handle with love

BLEKINGE

Besöksnäringsstrategi 2030

Förord

Besöksnäringen är en förutsättning för Blekinges attraktionskraft. Det handlar om kvalitet, fantastiska upplevelser och magiska platser som känns unika och på riktigt. Naturen, kulturen, musiken, världsarvet, idrotten, maten och det sätt vi möter våra gäster på.

Blekinges besöksnäringsstrategi 2030 är en revidering av BLEKINGE Strategi för besöksnäringen 2013. Den tidigare strategin fokuserade primärt på Blekinges identitet samt att skapa struktur och en gemensam organisation för samordning av marknadsföring, varumärkespositionering och destinationsutveckling. Ett av den tidigare strategins främsta resultat var bildandet av Visit Blekinge som en etablerad aktör i länet och Blekinge är nu redo för att ta nästa steg.

Med ett varmare Europa och accelererande klimatkris ökar besöksströmmarna till Sverige. Då är det viktigt att Blekinge har gynnsamma strukturer som främjar positiva avtryck från besökarna i vårt län.

Den här strategin kan därmed lägga betoning på utvecklingsinsatser som flyttar fram positionen för såväl enskilda företag som destinationen i sin helhet. Strategin omfattar ideella, privata och offentliga verksamheter, som vill vara med och jobba för en hållbart växande destination, ökad lönsamhet med fler investeringar och fler kollegor i länet. En strategi som är beroende både av tyngre aktörer och småskaligt driv.

Strategin är framtagen i dialog mellan offentliga aktörer, näringsliv, idéburen sektor och akademi, som tillsammans definierat ett önskat läge, beskrivit ett nuläge och identifierat framgångsfaktorer för att nå det önskade läget.

Strategin är ett prioriteringsverktyg och bör ses som en vägledning i framtagandet av verksamhetsplaner, handlingsplaner, projekt och enskilda initiativ, i ett aktivt utvecklingsarbete av berörda parter.

Parallellt med framtagandet av besöksnäringsstrategin har Visit Blekinge tillsammans med bland annat besöksnäringen utvecklat ett gemensamt platsvarumärke för att locka fler besökare, invånare och etablerare till Blekinge. Platsvarumärket är vägledande för allt övergripande varumärkes- och imageskapande arbete på regional nivå, med uppgiften att stärka attraktionskraften för Blekinge, inom och utom länets gränser. Ett gemensamt platsvarumärke hjälper oss, precis som besöksnäringsstrategin i sin helhet, att dra åt samma håll och är samtidigt ett stöd för den enskildes verksamhet och varumärke.

Besöksnäringen är en del av Blekinges ansikte utåt men också en viktig motor i lokal platsutveckling och samhällsutvecklingen i stort. Vi strävar efter en regenerativ turism som bidrar till positiva effekter för människor, företag och livsmiljöer. Besöksnäringsstrategins mål och vision ligger i linje med de globala hållbarhetsmålen i Agenda 2030 och Blekinges Regionala utvecklingsstrategi Växtplats Blekinge.

Minnesregel: rätt besökare till rätt plats vid rätt tillfälle är en vägledande kompass i strategin.

- Blekinge är till för den närande, medvetna resenären, med minimala negativa avtryck.
- Rätt plats är en geografisk balans mellan alla de fantastiska platser som finns i hela länet.
- Rätt tillfälle är 365 dagar om året.

Utvecklingen står och faller med var och en av oss – vi blir det vi gör tillsammans.

”Blekinge is silently becoming one of Swedens most sustainable destinations”

Kim Ross, hållbarhetsstrateg
destinationsutveckling Swedish Welcome

Allting börjar med ett besök

Besöksnäringsstrategin är en underliggande plan till den Regionala utvecklingsstrategin, Växtplats Blekinge.

Revidering 2024

REGION BLEKINGE

VISITBLEKINGE

Produktion *Visit Blekinge*

Fotografer: *Alexander Hall, Mikael Tannus, Jacob Zocherman, Andreas Mattisson, Miko Mallo Annika Persson, Linda Åkerberg, Jens Lennartsson, Ben G.T Nyberg, Niklas Kämpargård, Angelica Zander, Michael Petersson, Helena Schutz, WayOutBros, Robert Ekholm, Paraply Production, Lars Nyman, Serny, Daniel Blome, Hanna Franzen, Magnus Lejhall, Jan Hindersson, Simone Ærsøe, Olle Enqvist och Henrik Ivansson*

Innehåll

Förord	2
Innehåll	4
Framtidens Blekinge	5
Ett regenerativt förhållningssätt	6
Strategin kortversion	9
Roller	11
Trendspaning	13
Temaområden	14
Utvecklingsområde	19
Så får vi det att hända	27
Ordlista	30
Tack	31

”Här växer och utvecklas företag, destinationer och livsmiljöer utan att äventyra framtida generationers möjligheter att göra detsamma.”

Framtidens Blekinge

Önskat läge

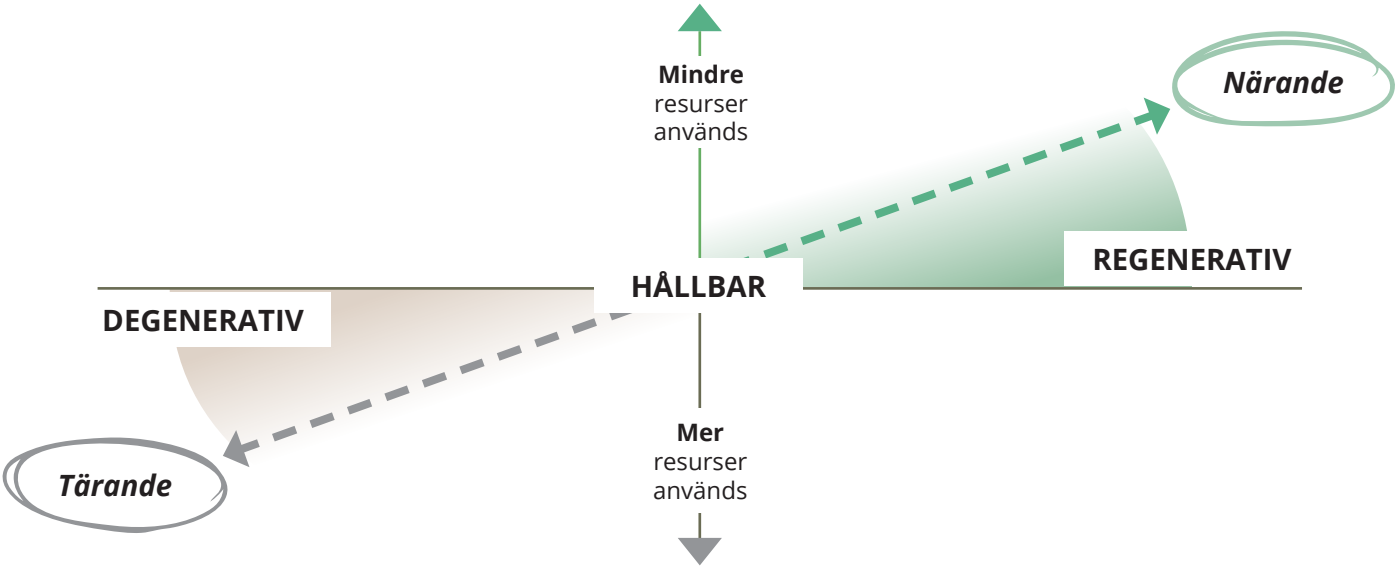
Beskriver Blekinge i framtiden när visionen och målen är uppnådda.

Framtidens Blekinge är starkt präglat av öppenhet, framåtanda, kreativitet och innovationskraft. Blekinge är 2030 en internationellt erkänd hållbar destination där platsens och människornas bästa är av högsta prioritet. Här växer och utvecklas företag, destinationer och livsmiljöer, 365 dagar om året, utan att äventyra framtida generationers möjligheter att göra detsamma. Aktörer verkar enskilt och tillsammans i ett systematiskt utvecklingsarbete där modiga satsningar lett till spännande innovationer och attraktiva erbjudanden med nya sätt att bo, resa och uppleva Blekinge. Investeringar sker från offentligt, privat och ideellt håll och länet präglas av en hoppfull framtidstro. Blekingeborna är stolta över utvecklingen och det som sker med varsamhet över platsens behov och villkor och det finns en stark vilja att vara med och bidra, både i närtid och framtid.

I ett internationellt perspektiv lyfts Blekinge fram som en betydande plats som vågat välja och håller sin utstakade väg. Blekinge är en attraktiv plats för besökare och organisationer som vill kunskapsbygga, uppleva och hämta inspiration kring samspelet mellan hållbar utveckling och god lönsamhet. Här finns och utvecklas attraktiva upplevelser året om där platsens och säsongens erbjudanden skapar förutsättningar för unika möjligheter att upptäcka Blekinge.

Ett regenerativt förhållningssätt

Regenerativ besöksnäring handlar om att lämna platsen i bättre skick än du fann den som bidrar till positiva effekter för människor, företag och livsmiljöer.



Regenerativ turism handlar om att skapa hållbar utveckling i lokalsamhället med turism som ett verktyg. Det bidrar till lokalbefolkningens livskvalitet samtidigt som den är starkt kopplad till ekosystemens hälsa.

Regenerativ turism utmanar samhällets fokus på ekonomisk tillväxt och syftar istället till att skapa en ekonomi som leder till ömsesidig nytta.

Ett regenerativt förhållningssätt

Att agera närande kräver förutsättningar i alla led. Med gemensamma krafter rör vi oss mot att vara ett regenerativt resmål, en välmående plats och spirande lokalsamhälle.

För att kunna agera närande som företagare eller besökare krävs förutsättningar. Region, kommuner, myndigheter näringsliv och civilsamhället m.fl är olika delar av **möjliggörarsystemet**.

Besöksnäringen ansvarar för att på ett hållbart sätt erbjuda besökare ett gott värdskap och upplevelser på platsens villkor samt underlätta för gästen att göra hållbara och medvetna val.

Besökaren ansvarar för att välja så hållbara lösningar som möjligt och visa sin respekt för platsen, miljön och lokalsamhället.

Målgruppsbeskrivning

Filosofin kring den närande resenären handlar om att vara mer medveten om sitt fotavtryck och möjlighet att göra en positiv skillnad på de platser de besöker.

Den närande resenären är en medveten konsument som gör hållbara val och lämnar minimala negativa avtryck, samtidigt som den bidrar till platsen på ett positivt sätt.

Den närande resenären finns inom alla segment, åldersgrupper och marknader. Den närande turisten söker medvetet upplevelser, resor och boenden som stärker dennes identitet som en miljövänlig resenär, som är intresserad av lokalsamhällets historia, invånare och kulturarv. Den närande besökaren gynnar det lokala näringslivet och väljer gärna lokalproducerad mat och dryck samt spenderar gärna en extra slant på lokalt hantverk och design.

För att locka den närande besökaren behöver det vara lätt att göra rätt, vilket också bör kommuniceras på ett attraktivt sätt både innan, under och efter sitt besök. Detta ställer ett ökat krav på infrastruktur och service både på offentligt sektor, institutioner och privat näringsliv.

Genom att vara en närande resenär kan vi alla göra världen till en bättre plats!

Så känner du igen den närande besökaren

tio utmärkande drag

- Strävar efter att minimera sin negativa påverkan på miljön.
- Vill vara en del av något större och en aktiv del av platsen.
- Väljer miljövänliga transportmedel.
- Plockar upp sitt skräp och respekterar lokala ekosystem.
- Stödjer lokala företag och hantverk.
- Väljer unika boenden och restauranger med lokala smakupplevelser.
- Vill uppleva och känna, utforska och upptäcka.
- Lär sig om lokal kultur, historia, traditioner och språk.
- Engagerar sig i volontärarbete eller stödjer lokala välgörenhetsorganisationer.
- Väljer platser som representerar deras värderingar och engagerar sig på olika sätt.

Kanske känner du igen dig själv i något av dessa drag.

Sammanfattat ut Placebranders trendrapport, ”Platsutveckla för en bättre värld och attrahera människor till din plats”.

Besöksnäringsstrategin ska bidra till att fler människor ska kunna och vilja leva, arbeta och utvecklas i Blekinge

Mål > Utvecklingsområden

Strategin har två inriktningsmål och två metodmål. Varje mål har ett tillhörande utvecklingsområde med beskrivande text samt prioriteringar som definierar vad som ska göras för att nå visionen. Varje enskild aktör väljer ut de prioriteringar som är relevanta för sin verksamhet och beskriver hur de tänker arbeta med detta i handlingsplaner, verksamhetsplaner, projekt och enskilda insatser.

> Prioriteringar

Prioriteringarna definierar vad som behöver göras för att nå visionen. Varje enskild aktör väljer ut de prioriteringar som är relevant för sin verksamhet och beskriver hur man tänker arbeta kopplat till sina egna verksamhetsspecifika mål och inriktningar.

Mål: Blekinge är 2030 en internationellt erkänd hållbar destination där platsens och människornas bästa är av högsta prioritet.

En hållbar destination att längta till året runt

- ☐ Blekinge bedriver ett aktivt och mätbart hållbarhetsarbete med nära koppling till forskning, utveckling och innovation.
- ☐ Destinationen upplevs attraktiv 365 dagar om året.
- ☐ Ett breddat sätt att resa utvecklas med anpassade transporter och infrastruktur.
- ☐ Blekinge arbetar systematiskt och konsekvent med värdskap, stolthet och ambassadörskap.
- ☐ Balanserade besöksströmmar med en utjämnad kurva över året och länet.

Mål: Modiga satsningar har lett till spännande innovationer, attraktiva erbjudanden och tillväxt, med nya sätt att bo, resa och uppleva Blekinge, 365 dagar om året.

Ett växande näringsliv med attraktiva erbjudanden

- ☐ Aktivt arbeta för fler ekonomiskt rubusta aktörer, med nära koppling till innovations- och företagsfrämjande system.
- ☐ Blekinge ska vara en given destination att samverka med kring internationella målmarknader.
- ☐ Verka för fler investeringar och nyetableringar.
- ☐ Förbättra processer och tillämpning för och med näringen, för ett enklare och jämlikare företagande.
- ☐ Destinationsutveckling ses som en nyckelfaktor för sammankoppling och uppskalning av erbjudanden och temaområden.
- ☐ Besöksnäringen ska både vara en attraktiv bransch att arbeta inom och lätt att kompetensförsörja.

Mål: Samhandling har uppnåtts och strategins intressenter arbetar tillsammans och självständigt med insatser för att nå den gemensamma visionen.

Att verka tillsammans

- ☐ En långsiktig och stark struktur för samskapande.
- ☐ Främja öppna och dynamiska mötesplatser och hubbar, inom besöksnäringen samt tvärsektoriellt mellan olika branscher och områden.
- ☐ Samarbete, samt i strategiska allianser såväl geografiskt som med andra näringar.
- ☐ Både insatser och uppföljning av strategin har ett högt medskapande från samtliga aktörer.

Mål: Marknadsföring och kommunikation används för att attrahera besökare som bidrar positivt till en hållbar destination för företag, människor och livsmiljöer, året runt.

Marknadsföring som säljer och håller det vi lovar

- ☐ Kommunikation och marknadsföring sker strategiskt och den närande resenären prioriteras.
- ☐ Blekinge är en attraktiv part att samverka med.
- ☐ Besöksnäringsaktörerna arbetar aktivt med sin egen marknadsföring.
- ☐ Utveckling och positionering av starkare besök- och reseanledningar för unga.
- ☐ Blekinge ligger i framkant inom digital marknadsföring.
- ☐ Alla som lever i och besöker Blekinge är stolta ambassadörer.

Blekinges utvecklingspotential är beroende av olika aktörer, med olika funktioner och roller. För att besöksnäringen ska utvecklas och växa behöver aktörerna driva utvecklingen både enskilt och tillsammans.

Regionala intressenter

Skapar förutsättningar för utveckling av platser, företag och människor på ett hållbart sätt. Här finns; Region Blekinge, Länsstyrelsen, Visit Blekinge, företagsfrämjande aktörer, regionala kluster och medlemsorganisationer samt statliga och regionala kulturinstutioner.

Hit hör även akademi, forskning och innovation.

Kommunala intressenter

Skapar förutsättningar för ett gott näringslivsklimat genom aktiva dialoger och samskapande med det lokala näringslivet, tillståndshantering och tillgång till en allmän god offentlig service. Kommunerna är avgörande för att driva på den lokala utvecklingen av unika platser och miljöer.

Idéburen sektor/ föreningsliv

Skapar möjligheter till mötesplatser och inte minst platsstolthet. Sektorn bidrar till att fylla Blekinge med aktiviteter och upplevelser, och till att stärka det sociala kapitalet med inflytande och delaktighet i det gemensamma samhällsbygget.

Näringslivet

Skapar reseanledningar och ett säljbart produktutbud som stärker Blekinges attraktionskraft.

Aktivitetsutbud, värdskap, underhållning, boende, transporter, mat och dryck är grundläggande pusselbitar för besöksnäringens existens.

“För inte så länge sedan flyttade människor dit jobben fanns. Nu är flödet det motsatta – företagen flyttar till de platser där de kreativa och kompetenta människorna vill bo.”

Johan Graffman

Besöksnäringen är en förutsättning och accelerator för ett attraktivt Blekinge.

Blekinge behöver

... bli fler till antalet; unga invånare i arbetsför ålder, företagare och konsumenter.

... enklare och jämlika förutsättningar att driva företag i hela länet.

... bidra till ökad hållbarhet för ekologisk, ekonomisk och social tillväxt.

... en balanserad tillväxt med en utjämnad spridning av erbjudanden och besökare, över hela länet året runt.

... en aktiv samverkan inom och mellan; företag, idéburen sektor, region, kommun, länsstyrelse och andra myndigheter.

... stärkt infrastruktur och möjlighet till ett hållbart resande.

... ökad stolthet över platsen där man bor och verkar, ett gott värdskap, modiga talanger och välkomnande människor.

Trender

Kort beskrivning av en spaning utifrån de övergripande trender som antas vara avgörande för en framgångsrik besöksnäringsutveckling. Dessa trender i kombination med Blekinges nuläge och önskade läge lägger grunden för strategins utvecklingsområden och prioriteringar.

- Den regenerativa utvecklingen där platsen och människornas bästa alltid är i fokus, där gränserna suddas ut mellan besökare och invånare. Vi är alla locals och potentiella besökare.
- Den närande, medvetna och hållbart engagerade besökaren som vill bidra till platsens välmående, ett starkt lokalsamhälle och ett brett utbud.
- Den empatiska och meningsfulla platsen där förutsättningarna är som bäst för den som tar ansvar för miljö, trygghet och människors välmående.
- Den tillgängliga platsen som nyttjar digitaliseringens möjligheter till nya sätt att bo, leva, arbeta och upptäcka.
- Natur- och kulturturism växer i attraktivitet världen över och autentiska upplevelser stärker destinationens attraktivitet. Det kan exempelvis handla om kulturarvsmiljöer, lokala smakupplevelser, människornas berättelser och det som är skapat just här.

Temaområden

En Blekingsk upplevelseidentitet handlar om att profilera och synliggöra en bredd av utbud tillsammans med starka spjutspetsar inom ett specifikt tema.

De utvalda temaområdena bygger på Blekinges styrkor som medskapare av strategin prioriterat utifrån dess potential, övergripande trender och Visit Swedens målgruppsrapporter. De prioriterade temaområdena utgör själva innehållet i utbudet och vävs in i alla utvecklingsområden.

Blekinge har stora möjligheter att växa och utvecklas genom en lönsam besöksnäring. Styrkan sitter i en äkthet och i samspelet mellan det kulturhistoriska arvet och starka innovationskapacitet som präglar länet.

Att stimulera attraktionskraft innebär flera riktade insatser mot invånarna och den inomregionala turismen. Att stärka Blekinges attraktionskraft för unga, inom och utanför länet, är av särskild prioritet.

Blekinges besöksnäringsstrategi verkar för ett balanserat utbud av fler spjutspetsar och konkurrenskraftiga reseanledningar, sju dagar i veckan, 365 dagar om året. Här gäller det att arbeta tvärsektoriellt, modigt och framåtlutat. För att sälja reseanledningar behövs udda, unika och minnesvärda upplevelser – oavsett tematik eller målgrupp som med fördel sammankopplas sinsemellan.

Skärgård, natur och outdoor

Natur – är Sverigebilden som Visit Sweden kommunicerar och naturturismen är ett av de segment som globalt växer snabbast. För att skapa lönsamhet utifrån Blekinges fantastiska naturtillgångar behöver dessa tillgängliggöras och produktutvecklas. Exempelvis behöver det finnas förutsättningar för en god infrastruktur och service för att kunna besöka dessa platser på ett ekologiskt hållbart sätt, med minimala negativa avtryck. Det innebär också att näringen behöver utveckla bokningsbara attraktiva upplevelsepaket där besökaren kan kombinera en naturupplevelse med lärande och kunskapsutveckling.

Visit Sweden beskriver bland annat i sin trendspaning att allt fler väljer att fly vardagen genom naturupplevelser och rekommenderar därför cykling som möjlig aktivitet att satsa på. Att tillvarata intresset för cykelturism och stimulera denna typ av upplevelser gynnar alla locals, både besökare och invånare.

Utmaningen ligger i att slussa besökare att ta del av vår vackra natur på ett hållbart sätt, med så få negativa avtryck som möjligt. Här krävs både planering, kommunikation och fysiska förutsättningar som göder en längtan av att återvända.

Blekinges natur är unik i sitt slag med ett rikt djurliv, det mest sjötäta länet i landet och en lövskogskust som bidragit till utnämning av Biosfärområde Blekinge Arkipelag av Unesco, vilket ge oss ett stort ansvar men också många möjligheter. Vi kan vara ett modellområde där vi med lokalt engagemang utvecklar en levande skärgård och samtidigt bevarar de höga natur- och kulturvärdena. och tillgänglig, orörd men också utvecklad – med stora möjligheter att förädla ytterligare.

Blekinges natur är unik i sitt slag med ett rikt djurliv, det mest sjötäta länet i landet och en lövsskogskust som bidragit till utnämning av biosfärområde med sina länkade kustleder ARK56. Blekinges skärgård är nära och tillgänglig, orörd men också utvecklad – med stora möjligheter att förädla ytterligare.

Blekinge behöver stärka sin attraktivitet särskilt för unga.

Attraktiva måltids-upplevelser ska locka såväl inhemska som utländska besökare till Blekinge.

Temaområden

Familjeaktiviteter

Blekinge behöver stärka sin attraktivitet särskilt för unga. Att tematisera utifrån målgruppen familj, är ett sätt att bidra till detta övergripande mål. Blekinge ska erbjuda upplevelser och reseanledningar till en bred målgrupp över generationsgränserna som vill umgås tillsammans, eller resa på egen hand. Detta temaområde kan med fördel kombineras med andra teman då samtliga områden attraherar målgruppen.

Familjeaktiviteter utgör även en nyckelkomponent för invånarna i länet där grundutbudet av besöksanledningar är en faktor för Blekinges attraktionskraft att bo kvar. Inom detta spektrum återfinns erbjudande som är attraktiva för besökaren, men som även kan riktas mot Blekingeborna. Exempel på detta är fritid och kultur som vänder sig både till en bredare massa och spets för satsande barn och unga inom ett specifikt kultur- eller idrottsområde.

Vilka förutsättningar som finns att tillgå kring fritidsaktiviteter och talangutveckling i unga år är en viktig komponent för såväl inflyttare som företag. Att knyta företag till länet handlar bland annat om att skapa förutsättningar för kreativa och kompetenta människor att välja Blekinge - en plats med goda förutsättningar till självförverkligande både för egen del och för sina barn.

Mat, dryck och måltid

Mat har genom tiderna inneburit mer än överlevnad. Det är ett sätt att umgås, knyta an och dela upplevelser tillsammans. Gärna med en platsbunden historia. Precis som resetrender i stort pekar trenden inom mat, dryck och måltid på hälsosamma val, ansvarsfull konsumtion och en längtan efter autentiska måltidsupplevelser. Här står sig Sverige starkt på en internationell marknad och Blekinge kan ta plats i denna kontext, vilket även stöds av Blekinges Livsmedelsstrategi;

”Mat och livsmedel från Blekinge ska vara hälsosamma och säkra med utsökt smak”. Blekinge har dessutom en väl utvecklad infrastruktur med starka gårdsbutiker i genuina miljöer.

Attraktiva måltidsupplevelser ska locka såväl inhemska som utländska besökare till Blekinge. Här är framtidens mat, de estetiska uttrycken och gestaltningen av helhetsupplevelsen av stor vikt. Den kulinariske resenären vill uppleva det småskaliga, lokala hantverksmässiga, alternativt internationellt starka profilbärare.

Blekinge har ofta varit mitt i centrum för de stora händelserna, vilka har lämnat många spännande spår, stora som små.

Evenemang skapar mervärden för invånarna i länet som särskilt uppmuntras att delta, besöka, vara stolta över och agera ambassadörer.

Temaområden

Kultur och historia

Kulturturismen har en stor outnyttjad potential, detta visar flera studier och rapporter framtagna av Visit Sweden. Särskilt beskrivs efterfrågan på autentiska och minnesvärda upplevelser, önskan att uppleva vardagsfirande och lokala nöjen samt en strävan efter att som besökare bidra till en mer hållbar kultur.

Blekinge som destination har mycket att erbjuda, bland annat ett magnifikt kulturarv med gömda skatter, maritima ådringar, världsarv, berättarkraft och mycket mer. Blekinge har ofta varit mitt i centrum för betydande händelser, vilka har lämnat många intressanta spår, stora som små, exempelvis Världsarvet Örlogsstaden Karlskrona. Världsarvet har en stor potential att utveckla besöksnäringen genom kulturturism regionalt, nationellt och internationellt. Att produktutveckla kring kulturarvet kan vara ett sätt att bevara och förstärka den historiska identiteten och den blekingska kulturen, nu och i framtiden. Här spelar museerna en viktig roll som kunskapsdrivande och innehållsbärande aktör, som tillgängliggör dessa reseanledningar året runt.

Även inom samtida konst och kultur ligger Blekinge i framkant på många områden och profilerar sig som en produktionsplattform för professionella kulturskapare. De olika konstformerna kan beröra oss på djupet och kommunicera bortom orden. Ibland lågmält och ibland sprakande högljutt. Ibland traditionellt och ibland modernt. Att tänka nytt och utnyttja närheten, både geografiskt och mellan konstformer, sektorer och näringar, skapar crossinnovation och utveckling för hela regionen. Kultur som reseanledning paketeras med fördel i samverkan; med kommunerna, kulturföreningarna och kulturskaparna tillsammans.

Evenemang, konferenser och möten

Detta är ett område med stor potential för att nå en levande besöksnäring året om. Temaområdet spänner över samarbeten mellan besöksnäring och övrigt näringsliv med affärsresenären i fokus samt olika evenemang inom kultur och idrott. Evenemangen gör det möjligt att styra stora besöksströmmar både i tid och rum. Dessutom skapas mervärden för invånarna i länet som särskilt uppmuntras att delta, besöka, vara stolta över och agera ambassadörer.

Det finns en stor efterfrågan på evenemang som utgår från aktivitet och äventyr som utmanar såväl elit som amatörer på olika sätt, gärna i kombination med något platsspecifikt, historisk kontext eller annan unik positionering.

”Vi måste förstå hur viktiga de små dragplåstren är för hela samhället, såsom de lokala kaféerna, restaurangerna och gårdsbutiker.

Philippa Rosenskiöld,
Kafé Måsen

Målet: Blekinge är 2030 en internationellt erkänd hållbar destination där platsens och människornas bästa är av högsta prioritet.

Utvecklingsområde

En hållbar destination att längta till året runt

Strategin bygger på ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet.

En hållbar destination arbetar systematiskt och konsekvent med att minimera negativa avtryck på platsen och stärka de positiva effekterna för människorna som bor, lever och verkar här. En grundförutsättning är att det finns rimliga förutsättningar för besökaren att göra hållbara val i enlighet med förväntan. Detta i sin tur inte bara återknyter till de erbjudanden som näringen står för utan ställer också krav på infrastruktur och service från offentligt håll, samt ett gott värdskap från lokalbefolkningen. Det innebär även att branschens lönsamhet blir en prioriterad fråga, vilket i sig skapar bättre grund för schyssta arbetsvillkor och ett aktivt utvecklings- och förbättringsarbete inom besöksnäringen.

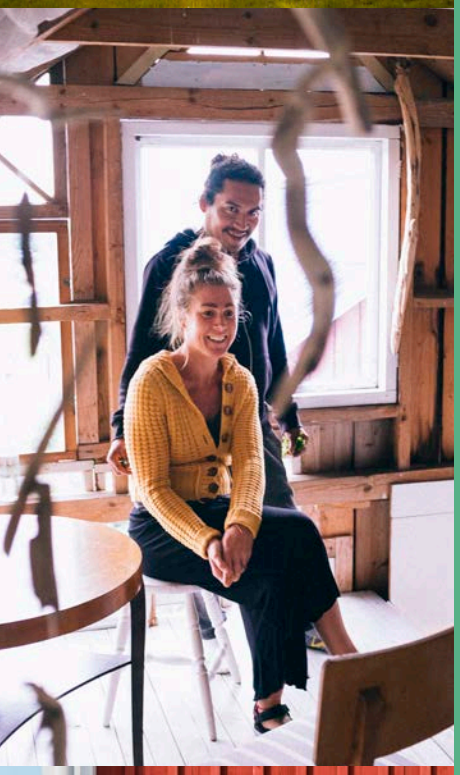
En destination att längta till, innebär att det finns attraktiva erbjudanden som är kommunicerbara och säljbara med låg tröskel. Blekinge ska vara en destination i rörelse där nyfikenhet, nytänkande och mod präglar denna längtan, året runt. I detta avseende är företagen de enskilt viktigaste bärarna för att matcha efterfrågan. Det behövs även en starkare årscykel att docka in i, där prioriterade teman blir bärande element, fler aktörer aktiveras i systemet och samverkan med och mellan dessa förstärks, parallellt med att lokalsamhället inkluderas.

Lokalsamhällets syn på besöksnäringen är otroligt viktig, därför behövs aktiva dialoger och gynnsamma relationer. Varje individ är av betydelse. De är att betrakta som prosumers, alltså både producent och konsument av upplevelsen på samma gång. På samma sätt som publiken på en konsert skapar stämning i lokalen eller på festivalen så dikterar platsens invånare attraktionskraften till destinationen och är en viktig del av värdskapet. Med högre efterfrågan på hållbar konsumtion kan företagen erbjuda både ett mer differentierat och spetsigare utbud, ökad tillgänglighet och starkare reseanledningar.

Det finns ett ömsesidigt beroende där fler människor behöver flytta till och stanna i Blekinge. Detta för att bibehålla och attrahera kompetens, förbättra befintlig infrastruktur, service, goda livsmiljöer och ett rikt fritidsliv för alla. Besöksnäringen bidrar till att öka antalet individer i länet under fler dagar om året. Samtidigt är besöksnäringen en viktig dörröppnare för att sprida den positiva bilden av Blekinge och förbättra utbudet och göra området mer attraktivt för både inflyttare och företagsetablerare. Dessutom gör utbudet Blekinge roligare och mer stimulerande med en stärkt folkhälsa som följd.

Prioriteringar

- Blekinge bedriver ett aktivt och **mätbart hållbarhetsarbete** med nära koppling till forskning, utveckling och innovation, där besöksnäringen är en förutsättning och accelerator för platsutveckling med minsta möjliga negativa inverkan på ekosystem, biologisk mångfald och lokalbefolkning.
- Destinationen upplevs **attraktiv 365 dagar om året**, genom marknadsföring, kontinuerligt inflöde av erbjudanden och produktutveckling, samt uppväxling av prioriterade temaområden.
- **Ett breddat sätt att resa** utvecklas med anpassade transporter och infrastruktur som möter de ökade kraven på hållbarhet och tillgänglighet, för exempelvis olika typer av cykelturism.
- Blekinge arbetar systematiskt och konsekvent med **värdskap, stolthet och ambassadörskap** som en nyckelfaktor till framgång.
- I en snabbrörlig och komplex värld används omvärldsbevakning, digitala verktyg och flexibla arbetssätt för att **balansera besöksströmmar** i tid och rum, med en utjämnad kurva över året och länet. Den **analytiska kompetensen** utvecklas kontinuerligt, både avseende tolkning, verktyg och rutiner för styrning och effektmätningar av besöksnäringen i siffror.



” För att vi skall få besöksnäringen att växa till det som sig bör så måste vi rekrytera in både investeringar, bra utbildad personal samt verkligen motivera till besök året runt.”

Per-Arne Olsson,
Eriksberg Vilt & Natur AB

Målet: Modiga satsningar har lett till spännande innovationer, attraktiva erbjudanden och tillväxt, med nya sätt att bo, resa och uppleva Blekinge, 365 dagar om året.

Utvecklingsområde

Ett växande näringsliv med attraktiva erbjudanden

Ett växande näringsliv förutsätter modiga entreprenörer med investeringskapacitet i ständig rörelse framåt, uppåt. Därtill engagerade eldsjälar och ett framåtlutat främjandesystem.

Offentlighetens roll är att främja, stötta och underlätta för företagande och entreprenörskap. Med låga trösklar och effektiva processer kan företagen lägga mer kraft på produktutveckling, samarbeten, konkurrenskraftiga erbjudanden och andra affärsutvecklingsinsatser. Branschens lönsamhet är en prioriterad fråga. Ekonomiskt robusta aktörer har gynnsammare förutsättningar för schyssta arbetsvillkor, god kompetensförsörjning och ett kontinuerligt utvecklings- och förbättringsarbete där alla tre dimensioner av hållbarhet går hand i hand.

Främjandesystemet behöver hålla sig uppdaterat med vad som händer i branschen så att myndighetsutövningen kan ske initierat och utan konkurrens mellan näringsliv och offentliga aktörer. Här arbetar vi smart, strategiskt, på nya sätt och tillsammans för att nå framgång med jämlika förutsättningar i hela länet. Det offentligas roll innebär också att tillhandahålla arenan för utveckling, med ett smörgåsbord av kapacitetsbyggande möjligheter.

Det innebär i sin tur att näringen bedriver ett aktivt utvecklingsarbete, genom att tillvarata de möjligheter som erbjuds och omsätta kunskapen i handling, samt att på egen hand hålla sig uppdaterade kring vad som händer i branschen och i omvärlden. Det är företagarna som är entreprenörerna, det är här kreativiteten flödar, nya idéer kläcks och blir till verklighet.

Med fler naturliga mötesplatser och kreativa miljöer för samverkan, kunskapsdelning och inspiration främjas tvärsektoriella samarbeten och fler möjligheter att växla upp med ökad lönsamhet utifrån strategins temaområden, såsom Blekinges fantastiska naturmiljöer, sammankoppling med aktuella evenemang, världsledande företag, smakupplevelser, kulturkapital, historia och samtid.

Ett växande näringsliv står för fler ekonomiskt starka verksamheter i det befintliga näringslivet men det handlar även om att attrahera fler kollegor till länet i form av nya verksamheter, **investeringar och etableringar.**

Prioriteringar

- Aktivt arbeta för fler ekonomiskt robusta aktörer som bedriver ett hållbart systematiskt utvecklingsarbete, utvecklar innovationskraften och höjer kvalitén med nya produkter, samarbeten och konkurrenskraftigt spetsigt utbud med nära koppling till innovations- och företagsfrämjande system.
- Kontinuerligt erbjuda insatser som utvecklar exportmognaden för enskilda aktörer och destinationen i sin helhet. Blekinge ska vara en given destination att samverka med kring internationella målmarknader.
- Verka för fler investeringar och nyetableringar som stärker attraktionskraften för Blekinge som besöksdestination.
- Myndighetsutövande och offentliga verksamheter arbetar för att motverka eventuella hinder för utveckling, som exempelvis osund konkurrens från offentlig sektor. Förbättra processer och tillämpning för och med näringen, för ett enklare, jämlikare företagande utan konkurrens mellan offentliga och privata aktörer.
- Destinationsutveckling ses som en nyckelfaktor för sammankoppling och uppskalning av erbjudanden och temaområden.
- Besöksnäringen ska både vara en attraktiv bransch att arbeta inom och lätt att kompetensförsörja.

”Att konsumera kunskap lämnar intryck i människor snarare än negativa avtryck på platsen”

Malin Jogmark,
Marinmuseum

Målet: Samhandling har uppnåtts och strategins intressenter arbetar tillsammans och självständigt, med insatser för att nå den gemensamma visionen.

Utvecklingsområde
Att verka tillsammans

Att verka tillsammans handlar om att förstärka samarbetet inom-, och utanför den egna organisationen och är ett verktyg för att uppnå strategin i sin helhet.

Att verka tillsammans skiljer sig från övriga utvecklingsområden på så sätt att det är kopplat till själva arbetssättet för genomförande. Det följer däremot samma struktur med övergripande mål, prioriteringar, uppföljning och utvärdering. Prioriteringarna inom detta utvecklingsområde baseras på att stärka, främja och underlätta alla steg för en stark besöksnäring. Fördjupning av själva metoden för genomförande beskrivs ytterligare i kapitlet ”Så får vi det att hända”.

Att verka tillsammans är en grundförutsättning för att bygga kunskap och förståelse för varandras uppgifter, ledtider och förutsättningar. Det handlar om att stärka dialogen och mellanmänskliga relationer, om att dra nytta av de strukturella förutsättningarna och ibland även om att hantera eventuella målkonflikter mellan olika politikområden och uppdrag.

Samverkan är en nyckelkomponent för att växla upp och förstärka arbete som görs. Det är ett framgångsrecept för att arbeta mer effektivt, höja kvalitén, stärka innovationskapaciteten och bryta ny mark. “Tillsammans” främjar kreativitet, kompetens, mod och handlingskraft.

Samverkan sker för platsens bästa och involverar människorna på platsen, oavsett om de vistas här permanent eller för ett ögonblick.

Genom att näringen utökar sina samarbeten med varandra och tvärsektoriellt mellan olika branscher och områden, kan nya produkter och erbjudanden för nya målgrupper och säsonger utvecklas. Två exempel som redan idag bidrar till detta är Biosfärområde Blekinge Arkipelag och Världsarvet Örlogsstaden Karlskrona.

Det är så vi **för utvecklingen framåt.** När samma uppgift eller utmaning löses om och om igen, men till slut på nya sätt. Eller när en befintlig miljö, produkt, verksamhet eller tjänst används i ett annat syfte eller av en annan målgrupp. Genom att se med nyfikenhet på olikheterna tas nya kompetenser och perspektiv tillvara, berikar varandra och skapar förflyttning.

För att stimulera samverkan är inramningen central, befintliga fysiska och digitala arenor behöver kontinuitet och långsiktighet, därtill behöver öppna och tillfälliga dynamiska mötesplatser och hubbar aktiveras.

Samhandling har uppnåtts när flera av strategins intressenter arbetar tillsammans och självständigt med insatser för att nå den gemensamma visionen.

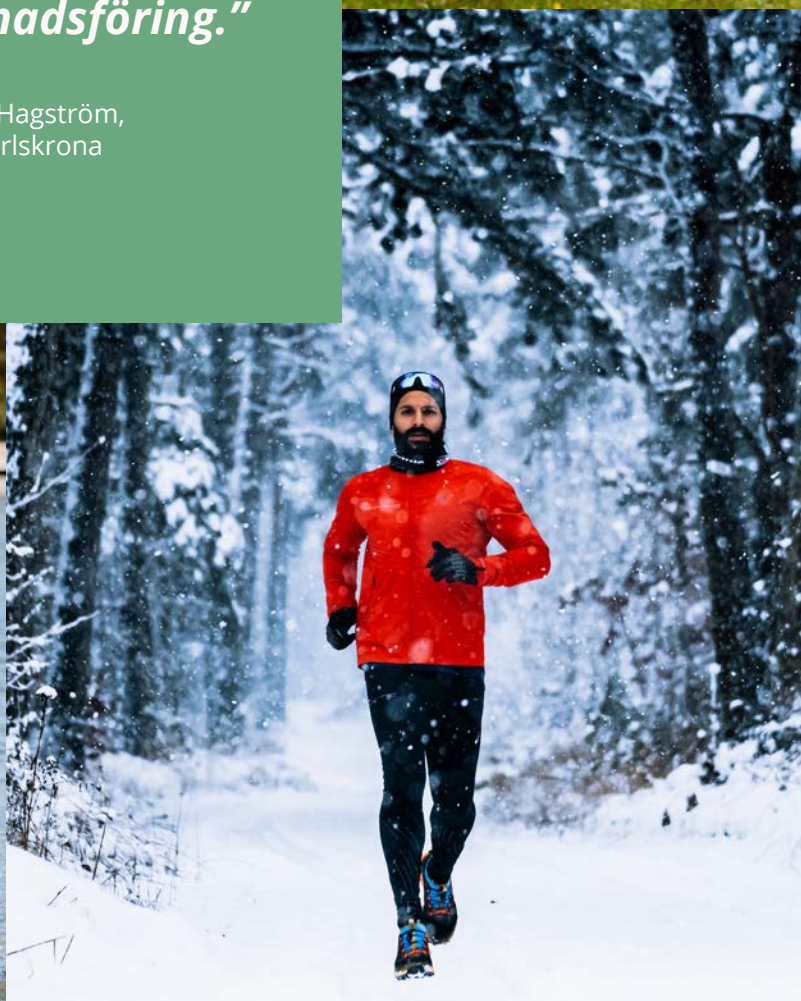
Målbilden är inte att alltid sträva efter en total samhandling i alla delar, men för att uppnå det önskade läget behöver tillräckligt många dra åt samma håll. Olika frågor hör hemma på olika nivåer av samverkan. Samhandlingstrappan kan användas för att synliggöra ambitionsnivån hos respektive part.

Prioriteringar

- Säkerställ ett långsiktigt och starkt strukturkapital med arena för aktivt samskapande, inom det offentliga, över kommungränser och mellan akademi, offentlig, privat och idéburen sektor.
- Upprätthåll befintliga fysiska och digitala arenor samt främja nya former av öppna och tillfälliga dynamiska mötesplatser och hubbar, för ökad samverkan mellan företag inom besöksnäringen samt tvärsektoriellt mellan olika branscher och områden.
- Arbeta för ökad kritisk massa och ”lånad” storlek genom interregionalt och nationellt samarbete, samt i strategiska allianser både geografiskt och med andra näringar och sektorer.
- Det ska finnas ett högt medskapande från samtliga aktörer där strategins intressenter bidrar i framtagning av underliggande planer, operativa insatser och uppföljning av strategin.

"Ingenting händer förrän kunden känner något. Vårt Blekinge är äkta, det känns och berör, det speglas också i vår marknadsföring."

Therese Hagström,
Visit Karlskrona



Målet: Marknadsföring och kommunikation används för att attrahera besökare som bidrar positivt till en hållbar destination för företag, människor och livsmiljöer, året runt.

Utvecklingsområde
Marknadsföring som säljer och håller det vi lovar

I sikte mot en av Sveriges mest hållbart växande destinationer behövs konsekvent och långsiktig marknadsföring som riktas till den närande besökaren. Våra besökare attraheras av en plats som värnar om sin miljö, kultur och människor och samtidigt ger goda möjligheter att göra hållbara val under vistelsen.

Marknadsföring och kommunikation används för att attrahera besökare som bidrar positivt till en hållbar destination för företag, människor och livsmiljöer, året runt. I Blekinge finns god livskvalitet och förutsättningar som förenklar din tillvaro och fyller livet med både stora upplevelser och små ögonblick. I kontrastrik natur och historiska kulturmiljöer i samklang med ett expansivt näringsliv.

Genom att nyttja digitaliseringens möjligheter kan vi väsentligt förbättra besökarnas upplevelse både inför och under hela vistelsen i Blekinge. Genom strategiskt val av kanaler och kontinuerlig närvaro stärks Blekinges synlighet under hela året. Det är också avgörande att besöksnäringsföretagen förbättrar sin digitala tillgänglighet för besökarna. Digitala verktyg är också en förutsättning för att vi ska kunna mäta de insatser som görs, att ytterligare vässa kommande insatser i ett systematiskt förbättringsarbete.

Men marknadsföring är inte allt. För en levande besöksnäring året runt bör näringen **kontinuerligt arbeta med sitt produktutbud** ur ett regenerativt förhållningssätt, ingå intressanta samarbeten och utveckla erbjudanden som kan marknadsföras spritt över året. Det behövs tydliga säsongsbetonade erbjudanden och attraktiva reseanledningar oberoende av väder. Fokus ligger på hållbara, cirkulära produkter som är motivationsfaktorer och ökar attraktionskraften för den närande resenären och framtida generationer. Det resulterar också i att Blekinge som plats utvecklas i rätt riktning. När besökare väl är på plats handlar det om att hålla vad vi lovar och helst överträffa dessa förväntningar.

Varumärkesbyggande marknadsföring, budskap och konkreta bokningsbara erbjudanden som leder till affär ska ta avstamp från det gemensamma platsvarumärket **Blekinge. Kom Närmare.** samt Blekinges fyra kärnvärden Välbefinnande, Närhet, Spirande och Framåtanda. Detta är kärnan i Blekinges identitet och särskiljer oss från konkurrerande platser och ger oss alla både samsyn och styrka att sprida likartade budskap och värden som stärker bilden av Blekinge och ökar attraktionskraften.

Ensam är inte stark. För att få effektiva marknadsföringsinsatser behöver Blekinge ingå strategiska allianser och smarta samarbeten för att växla upp och ingå i en större kontext. Samarbeten bör ske tillsammans med besöksnäringsaktörer, regionala och kommunala intressenter, närliggande regioner och nationella branschorganisationer, närliggande regioner och nationella branschorganisationer, där Visit Sweden är en given part för att attrahera både nationella och utländska besökare. Vi behöver stärka dialogen med lokalbefolkningen, alla som bor i Blekinge ska vara stolta ambassadörer för Blekinge. Ambassadörer som uppmuntras att upptäcka sitt närområde, värna om platsen och bidra till att sprida och stärka den gemensamma positiva bilden och berättelsen. Tillsammans har vi en stark röst i den globala konkurrensen.

Målgrupper och marknader

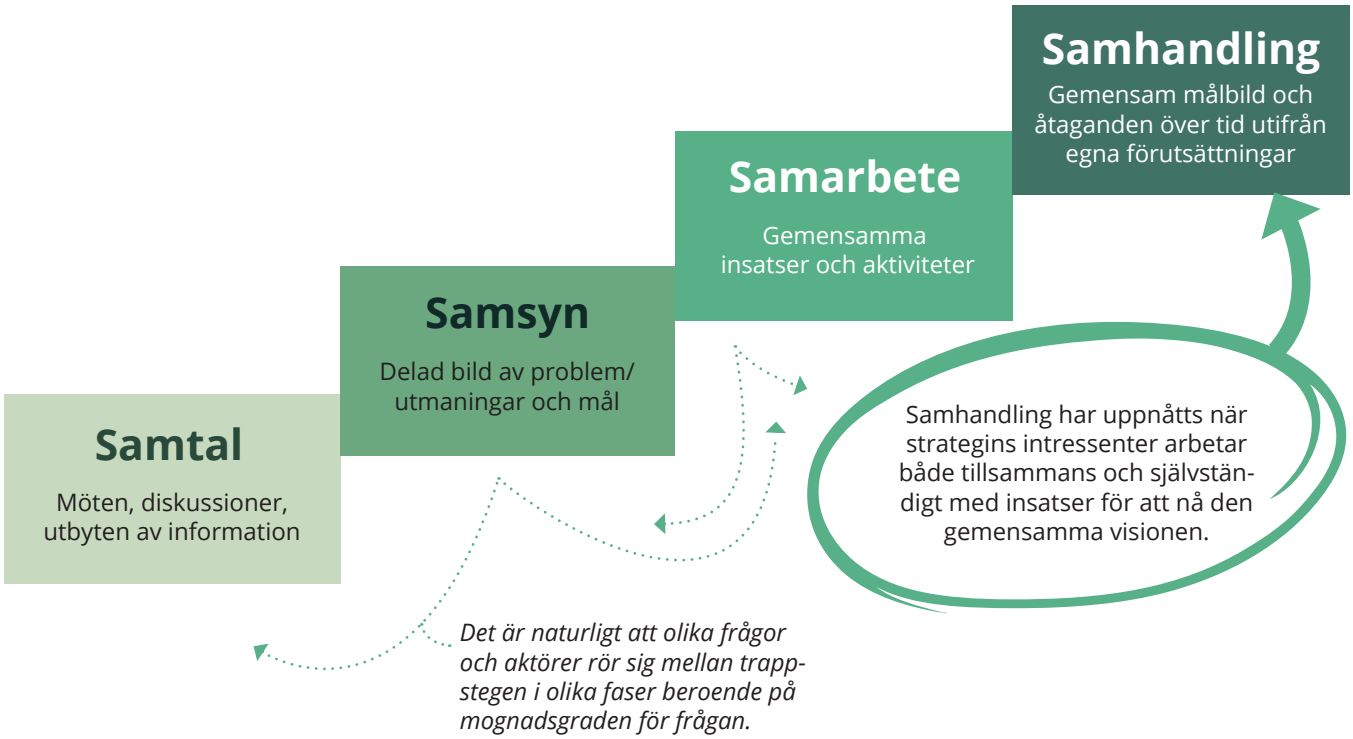
Utifrån Visit Swedens målgrupper prioriteras de som bidrar till Blekinges övergripande visioner och önskade läge. I den tidigare strategin beskrevs Blekinge som "en destination med mycket för många och något för alla". I den här revideringen görs skarpare prioriteringar där vissa målgrupper som inte stämmer överens med Blekinges viljeinriktning väljs bort i marknadsföringssammanhang.

Prioriteringar

- Strategiskt marknadsföra Blekinge för att öka både kännedom och attraktion för platsen. Detta sker mot såväl lokalbefolkningen, nationella som utländska besökare där den närande besökaren prioriteras oavsett tematik, målgrupp eller segment.
- Blekinge är en attraktiv part att samverka med i marknadsföringsinsatser på alla nivåer, internationellt, nationellt och regionalt.
- Besöksnäringsaktörerna arbetar aktivt med sin egen marknadsföring och tillsammans med andra aktörer, för fler affärsmöjligheter.
- Utveckling och positionering av starkare besök- och reseanledningar för unga (generation z) och framtida generationer.
- Den digitala tidsåldern nyttjas aktivt och Blekinge ligger i framkant med marknadsföring, digital närvaro och söker nya metoder för spridning och uppmärksamhet.
- Att alla som lever i och besöker Blekinge är stolta ambassadörer, värnar om platsen och med passion och driv för berättelsen om Blekinge vidare.

”Vår verksamhet är en del av ett större sammanhang. Vi lever i, verkar i och är beroende av det Blekingska landskapet, ett landskap som vi vill värna om, för vår och våra barns skull.”

Lena Petersson,
Paddelkompaniet



Genomförande

Strategins utvecklingsområden och prioriteringar omsätts i handlingsplaner och verksamhetsplaner av de enskilda aktörerna med utgångspunkt i dess olika roller och förutsättningar. Strategin förväntas genomföras med samlad kraft av strategins intressenter.

Samhandling har uppnåtts när flera av strategins intressenter arbetar, tillsammans och självständigt med insatser för att nå den gemensamma visionen.

Målbilden är inte att alltid sträva efter en total samhandling i alla delar, men för att uppnå det önskade läget behöver tillräckligt många dra åt samma håll. Olika frågor hör hemma på olika nivåer av samverkan. Samhandlingstrappan kan användas för att synliggöra ambitionsnivån hos respektive part.

För att stimulera samverkan är inramningen central, befintliga fysiska och digitala arenor behöver kontinuitet och långsiktighet, detta ansvar ligger i första hand på de regionala intressenterna Region Blekinge och Visit Blekinge i samverkan. Region Blekinge är sammankallande för aktörsnätverket, medan kommunikation med näringslivet sker via Visit Blekinge. Det finns en styrka i att tillsammans ta ansvar för den övergripande strukturen.

Fysiska arenor

Öppna och tillfälliga dynamiska mötesplatser kan växa fram både tillfälligt och under längre tid. Branschträffar för näringslivet och möjliggörare erbjuds med kontinuitet i flera olika sammanhang, såväl regionövergripande som genom lokala och tematiska träffar.

Digitala arenor

Digitala mötesplatser tillgängliggör, inkluderar fler och effektiviserar samarbeten. Genom digitala plattformar tillhandahålls kunskaps- och utbildningsmaterial för självstudier och utvecklingsinsatser tillsammans och på egen hand.

Så får vi det att hända

Processen

För att genomföra strategin med samlad kraft används olika nätverk för framtagande av handlingsplaner och genomförande av insatser.

Varje år arrangeras två branschforum som mötesplats för att samskapa, lära nytt, inspirera, kommunicera, utvärdera och planera insatser. Forumet är till för besöksnäringsföretag och möjliggörare tillsammans.

När det offentliga arbetar strategiskt mellan regionala och kommunala intressenter är strukturell samverkan den modell som tillämpas.

Strukturell samverkan finns i tre nivåer.

Strukturell samverkan

Råd

Består av chefsled från Region Blekinge, Visit Blekinge och kommunerna.

- Rådet är integrerat i ett befintligt partnerskap som träffas regelbundet.
- Rådet ger arbetsgruppen mandat att arbeta strategiskt och operativt med utvecklingsfrågor samverkan.

Arbetsgrupp

Med representation från Region Blekinge, Visit Blekinge, kommunerna och Blekinge Arkipelag.

- Arbetsgruppen träffas regelbundet i syfte att aktivt driva långsiktiga strategiska frågor, insatser och aktiviteter för näringen och destinatinen.
- Samordnar den länsövergripande kommunikationen med företagen och den lokala dialogen.

Referensgrupper

Kan tillfälligt bildas för att behandla en specifik fråga kring strategiska insatser, större utmaningar och möjligheter.

- Gruppen har en rådgivande roll, bidrar med kompetens och kunskap, idéer, förslag och synpunkter.
- Gruppen utgör en testpanel & kvalitetssäkrare för framtida insatser.

Uppföljning och lärande

I samverkan med Region Blekinge ansvarar Visit Blekinge för uppföljning och utvärdering av strategins genomförande samt kollektiva lärande. Arbetsgruppen för strukturell samverkan är den plattform som används för att samordna strategiska insatser. Samma grupp ansvarar gemensamt för att sprida kunskap om initierade, pågående och avslutade insatser.

Uppdraget att samordna insatser för genomförandet av besöksnäringsstrategin ligger inom arbetsgruppen för strukturell samverkan. Visit Blekinge ansvarar tillsammans med Region Blekinge för uppföljning, sammanställning och återrapportering av strategins genomförande över tid. Besöksnäringsstrategin följs upp och redovisas årligen, detta i form av rapport och presentation till besöksnäringen och Rådet för strukturell samverkan, Visit Blekinges styrelse och Regionala utvecklingsnämnden. Därtill erbjuds övriga intressenter att ta del av uppföljningsrapporten. I redovisningen presenteras genomförda insatser och resultat, samt spridning av lärande och planerade insatser.

Samtliga aktörer ansvarar för återrapportering till sina respektive organisationer, enskilda samverkanspartners och lokala intressenter. Visit Blekinge ansvarar för att kontinuerligt analysera hur destinationen Blekinge mår, utvecklas och förändras.

Region Blekinge har det övergripande strategiska ansvaret för att destinationens utveckling sker i enlighet med strategin.

Ordlista

Nedan listas några av de mest vanligt förekommande begrepp och förkortningar som återfinns i den aktuella strategin eller någon av de strategier som denna förhåller sig till.

Balanserat årshjul – En jämn fördelning av affärsmöjligheter och erbjudanden under hela året.

Destination – Ett geografiskt avgränsat område vars erbjudanden attraherar besökare.

Humankapital – Människors kunskap, färdigheter och egenskaper. Detta som ett sätt att skapa värde för ex. en verksamhet.

Inomregional turism – Turism som äger rum inom ett specifikt geografiskt område, till exempel inom en region eller ett län. Här räknas både dagsturer och kommersiella övernattningar.

Kritisk massa – Ett antal eller en kvalitet/ kvantitet som är nödvändig för att en viss process ska vara möjlig. Exempelvis det antal resenärer som krävs för att en linjetrafikbuss ska fortsätta att gå.

Locals – Begrepp för invånare eller lokalbefolkning och dess beteende. Trenden pekar mot att fler tillfälliga besökare söker upplevelser där de får känna sig som ”locals”.

Lånad storlek – Ett sätt att optimera resurser och skapa en mer attraktiv och hållbar plats för människor att bo och verka på. Genom att samarbeta med varandra och andra, ingå klusterbildningar, strategiska allianser och stärka nätverk kan den kritiska massan öka.

Möjliggörare – aktörer vars främsta uppgift är att skapa goda förutsättningar för andra aktörer att skapa bästa möjliga utveckling.

Närande resenären/besökaren – En besökare som bidrar positivt till platsen.

Plats – Ett geografiskt avgränsat område med välbestämt läge och begränsad omfattning.

Regenerativ besöksnäring/ turism – Regenerativ besöksnäring handlar om att lämna platsen i bättre skick än du fann den som bidrar till positiva effekter för människor, företag och livsmiljöer.

Strukturkapital – De resurser och processer som finns inom en organisation och som är oberoende av individuella medarbetare.

Socialt kapital – högt socialt kapital tillvaratar olikheter och bredd av perspektiv med stark tillit och normer som öppnar upp och möjliggör snarare än begränsar.

Strategiska allianser – Samarbeten och partnerskap mellan olika aktörer inom en geografiskt definierad plats. Dessa allianser syftar till att uppnå gemensamma mål, nyttja resurser och kompetenser samt främja utveckling och tillväxt.

Swedish Welcome – Organisation som tillgodoser kompetensutveckling för hållbara näringsidkare inom besöksnäring på regionala nivåer.

Visit Sweden – Sveriges officiella marknadsföringsorgan för turism och reseinformation. De har det nationella uppdraget att marknadsföra resmålet Sverige såväl internationellt som nationellt.

Ett stort tack

till alla som engagerat sig
i vår gemensamma strategi.

Tack för kloka tankar, utmanande frågor,
kreativa idéer och modiga beslut.

Vi blir det vi gör tillsammans!