

HUR ARBETAR ANDRA DESTINATIONER STRATEGISKT?

Omvärldsbevakning 22-06-23

Johan Wahlgren, Geograf och samhällsplanerare

METOD

FALLSTUDIER: VISIT KARLSTAD & KIRUNA LAPPLAND

Urval: Baserat på branschkännedom och kontaktnät

Skrivbordsstudie

Intervjuer med

- Elin Håkansson, Projektledare Marknads och Destinationsutveckling, Kiruna Lappland
- Mia Landin, VD Visit Värmland
- Marita Närtell, Strateg turism tillväxtcentrum, kommunledningskontoret, Visit Karlstad.
- Anders Gunnarsson, Sveriges kommuner och Regioner, SKR.

KRITERIER FÖR FALLSTUDIE

Liknande Destination Östersund utifrån

- Status strategiskt arbete
- Organisation
- Storlek
- Förutsättningar

FALLSTUDIEN

- Destination Kiruna-Lappland
- Visit Karlstad
- Bonus: Destination Gotland

KIRUNA

Polcirkeln

KIRUNA-LAPPLAND

- 96 medlemsföretag
- Medlemsägd förening anno 1993
- Paraplyorganisation för turistföretagen
- Styrdokument framtaget 2019-2020



STYRDOKUMENT



*-Nu tar vi in
medlemsföretagens
prioriterade
områden utifrån de
insatser och
grundprinciper som
vi tagit fram i
styrdokumentet*

Elin Håkansson på
Kiruna Lappland.

VISION OCH MÅL 2030

Vision

Att vara den mest hållbara och välkomnande arktiska destinationen i världen.

Mål 2030

Kiruna är en etablerad åretrunt-destination vilket reflekteras i en progressiv ökning av antalet helårsverk och en jämn fördelning besökare över helåret. Kiruna Lappland är år 2030 en hållbarhetscertifierad destination enligt GSTC:s kriterier.

HÅLLBARHET



Kirunas unika destinationsvärden



*Norrskan &
Midnattssol*

*200km norr
om polcirkeln*

*Natur- &
kulturarv*

*Forskning &
Innovation*

Kiruna Lappland verkar utifrån fyra grundläggande huvudområden som vägleder vårt dagliga och strategiska arbete. Dessa huvudområden utkristalliseras i fyra grundprinciper som driver vårt arbete framåt och som ligger till grund för de prioriteringar vi åtar oss:

1. Främja lokal hållbar tillväxt
2. Autentiska upplevelser året runt
3. Attraktivt för både besökare & lokalsamhälle
4. Minsta möjliga miljöpåverkan

För dig som arbetar inom besöksnäringen kommer certifieringen Sustainable Arctic Destination att vara en konkurrensfaktor som stärker ditt erbjudande och varumärke på marknaden.

Dagens och framtidens besökare efterfrågar i allt högre grad upplevelser som förknippas med ansvarstagande och hållbarhet och vi som levererar dessa produkter och tjänster måste därmed öka vår kompetens på området för att leva upp till ställda förväntningar.

Även allt fler researrangörer förväntar sig att destinationer arbetar efter hållbara principer och som ett naturligt steg i Kiruna Lapplands satsning mot en mer ansvarstagande besöksnäring kommer företag som arbetar strukturerat med hållbarhetsarbete att prioriteras i vår marknadsföring.

6 ANLEDNINGAR ATT GENOMGÅ HÅLLBARHETSCERTIFIERING:

- Jag får utbildning och kunskap inom hållbar turism som jag kan använda i mitt företagande.
- Efter genomgången certifiering får jag använda kvalitetsmärknings Sustainable Arctic Destination i min marknadsföring.
- Kvalitetsmärknings gör mig mer attraktiv för besökare som grundar sitt köpbeslut på miljömedvetenhet och en önskan att minimera sitt eget ekologiska fotavtryck.
- Kvalitetsmärknings ökar mina möjligheter till samarbete med researrangörer som prioriterar hållbarhet.
- Kvalitetsmärknings stärker mina möjligheter att behålla och attrahera värdefull personal.
- Genom kvalitetsmärknings kan jag attrahera investerare som är intresserade av företag med långsiktiga hållbarhetsplaner som minimerar operativa risker i framtiden.



VISIT VÄRMLAND

- 165 anslutna medlemmar
- Medlemsägd förening
- Paraplyorganisation för turismföretagen, 18 kommuner och 3 paraplyorganisationer
- Ålderstigen regional strategi – i färd att ta fram en ny.

VISIT KARLSTAD

- Kommunal avdelning – saknas destinationsbolag
- Samverkar med 4 kommuner i "Karlstadsregionen".
- Turiststrategisk plan levande dokument som antogs politiskt 2017
- Utmanande samarbetsform

MÅL FÖR EVENEMANGS- OCH MÖTESVERKSAMHET



MÅL OCH UPPFÖLJNING

- Fler evenemang och möten som stärker varumärket Karlstad och bidrar till att Karlstad syns mer.

UPPFÖLJNING: ANTALET NATIONELLA OCH INTERNATIONELLA ARTIKLAR (MELTWATER)

- Fler gäster som på ett hållbart sätt genererar tillväxt

UPPFÖLJNING: GÄSTNÄTTER OCH ARBETSTILLFÄLLEN (SCB) OCH ANTAL ANLÄGGNINGAR SOM ÄR MILJÖCERTIFIERADE

- Bidra till att Karlstadsborna känner sig stolta över sin stad.

UPPFÖLJNING: UNDERSÖKNING

- Stärka bilden av Karlstad som en plats där det är enkelt att arrangera och genomföra sitt evenemang eller möte.

UPPFÖLJNING: ARRANGÖRSUNDERSÖKNING, GÄSTUNDERSÖKNINGAR OCH INSIKT

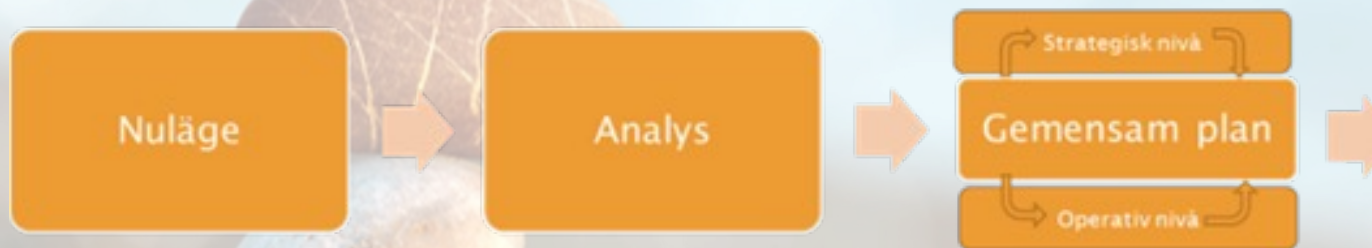
GOTLANDS FÖRENADE BESÖKSNÄRING



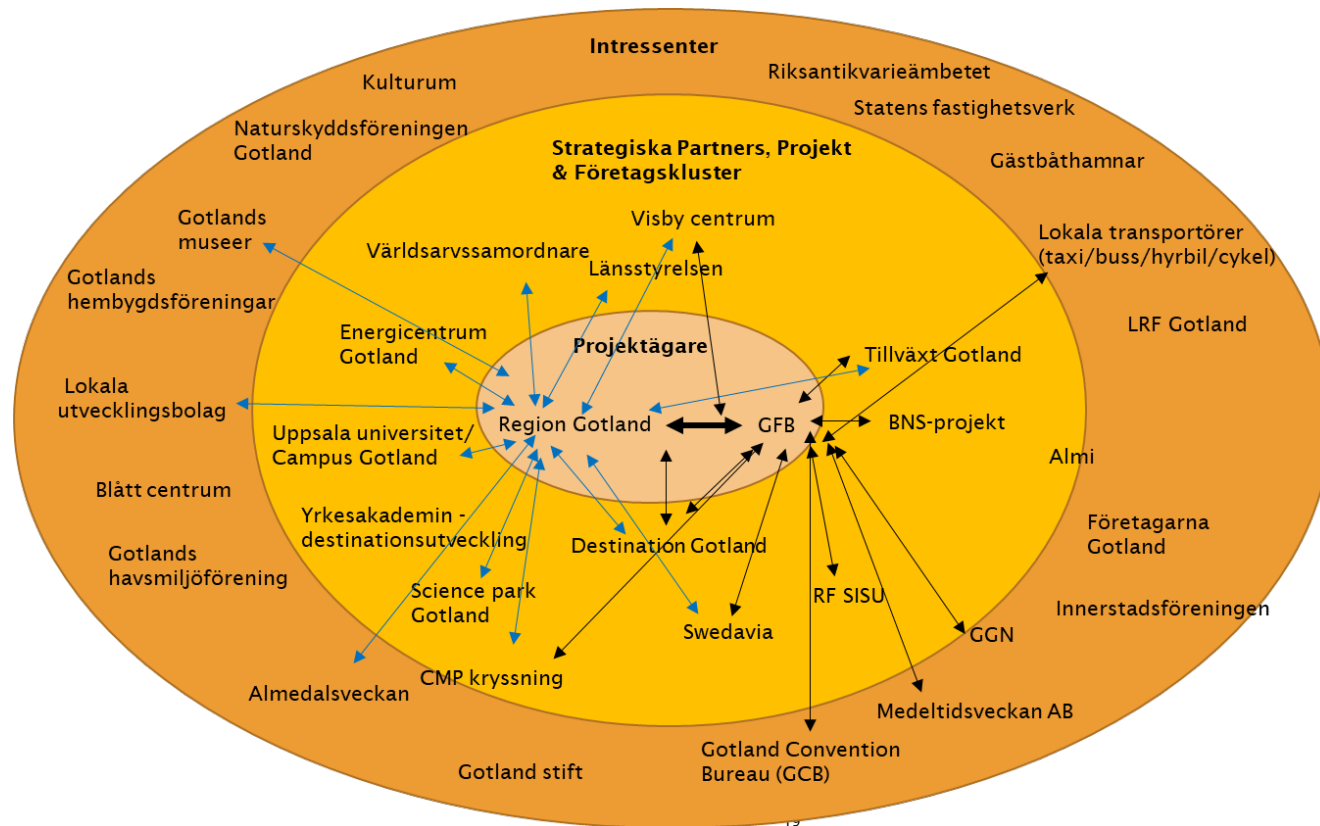
- 80 medlemsföretag
- Medlemsägd organisation anno 2014
- Paraplyorganisation för turistföretagen
- Besöksnäringstrategi antagen

VISION

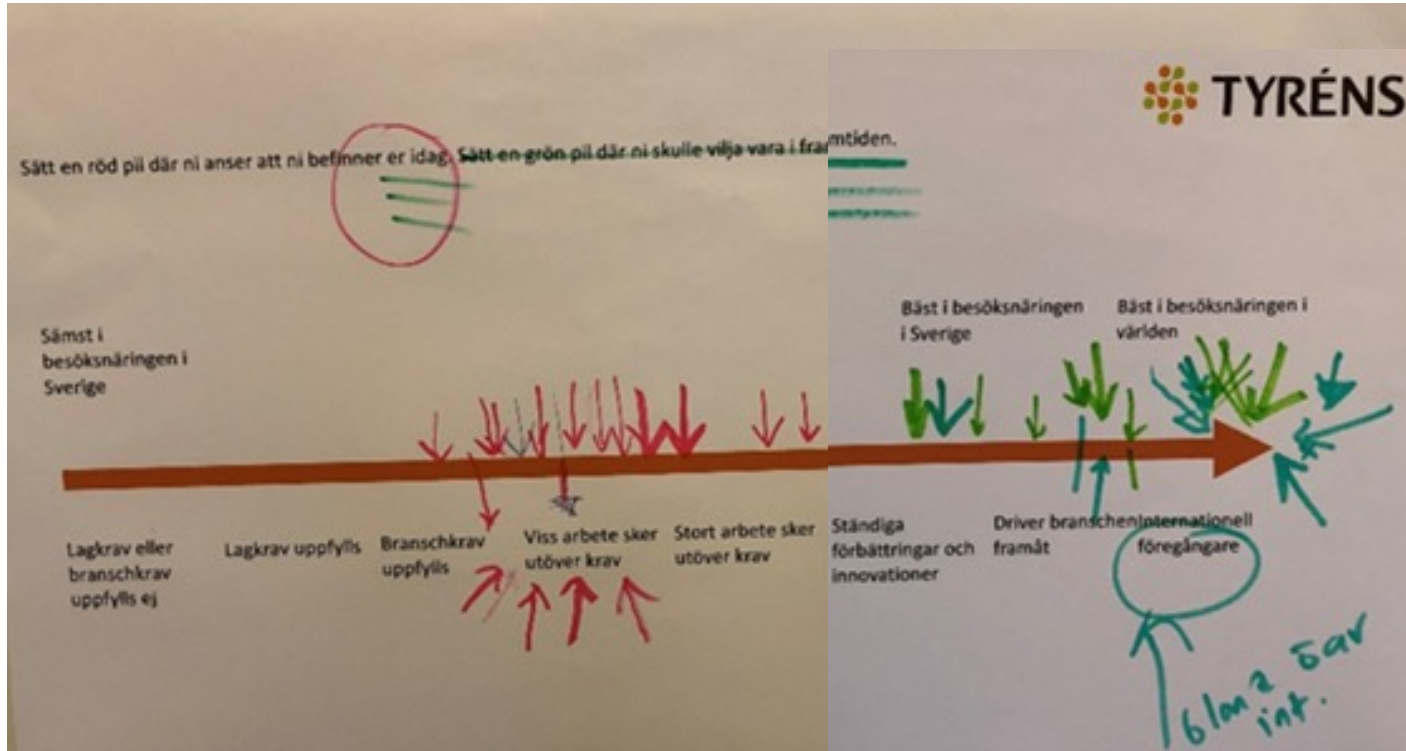
Gotland ska vara norra Europas mest hållbara och attraktiva resmål 2027



AKTÖRSKARTA



GEMENSAM AMBITIONSNIVÅ



BESÖKSNÄRINGENS DAG VISBY 2021



MÅLOMRÅDEN

Ett öppet Gotland året runt 2030

Mål som handlar om förlängd säsong genom paketering och produktutveckling samt förbättrade förutsättningar för mer robust personalpolitik.

Hållbar produktion & konsumtion 2030

Mål som handlar om att konsumera och producera med mindre avtryck, mer hållbart och lokalt.

Ansvarsfulla och engagerade besökare 2030

Mål som handlar om Code of conduct, ett gemensamt ramverk för hur vi ska bete oss på ön.

Hållbar vattenförbrukning 2030

Mål som handlar om att minska vattenförbrukningen genom kommunikation till besökare, innovation och kunskapsstöd till aktörer.

Hållbara transporter 2030

Mål som handlar om att främja transporter med mindre klimatavtryck och negativ inverkan på lokalsamhället. Ökad möjlighet till kollektivt resande, bättre cykelinfrastruktur mm.

Bevarade och utvecklade kultur- och naturmiljöer för hållbar turism 2030

Mål som handlar om att tillvarata natur- och kulturvärden, bruka utan att förstöra, få bättre fördelning av besökare för att minska slitage och trängsel, bevara rödlistade arter och stärka tillgänglighetsanpassningen till besöksmål.

En socialt ansvarstagande destination 2030

Mål som handlar om bättre arbetsvillkor, bättre möjligheter för socioekonomiskt svaga besökare att upptäcka Gotland, och möjligheter för gotlänningar att vara med och påverka utvecklingen av destinationen och dess besöksmål.

MÅLOMRÅDENAS KOPPLING TILL AGENDA 2030 OCH RUS

1. En inkluderande arbetsmarknad där kompetensen möter behoven
10. God konkurrenskraft och tillväxt i näringslivet

Ett öppet Gotland året runt 2030

5. Ett klimatneutralt Gotland
6. Ett energisystem baserat på förnybar energi

Hållbar produktion & konsumtion 2030

5. Ett klimatneutralt Gotland
7. Säkrad tillgång till vatten av god kvalitet och kvantitet
8. Hållbara kretslopp
9. Säkrad biologisk mångfald

Ansvarsfulla och engagerade besökare 2030

7. Säkrad tillgång till vatten av god kvalitet och kvantitet
8. Hållbara kretslopp

Hållbar vattenförbrukning 2030

5. . Ett klimatneutralt Gotland
12. God tillgänglighet och hållbara kommunikationer

Hållbara transporter 2030

2. En trygg och attraktiv livsmiljö med goda uppväxtvillkor
9. Säkrad biologisk mångfald
8. Hållbara kretslopp

Bevarade och utvecklade kultur- och naturmiljöer för hållbar turism 2030

1. En inkluderande arbetsmarknad där kompetensen möter behoven
4. God utbildningsnivå och goda förutsättningar för livslångt lärande
10. God konkurrenskraft och tillväxt i näringslivet

En socialt ansvarstagande destination 2030



TACK!

Johan Wahlgren, Geograf och samhällsplanerare

Johan.wahlgren@tyréns.se

[Destination 2030 | Tyréns \(tyrens.se\)](#)

