

**GEMENSAM
HANDLINGSPLAN
för utveckling av Besöksnäringen
i Norra Bohuslän
2009-2010**



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	<i>Inledning</i>	1
2.	<i>Inriktning</i>	2
2.1	<i>Kvalitet och mångfald</i>	2
2.2	<i>Prioritera varumärket Bohuslän och samarbetet i norra Bohuslän</i>	3
2.3	<i>Besöksnäring hela året</i>	4
2.4	<i>Delårsboende -en resurs</i>	10
2.5	<i>Värdskap</i>	11

Inledning

Arbetet med en handlingsplan som förenar politikens och näringsens strategiska viljor har varit en prioriterad förutsättning efter fastställande av de strategiska planerna.

Denna handlingsplan är baserad på det politiska dokumentet ”Strategisk plan för utveckling av besöksnäringen i norra Bohuslän” samt turistorganisationernas dokument ”Strategisk plan för utveckling av besöks- och turismnäringen i norra Bohuslän – för företagen inom branschen”

Arbetet för att utveckla turism och besöksnäringen skall kännetecknas av att Norra Bohuslän skall bli en hållbar destination.

Detta synsätt måste genomsyra all utveckling.

Näringsen och kommunerna i norra Bohuslän vill samarbeta utifrån de områden som beskrivs i de strategiska dokumenten för att skapa en ”hållbar besöks- och turismdestination” och genomföra ett antal aktiviteter som man gemensamt har beslutat att genomföra under åren 2009-2010.

Dokumentet skall vara en bilaga till:

”Strategiska dokument för utveckling av besöksnäringen i norra Bohuslän – för företagen i Norra Bohuslän.” och för ”Strategisk plan för utveckling av besöksnäringen i norra Bohuslän

Norra Bohuslän 2009-03-20

För kommunerna

Roland Karlsson
Lysekils kommun

Alf Sifversson
Munkedals kommun

Ronnie Brorsson
Strömstad kommun

Mats Abrahamsson
Sotenäs kommun

Clas-Åke Sörkvist
Tanums kommun

För turismorganisationerna

Gert-Ove Forsberg
Lysekils Turist AB

Jan Hognert
Företagarna Munkedal

Stig Johansson
Strömstad Tourist

Anders Nykvist
Sotenäs Turism

Anders Karlsson
Tanums Turist





Inriktning

Kvalitet och mångfald

Vi vill verka för, att utveckla en vitaliserande samverkan mellan näringens aktörer, mellan kommunerna men också med aktörer inom kultur och föreningsliv för att säkerställa en genuin upplevelse för besökaren och för den redan befintliga ortsbefolkningen.

Insatserna det närmaste året fokuseras på produktutveckling i samverkan. Det förutsätter att fysiska möten ordnas för de olika aktörerna. Kunskaperna hos näringen om vad som krävs och förväntas när det gäller ”hållbar turism” behöver stärkas. Neringen och kommunerna vill därför starta detta långsiktiga arbete med att öka kunskapen om vad hållbarhet egentligen innebär i praktiken.

Kunskapsseminarier skall anordnas där hållbarhetstankens olika aspekter skall belysas utifrån näringens egna förutsättningar genom ett brett utbud av föreläsare kombinerat med konkreta workshops.

Neringen skall verka för att så många företag som möjligt deltar i Västsvenska Turistrådets regionala projekt MetU som står för ”Metodutveckling för turismneringen” som syftar till att genom samverkan initiera företags-, affärs- och produktutveckling genom att nya kombinationer av företag, produkter och idéer genereras.

Tidsplan:

Start 2009 02

Mål:

10 nya spetsprodukter varav minst 5 skall vara säljbara utanför den traditionella sommarsäsongen.

Strategi:

Föreläsningar, nätverksträffar och workshops samt via kommunikationsplattformen Basetool.

Huvudansvarig för processen:

Tillväxtsekretariatet norra Bohuslän i samverkan med Västsvenska Turistrådet och norra Bohuslänns Besöksråd

Resurser:

Västsvenska Turistrådet Met U
Ny företagarcentrum
Coompanion
Grön Affärsutveckling
Mare Novum
Lokalproducerat i Väst

Prioritera varumärket Bohuslän och samarbetet i Norra Bohuslän

Vi vill verka för att varumärket Bohuslän skall vara i fokus för det gränsöverskridande turistiska samarbetet.

De lokala turistorganisationerna har sedan många år kontinuerliga träffar med fokus på att stärka Bohuslän som varumärke.

Det är viktigt att kommunerna och besöks- och turismnäringen i norra Bohuslän skapar en plattform för samarbete där man kan utveckla styrkorna och det unika i just norra Bohuslän som en viktig del i varumärket Bohuslän

För att förstå och agera i rätt riktning krävs en gemensam plan i norra Bohuslän för hur vi enskilt och tillsammans kan stärka och utveckla varumärket Bohuslän.

Tidsplan:

Start 2009

Mål:

Slutlig och förankrad plan skall vara distribuerad till samtliga berörda aktörer per den 2009 09 30

Strategi:

Skapa en kunddatabas, gör en målgruppsgruppering ta fram en gemensam presentation för norra Bohuslän

Huvudansvarig:

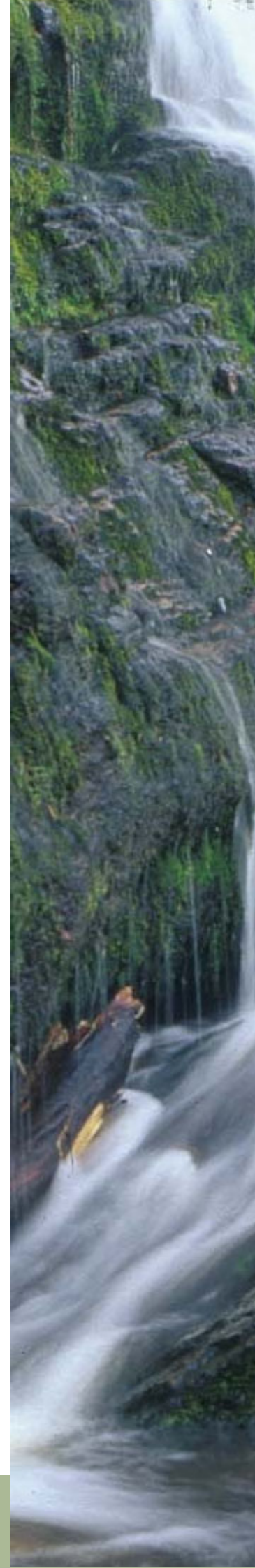
Tillväxtsekretariatet norra Bohuslän i samverkan med norra Bohusläns besöksråd samt Västsvenska turistrådet

Resurser:

Inventera befintligt material och komplettera

En kostnadsbudget bör upprättas

Västsvenska Turistrådet





Besöksnäring hela året

Vi vill utveckla ett antal konkreta idéer/insatser som skapar nya säsonger med ett helårsperspektiv

1. "Heta veckor" syftar till att försöka öka antalet gästnätter under de två veckor som ligger i direkt anslutning till de "fullbelagda" veckorna i juli. Aktiviteten kräver mycket mer kunskap och fakta som bara näringens aktörer kan leverera och som tydligt visar vilka veckor som avses och hur kapaciteten ser ut – dvs. vilka produkter kan säljas.

Tidsplan:

Omgående t.o.m. sommaren 2009

Mål:

Att öka antalet gästnätter med 20 % under de identifierade veckorna

Strategi:

Att genomföra någon form av marknadskampanj utifrån en gedigen marknadsanalys.

Huvudansvarig:

Styrgruppen för norra Bohusläns besöksråd i samverkan med Västsvenska Turistrådet.

2. Personalförsörjning och boende för personal

Ett stort problem för besöksnäringen är att en stor andel av sommarpersonalen är studerande som därför tvingas sluta mitt under augusti månad p.g.a. skolstart. Fler och fler turister väljer att skjuta sin semester mot augusti. Dessutom finns problem att ordna bostäder till personal framförallt under sommaren.

För att utveckla besöksnäringen mot nya och längre säsonger, är personalförsörjning och boende viktiga frågor som bör få en långsiktig lösning. Detta är ett nationellt problem och bör lyftas upp på branschnivå, men näringslivet i norra Bohuslän kan vara initiativtagare till att lyfta frågan.

Tidplan:

Start 2009

Strategi:

Analysera problemen och kartlägga möjligheterna till att finna lösningar
Ta fram en långsiktig plan för kompetens och personalförsörjning

Mål:

Lösa personal och kompetensförsörjning kopplat till längre och nya säsonger

Huvudansvarig:

"Branschen" och styrgruppen för norra Bohusläns besöksråd samt Tillväxtsekretariatet

3. Mötesindustrin i norra Bohuslän

Företagsmöten är en viktig del i att skapa nya säsonger och längre säsonger.

För att möta konkurrensen inom detta område krävs att man samarbetar bland konferensanläggningarna i Bohuslän och möter kunderna med kvalité, kompetens och gott värdskap

Tidsplan:

Uppstart 2010

Strategi:

Ta fram en förstudie i samarbete med konferensanläggningarna för att utveckla mötesindustrin i norra Bohuslän

Mål:

Öka antalet konferens och mötesgästnätter

Huvudansvarig:

Tillväxtsekretariatet och Västsvenska turistrådet i samarbete med anläggningarna





4. Översyn av hyresavtal, arrenden och tillstånd

Vi vill verka för en översyn av hyres- och arrendeavtal samt tillstånd eller motsvarande.

Syftet är att de skall stimulera till åretruntverksamhet eller åtminstone bidra

till nya och längre säsonger. Hyres- och arrendevillkor samt tillstånd får inte ”cementera” en redan kort säsong.

Näringslivet vill att ägare till mark och fastigheter som nyttjas för turistisk verksamhet skall ses över

Tidsplan:

Omgående t.o.m. maj 2009

Strategi:

Inventera och kartlägga kommunernas hyresavtal, arrendeavtal samt tillstånd inom ”branschen”

Mål:

10 befintliga verksamheter som hittills endast varit sommaröppna har öppet hela eller stora delar av året.

Huvudansvarig:

Kommunchefsgruppen

Resurser:

Ansvariga mark och fastighetsägare

5. Statistikunderlag

Tidsplan:

Start 2009 01 01

Strategi:

Att öka kunskapen hos företagen om betydelsen av att lämna in statistikunderlag till myndigheter och organisationer.

Både de offentliga organisationerna och branschen behöver ett relevant planeringsunderlag för att bedöma t.ex. fri kapacitet och riktade marknadsföringsinsatser

Mål:

Få fram relevant planeringsunderlag

Huvudansvarig:

Västsvenska Turistrådet och näringen

Resurser:

Befintliga, egen arbetsinsats hos näringen



6. Utveckling av gästhamnar

Tidsplan:

Start 2008 11

Nyckeln till långsiktig framgång handlar i första hand om utveckling av service, kvalitet och utbud av produkter och tjänster i gästhamnen. En gästhamn är en boendeanläggning och kan något förenklat liknas vid en campingplats fast för båtburna turister. De dominerande ägarna och drivarna är kommuner och hamnföreningar.

Här krävs en anpassning av verksamheten för att kunna möta båtlivets behov och förväntningar. Hamnarna har unika möjligheter att öka besökarnas ekonomiska aktivitet på destinationen genom merförsäljning och paketering av service och upplevelser. För att skapa mer affärer krävs ett professionellt värdskap som har människan i fokus.

Idag förekommer många varianter av driftsorganisationer: föreningar, kommunala förvaltningar, kommunala bolag och privat drift genom uppdragsentreprenad och arrenden. Försäljning av kommunala hamnanläggningar bedöms olämpligt då de flesta hamnrum också är viktiga infrastrukturella anläggningar samt centrala mötesplatser för kommunmedlemmar och övrig turism.

Strategi:

Ta fram en utvecklingsplan inklusive finansieringsplan för de kommunala gästhamnarna i samarbete med hamnchefer och turistchefer.

Åtgärder:

- Gästhamnens verksamhetsbeskrivning
- Inventera driftformer som är praktiskt tillämpbara för kommunala hamnar.
- Kunskaps- och erfarenhetsutbyte från privatägda gästhamnar, arrendatorer och kommunala ”uppdragsentreprenörer”.
- Upprätta en aktuell statusrapport avseende driftform, ekonomi och investeringsbehov för gästhamnarna i Norra Bohuslän
- Utarbeta förslag till nya enhetliga pris- och säsongmodeller.
- Utarbeta ”verktyglådor”/program/checklistor för kvalitetsarbete i gästhamnar
- Utarbeta och genomföra värds kapsutbildningar för gästhamnspersonal

Huvudansvarig:

Kommuncheferna och Västsvenska Turistrådet (Anders Svedberg)

7. Hållbar utveckling

Vi vill verka för att utveckla norra Bohuslän till en ”hållbar turismdestination”, det innebär att både privata och offentliga företag måste öka sin kunskap kring innebörden i begreppet ”hållbar turism”, vad innebär det för mig och mitt företag/uppdrag eller i min roll.

Tidsplan:

Start april 2009

Mål:

Minst 50 företag skall delta i hela eller delar av utbildningen.

Strategi:

Föreläsningar, nätverksträffar och workshops samt i nära samarbete med projektledningen för Kustzonsplanering och Landsbygdsutvecklings arbetet

Huvudansvarig:

Styrgruppen för norra Bohusläns Besöksråd i samarbete med Västsvenska turistrådet

Resurser:

Västsvenska turistrådet och projekt ”Nex Zeeland”
Projekt Kustzonsplanering och Landsbygdsutveckling
Länsstyrelsen Västra Götaland
Naturens Bästa
Ekoturismföreningen
Västarvet
Mare Novum





Delårsboende – en resurs

I olika utvecklingsplaner och projekt framhålls värdet av att tillvarata den kraft och den utvecklingspotential som de delårsboende kan medverka till avseende tillväxt och utveckling i norra Bohuslän

Kommunerna i samarbete med näringen skall såväl medverka som att initiera möten med delårsboende i syfte att öka kunskapen och förståelsen om varandra som resurser för en långsiktig hållbar utveckling av destinationen. Det kan gälla näringslivsutveckling, samhällsplanering samt mentorskap

Tidsplan:

Sommaren 2009

Strategi:

Tillvarata erfarenheter från de aktiviteter som sker i kommunerna idag och utveckla dessa till mer strukturerade insatser vars resultat kan involveras i kommunernas tillväxt och utvecklingsarbete.

Mål:

Skapa lokalt forum där en konstruktiv dialog kan föras mellan näringen, kommunen och de delårsboende.

Huvudansvarig:

Kommunerna

Värdskap

Vi vill verka för ett gott värdskap på alla nivåer i norra Bohuslän.

Värds kapsutbildningar behöver genomföras på flera nivåer.

Företagen själva behöver branschspecifika kvalificerade värds kapsutbildningar.

Frontpersonal inom övriga servicenäringar och kommuner skall erbjudas möjligheten till grundläggande värds kap och att lära mer om den egna destinationen.

Den största gruppen besökare är släkt och vänner varför aktiviteter som riktar sig mot kommuninnevånare i syfte att lära mer om destinationens utbud är viktigt för att göra medborgarna till goda ambassadörer.

Viktigt är att även lära mer om hela destinationens utbud (norra Bohuslän)

Tidsplan:

Start våren 2009

Strategi:

En behovsbaserad plan för värds kapsutbildningar (företag, politiker och kommunanställda, kommuninnevånare).

Genomföra en nöjd kund-undersökning och därefter följa upp med årliga kundundersökningar för att på så sätt mäta resultat.

Mål:

Bli bättre på värds kap genom att erbjuda samtliga företag kvalificerad värds kapsutbildning.

Arrangera öppna värds kapsutbildningar för frontpersonal samt att arrangera en ”Bli turist på hemmaplan – aktivitet” för kommunernas innevånare.

Värds kapsutbildningen skall skapa värde och attraktion.

Huvudansvarig:

Västsvenska Turistrådet i samarbete med turistorganisationerna och kommunerna





Sotenäs
kommun



Tanums
kommun



Lysekils
kommun



Munkedals
kommun



Strömstads
Kommun

företagarna[®]
Munkedal



LYSEKILS
TURISTBYRÅ AB



TANUMS HAMN & TURISM

