

Tillsammans för en hållbar besöksnäring i Västerbotten

Regional strategi 2027-2030
Remissversion

Not: Strategin kommer att layoutas efter den är fastställd.

Strategi för Hållbar Besöksnäring i Västerbotten 2027–2030

Strategin för besöksnäringen i Västerbotten skapar en bas för de aktörer som verkar här. Den visar ramarna för samverkan mellan offentliga, privata och ideella aktörer och formulerar en gemensam, övergripande riktning. Den är en startpunkt för varje enskild aktörs formulerande av sin verksamhet och handlingsplan.

En regional strategi bygger på många aktörers inspel. Under förarbetet har material som rör regionens möjligheter, behov och utmaningar samlats in och diskuterats. Dialogen har tydligt visat vägen till tre teman som fångar Västerbottens attraktionskraft och som blir ledstjärnor under den tid som strategin gäller:

Natur, kultur och måltid.

Dessa teman är förankrade i hållbarhetsarbetet som etablerats i regionen under ledning av den regionala turismorganisationen Region Västerbotten Turism (RVT). RVTs hållbarhetsprinciper bygger på den internationella organisationen Global Sustainable Tourism Councils (GSTC) arbete för hållbar turism, de globala hållbarhetsmålen samt på principerna i Glasgow-deklarationen om klimatåtgärder inom turism som fastställdes vid Förenta Nationernas (FN) klimatmöte 2011.

En långsiktigt hållbar besöksnäring i Västerbotten utgår från fyra grundläggande principer:

Stärka turismens positiva effekter, på naturens och kulturens villkor

Skapa värde för både boende och besökare

Styra besöksflöden till tid och plats där kapacitet finns

Bidra till fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

BESÖKSNÄRINGEN I SVERIGE OCH VÄSTERBOTTEN

Besöksnäringen står för en växande del av Sveriges ekonomi och sysselsättning. Begreppet besöksnäring är ett samlingsord för en mängd olika verksamheter inom både privat och offentlig verksamhet och bidrar till samhället på ett bredare sätt än många andra näringar. Den får platser i städer och glesbygd att leva och bli attraktiva för både besökare och de som lever där. Det är arbetsintensiva och platsbaserade verksamheter med hög grad av lokalt ägande. Detta innebär att vinst och utveckling stannar kvar där besöksnäringen finns. Den totala turismkonsumtionen ökar stadigt och återhämtningen efter pandemiåren syns inom såväl gästantal som sysselsättning.

Att förstå och stärka besöksnäringen är av stor betydelse för regionen. De insatser som gjorts hittills har haft betydelse för utvecklingen av Västerbotten som en attraktiv region. Detta beror på att det inte bara har goda effekter för turistföretagare utan även för övrigt näringsliv eftersom besökare som kommer till en plats inte bara nyttjar de turistiska anläggningarna i området utan även mataffärer, bensinstationer, övrig handel och lokala/regionala kommunikationer. Dessutom väljer en del att komma tillbaka för att etablera sig och sina företag i regionen.

Den regionala attraktionskraften är avgörande för att behålla arbetstillfällena, serviceutbud och utvecklingsmöjligheter. Besöksnäringen bygger just den attraktionskraften och talar till invånare, inflyttare och investeringar.

Betydelsen av en närmarknad är tydlig och västerbottningarna behöver inte åka bort för upplevelser många drömmer om. Genom att ta del av det regionala utbudet får vardagen en guldkant och verksamheterna stärks av en lokal efterfrågan. Den lokala marknaden och återkommande fritidshusboende är en köpkraft som skapar stabilitet för besöksnäringen.

I Västerbotten pekas besöksnäringen ut som ett tillväxtområde med potential att skapa positiv utveckling i tätorter såväl som i glest befolkade områden. Med bas i länets mångfald av livsmiljöer samt unika natur- och kulturtillgångar har en expanderande besöksnäring skapats, som har en viktig roll för att skapa sysselsättning.

Genom samordnat arbete i en gemensam strategi kan Västerbottens aktörer öka kraften i sina verksamheter och bygga vidare på en långsiktigt hållbar besöksnäring. En långsiktigt hållbar besöksnäring definieras som en näring som med uthållig lönsamhet levererar upplevelser som motsvarar eller överträffar gästens förväntningar och som ger samhället ett mervärde utan att äventyra de gemensamma resurserna för kommande generationer.

GLOBAL UTBLICK

Glasgow-deklarationen om klimatåtgärder inom turism (Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism) är ett globalt initiativ som lanserades vid FNs klimatmöte COP26 i Glasgow 2021. Syftet är att stärka turismsektorns omställning för en mer klimatvänlig och hållbar framtid i linje med de globala målen att halvera utsläppen under det kommande decenniet och nå netto-nollutsläpp så snart som möjligt före 2050. För turismnäringen betyder det i praktiken att resmål behöver ta fram ramverk för sin hållbarhet som omfattar att förbättra energisystem, hantera transporter och involvera lokala samhällen. Det betyder också att hotell och reseföretag förväntas mäta sina utsläpp, rapportera öppet och investera i klimatåtgärder. Därigenom får resenärerna tillgång till fler hållbara

alternativ och transparens kring klimatpåverkan. Glasgow-deklarationens målsättningar återfinns i det gemensamma arbetet kring Responsible Tourism Program (RTP) i Västerbotten. RTP är en gemensam bas för destinationsorganisationer, kommuner och besöksnäringens aktörer där vi tillsammans sätter mål, utvecklar verktyg för uppföljning och arbetar för att stärka vår besöksnäringens positiva effekter.

**Västerbottens besöksnäring är ett föredöme inom hållbar platsutveckling
vilket leder till ett mer attraktivt och konkurrenskraftigt Västerbotten!**

Remissversion

Strategi för hållbar besöksnäring i Västerbotten 2027 – 2030

1. Besöksnäringen – en bit i det strategiska pusslet
2. Strategiska arbetsområden, teman och målbild
3. Västerbottens besöksnäring – ett gemensamt hållbarhetsarbete

Avslutningsvis, tillsammans dukar vi bordet

En regional strategi tar ett brett grepp på konkreta utvecklingsfrågor. Den breda ansatsen behövs eftersom det är aktörer med olika uppdrag, ansvarsområden och handlingsutrymmen som finns med. I strategin identifieras styrkor, utmaningar och prioriteringar. Dessa tas därefter vidare av de olika aktörerna och ligger till grund för deras handlingsplaner. I handlingsplanerna presenteras hur arbetet ska läggas upp, organiseras och utföras. Den regionala strategin talar inte om för andra aktörer vad eller hur de ska göra saker.

I strategin ges en bild av nuläget och en målbild för det gemensamma strategiska arbetet. Därför bygger strategin på en stor mängd diskussioner och samråd där utmaningar, möjligheter, behov och mål har identifierats. I det arbetet har det framkommit att många aktörer vill prioritera arbetsområden som kan samlas i fyra grupper, de som i strategin kallas **strategiskt identifierade prioriteringsområden**. Dessutom har aktörer i alla sektorer visat intresse för att låta tre teman genomsyra de insatser som görs, de som i strategin kallas **strategiskt identifierade teman**.

Dessa prioriteringsområden och teman presenteras på en övergripande, gemensam nivå i strategin. På så vis kan varje verksamhet formulera sina handlingsplaner och verksamhetsmål i relation till dem. I strategins sista del beskrivs de olika roller regionens samlande krafter har i relation till besöksnäringen. Genom att vara tydliga och öka kunskapen om varandras arbete kan aktörerna komplettera och stärka varandra. Därigenom blir de en stabil struktur för företag att växa i.

**DEN REGIONALA STRATEGIN ÄR EN LÄNK MELLAN
DE FÖRUTSÄTTNINGAR VÄSTERBOTTENS AKTÖRER HAR ATT FÖRHÅLLA SIG TILL
OCH UTVECKLINGEN AV VERKSAMHETERNAS EGNA HANDLINGSPLANER OCH MÅL.**

1. Besöksnäringen – en bit i det strategiska pusslet

Besöksnäringen är en väv av aktiviteter och företeelser som genomsyrar vårt samhälle. Här finns allt ifrån stora företag till ideella initiativ. Den berör grundläggande samhällsfunktioner såsom fysisk infrastruktur och digitala möjligheter. Som näring går den in i många andra och nästan inga av samhällets strukturer står utanför besöksnäringens påverkan.

Genom att besöksnäringen omfattar både privata och offentliga aktörers uppdrag och intressen skapas ett stort behov av samverkan och rollfördelning. I ett regionalt sammanhang blir det tydligt eftersom:

Besöksnäringens produkter ofta bygger på våra gemensamma resurser såsom natur och kultur. En avgörande del i utvecklingen av en långsiktigt hållbar besöksnäring ligger därför i att möjliggöra ett hållbart kommersiellt nyttjande av dessa resurser.

Besöksnäringens konsumenter är både besökare och fastboende samt de däremellan: fritidshusboenden. Det är ingen avskild, separat verksamhet och måste därför ske i samklang med det omgivande samhället. Den infrastruktur som möjliggör besök är densamma som för boende och produkterna kan vara riktade till alla.

Besöksnäringen handlar om attraktionskraft. Med besöksnäringen som del i den regionala utvecklingen skapas potential att locka inte bara besökare utan även till inflyttning av nya västerbottningar, näringar och investeringar. I vissa fall kan attraktionskraften som en starkt besöksnäring skapar rentav vara avgörande för att stanna kvar på en plats eller för en nyetablering.

Besöksnäringen är platsbaserad, arbetsintensiv och förankrad i sitt omgivande näringsliv. De satsningar som görs på besöksnäringen har stor betydelse för utvecklingen av Västerbotten som en attraktiv region då det inte bara har goda effekter för turistföretagare utan även för övrigt näringsliv såsom mataffärer, bensinstationer, övrig handel och lokala/regionala kommunikationer.

Strategin för Västerbottens besöksnäring har tagits fram tillsammans med kommuner, destinationer och regionala organisationer som arbetar med besöksnäring. Strategin vänder sig till offentliga aktörer som arbetar med att utveckla besöksnäringen, från lokal nivå via kommuner och destinationer till regional och nationell nivå. För företag som relaterar till besöksnäringen erbjuder denna strategi en presentation av de prioriteringar och riktningar som leder de gemensamma insatserna. Region Västerbotten Turism vill med denna strategi bidra till att ytterligare stärka utvecklingen i regionen. På så sätt skapas attraktivitet och livskvalitet för såväl invånare som besökare.

Strategins syfte är att beskriva rollfördelningen inom regionen och tydliggöra samverkansområden mellan aktörer. Strategin syftar också till att prioritera Västerbottens strategiskt viktiga utvecklingsfrågor inom besöksnäringen.

En plats som är attraktiv att besöka har även ett utbud av varor och tjänster som skapar trivsel för de bofasta. Besöksnäringen är ett avgörande verktyg för att stärka Västerbotten som en plats att leva, trivas och utvecklas på.

Inför strategins utformning har material samlats in från privata, offentliga och ideella aktörer för att identifiera styrkor och utmaningar ur flera perspektiv. I denna sektion av strategin lyfts styrkor med utvecklingspotential samt utmaningar där åtgärder behöver prioriteras. Detta görs för att aktörer i alla sektorer med denna målbild i grunden ska kunna ta fram handlingsplaner och aktiviteter som är samordnade med andras insatser för starkast möjliga effekt. Med en gemensam utgångspunkt kan alla aktörer dra åt samma håll och få bättre genomslag, både vad gäller att nå ut till marknader och med strategiskt inriktade budskap för påverkan i beslutssammanhang på alla nivåer.

I rollen som regional länk mellan kommunala, lokala och nationella nivåer har Region Västerbotten Turism i uppgift att samla information och kunskap från en mängd olika sammanhang. Baserat på dessa kan material tas fram som har hög relevans för Västerbottens aktörer och därigenom kompletterar det material som produceras på nationell nivå. Materialet kommuniceras kontinuerligt till kommuner och destinationsorganisationer för att bidra till arbetet på lokal nivå och utgör basen för denna regionala, gemensamma strategi.

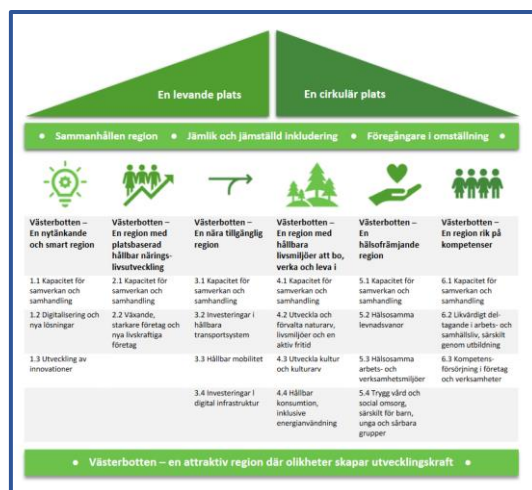
Regionalt utvecklingsarbete handlar om samverkan. En regional strategi tydliggör vilka riktlinjer och prioriteringar som identifierats genom samråd mellan regionala aktörer.

Västerbottens strategi för besöksnäringen bygger på den nationella besöksnäringstrategin och den regionala utvecklingsstrategiska planen. Dessutom har den formulerats efter att såväl det regionala Skogsprogrammet och den regionala livsmedelsstrategin *Mer mat från Västerbotten Regional Livsmedelsstrategi 2021-2030* presenterats. Region Västerbotten Turism tar aktiv del i strategiska arbeten för att stärka besöksnäringens roll i sammanhangen och skapa kontaktpunkter som ökar möjligheterna för att besöksnäringstrategin ska gå i linje med och kunna utnyttja de möjligheter som finns i andra, omgivande strategiska arbeten. I livsmedelsstrategin är måltidsturismen en utpekad del inom ett av de fyra strategiska områdena och i skogsprogrammet handlar ett av de fem fokusområdena om mångbruk av skogen. På så vis kan kommuner, företag och organisationer koppla in sina besöksnäringrelaterade verksamheter även i dessa omgivande strategiska arbeten. De strategier som sätter ramar och visar på strategiska riktningar för det gemensamma arbetet är den regionala utvecklingsstrategin och regionplanen.

Den regionala utvecklingsstrategin, RUS, tas fram på uppdrag av regeringen och formuleras utifrån inspel från Västerbottens olika aktörer. Den ger en gemensam, övergripande riktning som visar vägen för utvecklingen i Västerbotten till år 2030. Visionen i RUS:en är:

En attraktiv region där olikheter skapar utvecklingskraft.

RUS:en visar en stark vilja att med tidshorisonten 2020–2040 arbeta för att regionen ska vara en hållbar plats att leva och utvecklas på. Den innehåller en prioritering som handlar om att arbeta för platsbaserad, hållbar näringslivsutveckling. Där ingår att både attrahera etableringar och att stärka befintliga företag genom till exempel utveckling av affärsmodeller och vid generationsskiften. Besöksnäringen är ett av de verktyg som identifierats för att nå de målbilder som presenteras.



Vägen till en cirkulär och hållbar plats - vision, inriktningar och prioriteringar i den Regionala Utvecklingsstrategin för Västerbotten 2020-2030.

Regionplanen anger Region Västerbottens inriktning och utveckling för 2024–2027. Den beslutas av regionfullmäktige och utgår från politiska prioriteringar, statliga uppdrag, befolkningens behov, de förutsättningar som råder i länet och landet samt lagar och förordningar. Regionplanen innehåller fullmäktiges mål och uppdrag till nämnder och styrelser som alla syftar till att uppnå visionen. Mål 3. Ett attraktivt och hållbart Västerbotten är det mål som styr regional turisms uppdrag.

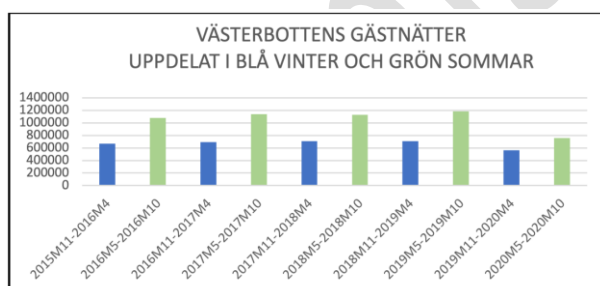
Inom ramarna för arbetet med Responsible Tourism Västerbotten (se del 3 i denna strategi) kommer Region Västerbotten Turism under de kommande åren att utveckla sätt att mäta företagens utveckling med fokus på långsiktighet och hållbarhet. Mätpunkterna kommer att återfinnas inom såväl kvantifierbara som mer mjuka värden, såsom företagarnas upplevda stabilitet för företagande. Detta material kommer att komplettera de ovan nämnda insatser som görs på regional nivå. Tack vare den breda uppslutning som skett kring Responsible Tourism Västerbotten erbjuds tillräckligt stort underlag för att sådana mätningar. Metodutvecklingen kopplas till Region Västerbotten Turisms deltagande i det av Tillväxtverket inledda arbetet med att identifiera bedömningsgrunder för uppföljning av hållbar besöksnäring, en del i deras uppdrag enligt regeringsbeslut N2020/03156.

Strategisk uppföljning och mätpunkter

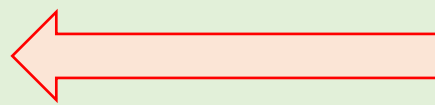
Besöksnäringen är svår att mäta eftersom den involverar många olika sektorer, har konsumenter bland både besökare och bosatta och dessutom är många verksamheter bisysslor i den offentliga statistiken. Det är främst på varje företags nivå som utvecklingen av omsättning, sysselsättning och vinst kan mätas. Hos Tillväxtverket/ SCBs (Statistiska Centralbyrån) statistik över kommersiella gästnätter och turistsatellitkontot som beräknas av Tillväxtverket/SCB/Nationalräkenskaperna finns generella mätetal. Materialen sammanställs och delas löpande med regionens olika aktörer, bland annat genom publikationen *Besöksnäringen är viktig för Västerbotten – 10 anledningar att stärka vår nya basnäring* som uppdateras fortlöpande och finns öppet tillgänglig på Regionen Västerbottens webbplats.

Gästnattstatistiken omfattar alla inrapporterade sålda övernattningar på hotell, vandrarhem, stugby, camping och förmedlat boende. Innan pandemin låg utvecklingen av antal gästnätter på en stadig, lätt ökande nivå. Drygt 75% av nätterna köptes av inhemska besökare och bland de utländska gästerna utgjorde Norge den största gruppen med runt 55% av de utländska gästnätterna, följt av Finland och Tyskland som stod för 10% vardera.

Gästnattsmåttet kan användas för att identifiera säsongsvariationer genom att dela upp alla logiformers gästnätter i vinter- och sommarhalvår, november tom april respektive maj tom oktober. Västerbotten som helhet visar då en starkare efterfrågan under sommarhalvåret och det är tydligt att säsongerna är desamma från år till år. Efterfrågan skiljer sig åt mellan olika platser i regionen vilket innebär att de kompletterar varandra och Västerbotten som helhet blir därigenom en mer komplett destination. Ett exempel på detta är hur den ökade befolkningen i Umeå på grund av studenternas närvaro skapar köpkraft både hos stadens utbud och efterfrågan på naturlandskapet och fjällen som har stark dragningskraft under ledigheter.



Uppdateras med aktuella siffror efter feb 2026.



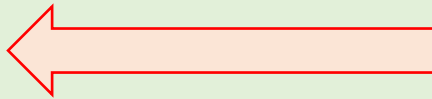
Källa: SCB/TVV

Det är viktigt att påpeka att besöksnäringen i Västerbotten är mycket mer omfattande än vad de kommersiella gästnätterna visar. De köpta nätterna beräknas stå för knappt 40% av alla nätter som besökare tillbringar i Västerbotten per år, resterande 60% sker på besök hos släkt och vänner samt i fritidshus. I Västerbotten finns fler än 30 000 fritidshus. Det gör länet till ett av de sex län med flest fritidshus i landet. Detta innebär att delar av länet med lågt befolkningsantal lockar en stadig ström konsumenter som bidrar till den lokala ekonomin. De som har fritidshus är tillfälliga men återkommande invånare – en så kallad osynlig befolkning som varken syns som registrerade gästnätter eller i folkbokföringen. Däremot märks deras konsumtion under vistelsen i fritidshuset eftersom de har samma behov som hemma och dessutom vill njuta av lokala aktiviteter och

attraktioner. Detta skapar köpkraft för lokala verksamheter och gör att Västerbotten uppmärksammas som en plats för boende – under kort och lång tid.

Fritidshusen har under det senaste decenniet blivit en resurs för sina ägare i en bredare ekonomisk betydelse. Genom digitala plattformar kan privatpersoner bli en del av besöksnäringens logiutbud utan att vara registrerade företag och själva styra när och hur de tar emot gäster. Västerbottens infrastruktur inom besöksboende har på detta vis blivit mer mångfacetterat och RVT hämtar sedan 2023 in material från olika digitala plattformar för att komplettera det material som Tillväxtverket samlar in genom den offentliga gästnattstatistiken.

Kompletteras med uppdaterade siffror efter feb 2026.



2. Strategiska arbetsområden, teman och målbild

Besöksnäringens verksamheter utvecklas bäst när de omges av stabila strukturer för de fyra områdena attraktionskraft, tillgänglighet, information och kringsservice:

Det behöver finnas något värt att besöka och möjlighet att ta sig dit.

Det behövs spridas information om det som lockar till besök och för att skapa näringsverksamheter behövs kringsservice.

Både privata och offentliga aktörer arbetar med dessa fyra områden men med olika syften, uppdrag och handlingsutrymmen. Dessutom har ideella krafter stor inverkan genom att de bidrar med alltifrån att uppmärksamma och vårda besöksmål till att arrangera evenemang. Under förarbetet till denna strategi har de fyra områdena diskuterats och i denna del av nulägesbeskrivningen återges de möjligheter och utmaningar som framträtt tydligast i diskussionerna.

Attraktionskraft

Västerbotten har en fördel i att trender och efterfrågan som identifierats som växande redan innan pandemin nu fått mer kraft och pekar på det Västerbottens attraktionskraft bygger på: Natur och kultur där kultur omfattar alltifrån kulturarv till evenemang inom nöje och idrott. Västerbottens tätorter har dessutom allt mer kommit att profileras inom innovation, utveckling och design. Skellefteås nyetableringar inom hållbara byggen och Umeås designhögskola är två exempel som kompletteras av lika starka initiativ runtom i regionen. Västerbotten är en allt oftare omtalad plats för hållbar utveckling med tillväxt inom teknik och vetenskap. Besöksnäringen är en viktig faktor i det samspel som behövs för att nyttja det ökande intresset för Västerbottens tillväxt. De kommande årens planerade satsningar inom industri och omställningsarbete för klimatanpassning innebär en fortsatt möjlighet för alltifrån specifika Technical Visits till ökat intresse bland internationella studenter att komma till Västerbotten.

Ur ett besökarperspektiv är tätorterna ofta noder för transport som möjliggör naturnära vistelser. Det finns därför inte någon motsättning mellan att stärka Västerbottens tätorter och glesa bygder då de kompletterar och stärker varandra ur ett destinationsperspektiv. En stor del av utbudet är småskaliga verksamheter som ligger i relativt glesa bygder. Detta kan och bör alla aktörer kraftsamla kring. Även de destinationer som i Västerbotten betraktas som urbana inkluderas i denna attraktionskraft. Västerbotten har även en stark attraktionskraft genom att vara plats för event och löpande aktiviteter inom friskvård och idrott. Dessa delar av besöksnäringen skapar stora volymer och utgör en bas som kan göras ännu starkare.

En del av attraktionskraften bygger på den fritt tillgängliga naturen och i Västerbotten finns stor potential för fortsatt utveckling av köpbara produkter baserat på naturvistelser. Detta kräver medel för investeringar men även tillgång till kompetens inom företagande och lämplig arbetskraft. Förmågan att locka önskad arbetskraft påverkas starkt av säsongsvariationer och att Västerbotten har en tröskel att komma över i fråga om avstånd till utbildningsorter. För att förse näringar med relevant kompetens krävs närhet till utbildningar, antingen genom fysisk lokalisering eller genom samarbeten mellan utbildningen och företag. Västerbottens utbildningsaktörer och näringar behöver därför samverka för att skapa denna kontakt, annars riskerar det uppstå en brist på relevant

arbetskraft som hämmar utvecklingen av såväl enskilda företag som den gemensamma besöksnäringen.

Städernas möjligheter för möten, mässor och affärsresande bygger till viss del på närheten till natur och kulturbaserad attraktionskraft. Det skapas efterfrågan på produkter utanför stadskärnorna i form av aktiviteter under mötesprogram, deltagare som stannar kvar och de som återkommer som gäst eller rekommenderar destinationen. Det finns även en växande kraft och kompetens kring att locka såväl stora som återkommande evenemang och event till Västerbotten. Tack vare de senaste årens steg framåt gällande värdskap för evenemang och möten har Västerbotten etablerat sig som en arena även för detta segment.

Västerbotten har skyddsåtgärder som både stärker attraktionskraften och förpliktigar. Här finns många skyddade naturområden och kulturmiljöer. Länsstyrelsen i Västerbotten ansvarar för de skyddade områdena i natur och kulturmiljöer och samverkan mellan Länsstyrelse och den regionala turismorganisationen är en förutsättning för att deras potential i attraktionssammanhang ska kunna utvecklas på ett långsiktigt hållbart sätt som skapar näringsmöjligheter. I detta sammanhang spelar ideella krafter såsom hembygdsrörelsen, idrottsklubbar och friluftsförbundet en nyckelroll genom sin lokala förankring och engagemang. I Västerbotten finns även biosfärsområdet Vindelälven-Juhtatahka som ingår i FN-organet UNESCO:s samling av områden som ska fungera som modeller för utveckling av hållbara strategier. Området och den organisation som ansvarar för detta arbete får global uppmärksamhet och förväntningar som skapar möjlighet att genomföra utvecklingsarbete som kan vidareutvecklas och appliceras även på andra platser. Västerbotten är även del av Sápmi och det finns särskilda åtaganden som rör skydd av den kulturella och språkliga gemenskap som Västerbottens samiska befolkning är en del av. Detta innebär ett brett fokus som omfattar både äldre kultur och det nutida levande samhället.

Tillgänglighet och digitalisering

Kraven på digital tillgänglighet och kompetens hos producenterna ökar och kan vara svåra att leva upp till för enskilda företag. Kompetensen som behövs omfattar alltifrån uppdaterad kunskap om målgrupper, trender och försäljning på enskild företagsnivå till större geografiska eller tematiska områden för att rätt insatser ska göras.

Digitaliseringen märks tydligt i nya konsumtionsmönster. Bland dessa syns att gränsen mellan arbete och fritid blir alltmer flexibel samtidigt som distansarbetet slagit igenom under pandemin. Detta har gett fart åt utvecklingen som pekar mot att allt fler kan konsumera upplevelser utanför sedvanliga semestertider eller veckoslut. Ju mer uppkopplade konsumenterna blir, desto mer märks även förändringar i ägande. Det talas om att ägandefokus övergår till ett tillgångsfokus, där den som kan förmedla tillgångar och länka ägare och nyttjare är den avgörande aktören. Genom uppkopplingens låga trösklar kan konsumenterna och destinationerna nu friktionsfritt komma i kontakt med varandra. Det sker allt mer intressebaserat än utifrån socioekonomiska faktorer som tidigare var avgörande för att få vetskap om utbud och möjlig efterfrågan. Här har Västerbotten en fördel i sin jämförelsevis stora andel nyligt utbildade invånare som skapar nätverk utanför regionen. Den geografiska obundenhet digitaliseringen innebär talar för Västerbotten som plats att leva och verka på eftersom kontakt med noder och center kan vara digital. Detta ställer även krav på den digitala infrastrukturen som har kommit långt i Västerbotten och blir allt starkare. Genom tech-etableringar dras uppmärksamheten hit. Utmaningen är att möta den digitala kommunikationen med en fysisk infrastruktur som möjliggör

besök och transporter samtidigt som Västerbotten blir en plats att välja att bo kvar på efter avslutad utbildning eller arbetsinsats.

Den fysiska infrastrukturen och tillgängligheten har trösklar både på vägen till och i Västerbotten. Många aktörer arbetar för att minska dem och det sker både på regional och nationell nivå. Genom nyetableringar såsom fabriker i Skellefteå ökas möjligheterna till utökade kommunikationer som kopplar Västerbotten till övriga landet och utanför. De transportvägar som stärks av sådan verksamhet blir även tillgängliga för besöksnäringen. Besöksnäringen i sin tur gör platser attraktiva för etableringar och lockar arbetskraft vilket kan påverka nya investeringar. På så vis samverkar besöksnäringens behov och förtjänster med andra sektorer på ett sätt som gynnar alla delar av samhället. Besöksnäringens aktörer behöver därför hålla ett starkt och aktivt engagemang i forum som rör t ex järnvägsutveckling. Tågets betydelse för Västerbottens besöksnäring kan bli betydligt större genom insatser kring nattåg utmed både kust- och inlandsdragningsarna. Även flygets utveckling kommer att ha en fortsatt viktig roll ur besöksnäringens perspektiv, inte minst gällande elflyg. I Västerbottens stora geografi spelar dock vägnätet fortfarande en avgörande roll. Vägarnas skick behöver prioriteras tillsammans med nya frågor som rör infrastruktur för laddning av fordon med elteknik. Inom fysisk tillgänglighet finns även frågor kring att bygga en besöksnäring som är möjlig att ta del av för många olika grupper i samhället. Region Västerbotten Turism har i sitt hållbarhetsarbete inkluderat aspekter kring jämlikhet och demokrati. Arbetets syfte är att ge verksamheter i alla sektorer verktyg för att skapa tillgänglighet i dess bredaste betydelse.

Information och kringsservice.

Aktörer med relevans för besöksnäringens utveckling återfinns i flera delar av den offentliga och privata sektorn. Dessa behöver stärka sin samverkan genom en tydlig rollfördelning så att samordningsvinster tas tillvara, dubbelarbete undviks och deltagande i externa sammanhang säkras för att besöksnäringens behov skall lyftas.

De senaste årens ökade intresse för skyddad natur har skapat utmaningar hos förvaltande aktörer att sköta vård och skydd medan privata verksamheter kan se möjligheter att utveckla näringar med koppling till det ökade intresset. Än så länge finns outnyttjad potential för kommersiell kringsservice i Västerbotten. Detta beror till stor del på starka säsonger och otydlighet kring planer såsom förvaltning av vandringsleder. Genom ett fortsatt fokus på detta hos de förvaltande och strategiska aktörerna kan de operativa aktörerna i företag och destinationsorganisationer få information om vilka möjligheter och hinder som finns och vilket tidsperspektiv arbetet har.

Naturbaserad turism visar stark tillväxt med allt fler företag som riktar sig till konsumenter med lust att tillbringa tid i naturen. Besöksnäringens företag verkar inom tydliga regelverk som värnar den råvara de själva bygger sina produkter på, medan Sveriges allemansrätt skapar möjligheter för fri tillgång till många platser och därigenom ökar den generella attraktionskraften. Västerbottens regionala turismorganisation driver arbete inom sina olika påverkansföretag för att tydliggöra att det som generellt refereras till som *över-turism* i denna region snarast är en form av *över-friluftsliv* då de kommersiella aktörerna inom turism är mycket lite inblandade i situationen och de näringsmässiga effekterna är obetydliga. Det finns stora möjligheter att genom att involvera och stödja näringarna styra det oreglerade bruket av naturområdena.

I ett strategiskt sammanhang är det avgörande att hantera skillnaderna mellan besöksnäringen och det fria friluftslivet samt hur de överlappar varandra. Det finns ett ökat intresse för att vistas i naturen, både fritt och i form av produkter. I Västerbotten finns utrymme att låta de båda olika

formerna pågå samtidigt och erbjuda möjlighet för både de kommersiella verksamheter som omfattas av besöksnäringen och det fria friluftslivet.

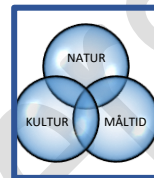
För att rätt information ska gå ut till potentiella besökare och marknadsföringsinsatser ska nå önskade målgrupper behöver alla aktörer – både privata företag och de strategiska aktörerna - vara medvetna om vad som sker hos de andra. Med kunskap om varandras uppdrag och mål kan rätt förväntningar ställas och relevanta planer tas fram.

STRATEGISKA TEMAN

Det samordnade arbetet har identifierat teman som ska fungera som riktningvisare för både det strategiska arbetet bakom kulisserna och för det utåtriktade kommunikativa och operativa arbetet hos besöksnäringens aktörer.

I samråd mellan destinationsorganisationerna, företag och Region Västerbotten Turism har följande tre teman identifierats för de kommande åren.

- **Natur**
- **Kultur**
- **Måltid**



Dessa tre teman bygger på Västerbottens starkaste attraktionsområden och de företag som redan finns här. Genom att stärka de pågående verksamheterna kan de växa samtidigt som nya etableringar och investeringar kan tillkomma.

Treklövern av natur, kultur och måltid stärker varandra både enskilt och tillsammans. Måltiden är ett sätt att konkretisera naturen eftersom sättet råvarorna hanteras speglar rådande kultur och bevarade traditioner. I tillägg blir mat och måltid allt viktigare faktorer i både attraktionskraft och det som konsumeras under besök och fritid. I alla tre teman har Västerbotten ett bra läge. Här finns flertalet starkt profilerade aktörer som kan inspirera andra och själva få nytta av ett gemensamt fokus. Dessutom pekar de alla tre i samma riktning till en långsiktig hållbarhet.

MÅLBILD FÖR STRATEGIN

Det strategiska arbetet i Västerbotten innebär är att aktörer i den offentliga sektorn ska bygga strukturer där verksamheter får stöd att utvecklas på ett livskraftigt och långsiktigt hållbart sätt. Strukturerna ska bestå av både förutsägbara regler och stabila samarbeten som skapar långsiktig trygghet för investeringar. Det ska vara lätt att göra rätt och kännas tryggt att investera.

Målet för det strategiska arbetet under 2027-2030 är att bidra till ett mer konkurrenskraftigt Västerbotten, genom att stärka Västerbottens attraktionskraft, tillgänglighet, information och kringsservice.

Målet för strategin är att presentera de områden som Västerbottens besöksnäring har identifierat som viktiga att samverka kring, så att handlingsplaner och insatser kan tas fram i samklang med varandra för starkast möjliga effekt.

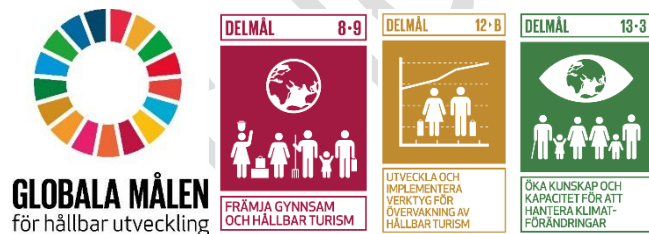
Besöksnäringen räknas på nationell nivå som en ny basnäring. Region Västerbotten Turism har i publikationen *Besöksnäringen är viktig för Västerbotten* presenterat siffror som visar att det är en växande och framåtsträvande del av det västerbottniska samhället både i termer av sysselsättning, platsutveckling och kontaktskapande. En hållbart växande besöksnäring har positiva effekter inte minst genom att den påverkar så många olika branscher. Den gör platser i både städer och glesbygd attraktiva för besökare, invånare och de som funderar på att flytta hit. Genom sin mångfald öppnar besöksnäringen dörrar till olika slags arbetsuppgifter och skapar delaktighet och arbete för många. Den säsongsbaserade besöksnäringen innebär både utmaningar för att skapa varaktig inkomst och en möjlighet att diversifiera verksamheter. Med en stärkt besöksnäring kan fler invånare på fler platser se nya intäktsmöjligheter. Besöksnäringen är även ett område där innovationer och nya lösningar i både producent- och konsumtionsled utvecklas. Västerbottens förankring inom teknik och utbildning samt resurser i form av inkubatorer skapar möjligheter att fortsätta vara en stark aktör i framkant inom den hållbara utvecklingen.

Remissversion

3. Västerbottens besöksnäring – ett gemensamt hållbarhetsarbete

Västerbotten är i framkant för landets hållbarhetsarbete inom besöksnäringen!

Region Västerbotten Turism initierade 2015 ett gemensamt hållbarhetsarbete för Västerbottens besöksnäring. Detta baseras på den globala organisationen Global Sustainable Tourism Councils (GSTC) arbete med ökad hållbarhet inom turism. Hållbarhetsarbetet har fått samlingsnamnet Responsible Tourism Västerbotten och är idag en del av Region Västerbotten Turisms kärnverksamhet. Det utgör en samlingspunkt för den regionala turismorganisationen, regionens kommuner och destinationsorganisationer. Det är även en direktlänk till och mellan företagen genom att den omfattar en arbetsmetod där verksamheter kan gå igenom sina olika delar utifrån hållbarhetskriterier. Arbetet med en hållbar besöksnäring i Västerbotten är även direkt kopplat till flera av de 17 målen i Agenda 2030, FN:s Globala Hållbarhetsmål, med särskilt fokus på mål 8 (delmål 8.9), mål 12 (delmål 12b) och mål 13 (delmål 13.3).



På nationell nivå har Tillväxtverket i uppdrag att utifrån statistik och analys ta fram material som ökar möjligheten för beslutsfattare och företag att investera i väl grundade aktiviteter. De har allt mer lagt fokus på insatser kring hållbarhet och stöder sig på definitionen av en hållbar besöksnäring som återfinns hos World Tourism Organization (UNWTO, FN-grundade Världsturismorganisationen) och UN Environment Programme (UNEP, FN:s miljöprogram): En näring som tar ansvar för turismens nuvarande och framtida ekonomiska, sociala och miljömässiga påverkan genom att utgå från besökarens, företagets, miljöns och lokalsamhällets behov. Denna definition överensstämmer med arbetsmetodiken i Västerbotten.

SAMVERKAN MED HÅLLBARHET I FOKUS

Det arbetssätt Region Västerbotten Turism utvecklat baserat på GSTC:s hållbarhetsstandard kallas Responsible Tourism Västerbotten. Den omfattar direkt samverkan med företag där verksamhetens alla delar går igenom baserat på hållbarhetskriterierna för att identifiera goda exempel och behov av åtgärder. Det omfattar även samverkan med både privata och offentliga aktörer. Denna samverkan sker löpande och genomsyrar alla delar av verksamheten hos den regionala organisationen, men även hos lokala destinationsorganisationer och regionens kommuner.

Responsible Tourism Västerbotten är sedan 2022 en del i Region Västerbotten Turisms ordinarie verksamhet. Här samlas de aktörer som genomgått de GSTC-baserade genomgångar som erbjudits av Region Västerbotten Turism sedan 2015 och de som själva utbildats för att kunna stödja företag i deras hållbarhetsarbete. Syftet är att möjliggöra diskussioner, hitta gemensamma utmaningar och sätt att adressera dem genom fokuserade insatser men även genom att dela information om vad som

är på gång. Region Västerbotten Turism har en organisatorisk roll för detta fora där alla deltagare kan och bör lyfta sina ämnen. Denna samverkan är en bas för möten mellan företagen, destinationsorganisationer och Region Västerbotten Turism där Region Västerbotten Turism håller en initierande och ledande roll.

Utöver detta finns Destinationsrådet som initierades av Region Västerbotten Turism under 2025 och är en referensgrupp bestående av representanter från kommunala aktörer och destinationsorganisationer. Arbetet i Destinationsrådet delas med och återkopplas till övriga aktörer, t ex med företag vid de regelbundet återkommande möten som arrangeras i samverkan och vid de möten mellan Region Västerbotten Turism, destinationsorganisationer och kommuner som sker löpande. Syftet är att tillsammans arbeta med strategiska frågor och att ge kraft åt det som görs, undvika dubbleringar och att några områden missas.

På detta vis är Responsible Tourism Västerbotten ett initiativ där Region Västerbotten Turism skapat en samlande punkt för Västerbottens privata och offentliga aktörers arbete för en hållbar utveckling av besöksnäringen. Genom samverkan under ett gemensamt begrepp och utifrån tydliga grundprinciper underlättas de gemensamma satsningar som görs men även enskilda verksamheter kan hitta riktning för sina insatser. Arbetsmetodiken med hållbarhetsgenomgångar kan användas för offentliga verksamheter och kommunerna i Västerbotten deltar aktivt i arbetet. Därigenom får de möjlighet att närma sig den annars svårhanterliga hållbarhetsaspekten i besöksnäringen och erbjuds en stabil grund för arbetet framåt. Genom att låta Responsible Tourism Västerbotten och de fyra grundprinciperna genomsyra strategier och insatser arbetar alla utifrån en gemensam förståelse och riktning för en långsiktigt hållbar näring och livskraftiga samhällen.

Utgångspunkten för Responsible Tourism Västerbotten är att erbjuda verktyg för att utveckla långsiktigt hållbara verksamheter. Hållbarhet omfattar alltifrån miljöhänsyn till omsorg om företagaren själv. Den hållbarhetsanalys som programmet inleds med hjälper verksamheten att identifiera sin förbättringspotential. Utifrån dessa erbjuds kunskapsbaserade verktyg som ger deltagande verksamheter möjlighet att stärka sin verksamhets företagsidé, identifiera målgrupper och få vägvisning till hur deras erbjudande kan kommuniceras till marknaden. I processens senare del där alltmer fokus ligger på synlighet, försäljning och utförande är Region Västerbotten Turism och andra offentliga aktörer allt mindre inblandade och arbetet övergår i marknadskommunikation som planeras och drivs av näringsverksamheterna själva tillsammans med de destinationsorganisationer som har ett sådant uppdrag.

Västerbottens destinationsorganisationer och kommuner inledde 2022 ett gemensamt marknadsföringsarbete med namnet *Västerbotten Sweden*. Syftet är att underlätta för återförsäljare att samla Västerbottens aktörer gentemot slutkund. Region Västerbotten Turism har med ekonomiska medel möjliggjort detta för att skapa rörelse framåt för frågan om gemensam marknadskommunikation, en fråga som samtliga aktörer ser behov av att lösa.

Responsible Tourism Västerbotten är främst en intern arbetsprocess och ett verktyg för regionens verksamheter i alla sektorer. Det står dock klart att allt fler konsumenter och förmedlare inom resebranschen, såsom turoperatörer, söker garantier för företags hållbarhetsarbete. Fenomenet greenwashing eller grönmålande har ökat kraven på företag att konkretisera sitt hållbarhetsarbete på ett sätt som kommuniceras till konsumenter. Därför utvecklas arbetet med internationellt godkända mätmetoder genom till exempel EarthChecks benchmarkningprogram som innebär att verksameters klimatavtryck mäts och verifieras av Västerbottens hållbarhetsrådgivare.

Syftet med Responsible Tourism Västerbotten är att samla besöksnäringens aktörer för att stärka det interna arbetet i regionen och dessutom skapa ett samlat budskap utåt:

Västerbottens besöksnäring arbetar i samklang med sin omgivning för att skapa mervärden för företagen, besökare och andra som lever och verkar i Västerbotten

Vägvisare för en hållbar besöksnäring i Västerbotten

Tack vare den samsyn som skapats har fyra grundläggande principer kunnat tas fram, som är relevanta för olika aktörer att bygga sina aktiviteter på. Principerna skapar en tydlig riktning framåt och styr de vägval som görs. Härigenom kan det byggas samverkan med en klar prioritering så att de resurser som används stärker allas insatser och resultaten blir mer kraftfulla och långsiktiga.

Stärka turismens positiva effekter, på naturens och kulturens villkor

Skapa värde för både boende och besökare

Styra besöksflöden till tid och plats där kapacitet finns

Bidra till fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

STRATEGISKA VÄGVAL FRAMÅT

Vi har samlat alla kommuner och destinationsorganisationer i ett gemensamt arbete med Responsible Tourism Västerbotten och GSTCs globala standard i botten för att analysera nuläge och möjliga vägar framåt. Rekommendationerna nedan baseras på destinationsanalysens utfall och utgör grunden till en gemensam handlingsplan. Rekommendationerna i den gemensamma destinationsanalysen kan sammanfattas i fyra riktningar:

1. Fortsätta etablera Responsible Tourism Västerbotten på destinationsnivå, inkl kommuner. Genomför nya hållbarhetsanalyser och rundabordssamtal i samtliga destinationer för att etablera nuläge, roller, förståelse och prioriteringar. Utbilda fler rådgivare hos framför allt kommuner.
2. Etablera en permanent struktur för hållbar destinationsförvaltning. Skapa ett regionalt system med tydliga mandat, beslutsvägar och finansiering – med Region Västerbotten Turism som samordnande nav.
3. Knyt samman företagsnivån och destinationsnivån. Integrera benchmarkingdata och rådgivningsinsikter i planering, uppföljning och kommunikation på destinations- och kommunnivå.
4. Förankra och utbilda. Genomför riktade insatser för politiker och tjänstepersoner om Responsible Tourism Västerbotten och utveckling hållbar turism, hållbarhetsförvaltning och miljöansvar. Processen ska främst användas för lärande, inte kontroll.

SAMLANDE AKTÖRER I VÄSTERBOTTEN

Tydlig rollfördelning och förståelse för varandras ansvarsområden är en förutsättning för god och effektiv samverkan. För samverkan inom besöksnäringen, som går sin egen väg genom en mängd verksamheter och uppdrag, är det avgörande att skapa transparens och tydlighet i både vad som görs och varför.

En uppgift för besöksnäringens strategi är att initiera tydliggörandet av rollfördelningen bland regionens aktörer. Nedan beskrivs uppdragen hos ett antal aktörer på regional och lokal nivå vars arbetsområden rör eller berörs av besöksnäringen.

Besöksnäringen har aktörer på flera geografiska nivåer. På nationell nivå finns exempelvis Trafikverket, Tillväxtverket, Naturvårdsverket, Sveriges Kommuner och Regioner (SKR), Visit Sweden och näringsägda Svensk Turism AB. Dessutom finns organisationer som verkar över de administrativa gränserna såsom Visita och Svenska Samernas Riksförbund (SSR). Inom den regionala nivån finns aktörer med regionen som utgångspunkt, exempelvis Region Västerbotten, Länsstyrelsen Västerbotten och Kollektivtrafikmyndigheten. På den lokala nivån finns aktörer med en eller flera kommuner som utgångspunkter, till exempel företag eller ett destinationsbolag. De verkar inom en utvald geografi och har ofta medlemsfinansiering. Det finns även geografiska mikrodestinationer i Västerbotten som till exempel finns i en fjälldal, eller en by.

I Västerbotten sker utvecklingen av besöksnäringen i samverkan. Tillsammans med länets destinationer och kommuner arbetar Region Västerbotten Turism för att effektivt och kraftfullt utveckla besöksnäringen. Inom länets turism är det lokala perspektivet centralt, då en stor del av arbetet med att stärka besöksnäringen sker på kommun- och destinationsnivå. Det är de lokala aktörerna som identifierar målgrupper, marknader och varumärken. Tillsammans med företagen väljer kommuner och destinationer de utvecklingsinsatser som är bäst lämpade utifrån deras lokala förutsättningar. Region Västerbotten Turism har en viktig roll i att systematiskt stötta utvecklingen av hållbara, konkurrenskraftiga destinationer och företag i regionen. Denna modell för besöksnäringens produktionsprocess har i grunden en uppdelning mellan dels en strategisk, strukturell del och dels en mer operativ. Genom att tydliggöra denna uppdelning och det område där aktörernas verksamheter överlappar, kan uppdrag och utrymmen för arbetsinsatser bli tydliga för alla. Därigenom adresseras de insatser som allra tydligast efterfrågats i förarbetets material:

- Ökad kraft för de insatser som görs när alla drar åt samma håll.
- Minskad risk för dubbelarbete genom kunskap om varandras verksamheter.
- Starkare genomslag för budskap genom samordnad röst.
- Ökad effektivitet genom riktiga förväntningar kring uppdrag och möjligheter.

REGION VÄSTERBOTTEN

Region Västerbotten är sedan 2019 en organisation med två delar: Hälso- och sjukvård samt Regional Utvecklingsförvaltning. Förvaltningen regional utveckling har det regionala utvecklingsansvaret i Västerbotten. Det innebär att Region Västerbotten leder arbetet med regionens utvecklingsstrategi (RUS), ansvarar för länstransportplanen och handlägger företagsstöd och projektstöd. Vid kulturverksamheten bedrivs regional biblioteksverksamhet, regional konstkonsulentverksamhet samt finansiering av regionala institutioner.

Region Västerbotten Turism är den avdelning i det regionala utvecklingsarbetet som fokuserar på verksamheter och strukturer med koppling till besöksnäringen. Uppdraget är att utveckla en mer långsiktigt hållbar besöksnäring, sprida kunskap kring besöksnäringens utveckling och synliggöra Västerbotten som attraktiv och konkurrenskraftig plats att besöka.

Region Västerbotten Turism har som regional turismorganisation i uppdrag att aktivt omvärldsbevaka och hämta in material från regionala, nationella och internationella sammanhang med relevans för Västerbottens strategiska arbete. Detta för att bredda perspektiven på Västerbottens utmaningar och potential och fördjupa kunskapen om de processer som påverkar regionens utveckling.

Region Västerbotten Turism ansvarar för:

- Att leda arbetet med den regionala utvecklingen av hållbar besöksnäring i Västerbotten genom Responsible Tourism Västerbotten.
- Att samordna det fortsatta arbetet med strategin för besöksnäringen.
- Att etablera en strategisk samverkan kring besöksnäringens frågor i Västerbotten.
- Att analysera mätdata relaterad till besöksnäringen och sprida kunskap om besöksnäringens struktur och effekter.
- Att arbeta med kompetensutveckling och kompetensförsörjning.
- Att representera besöksnäringen respektive landsdelen i fora på regional, interregional och nationell nivå.
- Att synliggöra Västerbotten som attraktiv och konkurrenskraftig plats att besöka under varumärket Västerbotten Sweden.

LÄNSSTYRELSEN

Länsstyrelsen Västerbotten arbetar bland annat med skötsel och förvaltning av länets statligt skyddade naturområden. De tillgängliggör natur- och kulturmiljöer för besökare via information på hemsida, i foldrar, via kartor och skyltar. De miljöer som informeras om är nationalparker, naturrum, utpekade skyddade naturområden, natur- och kulturresevat och fornlämningsmiljöer.

Länsstyrelsen Västerbotten finansierar lokala och regionala projekt som är kopplade till handlingsplanen för Landsbygdsprogrammet, framtagna i samverkan med länspartnerskapet och olika fokusgrupper. Länsstyrelsen hanterar också anslag från Naturvårdsverket och Riksantikvarieämbetet som finansierar vård och tillgänglighet av naturmiljöer och kulturhistoriskt värdefulla miljöer, samt bygdemedel som kommer från vattenregleringsföretagen.

Länsstyrelsen ansvarar för:

- Att verka för en långsiktigt hållbar landsbygdsutveckling.
- Att balansera hållbarhetsperspektiven i de natur- och kulturhistoriska miljöer man är ansvariga för.
- Att tillgängliggöra natur- och kulturmiljöer för besökare genom information och kunskapsspridning.
- Att samverka med aktörer inom berörda miljöer.

KOMMUNERNA

Kommunerna i Västerbotten arbetar strategiskt med besöksnäringen, antingen på egen hand eller genom samverkan med andra aktörer. Ett viktigt fokus för kommunerna är arbetet med företags- och

näringslivsutveckling samt företagsetablering ur ett besöksnäringssperspektiv. Kommunerna spelar också en avgörande roll när det gäller att skapa förutsättningar för besöksnäringen att växa, då den kommunala planeringen styr mark- och vattenanvändningen. Det kommunala engagemanget i besöksnäringen har i några av Västerbottens kommuner lagts hos en destinationsorganisation för att på så vis poola resurser och få tillgång till mer specifik kunskap. Hos de kommuner som inte ingår i någon destinationsorganisation arbetar främst näringslivsavdelningen i tät kontakt med Region Västerbotten Turism för att hantera funktioner som destinationsorganisationen annars har.

Kommunerna ansvarar för:

- Att stötta närings- och affärsutvecklingen bland besöksnäringens företag.
- Att delta i samverkan med lokala och regionala aktörer.
- Att främja samverkan mellan olika delar av den egna verksamheten utifrån ett besöksnäringssperspektiv.
- Att turistisk infrastruktur i kommunen i form av vägar, anläggningar och kommunala besöksmål håller god kvalitet.
- Att besöksperspektiven tas tillvara i planeringsinstrument såsom detalj- och översiktsplan, i bygglovshandlingar samt andra strategi- och visionsarbeten.

DESTINATIONSSAMVERKAN

De lokala destinationsorganisationer som finns i Västerbotten är aktiebolagen Visit Umeå och Visit Skellefteå samt den ekonomiska föreningen Gold of Lapland. Organisationerna bildades under en sexårsperiod: Gold of Lapland 2005, Skellefteå 2009 och Umeåregionen 2011.

Västerbottens destinationsorganisationer har egna strategiska planer som fokuserar på lokal utveckling och målsättningar som stärker besöksnäringens företag i deras respektive områden. De driver och deltar även i gemensamma samverkansprojekt utifrån egna lokala fokusområden. Destinationsorganisationerna arbetar i nära samverkan med företag och övriga aktörer inom och utanför sina destinationer. Destinationsorganisationerna och Region Västerbotten Turism har kontinuerliga möten för att dela information och hantera gemensamma frågor. Under 2022 initierades även en samverkan kring marknadskommunikation, där destinationerna tillsammans arbetar för hela regionens synlighet, ett initiativ som fortsätter i RVTs ordinarie verksamhet under begreppet VÄSTERBOTTEN SWEDEN.

Destinationsorganisationernas uppdrag består i att skapa kommersiella värden och nytta för de företag som utgör bolagets ägare och föreningsmedlemmar genom att arbeta med paketering, marknadsföring och försäljning av de produkter som finns i destinationen. På grund av besöksnäringens tvärgående natur i samhället har destinationsorganisationerna liksom de andra samlande aktörerna ett brett engagemang. De företräder verksamheterna i diskussioner kring planering och strategier som omfattar större områden än deras egen geografi eller tema. På det viset är destinationsorganisationerna liksom den näring de är baserade i, en kraft som har bred förankring och effekt i den hållbara samhällsutvecklingen med aktiv omvärldsbevakning.

Destinationsorganisationerna genomför även aktiviteter med särskilt fokus på utvalda marknader. Däribland finns kunskapshöjande möten och mässdeltagande med fokus på exportmarknader och riktade insatser kring produktutveckling och påverkansarbete för mötessegmentet. Sådana enskilda och gemensamma insatser gynnar hela regionen och skapar även nytta för verksamheter som ligger utanför de genomförande organisationernas upptagningsområde.

Avslutningsvis, tillsammans dukar vi bordet

Västerbottens strategi för en långsiktigt hållbar utveckling av besöksnäringen kan liknas vid att duka ett bord.

De fyra grundprinciperna för hållbarhet är bordets stadiga ben. På dem vilar strategin som en gedigen bordsskiva och utgör det utrymme vi har att duka fram på. Varje aktör bidrar med sin rätt, lagad utifrån eget recept. I strategiska sammanhang är receptet den egna handlingsplanen eller företagsidén.

Samtidigt som de egna verksamheterna är en intern angelägenhet behöver vi stämma av och samverka med varandra. Vi vill inte ha ett bord med endast mandelpotatis, oavsett hur god den är. Genom öppen dialog kan vi komplettera och stärka varandras insatser så att alla lyfts i det gemensamma arbete som är Västerbottens besöksnäring.

Det dukade bordet handlar inte bara om en måltid. Det är ett sätt att presentera och vårda det som är Västerbotten, vår natur, kultur och varandra. Råvarorna som används kommer från naturen omkring oss och sättet vi tar hand om dem är vårt sätt att leva, kulturen. På så vis sammanförs dagens trender med historiens liv.

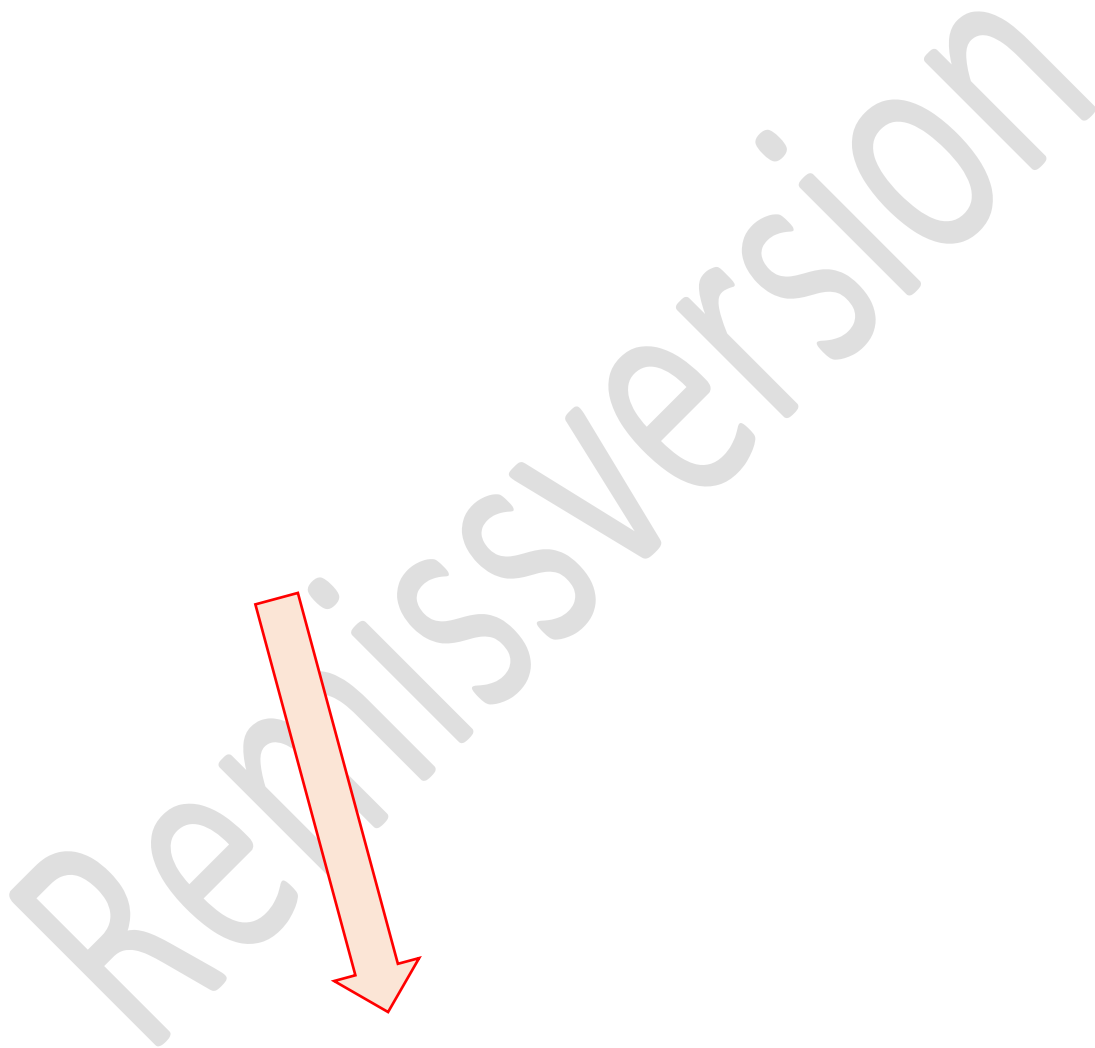


Foto: Roland Persson, Norrmejerier

Tillsammans dukar vi fram det bästa för alla!

Region Västerbotten Turism

Remissversion



Strategi för Hållbar Besöksnäring i Västerbotten 2027 - 2030 är producerad av Region Västerbotten Turism.

Publicerat, öppet tillgängligt bakgrundsmaterial återfinns hos Tillväxtverket/ Statistiska Centralbyrån gästnattmätning samt REGION VÄSTERBOTTEN TURISM:s publikation *Besöksnäringen är viktig för Västerbotten* (2019).