

2012-10-15

Kryssningstrafik i Bohuslän

Seminarium måndag 10 september 2012

BAKGRUND

Under 2007 hade Lysekil fyra anlöp av kryssningsfartyget Seabourn Pride. Anlöpen fick stor uppmärksamhet och väckte tanken på att försöka locka fler kryssningsfartyg till området.

Under perioden 1 juni 2011-30 oktober 2012 har därför en förstudie gjorts med syftet att ta fram och beskriva förutsättningarna för att marknadsföra Bohuslän som destination för kryssningsfartyg.

Förstudien har inneburit en kartläggning av marknadens aktörer och struktur, målgrupper, möjliga hamnar, aktiviteter och utbud, säsonger, infrastruktur och fartygsstorlekar. Det har också gjorts "site visits" för nyckelaktörer på marknaden och en pilotstudie vid ett anlöp i Lysekil.

Som en del av förstudien arrangerades den 10 september 2012 ett seminarium med inbjudna föreläsare och nyckelaktörer (se deltagarlista). Seminariet var ett tillfälle att diskutera möjligheter och utmaningar och bygga gemensamma strategier och nätverk.

Projektledare för Förstudien har varit Kristina von Schenck, Näringslivsenheten på Lysekils kommun, Anna-Karin Öjerskog, Västsvenska Turistrådet (till och med 31 december 2011), och Anders Svedberg, Västsvenska Turistrådet (från och med 1 januari 2012).

INTRODUKTION

Kristina von Schenck, Lysekils kommun

Viktigt!

- *Kryssningar i den baltiska regionen är en växande marknad.*
- *Aktörerna i Bohuslän måste samarbeta och presentera sig som en sammanhållen destination.*
- *Skapa personliga relationer med rederierna.*
- *Säkerställ att destinationen fungerar först, börja sälja sedan.*

Kristina von Schenck inledde med att ge en bakgrund till seminariet och förstudien om kryssningstrafik som en potential för Bohusläns turistnäring. Upprinnelsen var de fyra spontana anlöp som Lysekil hade under 2007 och som väckte tanken på att locka fler kryssningsfartyg till området.

Kristina von Schenck betonade att arbetet tillkommit efter förfrågningar från det lokala/regionala näringslivet, att perspektivet är hela Bohuslän eftersom varje ort är för liten för ett projekt som detta, samt att det är viktigt att komma ihåg att kryssningstrafik enbart är den del av områdets besöksnäring.

Hur definierar man då en kryssning? Kristina von Schenk gav exempel på en definition:

En kryssning är en resa på åtminstone 60 timmar med en sjögående farkost, huvudsakligen för nöjes skull. Inga varutransporter finns ombord, endast passagerare med biljett som inkluderar både boende och alla måltider. Resan måste inkludera minst två besökshamnar förutom utgångs- och sluthamn.

Hon konstaterade också att kryssningstrafik är en växande marknad som i dag omfattar cirka 18 miljoner passagerare, varav drygt 400 000 kommer till Sverige. Fram till 2020 förväntas marknaden växa till 25 miljoner passagerare.

Den centrala frågan för dagen var naturligtvis hur Bohuslän ska kunna ta marknadsandelar. Kristina von Schenck berättade att kryssningstrafiken domineras av de tre stora bolagen Carnival, RCCL Int och Star Cruises. Den amerikanska kontinenten är den största marknaden för kryssningar (53 procent av marknaden), följt av Europa (37 procent) och Asien (10 procent), men att de två sistnämnda växer.

Den största orsaken till att den Baltiska regionen, som Sverige räknas till i det här sammanhanget, växer som kryssningsdestination är St Petersburg (se mer i Peter Kjellins presentation). Den ryska staden har också flest anlöp tillsammans med Köpenhamn, följt av Tallinn, Stockholm och Helsingfors.

En trend är att man går mot allt större fartyg, vilket är en utmaning för Sverige – och Bohuslän – eftersom de flesta av landets och regionens hamnar är små.

Vilka aktörer är det då som Bohuslän måste bearbeta för att ta en större del av den här växande kakan? Kristina von Schenck visade en bild med bland annat de viktiga aktörerna mäklare/agent, rederi, turoperatörer, reseagenter, media och lokala aktörer. Hon påpekade att det är nödvändigt att skapa personliga relationer med rederierna och att de lokala aktörerna är starka och kan garantera kvaliteten. Den tydliga rekommendationen är att inte börja sälja förrän man vet att destinationen fungerar. Ett negativt första intryck kan vara svårt att reparera.

BOHUSLÄN – EN OUPPTÄCKT PÄRLA

Peter Kjellin, T.R Shipping Sweden AB

Viktigt!

- *Skapa utflykter som genererar intresse och intäkter.*
- *Garantera tillgång till duktiga guider och guider som talar de språk som rederiet efterfrågar.*
- *Utveckla samarbete mellan destination och rederi och mellan aktörer på destinationen.*

Peter Kjellin arbetar på hamnagenten T.R Shipping Sweden AB som, enkelt uttryckt, är rederiernas representant i land och ansvarar för sådant som kontakter med myndigheter, lotsar och kajplatser. Han lyfte fram några nyckelfaktorer för Bohuslän för att regionen ska kunna utvecklas som kryssningsdestination. För att kunna göra det tecknade han först en historisk bakgrund över kryssningstrafiken.

På 1930-talet var trafiken i första hand oceangående med två destinationer på långt avstånd från varandra. Det moderna sättet att kryssa med flera stopp växte fram under 1970-talet. Utvecklingen gick mot större båtar med fler passagerare. Efter att Sovjetunionen kollapsade och St Petersburg öppnades för besök växte kryssningstrafiken i Östersjön.

En ny era inföll efter terroristattentaten i USA 11 september 2001. När amerikaner, som dominerat marknaden, inte längre ville resa på samma sätt som tidigare, flyttade de Amerikanska rederierna hem en större del av sina fartyg till hamnar i USA för att locka amerikanerna att kryssa på sin egen hemmaplan.

För att locka folk ombord sänkte rederierna priserna drastiskt och man kom på detta sätt att nå ett mycket bredare segment av resenärer än tidigare. För att locka folk att fortsätta kryssa presenterade man nya destinationer, främst sådana som låg långt från medelhavet och som kunde marknadsföras som lugna och säkra, vilket bland annat att Östersjöns uppsving fortsatte att öka kraftigt.

En fördel som Östersjöregionen har är att det finns flera huvudstäder där det går att komma ända in i stadskärnan med fartyg. Här finns också ett rikt kulturliv som gör att passagerare gärna återkommer för att se och uppleva mer. St Petersburg är som sagt den stora attraktionen, följt av Köpenhamn och Stockholm.

Vad finns det då för fördelar för Bohuslän i det här scenariot? Peter Kjellin listade följande:

- Rederierna har överlag många återvändare till Skandinavien.
- Det gör att det finns behov av nya destinationer eftersom passagerarna vill uppleva nya saker.
- Den vackra naturen.
- Läget – alla fartyg som trafikerar Östersjön går förbi här.
- Inte helt okänd destination.
- Närheten till Göteborg – man räknar med att 45-60 minuter transport på land är max för en utflykt.

Från publiken lyftes särskilt fördelen att kunna gå med också relativt stora fartyg nära land. Men det finns också nackdelar, enligt Peter Kjellin:

- Längdbegränsningar vid kaj.
- Djupbegränsningar vid kaj.
- Djupbegränsningar vid insegling.
- Bohuslän är en relativt okänd destination, trots allt.
- Närheten till Göteborg.

Peter Kjellin pratade också om grundläggande krav som tillräckligt djup vid insegling, tillräckligt djup vid kaj, tillräcklig kajlängd, säker kaj och lämplig och säker ankringsplats. Och kompletterande krav som sevärdheter/turmål som genererar intäkter, bra logistik/transportmöjligheter, bra tillgång till guider, bra förhållande kostnad/intäkter och bra samarbete med destinationen.

Av dessa lyfte han särskilt upp bra tillgång till guider och att samarbetet både mellan destinationen och rederiet och mellan aktörerna på destinationen fungerar bra.

Peter Kjellin listade vidare de typer av besökare som kan vara möjliga för Bohuslän:

- Rederier med inriktning på expeditionskryssningar.
- Rederier som erbjuder exklusiva turupplägg.
- Rederier som erbjuder kryssningar med inriktning på naturupplevelser.
- Charterarrangörer för temaresor med anknytning till sevärdheter/arrangemang i området, till exempel golfkryssningar och dylikt.

De fartyg som kan vara aktuella är fartyg som är maximalt 200 meter långa, fartyg som tar cirka 400-500 passagerare, samt superyachter i privat- eller chartertrafik.

Det sistnämnda alternativet ägnades särskild uppmärksamhet, bland annat därför att de skiljer sig från annan kryssningstrafik i och med att dessa aktörer är mer exklusiva och flexibla. Från publiken kom bland annat frågor om hur man ska hantera snabba förändringar och till och med avbokningar. Här diskuterades behovet av att hitta en bra policy i samarbete med bransch och beställare.

Peter Kjellin avslutade med att lyfta fram några scenarion för framtiden. Vi kommer att få se en fortsatt utveckling mot större fartyg, men också fler spetsinriktade aktörer. Asien och Sydamerika växer, liksom Östersjön. Till sist kan vi räkna med en ökad miljömedvetenhet hos rederierna.

Det sistnämnda är också en utmaning och ett hot då nya miljöregler kommer att kräva stora investeringar som alla rederier kanske inte har råd med. Å andra sidan kommer de som gör investeringarna att stärkas.

Ett annat hot är att utvecklingen mot större fartyg gör att det blir allt färre hamnar som kan ta emot fartygen. Trots denna sista farhåga menade Peter Kjellin att framtiden för kryssningstrafik i Bohuslän ser ljus ut.

BOHUSLÄN – EN NY KRYSSNINGSDESTINATION

Anders Svedberg, Västsvenska Turistrådet

Viktigt!

- *Kraftsamla i en organisation.*
- *Definiera vad som är unikt med Bohuslän – det småskaliga och nära!?*
- *Duktiga, språkkunniga guider är absolut nödvändigt.*

Anders Svedberg gick i sin presentation igenom cirka 25 möjliga kaj- och ankringsplatser i Bohuslän och deras olika förutsättningar. Det gav i sin tur upphov till diskussioner om angelägna frågor.

En sak som återkom var behovet av att besöka mässor och att kraftsamla i en gemensam organisation. Enigheten om att alla kommuner inte kan dra detta lass var för sig är uppenbarligen stor. En annan var frågan om vad det är som är attraktivt med Bohuslän som kryssningsdestination.

Det man pekade på var det småskaliga – möjligheten att komma de små fiskarsamhällena nära, att uppleva naturen och den lokala maten. Mycket av det som Bohuslän har att erbjuda är i själva verket unikt. Det är i första hand en möjlighet, men också en utmaning då man ska kommunicera det: människor måste se med egna ögon för att förstå. Ett bra presentationsmaterial med bilder och film är nödvändig start.

En fråga gällde språk. Det är viktigt att guider och andra är språkkunniga. Engelska är förstas nödvändigt men det finns också behov av bland annat tyska. En idé var att börja bearbeta marknader utifrån guidernas språkkompetens: har vi inte tysktalande guider ska vi kanske först fokusera på engelsktalande passagerare.

Överhuvudtaget är duktiga guider den enskilt viktigaste resursen. Några påpekade också att det är nödvändigt att ta hänsyn till de sena semestrarna i södra Europa. När Medelhavsländerna går på semester stänger flera aktörer sin verksamhet för säsongen.

HUR BYGGER VI KRYSSNINGSDESTINATIONEN BOHUSLÄN?

Workshop

Eftermiddagen ägnades åt en workshop. Deltagarna delades upp i mindre grupper och fick diskutera tre scenarion i form av tre olika typer av kunder. Uppdraget var att kartlägga utmaningar och behov av resurser, samt att ta fram förslag upplevelser.

Scenario 1

S/Y Skat, 71 m lång, 13 m bred och 3,7 m djup

S\Y Skat aviserar anlop till Bohuslän i slutet av september. Ägaren och hans gäster är allätare inom kultur. De tänker kryssa genom skärgården tre dagar och vill ha upplevelser och aktiviteter för 15 personer. De vill äta på mycket bra restauranger alternativ catering i häftig miljö. De har tenderbåtar.

Utmaningar

Grupperna var eniga om att det är svårt att ta fram mallar för scenario 1. Det här är en målgrupp med människor som är individuella och flexibla. Önskemål och behov skiljer sig beroende på vem som är på båten, och kan ändras snabbt utifrån dagsform och väder. Här måste därför flexibiliteten på destinationen vara stor, vilket paradoxalt nog ofta kräver intrimmade rutiner och sammansvetsad organisation som kan agera snabbt.

Exempel på upplevelser

Guidad båttur till Koster, lunch Restaurang Ekenäs.

Guidad busstur till Vitlycke, lunch Everts Sjöbod.

Guidad Båttutflykt genom Sotekanalerna till Hunnebostrand.

Besök på Stenhuggarmuseet och whiskyprovning.

Guidad vandring på Smögen, båttutflykt till Hållö.

Interaktiv middag på SeaLodge.

Guidad stadspromenad i Marstrand som avslutas med guidad tur på Carlstens fästning och Lasse-Majas Gästabud.

Hummersafari, ostronsafari och skaldjursbuffé (inklusive att vara med vid tillredningen).

Pilane och akvarellmuseet.

Lysekils kyrka.

Fjällbacka guidning.

Dannholmen, visning och lunch. Hummer och varma räkor.

Åstol rökeri.

Helikoptertur till ö.

Sill på Klädesholmen.

Exempel på anlöpshamnar

Strömstad, Torskolmen

Smögen

Lysekil

Marstrand

Fjällbacka

Åstol

Skärhamn

Dannholmen

Fjällbacka

Grebbestad

Klädesholmen

Scenario 2

National Geographic Explorer, 112 m lång, 16 m bred och 4,7 m djup

Lindblad Expeditions är ute med M/S National Geographic Explorer på en Baltic Expedition. På väg från Visby till norska fjordarna vill de stanna till i Bohuslän. Planen är ett stopp men ett bra upplägg kan innebära två stop eller två dygn på en plats. Passagerarna är ute på en temaresa och huvuddelen är amatörer inom marinbiologi och marin arkeologi. Fartyget har kajaker och gummibåtar, UV-videokameror och dykutrustning.

Utmaningar

Den här gruppen är lite mer förutsägbar än den i scenario 1, men agerar ändå relativt självständigt. Eftersom de har kajaker och gummibåtar kan de ha flera olika aktiviteter samtidigt och på olika platser. Det är både en utmaning och en möjlighet. De har ett tydligt intresse, men det innebär också att det kan vara svårare att få dem att konsumera i land. De påpekades att vi inte bara vill visa upp Bohuslän, vi vill få en ekonomisk vinning också.

Exempel på upplevelser

Guidade besök på havsforskningscentren Sven Lovén Center Kristineberg/Klubban på Skaftö.

Havsfiskelaboratoriet och Havets Hus i Lysekil, information om Gullmarsfjorden.

Guidad promenad till Stångehuvuds granitklippor.

Kosterhavets nationalpark.

Dykning och/eller kajaktur med guide.

Ostronkläckeriet Ekenäs Koster med ostronprovning.

Nykokta kräftor på Koster.

Dykning Skaftövraket.

Dykning i Gullmaren, Sveriges enda tröskelfjord med unika marina arter

Nattdyk.

Nordens Ark.

Studiebesök på Tjärnö Marinbiologiska forskningsstation.

ROV tur (båt med undervattenkamera).

Lunch på Kosters trädgårdar.

Båt till Ursholmen, guidning och fotografering.

Båt till Ramsö, dykning och filmning.

Till Strömstad, stadsvandring, mat på Spa. Mareld, foto och film.

Natt till Grebbestad och buss till Vitlycke för nattvandring på Hällarna.

Exempel på anlöpshamnar

Lysekil, Gullmarskajen

Strömstad, Kosterhavets nationalpark

Lysekil

Ekenäs, Koster

Scenario 3

M/S Hanseatic, 123 m lång, 17 m bred och 4,8 m djup

Hapaq Lloyd Cruise Line har 150 tyska pigga pensionärer ombord på M/S Hanseatic och har en förfrågan om anlop för en turn over någonstans i Bohuslän. Helst kaj och i nödfall på svaj. 150 passagerare skall bytas ut. Nya gäster anländer dagen innan och behöver boende och aktiviteter fram till ombordstigning dag 2 kl. 15.00. Fartyget anlöpser 09.00 dag 1 och avgår sen eftermiddag. All bunkring behövs.

Utmaningar

Den stora utmaningen i scenario 3 är att få logistiken att fungera eftersom det här rör sig om en större grupp som ska göra en "turn over". Här gäller det också att hitta en bra balans i aktiviteterna. De ska kännas spännande, samtidigt som det för många av passagerarna är själva båtturen som är i fokus. Här gäller det att verkligen fundera igenom kopplingen mellan erbjudande och behov.

Exempel på upplevelser

Aktiviteter för gäster som väntar på ombordstigning:

Samling och boende på Hotell Bohusgården.

Middag på hotellet – skaldjursafton.

Shopping på Torp.

Bohusläns Museum för guidad tur.

Guidad utflykt Orust och Tjörn.

Shuttlebusservice in till staden, welcome office, souvenirbutik, kartor för stadsvandring på egen hand.

Övrigt:

Guidad tur Gustafsberg.
Nordens Ark.
Golf och spa.
Vandringar.
Världsarvet – Hällristningarna och Vitlycke museum.
Älgparken.
Skärgårdsbåtarna.
Gustavsberg/Strandpromenaden.
Bassholmen.
Stenhuggning på Gerlesborg.
Göksäter på Orust (shopping).
Nordiska akvarellmuseet.
Fiskesamhällen.
Busstur till Skaftö.
Guidad tur på Alaska (sten & blomsteranläggning).
Sälsafari.

Exempel på anläpshamnar

Uddevalla
Lysekil
Laholmen, Strömstad

SAMMANFATTNING OCH SLUTSATSER

- Bohuslän har många leder och platser där man kan komma nära naturen och även komma in till kaj. Utnyttja detta i erbjudandet!
- Det är de små och medelstora kryssningsfartygen som är vår möjlighet.
- Vi har alla aktörer som behövs. Nu behöver vi koppla ihop dessa och samla vår kraft. En robust struktur och organisation måste skapas – både i säljledet och vid mottagandet. Personliga relationer, det goda värdskapet och duktiga guider centrala aspekter.
- Försök att se Bohuslän utifrån – vad har vi som en besökare tycker är unikt? Utmaning att skapa förståelse för vad unika Bohuslän kan erbjuda. Måste finnas bra presentationsmaterial!
- Vi måste vara långsiktiga. 3-5 år är det kortaste perspektivet.
- Tänk Bohuslän!