



Parkerna i den framtida besöksnäringen

Pernilla Nordström, Tillväxtverket



■ **Besöksnäring, en växande näring**

- som kan bidra till ett hållbart samhälle

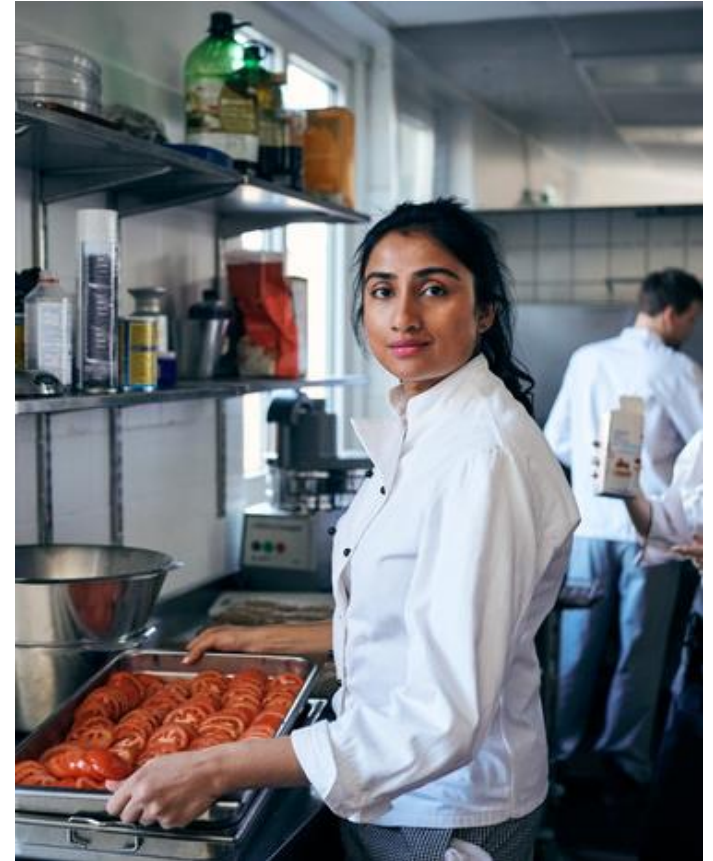


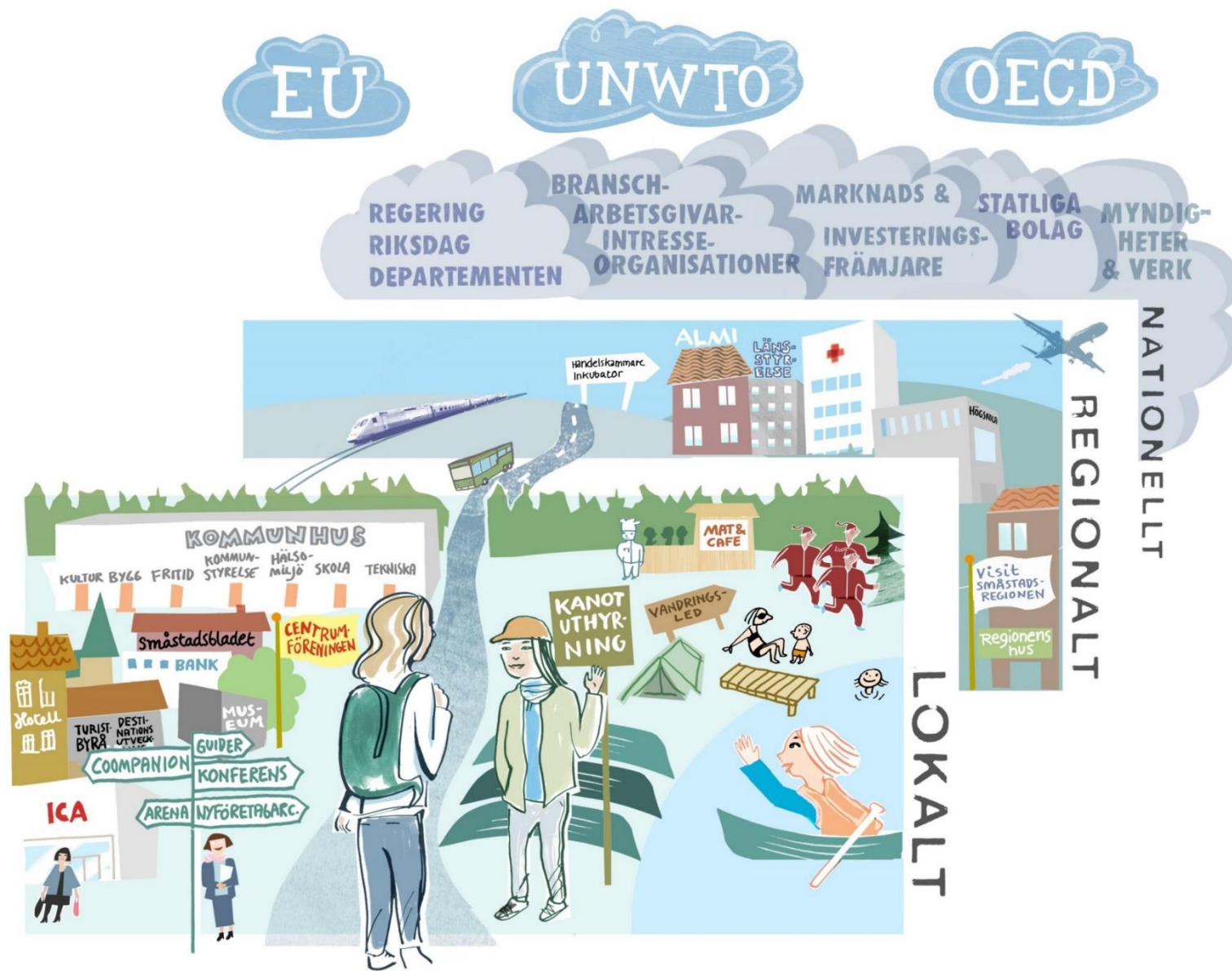
Turism

- "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."

Besöksnäring

- Omfattar aktörer i de branscher som säljer tjänster till besökare
- Handel, transport samt hotell & restaurang står för största delen av omsättningen
- Resebyråer, flyg, hotell är de branscher som i störst utsträckning drivs av turism





Samverkan och samspel

- Många olika branscher och aktörer
- Bygger på samspel mellan:
 - olika nivåer
 - olika sektorer
 - offentligt - privat
- Behövs tydliga mål och strategier



Turismens fördelar

Turismen bidrar till samhällsekonomi

- Skapar förutsättningar för tillväxt, företagande och sysselsättning
- Platsbunden – möjlighet till utveckling och tillväxt i hela landet
- Katalysator för fler företag och arbetstillfällen
- Sysselsättningsintensiv, många instegsjobb
- Bidrar till integration

Omsättning & sysselsättning 2017

- Omsatte **317 miljarder kronor** i Sverige 2017.
 - Total **ökning 7,4 procent** eller 21,8 miljarder kronor, jämfört med 2016. Fördubblad omsättning sedan år 2000.
- År 2017 uppgick de utländska besökarnas konsumtion i Sverige (turismens exportvärde) till **134 miljarder kronor** – en ökning med **11,4 procent** jämfört med 2016. Den del som växer snabbast.
- Sysselsättningen ökade med **6,4 procent** - 11 000 jobb - jämfört med 2016. Den totala sysselsättningen ökade med 2,3 procent.
- Besöksnäringen sysselsätter totalt omkring **175 000 personer**, dubbelt så många som fordonsindustrin.



Fler fördelar

Turismen – attraktionskraft i fokus

- Bidrar till att utveckla attraktiva, hållbara samhällen för boende, besökare och verksamma
- Natur- och kulturturism lockar allt fler internationella besökare
- Bidrar till ökat intresse för att bevara, utveckla och tillgängliggöra kultur- och naturmiljöer
- Bidrar till stärkt landsbygdsutveckling
- Bidrar till Sverige bilden utomlands



Foto: Lars Nyberg

Sverigebilden

Utländska resenärers bild av Sverige

- Vackert med unik orörd natur, tillgänglig för alla
- Modernt
- Öppenhet och frihet
- Hållbarhet
- Tryggt, säkert, gästvänligt
- Hälsosam livsstil

(Visit Sweden)



Målgrupp: den globala resenären

Visit Sweden

- Reser på semester med minst en övernattnig utomlands en gång/år
- Vill gärna lära sig något nytt om landet de besöker
- Vill uppleva svensk kultur, livsstil och natur
- Vill njuta av god mat och dryck
- Vill resa runt för att se flera sidor av Sverige och uppleva det genuina och oförställda





► Tillväxtverkets uppdrag

Tillväxtverkets vision och verktyg

- Vårt uppdrag inrymmer hållbar näringslivsutveckling, hållbar regional utveckling
- Vi vill skapa bättre förutsättningar för företagande och attraktiva regionala miljöer där företag kan utvecklas.
- Vision: Ett Sverige med fler företag som kan, vill och vågar!
- Våra verktyg
 - Kunskap
 - Nätverk
 - Finansiering



Uppdrag om turism och besöksnäring

- Enligt vår förordning (2009:145) med instruktion:
 - Ansvara för kunskaps- och kvalitetsutveckling samt samverkan och samordning inom turism.
 - Ansvara för den officiella turismstatistiken.
- Uppdrag
 - Hållbar destinationsutveckling 2012-15
 - Hållbar produktutveckling med fokus på natur- och kulturbaserad turism 2016-19
 - Kartläggning turism- och rekreationscykling 2017-18
 - Samordnat agerande inom en sammanhållen landsbygdspolitik



Fyra fokus i Tillväxtverkets arbete inom turism och besöksnäring



- **Hållbar destinationsutveckling och hållbara produkter och tjänster** som är internationellt konkurrenskraftiga och attraktiva för besökaren
- **Strategisk samordning och samverkan** för ökad styrning, kunskapsöverföring och koordinering
- **Ökat företagsfokus** med insatser för att företagen ska kunna utveckla sin affärsmässighet
- **Kunskap med grund i statistik och analys** så att beslutsfattare och företag kan investera på bästa sätt



► **Aktuellt**

Besöksnäringens utredningen

Hållbar produktutveckling
natur- och kulturturism

Ett land att besöka

En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring (SOU 2017:95)

- November 2016 - december 2017
- Uppdrag: utreda och föreslå en sammanhållen politik för hållbar turism och växande besöksnäring
- Ge regeringen underlag för att stärka besöksnäringen som export- och jobbmotor i hela landet
- Jämställdhets- och hållbarhetsperspektiv ska genomsyra
- 50 förslag
- Remiss januari – april 2017



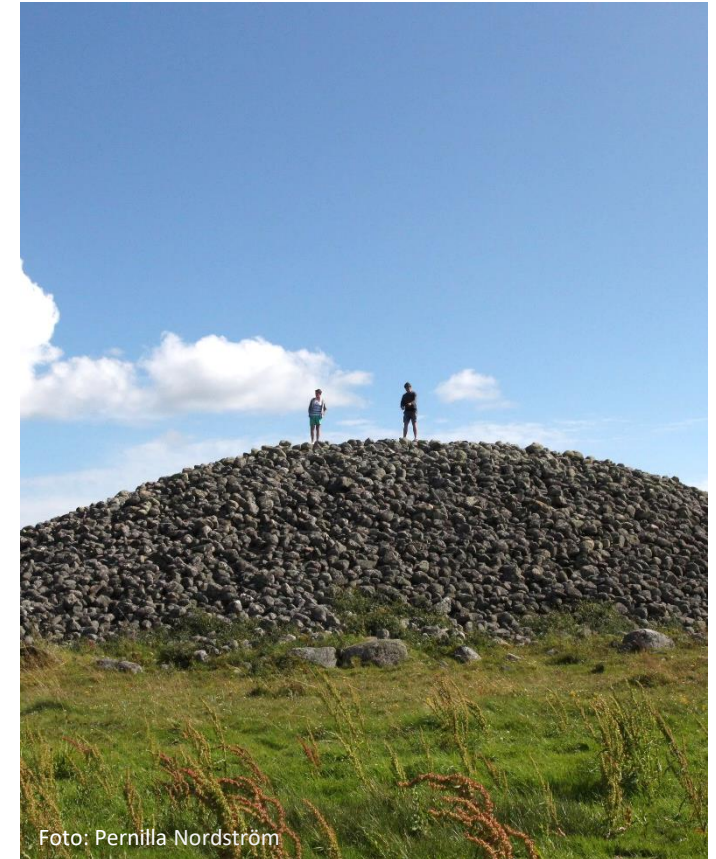


Behov av en samlad politik

- Behov av bättre samverkan och samordning: myndigheter, näringsliv, akademi, civilsamhället
- Hållbarhetsaspekterna allt viktigare
- Risk för hyperturism
- Koppla samman stad och landsbygder
- Del i ett hållbart samhällsbygge.
- Behov av strategier som främjar hållbarhet, innovation och kompetens.

Vision

- 2030 är svenska besöksupplevelser hållbara, globalt konkurrenskraftiga och innovativa, turism är högt värderat av svenska invånare och besöksnäringen attraktiv att verka inom som företagare och anställd





Nio strategiska insatsområden

Besöksanledningar

- Naturturism
- Kulturturism
- Måltidsturism
- Evenemang och stora möten

Tvärgående insatser

- Digitalisering
- Utveckling, innovation och forskning
- Tillgänglighet och transporter
- Företagens villkor



Kulturturism - förhållningssätt

- Kulturarv – ”alla materiella och immateriella uttryck för mänsklig påverkan”
- Kulturmiljöer – en del av turismens infrastruktur
 - » Städernas arkitektur och *parkmiljöer*, museer och hembygdsgårdar, världsarv, bruks- och industrihistoriska miljöer, militärhistoriska miljöer, slott, fornminnen, kulturleder, jord- och skogsbrukslandskap
- Helhetsupplevelser av landskap och städer
- Klokt hanterat kan intressen för utveckling av företagande och sysselsättning och intressen för en hållbar utveckling av kulturarvet stärka varandra
- Starka samband kultur-, natur- och måltidsturism

Ställningstaganden och förslag kulturturism

- Kulturmiljöer stor betydelse för utveckling av verksamhet och företagande inom kulturturism
 - Delstrategi och politiska mål för kulturturism
 - Förslag för hur skyddade natur- och kulturområden kan användas för utveckling av natur- och kulturturism
 - Plan för hållbar besöksmålsutveckling av världsarven
- Staten har en främjanderoll
- Svårighet med finansiering ett hinder
 - Insatser behövs för att upprätthålla kvalitet
 - Svårt att ta betalt
 - Utformning av arbete kring turismekonomiska kretslopp och finansieringsmodeller för turism i kulturmiljöer





Något om naturturism

- Omvärldens intresse för Sverige som naturland ökar
 - 9 av 10 i målgruppen den globala resenären vill uppleva naturen på sin Sverigesemester (*Visit Sweden*)
- 2700 företag
 - Branschorganisation Naturturismföretagen
- Naturturismstrategi juni 2018 (näringsenheten)
 - Samverkan andra aktörer
 - › Paketering – attraktiva erbjudanden
 - › Affärssamverkan
 - › Längre vistelser – hållbart resande
 - Gemensamma intressen, t.ex. leder, infrastruktur



Kulturturism och naturturism

- Behov av ökad integrering kulturturism och naturturism
- Landskapsperspektiv
- Naturturismen ligger före
 - Produktutveckling
 - Fler företag, organisering
- Ökade insatser för kulturturism inom Tillväxtverket
 - Tydligare fråga och kompetens
 - Pilotprojekt hållbar besöksmålsutveckling världsarv
 - Hållbar produktutveckling fokus natur- och kulturturism

Hållbar produktutveckling 2016-2019

Med fokus på natur- och kulturbaserad turism

- Sju utvalda områden ska utveckla hållbara besöksupplevelser och paket för en internationell marknad. Resa - äta - bo - göra
- Målet är att få fram ett ökat utbud av exportmogna produkter, baserade på natur- och kulturupplevelser.
- Etablering samarbeten och nätverk.
- Målgrupper: SME genom destinationsorganisationer, turismutvecklare (konsulter), branschorganisationer, kommuner, regioner.
- Genomförande: sju regionorganisationer i Blekinge, Dalarna, Jönköping, Skåne, Uppsala, Västra Götaland/Västsverige, Östergötland
- Budget 78 Mkr varav Tillväxtverket 40 Mkr



Foto: Lars Nyberg



► Framåtblickar

Parkernas roll

Parken luckrar staden

ett nät genom staden

släpper in luft och ljus
skyddsbältet för brand och bomber

avgränsar skilda stadsdistrikt
och ger dem individuell karaktär

miljö för enskilda byggnader
och viss bebyggelse
trafikanordningar m.m.

*Parken ger plats för
friluftskreation*

promenad och vila

kummelpark för alla åldrar

lekfält
lekstugor
lägerplatser
idrottsområden

Parken är samlingsplats

samling i

stadens allmänningar

gudstjänster
musik
demonstrationer
fester
dans

*Parken bevarar natur
och kultur*

ursprunglig och nyskapad natur från
enskilda träd till hela landskap

gamla kultur och ny från skulptur-
ställningen till det moderna monumentet

*Parken som
besöksmål*

(Stockholms parkprogram 1946,
Holger Blom)

Nature in Gothenburg

Being a port city you are never far from water in Gothenburg; down at the harbour where giant ferries traffic continental Europe, or the city's beautifully laid-out canals.



Photo: Faramarz Gosheh/imagebank.sweden.se

i



Photo: Karolina Friberg/imagebank.sweden.se

i

Nature in Malmö

Malmö is famous for its city centre parks (16 and counting) and its beautiful canals that wind their way through the older parts of town.

Parkernas potential

- Sveriges parker marknadsförs redan internationellt
- www.visit.sweden.com



Swedish parks and gardens

Stockholm, Gothenburg and Malmö are brimming with natural beauty spots, lakes, rivers, beaches and parks and gardens...and archipelagoes. Archipelagoes? Yes. The Stockholm



Skåne and Malmö beaches

If you didn't know it already we are a nation of bathers. Lake, river or sea, Swedes will get their kit off and jump into it.



Stockholm archipelago

The Stockholm archipelago of 30,000 islands, skerries and rocks fans out 80 km east into the Baltic Sea from the city.

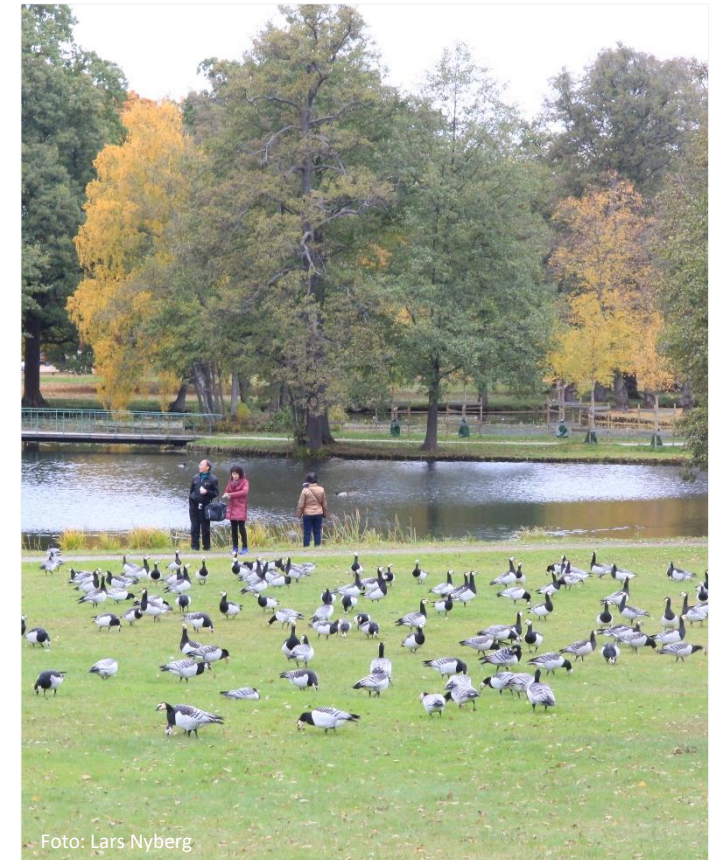


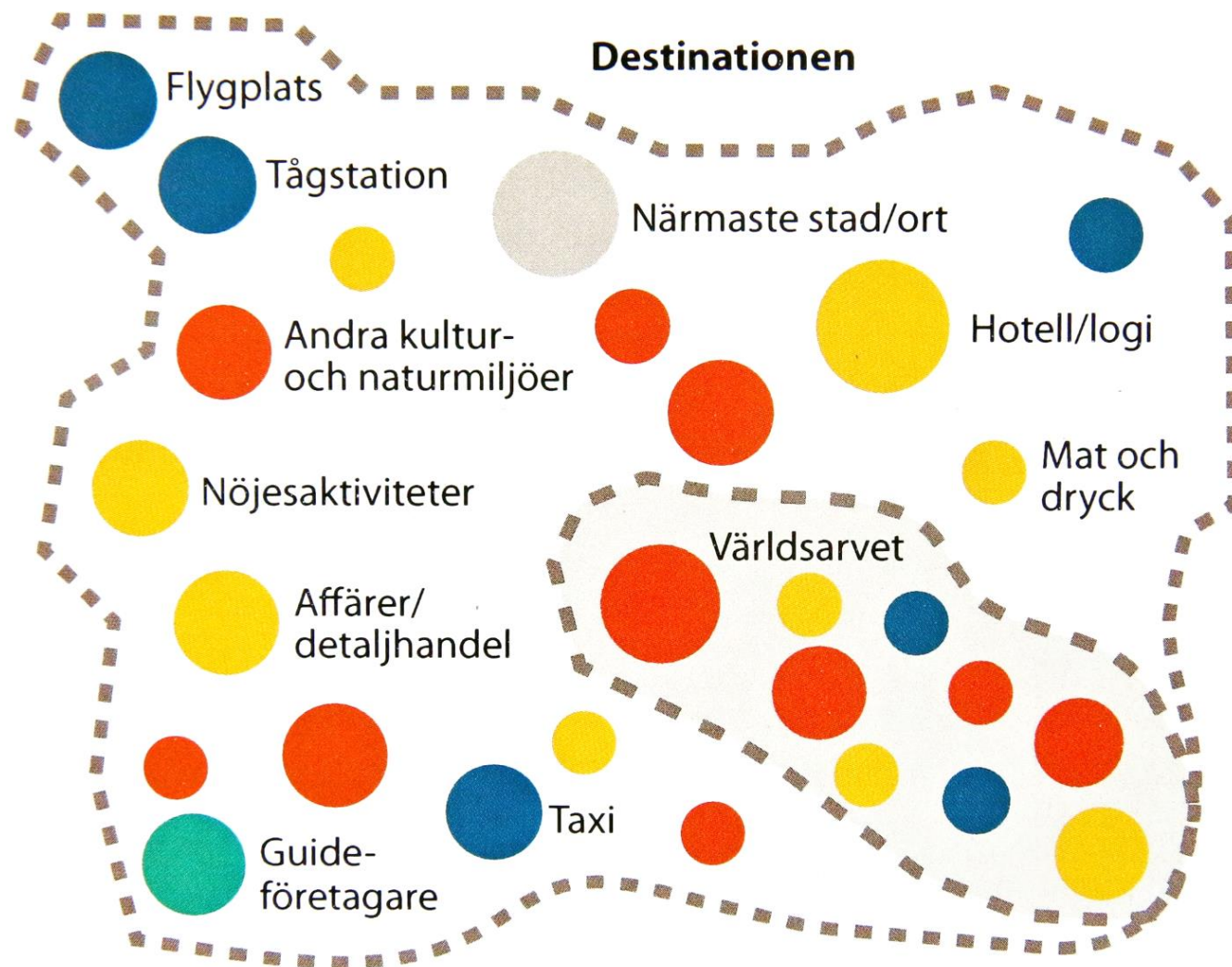
Sweden's west coast and islands

Sweden's west coast stretches from Gothenburg up to the border with Norway. Along the coast feast on some of the world's best seafood, spot seals

Parken som besöksmål – vad innebär det?

- Parken – en del i en större kontext
 - Kulturhistorisk
 - Andra upplevelser
 - Del i samlat utbud – destination
- Framförhållning - strategi
 - Gemensam målbild
- Aktiv besöksplanering
- Utmaningar i förvaltning och underhåll
- Kommunikation
 - möjligheter att lyfta parkernas betydelse





Destinationsperspektivet

- Resa - äta – bo – göra
- Samsyn – integrering i regional, lokala strategier
- Samarbeten och kluster
- Paketering
- Koppling samhällsplanering
- Tillgänglighet

Principmodell som visar olika delar som behövs för att arbeta utifrån ett destinationsperspektiv och skapa en hållbar och fungerande helhet. Källa: Peter DeBrine, Unesco.



Ord på vägen.....

- Bli en aktiv part i destinationen
 - Samarbeta med din lokala och regionala destinationsutvecklingsorganisation
 - Dela strategi, mål och målgrupper
 - Ha koll på "erbjudanden"
- Arbeta med produktutveckling och paketering
 - Sök möjligheter till (affärs)samverkan med andra besöksmål eller med boenden, restauranger, caféer
 - Resa – bo – äta göra
- Ha ett tydligt hållbarhetsperspektiv.
- Var digitalt tillgänglig

Tack för mig!

Kontakt
pernilla.nordstrom@tillvaxtverket.se
08-681 6617

Läs mer på www.tillvaxtverket.se/turism



*Melissa Martin, Dining Room, 2006
Wanås Konst*