts som en affärsmöjlighet.

2. Destination Sävelångsbygden

Näringslivsstrategin, uttalat utvecklingsområde

Status:

Näas med omkringliggande utflyktsmål är vårt främsta kulturhistoriska besöksmål. Kring sjön Sävelången har orter, föreningar och företagare idag bildat nätverket Näas & Co och samverkar kring besöksnäring och evenemang.

Vi tar ett grepp på:

Paketering och försäljning

Att vi nu kan starta igång ett två-årigt projekt för att förädla destinationen och tillsätta en Destinationsproducent är en bestämd riktning i vad både vi och näringen vill. Att

Datum
2017-09-25

parallellt verksamhetsutveckla turistbyråverksamheten ringar så småningom in en komplett destination.

3. Besöksområde Lerum/Aspen

Tillägg i denna handlingsplan

Vi tar ett grepp på:

Lokal organisering och projektering av skog, natur och gröna näringar - värden för såväl kommuninvånare som besökare, framför allt med pendelavstånd och dagsutflykt från Göteborg. Argumentet kommer sig inte bara av att det ligger vid pendelstråket och för många är porten in till Lerum – det är också ett utmärkt sätt att kroka arm i Växtrum på och upplevelser långt vidare än så. Som en grön port kan området öppna upp mot Sävån, till rekreation i såväl vilda som planerade grönytor på ett mycket bättre sätt. I vår satsning på mer hållbar besöksnäring utveckling är möjligheten att kunna ta tåget till upplevelserna något som vi behöver utveckla och koppla till Göteborg. Det är tveklöst en investering i att skapa attraktivitet kring området, men också ett led i att bli tydligare i vår profilering som en storstadsnära landbygd med skog, natur men också unika kulturarv och lokala matupplevelser – bara 20 minuter från staden.

Fig. 2

STRATEGI/INSATS	MEDEL	2018	2019	2020	2021	2022
BESÖKSOMRÅDE 190 /GRÄBO - BJÖRBOHOLM - SJÖVIK						
Pilot i slutfas med innehåll som historiska, dramatiserade och digitaliserade upplevelser runtom i Gräbo	GRÄBO - en hållbar besöksort					
Fortsatt utveckling och integrering av digital plattform för fler av våra levandegörande turer	Mobile Storytelling					
Lokal organisering och projektfiering längs med hela väg 190 genom Lerums kommun, samt regional samverkan	VIA190					
BESÖKSOMRÅDE SÄVELÅNGSBYGDEN						
Aköerna kring sjön Sävälången vill samverka för en gemensam destination	Leaderprojekt					
Kommunens turistbyrå med placering på Nääs Slottsområde i behov av parallell verksamhetsutveckling	Visitlerum					
Vära en regional spjutspets i att som destination bedriva kvalitativt hållbarhetsarbete och besöksvärde	Destination Sävälångsbygden					
BESÖKSOMRÅDE ASPEN/LERUM						
Tillgång i flera pendelstationer, många göteborgare som inte hittar ut för dagsutflykter, och för låg lokal kännedom våra unika värden i skog och natur	Rälsen till Reservaten					
Workshop om att övernatta i naturen	Workshop om naturboende					
Lokal organisering och projektfiering för mötesplats inom gröna näringar i Lerums kommun, samt regional samverkan.	Skogssalong					

Datum
2017-09-25

5.2 Digitalisering

Med blicken mot besöksnäringen ur ett nationellt perspektiv är det också ett viktigt motiv att möta upp digitaliseringen och över huvudtaget målgruppen ”Digital Natives”. Det finns en utmaning i att besökaren vill att det skall vara enkelt och dukat, man bokar gärna via kedjor och bestämmer sig via förstaintryck och vänners flöden eller ”stories”. Men det får däremot inte ske på bekostnad av det personliga mötet och det genuina och lokala. (Källa: Kairos Future, 2017) Att Lerum ligger nära en storstad – men till stor del är landsbygd, ställer också krav på infrastruktur och paketering för att leverera in till besökare som är digitalt vana. Bara att det finns wi-fi i naturen kan vara något som en internationell turist förväntar sig. Den trendspaning som Visit Sweden och Turistrådet Västsverige frekvent gör är ett viktigt fönster in i framtiden. Det är också i detta nätverk vi utvecklar vårt webbplatsarbete och ökar besöksnäringens kanaler för kommunikation och sälj, där Turistbyrån är en sådan. En annan viktig partner är Mobile Storytelling när det gäller gamification och våra digitala/rörliga medier, ett samarbete som vi tar vidare och utvecklar utifrån den pilot som gjorts i Gråbo – en hållbar besöksort. Arbetet med den digitala plattformen blir nu ett ”hus” för alla våra levandegörande upplevelser. (Fig 2)

5.3 Plattformarbete - kompetensutveckling

Vi ser fem stycken tydliga plattformar att ringa in arbetet för hur vi arbetar med kompetensutveckling för företagare inom besöksnäringen. Det löpande arbetet med besöksnäringen kommer knytas till ett av dessa områden per år inom ramen för handlingsplanens upplägg mellan 2018-2022. Oberoende inbördes ordning enligt nedan:

- Framtidsförsörjning (kompetensutveckling, affärsutveckling, trender)
- Kommunikation (målgrupp, media, evenemang)
- Vision & värden (vår besöksnäring i sin helhet)
- Infrastruktur (tillgänglighet, hållbarhet)
- Bemanning (generationsväxling, guidningar, språk)

5.4 Turistbyrån

Lerums kommuns turistbyrå ligger på Nääs Slottsområde. En plats dit nästan en halv miljon besökare kommer årligen. Turistbyrån i dess nuvarande form är öppen mellan april till september, och samfinansieras av Lerums kommun och August Abrahamssons Stiftelse (Nääs Slott) där poster som bemanning, lokaler och besökarnärhet har kunnat hitta synergier. Turistbyrån har under hela året, och dessutom vintertid kompletterats av framför allt Kom In i kommunhuset.

Näringslivsenheten ser att Turistbyrån behöver en uppgradering, inte enbart för att området nu också blir föremål för en destinationsutvecklingsinsats inom projektet Sävelångsbygden, utan helt enkelt för att kunna möta dagens och framtidens förväntningar på att vara närvarande, kompetent och ge det avgörande extra till besökare. Det behovet ser även August Abrahamssons stiftelse, vilket gör att insatsen kan göras i en kraftfull samverkan. Med motivet att verksamhetsutveckla turistbyrån i en mer omfattad form sökes därför ett utökat verksamhets – och driftsbidrag. För det som karaktäriserar en

Datum
2017-09-25

turistbyrå idag är inte en ”fysisk butik” utan snarare en nödvändig partner i paketering, kommunikation och sälj, öppen året runt och tillgänglig – inte minst digitalt. Där förvaltningen driver på de strategiska delarna av besöksnäringens arbetet, ska turistbyrån vara en viktig mötesplats för att kanalisera de operativa delarna vidare till slutkund – besökaren. Så som verksamheten ser ut idag kräver det sin satsning inför framtiden vad gäller formell struktur, stärkt samverkan och proaktivt erbjudande.

6. Budget

Förslag till utökad budget

Övergripande är handlingsplanen tänkt att finansieras genom att söka Leadermedel eller andra projektpengar kopplat till respektive utvecklingsplan.

Den del som rör kommunens turistbyrå omfattas av att verksamheten ges fortsatt uppdrag fram till 2022 samt ett höjt bidrag under 2018 ifrån nuvarande 150 000 kronor per år till 300 000 kronor, utifrån den motivering som beskrevs under punkt 5.4. Från 2019 inom ram för näringslivsenhetens budget.

7. Andra relaterade pågående projekt inom förvaltningen

Då besöksnäringen är mångfacetterad och komplex berör materialet flera enheter. Det är av stort värde att lyfta denna riktning för att koordinera andra initiativ och arbeten som ex görs med vandringleder, centrumutveckling eller infrastrukturåtgärder på andra håll i förvaltningen.

8. Utvärdering/Kvalitetsäkring

För att kvalitetssäkra projektet kommer vi under hela projekttiden utvärdera och säkerställa att uppsatta mål per aktivitet följs. Att handlingsplanen sträcker sig mellan 2018-2022 är även det en del i utvärdering -och kvalitetsäkringsarbetet. Utrymmet fram till 2025 skapar dynamik i att justera och skruva till handlingsplanen ytterligare en nivå för att nå såväl kommunens målbild som det som beskrivs i *Besöksberättelsen*.

Datum
2017-09-25

Branschkontext – en källhänvisning

Näringsdepartementet

I december 2017 beställde sittande regering en utredning om förslag på hur en sammanhållen politik för hållbar turism och växande besöksnäring skulle se ut. En historisk ”beställning” och en effekt av att besöksnäringen i ur flera aspekter har kört om exportvärdet av ex. det som fordonsindustrin tidigare betytt. (Källa: Tillväxtverket.)

”Utredningen föreslår att regeringen utvecklar, antar och genomför en nationell strategi för hållbar turism och växande besöksnäring – en plattform för hur politiken ska utformas och genomföras fram till 2030 – och att utveckling av denna strategi sker i samverkan med besöksnäringen, statliga myndigheter, regioner, kommuner och civilsamhället.

Utredningen föreslår att regeringen inrättar ett Nationellt besöksnäringforum som får uppdraget att ta fram den nationella strategin för hållbar turism och växande besöksnäring samt därefter koordinera genomförandet av strategin. ”

Källa: Ett land att besöka, 2017 (Näringsdepartementet, ID-nummer: SOU 2017:95)

Tillväxtverket

Tillväxtverket är en statlig myndighet under Näringsdepartementet, med uppdrag att främja hållbar näringslivsutveckling och regional tillväxt generellt, men är i nuläget också den som har ett nationellt samordningsansvar inom turism. I uppdraget formulerat 2016 sammanfattas gemensamma mål och insatser och varje myndighets arbete och ansvarsområden inom turism och besöksnäring så här:

”Vårt övergripande mål för arbetet fram till 2020 är att etablera en strategisk myndighetssamverkan i besöksnäringssfrågor som ska bidra till:

att stärka den svenska besöksnäringens internationella konkurrenskraft,
att skapa förutsättningar för hållbar tillgänglighet till, från och inom besöksmål och destinationer
att skapa förutsättningar för hållbar destinations- och produktutveckling i besöksnäringen.

Källa: Besöksnäringens myndighetsgrupp – tillsammans för en starkare besöksnäring, 2016 (Tillväxtverket, Pub.nr.: Info 0643)

Visit Sweden

Ett kommunikationsföretag, som ägs till hälften av staten via Näringsdepartementet och till hälften av besöksnäringen via Svensk Turism AB, och arbetar med att marknadsföra

Datum
2017-09-25

varumärket Sverige och svenska destinationer och upplevelser internationellt med fokus på den globala resenären. Några satsningar som nämns i senaste trendrapporten är matupplevelser, design och naturturism.

Källa:

Den internationella bilden av Sverige 2017 (Publikation Visit Sweden)

Strategi för Sverige-bilden (Publikation Visit Sweden)

Den globala resenärens bild av Sverige (Publikation Visit Sweden)

Turistrådet Västsverige

Västra Götalandsregionens helägda bolag för besöksnärliga frågor, och är den aktör som idag driver utveckling och marknadsföring av den västsvenska besöksnäringen som Lerum är en del av. Satsningar sedan en längre tid tillbaka på natur, kultur och familj som värdeord i produktutveckling. Turistrådet står idag värd för den gemensamma plattform västsverige.com där gemensam marknadsföring av upplevelser och evenemang görs. Här omtalas både Lerums kommun med sin egen strategi som besöksmål, och även som en del av Göteborgs insjörike.

Sveriges starka profil som naturdestination har i allra högsta grad spelat roll när den internationella kongressen Adventure Travel World Summit kommer att arrangeras i Göteborg 2019. Kongressen samlar internationella researrangörer och medier med fokus på naturresor. En viktig del i samverkan framåt för besöksnäringen i hela västsverige.

Göteborg & Co, Business Region Göteborg, GR (Göteborgsregionen)

Flera olika samverkansorgan knyts till besöksnäringen lokalt till regionen. Det kan gälla kompetensutveckling och affärsutveckling för företagare inom besöksnäring (framför allt Business Region Göteborg) eller arbete för ökad infrastruktur och välfärd (framför allt samverkansplattformen Göteborgsregionen). När det gäller marknadsföring och utveckling av besöksnäring är det Göteborg & Co som har uppdraget att skapa attraktivitet kring Göteborg som turist-, mötes- och evenemangsstad.

”Resenärer attraheras av att kunna kombinera en storstads utbud med närhet till natur och andra upplevelser. Här har Göteborg stark framtida konkurrenskraft. Det kräver att stad och region stärker varandra. En destination slutar inte vid en kommungräns utan består av det område som besökaren tolkar som ett resmål.

Göteborg & Co realiserar samverkansavtalet med Visit Sweden och Turistrådet Västsverige, fördjupar samverkan med Göteborgsregionen med fokus på affärsutveckling, kommunikation och tillgänglighet, bygger vidare och utvecklar den samverkansplattform som ligger till grund för samarbetet mellan Turiststaden och privata aktörer.”

Datum
2017-09-25

Turistbyrån, Besöksliv

Idag pågår en diskussion om turistbyråns vara eller icke vara. Man beskriver å ena sidan besökaren som mer digital, och mer "flexibel" och man kan i övertron på ett nära digitalt skifte glömma av behovet av det personliga mötet, berättelserna och arbetet bakom att någon väljer att göra ett besök någonstans. I diskussionen kan man också förvilla sig i att blanda ihop turistbyrån som enbart en fysisk butik med den viktiga plattformen som länkar ihop såväl näringsens aktörer som upptäcktslystna besökare.

Källa:

Kunden betalar hos framtidens flexibla turistbyrå, 2018 (Besöksliv - Sveriges nyhetsajt för besöksnäringen)

"Frustrationen över det stora informationsflödet på nätet gör också att de fysiska turistbyråerna värderas högt. Att kunna prata med någon som har lokal kunskap ses som sann lyx. Om de dessutom pratar samma språk som turisterna är det ännu bättre."

"Turistbyråerna måste prova sig fram och anpassa sina erbjudanden efter platsen och de egna förutsättningarna."

Gröna näringar, LRF

I definitionen av gröna näringar inom besöksnäringen i Lerums kommuns refererar vi en övergripande kontext där aktiviteter kopplas till jord, skog, trädgård och landsbygdens miljö samt dess förädlingsindustri.

Källa:

De gröna näringarnas affärer, Nulägesanalys och utvecklingsmöjligheter 2014–2019 för företag i de gröna näringarna (LRF)