



Vår ref: Susann Gustafsson
Turist-och landsbygdsutvecklare
Datum: 2023-03-16
Dnr: KS/2022:490

Plan

Plan för Besöksnäring i Svenljunga & Tranemo kommuner

Styrdokument

Diarienummer: KS/2022:490

Beslutas av: Kommunstyrelsen

Fastställdedatum: 2023-05-25 §103

Dokumentansvarig: Turism- och landsbygdsutvecklare, Samhällssektionen

Revideras: Minst vart fjärde år

Följs upp av: Samhällssektionen

Giltig t o m: 2027-05-25

Alla beslut som rör barn ska vara barnrättsbaserade i enlighet med barnkonventionen. Beslut ska alltid föregås av prövning av barnets bästa och i större frågor samt vid beslut som kan ha negativ inverkan på barnet/barnen, ska föregås av en barnkonsekvensanalys.

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
2. Syfte	4
3. Plan för besöksnäring i Svenljunga & Tranemo kommuner	4-10
Positionsteman	5
A. Koppla på och koppla av i naturen	5
B. Lära och uppleva design, konst och textil	5
C. Träna och tävla för bättre hälsa	5
Strategiområden	6
1. Utveckla den digitala och fysiska tillgängligheten	6
2. Omvärldsbevakning och analys	6
3. Produkt-, affärs- och destinationsutveckling	6
4. Lyfta matupplevelserna	6
5. Paketera mera	6
6. Göra invånare till stolta ambassadörer	6
Destination Sjuhärad	6
Om planen och organisering	7
Samarbete	7
Rollfördelning: förvaltningsnivå-politisk nivå	7-8
Aktivitetslista	9
Företagsutvecklande aktiviteter	9
Marknadsföring och ambassadörskap	9
Turistisk infrastruktur	10
Kultur och evenemang	10
Tidsplan för aktiviteter och insatser	10
4. Implementering och tillämpning	10

1. Inledning

Under hösten 2021 antogs Besöksnäringstrategi Boråsregionen Sjuhärad 2025 i sju av de åtta medlemskommunerna i Boråsregionens kommunalförbund. Vägen till en gemensam delregional strategi har inte varit enkel men är en viktig nyckel för att utveckla besöksnäringen i vårt område. Organisationsmässigt sker arbetet för att stärka besöksnäringens utveckling på nationell, regional och lokal nivå. På den nationella nivån är det Visit Sweden, på den regionala nivån är det Turistrådet Västsverige och därefter följer den lokala nivån. En utmaning på den regionala nivån, i Västra Götalandsregionen, är regionens storlek och skiftande natur och karaktär. Att sammanfoga våra olika värden som klippor och hav, med våra djupa Västskötska skogar och många sjöar, i ett enda varumärke kan nästintill ses som en omöjlighet. Detta har medfört att det bildats flera delregionala kluster/varumärken i regionen som ofta drivs i form av destinationsbolag eller genom de delregionala kommunalförbunden. Vissa av dem bildades redan för dryga femton år sedan. Detta har präglat den regionala utvecklingen i regionen. De delregionala områden som har etablerat samarbete har fått bättre genomslag för sina destinationer i den regionala marknadsföringen av Västsverige än de kommuner som är oorganiserade. Att majoriteten av Boråsregionens kommuner under 2021 antog en gemensam strategi för besöksnäringen i Sjuhärad är därför ett viktigt steg för utvecklingen av turismen i vår delregion i Västra Götaland.

2. Syfte

I avsaknaden av en delregional strategi har tidigare Svenljunga och Tranemo kommuner haft en egen strategi för besöksnäringen, denna har idag löpt ut och behöver förnyas. Att arbeta fram en ny strategi på kommunal nivå, när det finns en antagen delregional, ses som ineffektivt och överflödigt. Istället har förvaltningen valt att arbeta fram en lokal handlingsplan i samverkan med det lokala näringslivet för att skapa en tydlighet i hur resurserna ska användas de närmsta åren för att stärka vår lokala utveckling i linje med den delregionala strategin.

3. Plan för Besöksnäring i Svenljunga & Tranemo kommuner

Den ovan nämnda strategin för besöksnäringen i Sjuhärad består av tre stycken positionsteman och fem olika strategiområden som insatser och aktiviteter ska riktas mot.

Vision

Boråsregionen/Sjuhärad
– det givna valet i Väst för närodlade
globetrotters och aktiva upptäckare

Mission

Utveckla besöksnäringens utbud och stärka kommunikationen mot potentiella och befintliga besökare och invånare

Positionsteman

Koppla på och koppla av i naturen

Lära och uppleva design, konst, textil

Träna och tävla för bättre hälsa

Strategi

Utveckla digitala och fysiska tillgängligheten

Omvärldsbevakning och analys

Produkt-, affärs- och destinationsutveckling (behålla småskaligheten)

Lyfta matupplevelsorna

Paketera mera (bo, äta, göra)

Göra invånare till stolta ambassadörer

Förutsättning

Tillsammans är vi starka!
Samling runt destination Boråsregionen Sjuhärad

Hållbar utveckling

1. Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt
2. Bra för boende och besökare
3. Fler besökare när och där det inte är fullt
4. Fler jobb och jobb som går att leva på

Positionsteman

Tre positionsteman pekas ut i strategin. Dessa tre områden är våra starkaste dragare. Vissa kommuner kommer ha mer fokus på vissa positioner och andra på andra. Alla dessa tre positioner samspelar och stärker varandra och får gärna kombineras med varandra.

A. Koppla på och koppla av i naturen

Naturen är vår största tillgång. Vi ska utveckla och förbättra våra ledsystem och turistisk infrastruktur så de blir av hög kvalitet. Målsättningen är att vi ska bli Västsveriges bästa cykeldestination och våra möjligheter till att åka skidor ska locka besökare året runt.

B. Lära och uppleva design, konst och textil

Vi ska bli en stark plats inom design, hantverk, textil och utomhuskonst. För Svenljunga och Tranemo kommuner innebär detta att vi stolt ska lyfta fram vår hantverk- textil- och formgivningstradition. Vi vill också bli starkare med mer offentlig utomhuskonst, gärna med fler muralmålningar och andra konstverk.

C. Träna och tävla för bättre hälsa

Vi ser att idrott, hälsa och träning är ett bra komplement till vår naturturism och möjlighet att få fler evenemang. Denna position är inte vår prioriterade men vi ser att kommunen ska vara en självklar part när föreningar vill anordna cuper och tävlingar. Vi

ska även stimulera vårt föreningsliv att våga arrangera större tävlingar av mästerskapskaraktär.

Strategiområden

1. Utveckla den digitala och fysiska tillgängligheten

Den digitala utvecklingen berör såväl kommunen som företagen och den fysiska tillgängligheten, med att skapa bättre mobilitetslösningar på vår landsbygd, behöver förbättras för att vi ska bli en hållbar plats att besöka.

2. Omvärldsbevakning och analys

Vi behöver vara på tårna och kompetensutveckla oss för att hänga med i utvecklingen. Vi behöver bevaka och analysera vår omvärld kontinuerligt tillsammans med våra företag, samarbetskommuner, Turistrådet Västsverige och Destination Sjuhärad.

3. Produkt-, affärs- och destinationsutveckling

Vi behöver lyfta fram befintligt utbud, stimulera till ökat företagande och arbeta för att våra företag och vår plats är hållbar.

4. Lyfta matupplevelserna

En plats matupplevelser är en viktig pusselbit för en attraktiv plats. Vi behöver stimulera till fler och mer hållbara matupplevelser tillsammans med producenter och besöksnäringföretag. Vi ska också lyfta och marknadsföra det som finns idag.

5. Paketera mera

Vi ska vara ett stöd till våra företag för att utveckla paketering av upplevelser. Vi ska stimulera att fler blir bokningsbara och marknadsföra utbudet.

6. Göra invånare till stolta ambassadörer

Vi ska arbeta för att öka lokalkännedomen och göra våra kommuninvånare till ambassadörer.

Destination Sjuhärad

År 2022 blev starten för Destination Sjuhärad. Syftet och målsättningen med samarbetet är att arbeta efter den politiskt antagna strategin. Samarbetet och att enas pekas ut i strategin som en förutsättning och grundstomme för den strategiska utvecklingen av

besöksnäring i Sjuhärad. Sedan 2013 har flertalet av kommunerna i Sjuhärad samarbetat med vandringsturism, vilket sedan utvecklades till att även inkludera cykling och alla former av naturturism. Under 2021, i samband med att strategin för besöksnäringen i Sjuhärad antogs, blev det en självklarhet att inte isolerat samarbeta med naturturism utan inkludera hela upplevelsekedjan för att göra våra platser mer attraktiva för en turist att besöka.

I den antagna strategin går följande att läsa: *"Det krävs att det inom Boråsregionen Sjuhärad finns en väl etablerad samsyn kring vart vi vill och att aktörerna inom besöksnäringen samarbetar tätt och genomför satsningar tillsammans. Mot 2025 behöver vi se till att vi drar nytta av varandra och att vi inte ser varandra som konkurrenter. En större kunskap inom näringen rörande vilka vi är som verkar inom besöksnäringen och vad vi gör, är nödvändigt om vi ska kunna hjälpa varandra att växa. För att lyckas med strategin och för att bli framgångsrika mot 2025 krävs det således att vi arbetar gemensamt, med gemensam finansiering och budget över kommungränserna".*

Att fortsätta utveckla samarbetet och organiseringen kring Destination Sjuhärad kommer därför i hög grad påverka utvecklingen av besöksnäringen.

Om planen och organisering

Samarbete

Dokumentet är kommunöverskridande och antas av både Svenljunga kommun och Tranemo kommun. Syftet med att samarbetet sker kommunöverskridande är att det finns en vinning i att sammanföra företag från båda områdena för att kunna skapa starkare och större nätverk med fler aktörer som kan utbyta erfarenheter med varandra. Ytterligare skäl till samverkan är att vi kan samordna våra resurser och bli mer effektiva. Idag driver vi också en gemensam webbplats och sociala medier för att marknadsföra vårt turistiska utbud.

Rollfördelning

En besökare använder flera delar av en kommuns infrastruktur och det som är av intresse för en besökare är ofta angeläget även för våra kommuninvånare. Den besöksnäringens ansvariga i kommunen har ett sammanhållande ansvar för det turistiska perspektivet i samhällsplaneringen i samverkan med de funktioner som berörs. För att få en kostnadseffektiv och fungerande utveckling av besöksnäringen behöver besöksnäringens perspektivet genomsyra arbetet i flera av våra förvaltningar, att vi har kommuninvånaren och besökarens perspektiv i vårt dagliga arbete, en målsättning att arbeta både för befintliga och *framtida* kommuninvånare.

Förvaltningsnivå

Organisationen ser olika ut i våra olika kommuner. Den första funktionen som berörs, och där samverkan är nödvändig, är skötsel av natur/grönytor (vandrings- cykel- och

paddelleder, rastplatser etc.) Den eller de funktioner som tar hand om badplatser, de traditionella motionsspåren med flera, ska även planera in skötsel av den politiskt beslutade turistiska infrastrukturen.

Den andra och tredje funktionen som berörs av besöksnäringen är kultur och föreningsliv. Här finns flera beröringspunkter där ett utökat samarbete skulle vara positivt. Några exempel är:

- Evenemang av både kulturell- och idrottskaraktär. Dessa stärker våra kommuners attraktionskraft.
- Kulturarv och föreningar som arbetar med dessa. Kulturarv är en viktig del i utvecklingen av besöksnäringen. Att vårda vår plats historia är viktigt för vår förståelse för att kunna förstå samhället och vår kultur. De spännande historierna är ur ett besöksnäringssperspektiv intressanta att lyssna på och förstärker upplevelsen av platsen.
- Föreningsdrivna anläggningar och evenemang. Vissa anläggningar är attraktiva både för besökare och kommuninvånare. Här behöver den kommunala organisationen samorganisera sig så att exempelvis våra bidragsinsatser stärker både folkhälsan och besöksnäringen.

Den fjärde och sista funktionen som berörs är kommunikation. Kommunikation och marknadsföring i både tryckt- och digital form är en stor del av arbetet med besöksnäringen. Vår kommunikation mot besökaren påverkar vår attraktionskraft och bör ingå i den sammanhållna kommunikationsplanen för respektive kommun.

Politisk nivå och budget

Även våra kommuners politiska organisation skiljer sig åt och besöksnäringens förvaltningsöverskridande karaktär påverkar våra organisationer olika. I Svenljunga kommun berörs framförallt två olika nämnder av besöksnäringen, kommunstyrelsen som ansvarar för den strategiska nivån och samhällsbyggnadsnämnden som blir ansvarig för utförandet och driften av det som kommunstyrelsen har beslutat. En samsyn och kommunikation mellan nämnderna är viktig för att ge förutsättningar för det förvaltningsöverskridande arbetet ska fungera.

Flera av handlingsplanens insatser är kopplade till en kostnad för att kunna utföras. De ekonomiska förutsättningarna ser olika ut i våra kommuner. Budgeten kopplad till denna handlingsplan presenteras därför av tjänstepersonens tjänsteutlåtande till detta dokument.

Aktivitetslista

Här presenteras de planerade aktiviteterna och åtgärderna som ska genomföras under handlingsplanens tidsram. Aktiviteterna är framtagna med Besöksnärlingsstrategi Boråsregionen Sjuhärad 2025 som utgångspunkt i samarbete med aktörerna. I tidschemat ses varje insats koppling till de olika strategiområdena och under vilken tidsperiod arbetet ska göras.

Företagsutvecklande aktiviteter

1. Arrangera nätverksmöten/studiebesök för att skapa större kännedom om varandra och varandras utbud
2. Stärka samarbete med matproducenter/restauranger och boenden
3. Aktivt sprida och uppmana till att delta i Turistrådets utbildningar
4. Erbjud föreläsningar och utbildningar
 - a. Företagen önskar ökad kunskap om målgruppsidentifiering, marknadsföring, lönsamhet, affärsutbildning, storytelling, paketering, hemsidor, SEO, sociala medier samt tillstånds- och myndighetsfrågor.
5. Erbjud stöd till utveckling av hemsidor
6. Erbjud stöd för flerspråkiga hemsidor
7. Erbjud stöd för att ta fram video- och bildmaterial
8. Erbjud stöd för att utveckla onlinebokning
9. Sprida information om trender till företagen
10. Stötta föreningar/företag som vill utveckla turistisk infrastruktur så som exempelvis vandringsleder.

Marknadsföring och ambassadörskap

11. Lokal marknadsföring, stärka lokalkännedomen
 - a. Kan förslagsvis göras genom tävlingar och event
12. Kommunicera fler paketeringar via vår hemsida
13. Aktivt arbeta med sociala medier och hemsida
14. Identifiera utländska marknadsföringskanaler
15. HR-resor och lokala möten från kommunal verksamhet
16. Utveckla destination Sjuhärad
17. Ta fram gemensamma marknadsföringskanaler för Sjuhärad

- a. Företagen och förvaltningen ser flera vinster med att skapa en stark destination som marknadsförs gemensamt.
- 18. Stärka relationen och utveckla samarbetet med Småland
- 19. Utveckla och stärk destination Visit Fegen

Turistisk infrastruktur

- 20. Arbeta för att förbättra tillgängligheten utan bil
- 21. Arbeta för att inkludera turistisk infrastruktur med övrig kommunal infrastruktur i den kommunala organisationen
- 22. Utveckla infopoints/lokala informationsplatser
- 23. Utveckla utpekade cykel- och vandringsleder
 - a. Ätradalsleden, Pyttebanan, Sjuhäradsrundan
- 24. Undersöka möjligheter för att utveckla nygamla vandringsleder
 - a. Kurirleden, Oxabanan,
- 25. Förbättra och utveckla våra kanotlägerplatser och kanotleder

Kultur och evenemang

- 26. Öka samarbetet med kulturenheten och initiera fler gemensamma projekt, investeringar
- 27. Utveckla våra kulturarvsplatser för att förstärka våra naturupplevelser
- 28. Skapa evenemang för att stärka matupplevelsena
- 29. Stimulera fler evenemang inom kultur och idrott

Tidsplan för aktiviteter och insatser

Se bilaga 1

4. Implementering och tillämpning

Planen är ett levande dokument och ska fungera som en styrning och hjälp i det kommunala strategiarbetet. Dokumentet ska ligga till grund för styrning av vad förvaltningen ska arbeta med och prioritering av budget. Förutsättningarna kan förändras över tid och nya aktiviteter kan tillkomma och andra kan strykas om behovet förändras. Under hösten 2025 ska det genomförda arbetet presenteras hos kommunstyrelsen.

Aktivitet	Aktiv part				Strategi-område	Vår 2023	Höst 2023	Vår 2024	Höst 2024	Vår 2025	Höst 2025	Kommentar
	Svenljunga		Tranemo	Företag								
	KS	SBN										
FÖRETAGSUTVECKLANDE INSATSER												
1	X		X	X	2, 4	Jan-Feb	Okt	Jan-Feb	Okt	Jan-Feb	Okt	En gång/vår och höst
2	X		X	X	3, 4, 5	Jan-April						
3	X		X	X	1, 2, 3, 4, 5	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
4	X	X	X	X	1, 2, 3, 4, 5	X	X	X	X	X	X	Minst 2 st/år
5	X		X	X	1			X	X			
6	X		X	X	1			X	X			
7	X		X	X	1, 3	X	X	X	X	X	X	
8	X		X	X	1, 5		X					Via föreläsning
9	X		X	X	2, 3	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
10	X		X	X	1, 3	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
MARKNADSFÖRING OCH AMBASSADÖRSKAP												
11	X		X	X	6	X			X			
12	X		X	X	1, 3, 5	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
13	X		X	X	1, 6	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
14	X		X	X	2, 3	Jan-Feb						
15	X		X	X	6		X	X	X	X	X	
16	X		X	X	3	X	X	X	X	X	X	
17	X		X	X	1, 3	X	X	X				
18			X	X	1, 3	X	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
19	X			X	1, 3	X	X	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
TURISTISK INRASTRUKTUR												
20	X	X	X	X	1, 3				X	X	X	
21	X	X	X	X	1, 3	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
22	X		X	X	1, 6	X		X				
23	X	X	X	X	1, 3, 5	X	X	X	X	X	X	
24	X		X	X	1, 3, 5	Efter behov	Efter behov	Efter behov	Efter behov	Efter behov	Efter behov	
25	X	X			1, 3, 5	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	Löpande	
KULTUR OCH EVENEMANG												
26	X	X	X		3, 6	X	X	X	X	X	X	
27	X	X	X	X	3	X	X	X	X	X	X	
28	X		X	X	3, 4, 6				X		X	
29	X	X	X	X	3, 6		X		X		X	