



VÄSTSVENSKA
TURISTRÅDET

AFFÄRSPLAN

VÄSTSVENSKA TURISTRÅDET AB

2009 -2010

2009-02-27

Lönsam turism – ett bidrag till visionen om det goda livet i Västra Götaland

Västsvenska Turistrådet har ett regionalt uppdrag och ska verka för att utveckla turismen som näring i hela Västra Götaland. Verksamheten ska bidra till länets gemensamma vision - Det goda livet - genom att omsätta marknadskunskap i produkt- och affärsutveckling, verka för samsyn om starka varumärken samt erbjuda kanaler för marknadskommunikation och försäljning.

Regionens uppdrag och kopplingen till Vision Västra Götaland – Det goda livet framgår av bilagt underlag.

1. TURISTRÅDETS VERKSAMHET

Västsvenska Turistrådet ska verka för att Västra Götaland ska bli Skandinaviens mest besökta, uppskattade och inkomstbringande turismregion. Det är en utmaning som endast kan nås genom en livskraftig och utvecklingsinriktad näring*, där hög kvalitet i utbudet bidrar till ett ökat antal gäster och ekonomiskt inflöde.

Utmaningen i visionen ställer krav på nya och utvecklande arbetsformer. Näringen behöver tillgång till kvalificerat marknads- och analysunderlag samt dialogverktyg anpassade till dagens teknik för marknadskommunikation.

1.1 Strategisk inriktning

För att effektivare kunna bidra till den nödvändiga uppbyggnaden och förmedlingen av kunskap och därmed stärka näringens utveckling ska Västsvenska Turistrådet agera strategiskt och rådgivande. Bolaget ska med ett klart och tydligt kunskapsinnehåll erbjuda samverkansformer samt bidra med beslutsunderlag och verktyg för utveckling.

Den strategiska inriktningen ska vara vägledande instrument för styrelsens ekonomiska prioriteringar.

1.2 Affärsidé

Ägaruppdraget, utmaningen i visionen och verksamhetsinriktningen ligger till grund för Turistrådets affärsidé:

Västsvenska Turistrådet ska med strategisk inriktning och operativt utvecklingsarbete stimulera företagande och hållbar utveckling inom turistnäringen i Västra Götaland.

**I affärsplanen används "turistnäringen" och "näringen" som synonyma begrepp. Här ingår företag och organisationer (kommuner) som levererar varor och tjänster till människor som konsumerar turism. Benämningen användes i propositionen "En politik för en långsiktigt konkurrenskraftig svensk turistnäring (2004/05:56)" inför antagandet av den nu gällande nationella turistpolitiken och begreppet används också konsekvent av Nutek. (Andra förekommande begrepp för att beskriva turism är t ex "turistindustrin", "rese- och turistindustrin" eller "besöksnäringen").*

1.3 Verksamhetsmodell

Figuren nedan sammanfattar Turistrådets verksamhet med utgångspunkt från Vision Västra Götaland – Det goda livet.

- Den regionala visionens fokusområden är:
Ett livskraftigt näringsliv – Infrastruktur och kommunikationer - Kompetens och kunskapsutveckling – Kultur – Hälsa.
Inom dessa fokusområden ska allt utvecklingsarbete vara ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbart samt bidra till de generella perspektiven (den gemensamma regionen, jämställdhet, integration och internationalisering).
- De programområden Turistrådet prioriterat ur ett regionalt perspektiv är:
Maritim utveckling – Naturturism – Kulturturism - Mötesindustrin.
- Den operativa verksamhet/projekt som ska stödja affärsutveckling inom de prioriterade programområdena och visionens fokusområden (i första hand ett livskraftigt näringsliv) rymms inom:
Omvärlds- & marknadsanalys – Marknadskommunikation – Värdskap - Entreprenörskap.

Turismutveckling bidrar till den regionala visionen om Det goda livet

Hållbar utveckling; Ekonomi - Socialt - Miljö



1.4 Turistrådet prioriteringar

De fyra breda temaområden/utvecklingsområden (maritim utveckling, kulturturism, naturturism och mötesindustrin) som Turistrådet prioriterat ska bidra till att stärka förutsättningarna för nyföretagande och vidareutveckling av befintliga företag. Inom dessa områden finns utvecklingsbar ”råvara” för turism och de är en naturlig fortsättning på arbetet med tematiska områden från tillväxtprogrammet 2004 – 2007. Vunna erfarenheter från den tidigare programperioden tas tillvara och konkretiseras inom såväl projekt som mer övergripande programskrivningar.

Ovan angivna områden för operativ verksamhet och projekt (omvärlds- och marknadsanalys, marknadskommunikation, värdskap, och entreprenörskap) ska stödja affärsutvecklingen. Kunskapsuppbyggnad inom insatsområdet för omvärlds- och marknadsanalys kommer att vara av avgörande betydelse för övrig verksamhet. Här läggs grunden för allt utvecklingsarbete och sammanställs underlag om turismen till andra intressenter. Exempelvis till företagen, men även till kommuner och andra planeringsansvariga organisationer där kunskap om turism behöver lyftas fram eller dess intressen ”bevakas”.

Även den nationella turistpolitiken har en stark markering av näringsperspektivet, där behoven av kunskapsbildning och kvalitetsutveckling har lyfts fram mycket tydligt. Med fokus på näringsfrämjande och Sverigefrämjande är målet för den nationella politiken hög attraktionskraft och en långsiktigt konkurrenskraftig turistnäring som bidrar till hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i alla delar av landet.

Program och projekt inom Turistrådets prioriterade områden och operativa verksamhet ska beskrivas och kontinuerligt uppdateras i arbetsplaner och utvärderas/mätas utifrån programförklaringar och uppsatta mål. All verksamhet ska i programformulering och genomförande uppfylla de i visionen uppställda kraven på hållbar utveckling och främjande av de generella perspektiven. Arbetsplanerna ska finnas tillgängliga via www.vastsverige.com.

1.5 Målgrupper och kundperspektiv

Primära målgrupper för Turistrådet är företag, kommuner och andra intressenter vars kunder är slutkonsumenter/besökare. I dialogen med näringen ska möjligheten att stärka Västra Götalands marknadsposition utifrån ett hållbarhetsperspektiv lyftas fram. Genom att vara lyhörda för marknadens krav, erbjuda miljöanpassade produkter och verka för alternativa resmöjligheter kan ett strategiskt arbete med hållbar utveckling bli en konkurrensfördel.



1.6 Verksamhetsmål

Övergripande mål – Västra Götaland

Västsvenska Turistrådet ska bidra till att Västra Götaland ska vara och uppfattas som en turistregion med

- hög attraktionskraft och tillgänglighet
- miljöfokusering och kvalitet
- starka och identitetsskapande varumärken
- långsiktigt konkurrenskraftig och lönsam näring

Strategiska mål – Västsvenska Turistrådet

Västsvenska Turistrådet ska i sin strategiska roll vara och uppfattas som

- ledande inom kunskap och kompetens för turistnäringens hållbara utveckling
- ledande vid förmedling av strategiskt underlag till näringen
- en självklar samarbetspartner för näringen och offentliga aktörer vid produkt- och affärsutveckling samt marknadskommunikation

Målen ska nås genom uppbyggnad av en funktion för omvärlds- och marknadsanalys. Kompletterad med extern specialistkunskap och teknik ska den ge förutsättningar för Turistrådet att verka i en tydlig strategisk roll och tillhandahålla kunskap och beslutsunderlag till näringen. Som ett väsentligt bidrag till kunskapsuppbyggnad ingår också en fortsatt samverkan med och utveckling av Centrum för Turism vid Handelshögskolan/Göteborgs universitet.

Operativa mål – Västsvenska Turistrådet

Västsvenska Turistrådets operativa verksamhet ska

- under första halvåret 2009 beskrivas, fastställas och därefter kontinuerligt uppdateras i arbetsplaner för respektive programområde/projekt
- utvärderas och mätas utifrån arbetsplanernas programförklaringar och uppsatta mål

2. INSATS- OCH UTVECKLINGSOMRÅDEN

Turistrådets verksamhet ska enligt ägaruppdraget bidra till att stärka den regionala utvecklingen i Västra Götaland. Som framgår av verksamhetsmodellen tillhör turismen primärt fokusområdet ”Ett livskraftigt näringsliv” men har genom sin mångfacetterade verksamhet starka kopplingar till övriga fokusområden.

För att förtydliga sambandet med övrig regional utveckling görs nedan en beskrivning av Turistrådets roll och syn på strategiska insatsområden samt den verksamhet i form av programområden och projekt som stödjer visionens fokusområden.

2.1 Ett livskraftigt näringsliv

Turismens koppling till det regionala fokusområdet för ett livskraftigt näringsliv är en tydlig och viktig markering. Turistrådet ska verka för att stärka näringens förutsättningar för utveckling inom statlig-, regional- och kommunal planering, i första hand näringslivs- och fysisk planering, men även genom utvecklingsprojekt inom tillväxt- och EU-program.

För att bidra till näringsens utveckling driver Turistrådet verksamhet både i egen regi och i samverkan med andra intressenter och finansiärer. Exempelvis Virtuella Turistbyrån, GöteborgPlus, Västsvensk Mersmak, Tillgänglighetsdatabasen, MetU (metodutveckling för näringsen) och projekt inom LBU (landsbygdsutveckling). Under rubriken innefattas även affärsutvecklande verksamhet inom programområdena Maritim utveckling, Naturturism, Kulturturism och Mötesindustrin. Program- och projektplaner med syfte, mål och genomförande sammanställs och görs tillgängliga via www.vastsverige.com som komplement/bilagor till affärsplanen.

2.2 Kompetens och kunskapsutveckling

Inom fokusområdet kunskap och kompetens är det för Turistrådet angeläget att kunna ingå som en del i en regional kunskapsuppbyggnad och att verka för ökade forskningsresurser genom samverkan med Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. En ökad medvetenhet om behovet av en miljömässigt hållbar utveckling kommer att ställa särskilda krav på kunskap och samverkan.

Kunskapsuppbyggnad har varit ett prioriterat område alltsedan starten av Turistrådet. För att förstärka kunskapsinnehållet bildades år 2002 bolaget Turismens Utredningsinstitut som ett samverkansprojekt mellan Västsvenska Turistrådet och Göteborg & Co. Efter några år har verksamheten vid institutet nu knutits närmare till Handelshögskolan vid Göteborgs universitet inom det gemensamt bildade Centrum för Turism.

Det avtalade samarbetet inom Centrum för Turism ska bidra till att

- Initiera, främja och stödja forskning och utbildning inom turism
- Befästa och utveckla internationella kontakter och nätverk inom turismområdet
- Finansiera utbildningsprogram på avancerad nivå (masterexamen)
- Bidra till kunskapsuppbyggnad till gagn för näringsen inom turism
- Stödja och medverka i vidareutbildning för näringslivet inom turism

Det krävs kunskap och kännedom om marknaden och de människor man önskar som besökare och vad som kan komma att efterfrågas på sikt. Vidare krävs kunskap om vad som sker hos andra destinationer och vad som sker inom andra näringar liksom perspektiv på trender i världen i stort. Av det skälet samarbetar Turistrådet även med en rad andra kunskaps- och kompetensleverantörer, till exempel forskare och analytiker med specialkunskaper inom olika områden. En hållbar turismutveckling kommer att kräva både fördjupad kunskap och samarbete mellan företag, myndigheter och organisationer. Turistrådets roll är att bidra med kunskap och initiera samverkan.

2.3 Infrastruktur och kommunikationer

För fokusområdet infrastruktur och kommunikationer är det för Turistrådet angeläget att bevaka och verka för att turismens intressen tas tillvara och tillgodoses i investeringsplaner för fysiska kommunikationer och bredband.

God infrastruktur och tillgänglighet är nödvändiga förutsättningar för turism. För att tydliggöra turismens behov inom det ”tunga” infrastrukturområdet (vägar och järnvägar) är det angeläget att frågorna ges utrymme i regionens dialog med vägverket och banverket vid utarbetandet av

systemanalyser för investeringsplaner. Likaså att turism och de resbehov den alstrar beaktas vid planeringen av den kollektivtrafik där Västtrafik och kommunerna har ett gemensamt ansvar. Turistrådet har kunskap som kan bidra till att tydliggöra turistnäringens betydelse och vilka insatser som behövs för en utvecklad regional turism.

Tillgängligheten till Västra Götaland har ökat markant genom den snabba utvecklingen av lågkostnadsflyg. Ur miljö- och hållbarhetsperspektiv ifrågasätts det framtida resandet med flyg. Ett utvecklat resande med tåg kan på sikt komma att bli alternativ till mer närliggande destinationer. Frågan är komplex, då utvecklingen av lågkostnadsflyget bidragit till ett väsentligt ökat utbud till gagn för näringsliv och privatresande, men där det turistiska resandet blivit speciellt ifrågasatt.

Att leva upp till visionens värdegrund om en hållbar utveckling kommer att vara en förutsättning för att behålla en långsiktigt framgångsrik turistnäring. Turism innebär per definition resande, där de idag helt dominanta transportmedlen – bilen och flyget – ifrågasätts ur miljösynpunkt. En utvecklad tågtrafik med fler internationella förbindelser och en regionalt utbyggd kollektivtrafik kan på sikt förändra resmönstren. Men att under nuvarande programperiod för tillväxtprogrammet (2008 – 2013) leva upp till visionens utmaning om ökat antal gäster och en inomregionalt utvecklad turism förutsätter internationella flygförbindelser och en fortsatt hög andel bilburen turism.

Inom den regionala kollektivtrafiken behöver turismens behov och möjligheter tydliggöras. Idag sker resandet inom regionen huvudsakligen med bil, vilket är en förutsättning för att nå många av besöksmålen. Den regionala kollektivtrafiken måste ses i relation till det ökade internationella inresandet med flyg och ambitionen att även besöksmål utanför Göteborg ska bli realistiska att nå under kortare vistelser i länet.

En viktig infrastrukturfråga är tillgången till bredband. För den ofta småskaliga näringen är det en överlevnadsfråga, då alltmer av information hämtas och affärer görs via nätet.

2.4 Kultur

Inom fokusområdet kultur ryms många besöksmål och evenemang som skapar reseanledningar. Kunskap om kulturens roll vid beslut om resor och den ekonomi som kulturen genererar till turistnäringen behöver tydliggöras.

Turism är en kommersiell aktivitet som innehåller konsumtion av upplevelser. Kultur är som reseanledning mycket vanlig. För att vara attraktiv måste produkten vara anpassad till besökarnas krav, rätt paketerad och kommunicerad samt enkel att konsumera.

Turistrådet har genom studier och turistekonomiska undersökningar en bra grund för att i samverkan med intressenter för kultursektorn analysera dess betydelse som val för resor och den ekonomi som genereras. En viktig fråga för Turistrådet vid arbetet med destinationsutveckling och marknadskommunikation av natur- och kulturturism kommer att vara samsyn om strategiska varumärken.

Turistrådet har medverkat i länsstyrelsens och regionens gemensamma arbete med underlag till en strategi för natur- och kulturturism. Ett uppdrag som redovisats till regeringen (miljödepartementet). Under 2009 ska ett kulturturistiskt program för Västra Götaland presenteras av regionen och länsstyrelsen. Ett program vars inriktning Västsvenska Turistrådet avvaktar.

Bilaga

Regionens uppdrag - Vision Västra Götaland - Regionala tillväxtprogrammet

A - Västra Götalandsregionen – ägare, styrning och uppdrag

Västsvenska Turistrådet AB är Västra Götalandsregionens helägda bolag för turismfrågor, för uppbyggnad av kompetens kring turistnäringens möjligheter och villkor samt för utveckling och marknadskommunikation av näringen. Turistrådet ingår som en viktig och naturlig del i regionens långsiktiga satsning på regional utveckling. Som helägt bolag av Västra Götalandsregionen har Västsvenska Turistrådet att följa av regionen fastställda direktiv, policier, strategier och uppdrag.

Bolagspolicy

Policyn för Västra Götalandsregionens bolag har syftet att tydliggöra roller och ansvar, skapa gemensamma spelregler och därigenom utveckla relationen mellan regionen som ägare och dess hel- och delägda bolag. I centrum för denna policy står kravet på en god förvaltning av det satsade kapitalet och på effektivt skötta företag. Västsvenska Turistrådet har inte avkastningskrav i vanlig mening utan avkastningen mäts genom andra kvantitativa och kvalitativa resultat av verksamheten. Förutom genom årsredovisningen avrapporteras verksamheten genom delårs- och månadsrapporter. Relationen mellan ägare och bolag regleras genom en rad formella styrinstrument. Den reella styrningen handlar om resultat av gemensamma bedömningar om omvärlden och inte minst regionens framtid – den strategiska analysen.

Ägaruppdrag till Västsvenska Turistrådet

Som komplement till bolagspolicyn och allmänna ägardirektiv finns även ett av regionen mer preciserat ägaruppdrag. Regionutvecklingsnämnden (RUN) ansvarar för det uppdrag som lämnas till Västsvenska Turistrådet. Uppdraget utgår från Vision Västra Götaland – Det goda livet och anger att bolaget ska vara en aktiv part i det regionala utvecklingsarbetet och medverka till att nå utmaningen för turismen i Västra Götaland. Verksamheten ska främja en hållbar utveckling av turistnäringen i Västra Götaland, strategiskt utveckla och bidra till att marknadsföra turistprodukter och destinationen så att regionens attraktions- och konkurrenskraft stärks nationellt och internationellt.

Ägaruppdraget utvärderas i dialog mellan Regionutvecklingsnämnden och Turistrådet och förnyas årligen. Ägaruppdraget och de medel som anvisas Turistrådet specificeras i Regionutvecklingsnämndens årliga detaljbudget.

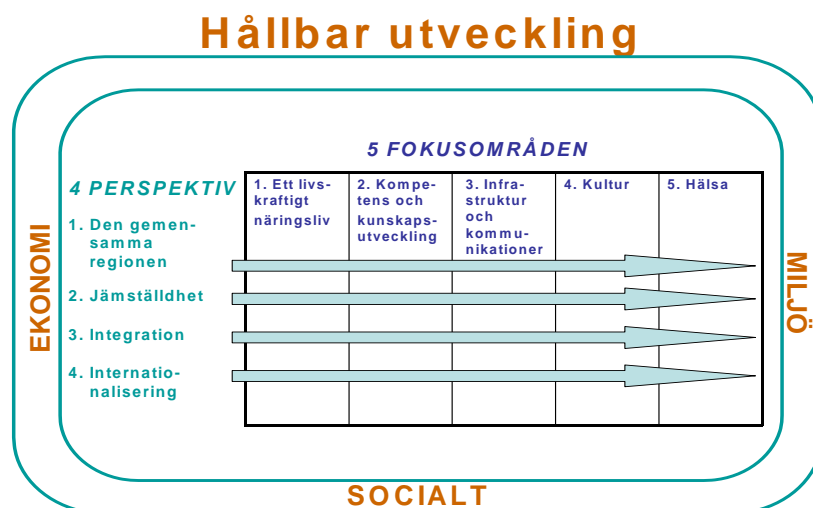
B - Vision Västra Götaland – Det goda livet

Vision Västra Götaland – Det goda livet är en plattform för insatser med syftet att stärka Västra Götaland som en konkurrenskraftig region i ett nationellt och internationellt perspektiv. Visionen har tagits fram i samarbete mellan Västra Götalandsregionen och kommunerna genom de fyra kommunförbunden.

Visionens ledstjärnor för det regionala utvecklingsarbetet är:

- ❖ Hållbar utveckling i tre dimensioner: Ekonomisk-, social- och miljömässig
- ❖ Fyra generella perspektiv: Den gemensamma regionen, jämställdhet, integration och internationalisering
- ❖ Fem fokusområden dit huvuddelen av utvecklingsarbetet inriktas:
 1. Ett livskraftigt och hållbart näringsliv
 2. Ledande i kompetens och kunskapsutveckling
 3. Infrastruktur och kommunikationer med hög standard
 4. En ledande kulturregion
 5. En god hälsa

Innehållet i Vision Västra Götaland kan sammanfattas med följande figur:



Källa: Vision Västra Götaland – Det goda livet

Turismen markeras som en näring inom insatsområdet ”Ett livskraftigt näringsliv”, men har genom sin mångfacetterade verksamhet också tydliga kopplingar till övriga insatsområden. Som ett viktigt ekonomiskt tillväxtområde bidrar turismen t.ex. till att stärka regionens identitet och externa profil och marknadsför regionen nationellt och internationellt. Den utmaning som formulerats för turismen har ett starkt fokus på attraktivitet och näringsverksamhet i termer av gäster, gott värdskap och ekonomiskt utbyte. Utmaningen för turistnäringen är att Västra Götaland långsiktigt ska vara

”Skandinaviens mest besökta, uppskattade och inkomstbringande turismregion”

Västsvenska Turistrådet har ett regionalt uppdrag och ett ansvar att kommunicera och förankra visionens utmaning och skapa ett engagemang för den hos näringen och offentliga intressenter. Det är en tydlig utmaning som förutsätter en livskraftig och utvecklingsinriktad näring.

Turismens bidrag till de generella perspektiven:

Turismen bidrar i hög grad till att stärka ”den gemensamma regionen” genom ett omfattande inomregionalt resande och genom identitetsskapande resmål. Det finns en växande, både utländsk-, nationell- och regional marknad som förstärker behovet av kollektiva resmöjligheter för att hela Västra Götaland ska kunna kommuniceras som en sammanhållen destination.

Med en ökad efterfrågan på alternativa resmöjligheter till det nu dominerande bilresandet kommer turismen att mer tydligt bidra till att stärka underlaget för en utbyggd kollektivtrafik och därmed en mer sammanhållen region. Ett ökat antal internationella gäster - genom ett hittills snabbt expanderande lågprisflyg - bidrar också till ett ökat resandeunderlag för kollektivtrafik i regionen.

Turismen är en växande och allt viktigare näring som skapar jobb inom i första hand servicenäringarna. Näringens ökade status bidrar till tryggare anställningar, vilket gynnar perspektiven ”jämförbarhet” och ”integration”. Jämfört med andra branscher är turismen sysselsättningsintensiv och kräver en låg omsättning per arbetstillfälle. En riksomfattande undersökning från 2006 (Turism – en näring som skapar jobb; Svensk Turism AB) visar på turistnäringens stora betydelse som inkörsport till arbetsmarknaden för ungdomar, invandrare och lågutbildade.

Generellt bidrar turismen genom människors resande till ökad ”internationalisering”. Export av turism innebär konsumtion på plats. Idag står exporten för en växande del av den svenska turismen. Ett kvalitativt bra utbud utgör en förutsättning för export av turistupplevelser. Näring och organisationer har, beroende vilka marknader man opererar på, etablerade internationella kontakter med agenter, reseoperatörer och media.

C - Regionala tillväxtprogrammet 2008 - 2013

Tillväxtprogrammet 2008 – 2013 är ett av de operativa instrumenten för att förverkliga innehållet i visionen. I Västra Götaland finns ett regionövergripande och fyra delregionala program. För de delregionala programmen ansvarar respektive kommunalförbund i Fyrbodalen, Göteborgsregionen, Sjuhärad och Skaraborg. Det regionövergripande programmet pekar ut områden som bedöms ha avgörande betydelse för att stärka näringslivets långsiktiga utveckling. Huvudpunkter är attraktivitet, internationell konkurrenskraft och en geografiskt, socialt och ekonomiskt sammanhållen utveckling.

En bred ansats ska göra det möjligt för olika intressenter att delta utifrån egna prioriteringar och intressen – i egen verksamhet och i samverkan med andra - men där huvudinriktningen ska vara att stimulera nyskapande, ta tillvara mänskliga resurser samt att utveckla infrastrukturen. Varje aktör beslutar om mål, strategier och åtgärder för den verksamhet man har ansvar för. Tillväxtprogrammet finansieras av deltagande aktörer och med stöd av de utvecklingsresurser som avsatts för olika ändamål med koppling till programmets områden. EU-program som berör regionen innehåller detaljerade beskrivningar av mål och insatser och blir en del av genomförandet av tillväxtprogrammet.