



16 maj 2011

**Kommunstyrelsen**

## **Vision, mål, strategi och organisation för ökad turism, tillväxt och utveckling i Ljusnarsbergs besöksnäring**

### **Bakgrund**

Kommunens turistiska verksamhet ligger under allmänna utskottets verksamhet med kommunchefen som ytterst ansvarig tjänsteman samt med verkställighets- och budgetansvar hos näringslivsutvecklaren. På uppdrag av kommunchefen föreslås här en turistisk vision, mål, strategi och organisation för denna verksamhet.

Detta förslag bygger på den av regionförbundet Örebro, KNÖL-kommunerna och Tursams gemensamma benämning "Destination Bergslagen" vilket är det geografiska destinationsområdet för KNÖL-kommunerna. Detta dokument är anpassat till Tursam Bergslagens pågående utredning, uppdragshandling, avtal för turistbyråns verksamhet, kommunens näringslivsprogram, regionala utvecklingsstrategin, Visit Swedens prioriterade marknader och målgrupper samt Sveriges nationella strategi för besöksnäring.

Den nationella strategin för svensk besöksnäring beskriver att Sverige skall fördubbla besöksnäringen på 10 år (2010-2020) och för att lyckas med detta fokuseras arbetet på destinationsutveckling, offensiv marknadsföring och en samordnad besöksnäring.

Tillväxtverket är ansvarig myndighet för turism och besöksnäringsspörsmål och utvecklar näringspolitiska insatser för främjande av turistförtagande och entreprenörskap. Turism är en mycket komplex företeelse och det finns sällan några enkla metoder att beskriva den.

Turismen har dock en stor betydelse vårt land. Antalet sysselsatta med turism i Sverige var under 2009 fler än det totala antalet sysselsatta i Sverige inom följande storföretag: Volvo AB med dotterbolag, Ericsson, Volvo personvagnar, Husqvarna, Scania, Sandvik, Skanska, Saab (koncernen), TeliaSonera, ABB, Astra Zeneca, SCA och Atlas Copco som tillsammans sysselsatte drygt 155 000 personer under 2009. (Tillväxtverket: Fakta om turism)

Samhället har, som ägare och förvaltare av många attraktionsresurser, som till exempel nationalparker, naturreservat, kulturminnen och infrastruktur, en avgörande inverkan på turismens möjligheter att utvecklas. Turism produceras och konsumeras lokalt vilket betyder att kommunens turistiska verksamhet är av avgörande betydelse för näringens tillväxt. Det som är bra för våra besökare är bra för våra kommuninnevånare. Dessutom är turistiskt näringsliv för många ungdomar porten in på arbetsmarknaden genom sommarjobb inom servicenäringen. Genom ett tydligt kommunalt engagemang ges bland annat förutsättningar för ett näringsliv inom besöks- och servicenäringen, vilket är av stor betydelsefullt för en levande gles- och landsbygd.

## Syfte

Detta dokument skall ligga till grund för kommande turistiskt arbete i kommunen som skall gynna kommunens besöksnäring genom en högre attraktivitet och marknadsföring som långsiktigt betyder fler arbetstillfällen samt ökade skatteintäkter. Dokumentet skall påvisa vilken verksamhet och organisation som kan vara lämplig för kommunen att bedriva.

## Nuläge

### Kommunens turistiska verksamhet

Kommunens resurser för den turistiska verksamheten är under 2011 på 759 000 kr. Utöver detta har kommunen kostnad för turistbyråns lokal i Tingshuset. Kommunen har under 2011 avtal med entreprenör "Guld och Äventyr Ab" för turistiskt arbete under hela året inklusive turistbyråverksamhet under sommaren. Avtalet går ut 2011-12-31 och därför skall kommunen nu besluta om framtida verksamhetsform och organisation.

Bedömningen är att kommunens turismverksamhet skall vara en helårsverksamhet. Denna bedömning bygger på att kommunens medverkan i Tursams arbete (se nedan), regional samverkan, projektmedverkan, planeringsarbete, framtagande av broschyrmaterial, mässor mm. är en väsentlig verksamhet som ligger utspritt utanför sommarsäsongen då turistbyrån är öppen i vår kommun. En inventering av kommunens företag/föreningar som är direkt beroende av besöksnäringen finns beskriven i bilaga 1.

Sedan några år är destinationsarbetet i länet uppdelat i fyra områden där Bergslagen är KNÖL-kommunernas gemensamma destination.

### Tursam

1993 bildades den ekonomiska föreningen "Tursam i Bergslagen" (Turistiskt samarbete), redan då hade ett samarbete pågått i över 5 år mellan kommunerna Lindesberg, Nora, Hällefors och Ljusnarsberg.

Föreningen ägs av kommunerna gemensamt och arbetar för att utveckla och marknadsföra besöksnäringen i våra kommuner. Under de senaste åren har kommunens turistiska verksamhet tillsammans med KNÖL-kommuner arbetat med begreppet "Bergslagen" vilket fått betydelse för utformning av marknadsföringsmaterial i form av broschyrer, hemsida mm. Sedan 2009 har respektive kommun en ledamot i föreningens styrelse samt en destinationsgrupp där kommunen är representerad genom upphandlad entreprenör.

Tursam har idag inga anställda utan allt arbete sker utifrån gemensamma personella insatser från respektive turistbyrå. Detta arbete beräknas att vara ca 25% av en heltidstjänst på årsbasis per kommun. Arbetet med förmedlingsverksamheten och föreningens administration ligger utanför detta.

För verksamhetsåren 2009-2011 får Tursam ett verksamhets- och utvecklingsbidrag från medlemskommunerna på totalt 340 000 kr per år (kommunens andel 37 740 kr.).

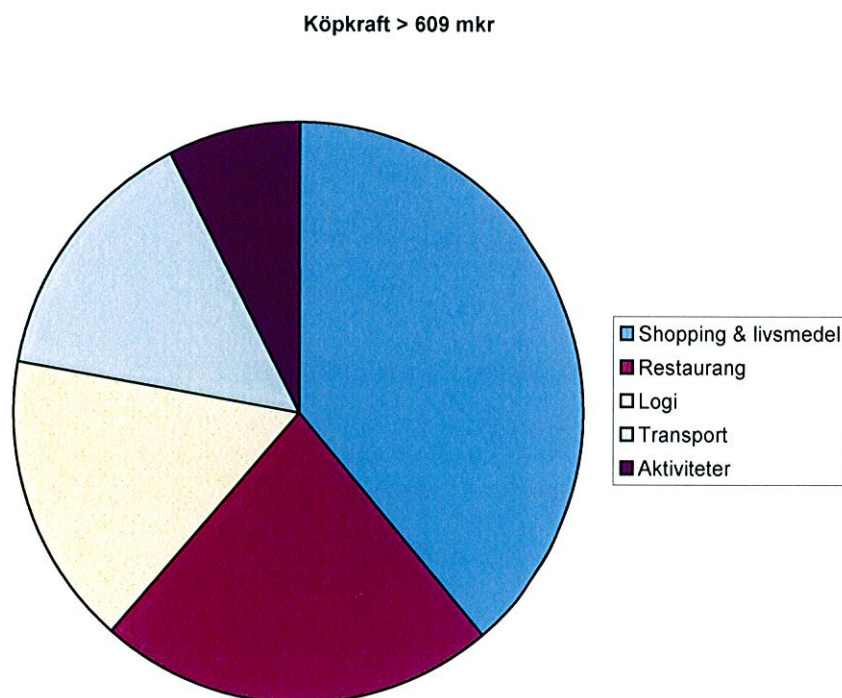
Under de senaste åren har Tursam ansvarat för olika regionala marknadsinsatser samt drivit både lokala Leader- och regionala projekt som t.ex. Barn i Bergslagen och Landsbygdsturism. En stor del av det Tursam omsätter marknadsinvesteras årligen i broschyrer, annonsering, kampanjer och mässor för att stärka varumärket Bergslagen och locka fler besökare och kunder till vår gemensamma besöksnäring. För verksamhetsåret 2009 investerade Tursam i marknadsföring för totalt ca 750 000 kr.

För Ljusnarsbergs kommun är Tursams verksamhet mycket viktig och vi får ut ett stort mervärde genom att vara aktiva i denna verksamhet. Deltagandet i verksamheten bygger på att kommunens verksamhet är aktiv under hela året.

### Korta fakta om turism i Ljusnarsbergs kommun samt Bergslagen

Enligt kommunens senaste TEM-mätning (turist ekonomisk modell) 2007 spenderade övernattande och besökare till kommunen 102 miljoner kronor och detta gav upphov till sysselsättning för 80 personer på helårsbasis och en skatteintäkt till kommunen på 3,7 miljoner kronor. Jämfört med 2006 är detta resultat nästan oförändrat men den kommersiella omsättningen ökade och har nästan fördubblats mellan 1997 och 2007.

Under 2008 omsatte turismen i KNÖL-kommunerna ca 609 mkr. Denna omsättning fördelar sig till olika branscher inom besöksnäring enligt nedan:



### Vision, mål och strategi

För att kunna attrahera besökanden till kommunen, marknadsföras nationellt och internationellt räcker vår egen kommuns resurser inte till och vi måste samarbeta med närliggande kommuner i ett aktivt gemensamt arbete. Därför är det nödvändigt och naturligt att fortsätta utveckla samarbetet inom KNÖL-kommunerna och inom länsarbetet.

Vad gäller internationell turism (det område där tillväxten måste ske enligt den nationella strategin) har Ljusnarsberg alla möjligheter att bli ett turistiskt centrum med tanke på hur väl vi stämmer överens med det Sverige som säljs på stora volymmarknader som Tyskland, Danmark och Holland.

Vad gäller den Regionala Utvecklingsstrategin (RUS) finns tydligt angivet att länet skall satsa mer på stora evenemang och kommunen skall aktivt arbeta för att stödja evenemang som till exempel Opera på Skäret, ett eventuellt VM i Guldvaskning, Kopparbergs marknad mm. Turismen har alla möjligheter att bli en stark basnäring för Ljusnarsbergs kommun.

### **Vision 2020**

Bergslagen ska, utanför de svenska storstäderna, vara en av de populäraste destinationerna att besöka i Sverige.

### **Mål 2015**

1. Bergslagen är nationellt känt som begrepp och ska vara en attraktiv plats att besöka (Mätmetod: Nöjd-kunds-mätningar på turistbyrån).
2. Att årligen öka den turistiska omsättningen med 2% från 2011. (Mätmetod: Enligt den turist-ekonomiska modellen TEM.)
3. Öka antalet anställda inom besöksnäringen. (Mätmetod: Kontakt med kommunens besöksnäring.)
4. Kommunens företag inom besöksnäringen skall uppfatta den kommunala turismverksamheten som trovärdig, proaktiv, stödjande, informativ, kompetent och tillgänglig med gott bemötande. (Mätmetod: Årlig enkät till kommunens besöksnäring.)
5. Antalet besökare till kommunens turistbyrå skall årligen öka med 3 % från 2011. (Mätmetod: Personalen räknar besökanden.)
6. Antalet gästnätter skall årligen öka med 3 % i Bergslagen från 2011. (Mätmetod: Gemensam beräkning inom KNÖL-kommunerna.)
7. Besökanden till kommunen skall vara mycket nöjda med kommunens service. (Mätmetod: Nöjd-kunds-mätningar Målsättningen är genomsnittlig nivå på 8,5 poäng på en skala mellan 1-10 där 10 motsvarar ”Mycket nöjd”.)

## Strategi

För att nå visionen och uppsatta mål skall kommunens turistiska verksamhet, i samverkan med näringslivet, föreningar och övriga berörda verksamheter inom KNÖL-kommunerna, riktas mot följande målgrupper och marknader:

### Målgrupper:

- "Aktiva" familjer
- "Aktiva" äldre
- Affärsturister (konferensgäster)

Dessa målgrupper har valts ut på grund av att kommunen ansluter sig till det urval av målgrupperna som bygger på Visit Swedens nationella målgruppsprioritering: "Whops (wealthy healthy older people), active family's and active meetings". Kommunens verksamhet anpassas till dessa målgrupper i arbetet med bland annat mässor, annonsering och broschyrmaterial.

### Marknader:

Vi ska själva, i samverkan inom KNÖL-kommunerna och tillsammans med det av regionförbundet framtagna benämningen "The heart of Sweden" verka främst på de utvalda marknaderna:

- Sverige
- Holland
- Tyskland
- Danmark

Dessa marknader har valts ut på grund av att kommunen ansluter sig till det urval av marknader som bygger på Visit Swedens nationella marknadsprioritering. Kommunens verksamhet anpassas till dessa marknader i arbetet med bland annat mässor, annonsering och broschyrmaterial.

För att nå dessa målgrupper och marknader på ett effektivt sätt bör man beakta att utvecklingen inom besöksnäringen går snabbt och det är viktigt att hela tiden följa och känna till nya trender som styr vårt resande. Detta innebär att de nu fastslagna marknaderna och målgrupperna kan komma att förändras i framtiden.

Ett nära samarbete med det lokala näringslivet, lokala föreningar, lokala arrangemang, regional samverkan, inom Tursam (om motsvarande ca 25% befattning) samt med övriga berörda är viktigt för att nå framgång i det turistiska arbetet. Detta skall bland annat ske genom ett proaktivt arbetssätt från de av kommunen utsedda entreprenörerna för verksamheten. För att hela tiden utveckla den turistiska verksamheten skall en årlig enkät till berörda företag/föreningar genomföras som skall svara på frågorna om hur verksamheten uppfattas och bör utvecklas. Det turistiska nätverket skall utvecklas för ett nära samarbete.

### Genomförande

Kommunens turistiska verksamhet skall genomföras i huvudsak från Tingshuset och som komplement skall folkbiblioteket och kommunens reception verka som informationsplats för besökanden. Hemsidan har en viktig funktion som informationsspredare och det är viktigt att sidan är tydlig, attraktiv, enkel och innehåller aktuell information. Målsättningen är att besökanden kan erbjudas personlig information alla vardagar under året inklusive helger under

sommarperioden. Turistbyråns öppettider skall regleras så att merparten av öppettiderna i Tingshuset koncentreras till sommarperioden.

För att ytterligare sprida turistisk information bör broschyrmaterial även kunna finnas tillgängligt vid större arrangemang (Opera på Skäret, Kopparbergs Marknad mfl.) samt hos servicenäringen inklusive Gillersklack.

Med rätt satsningar inom turism, skapas underlag för investeringar inom boende vilket är ett område inom turism som kan generera stora inkomster, därför är det av särskild vikt att kommunen arbetar för att höja andelen övernattningar och möjligheter till logi i kommunen. Listan nedan är exempel på hur kommunen skall arbeta strategiskt för att nå visionen och uppsatta mål. Insatserna bör omvärderas och utvecklas ständigt i samverkan mellan näringslivet och övriga berörda aktörer.

Kommunen skall i samarbete med berörda parter:

- aktivt verka för en gemensam turistisk verksamhet inom KNÖL-kommunerna
- utveckla evenemang som attraherar besökanden och redan förekommande evenemang skall prioriteras
- stärka varumärket Kopparberg och Bergslagen genom att fokusera på platsmarknadsföring
- verka för en attitydförändring så att fler verkar för en mer positiv och attraktivare kommun
- utveckla attraktiva besöksmål
- medverka till att kommunen upplevs som städad och har ett attraktivt utseende
- utveckla den turistiska hemsidan
- producera marknadsföringsmaterial
- aktivt stärka och stötta utvecklingen av näringslivet runt besöksnäringen
- aktivt arbeta med mediebevakning och uppvaktning av press
- genomföra uppvaktning av nyinflyttade
- förbättra och utveckla paketering av turistiska produkter och tjänster
- samverka med initiativ och projekt som stödjer den turistiska utvecklingen i Bergslagen
- delta i kompetenshöjande insatser för att ständigt höja kvalitén på arbetet
- på turistbyrån i huvudsak sälja turistiskt Bergslagsanknutna produkter (Entreprenör köper själv in och säljer dessa produkter.)
- aktivt arbeta för att höja andelen övernattningar och möjligheter till logi i kommunen
- aktivt marknadsföra kommunen i samverkan med arrangemang, båda kommunala och andras.

En uppdragshandling/avtal skall upprättas för att tydliggöra och konkretisera verksamheten enligt underlag till upphandling. För att lyckas med att lyfta vår kommuns attraktivitet krävs ett nära samarbete med aktörer både i kommunen, i länet och med angränsande län och regioner.



### **Organisation**

Kommunens turistiska verksamhet skall i första hand arbeta för att marknadsföra vår kommun i nära samverkan med berört näringsliv och övriga partners. Kommunens verksamhet skall även verka för en gemensam plattform tillsammans med övriga KNÖL-kommuner med syfte att optimera respektive kommuns resurser och säkerställa en kompetent verksamhet. Hur denna organisation skall formos (förening, AB, partnerskap med näringsliv, som nuvarande organisation inom Tursam eller annan form) kommer att föreslås inom ramen för KNÖL-samarbetet.

Kommunen avser att genom anbud avtala med entreprenör för genomförande av kommunens turismverksamhet. Kommunen ser positivt på att konkurrensutsätta kommunala verksamheter vilket bland annat gynnar ett differentierat näringsliv i kommunen. Genom entreprenadform optimeras det turistiska arbetet bland annat genom den kraft och energi som finns i eget företagande samt att den turistiska verksamheten ofta sker på oreglerad arbetstid. Många kommuner är överens om att det finns en stark fördel med att konkurrensutsätta viss kommunal verksamhet. Uppfattningen är att genom entreprenader får kommunerna både bättre kvalitet och lägre kostnader samtidigt som det stimulerar det lokala företagandet. Se Svenskt Näringsliv "Entreprenader spar pengar åt kommuner" publicerad 2009-04-02.

**Förslag till beslut om vision, mål, strategi och organisation enligt beskrivning ovan.**

.....  
Tomas Larsson  
Näringslivsutvecklare

**Kommunens företag som är direkt beroende av besöksnäringen 2011.**

(Utöver dessa företag är övrig servicenärningen mycket beroende av besöksnäringen.)

Företag-Förening	Adress	Antal anställda	Startår	Verksamhet	Uppdaterat
Dlooman's Värdshus	Bångbro		2011	Värdshus	
Elgfall Bed & Breakfast	Elgfall			Bed & Breakfast	2009-01-23
Fagers konditori	Kopparberg	4	1966	Konditori, bageri.	2011-01-19
Guld & Äventyr	Kopparberg	2	1996	Turism, vildmarksmåltider, guldvaskning.	2010-06-16
Högfors bruksmuseum	Högfors			Museiverksamhet	
Klacken Konferens & Fritid	Gillersklack	4 + säsong- anställda	1977	Konferens- och Fritidsanläggningar	
Loftcaféet	Kopparberg			Sommarcafé	
Opera på Skäret	Skäret		2002	Somma-operafestival, café och konserter.	2007-08-10
Restaurang Två Kockar	Kopparberg	2	2007	Restaurang, pizzeria, grill, sallad och kebab.	2007-10-08
Finngården Rikkenstorp	Rikkenstorp			Boende, aktiviteter	2007-04-19
Ritas Hotell Ställdalen	Ställdalen	2	2010	Hotellverksamhet	2010-09-29
Stjärnfors Bruks & Hembygds museer	Stjärnfors			Museiverksamhet	
Etoorg	Kölsjön	1		Ekoturism, stuguthyrning, skolkonsult, förlag och tryckeri.	2008-10-07
Restaurang Björnen	Gillersklack			Restaurang	
Bångbro Herrgård	Bångbro	3	1987	Hotell, restaurang och konferens.	2004-05-22
Zaras Pizzeria	Kopparberg	2	2003	Pizzeria	2007-04-25
Geoloco	Kopparberg	1	1985	Försäljning av fossiler, mineraler, smycken och presentartiklar i sten.	2007-08-10
Holmsjöjakten	Holmsjön			Boende, aktiviteter	
Kopparbergs Bluesförening	Bångbro			Musikarrangemang	
Kopparbergs Grill & Pizzeria	Kopparberg			Grill, pizzeria	
Nya Kopparbergs Bergslags Hembygd-förening	Kopparberg			Försäljning mm.	
Kulturglimtar				Konstrunda mm.	
Lundsängs Gård				Uthyrning av rum	
Rastgårdens Mat & Café	Högfors	2	2005	Truk stop. Mat, café, kiosk.	2010-07-12
Värdshuset Älgen		2	1995	Restaurang	2010-06-15
Silverhöjdens Camping & Stugby	Silverhöjden			Camping, stugby. Café	2008-01-28
Stjärnfors Café & camping	Stjärnfors			Café, Camping	
Stjärnfors Golfklubb	Stjärnfors			Golf-arrangemang	