

# Besöknäringsstrategi

2016-2018

Fastställd av kommunfullmäktige 2016-02-22, § 4  
Uppdateras före 2020-02-28



Grästorps kommun

---



Foto: Victoria Hallqvist

**B**esöksnäringen är en av världens största näringar. Den totala turismkonsumtionen i Sverige uppgår till drygt 284 miljarder. Det är en ökning med hela 89 procent under 2000-talet. Ett stort utbud av upplevelser, orörd natur och svenskarnas gästvänlighet är starka anledningar till att välja Sverige.

Framtidens besökare är måna om miljön, söker kvalitet och kommer att betala för en hållbar och unik upplevelse. Här är några exempel på vad som kommer att efterfrågas framöver:

**Natur.** Att på olika sätt uppleva naturen är en av de vanligaste anledningarna till att besöka Sverige. Man kan exempelvis satsa på att modernisera och digitalisera vandringsleder med en gratisapp där man kan vara med i olika tävlingar under vandringens gång.

**Mat.** Maten är en viktig reseanledning och framför allt den lokala maten. Närproducerat, hantverk och småskalighet.

**Specialisering.** Faktorer som vi svenskar kanske inte alltid uppfattar som positiva – exempelvis is, kyla, mörker, löv, tystnad – kan för turisterna vara både exotiska och är också många gånger anledningarna till att de reser till Sverige. Det kan också vara annan specialisering som fågelskådning och cykling.

Utmaningarna är stora då näringen består av olika branscher och mycket hänger på ett stort samspel mellan privata, ideella och offentliga aktörer, både lokalt, regionalt och nationellt.



## Trender

Att försöka hålla koll på vad som händer i omvärlden och vilka trender som kan påverka verksamheten framöver är viktigt.

### Den typiske turisten till Sverige 2030:

- Kommer från en storstad
- Är intresserad av natur och kultur
- Är köpstark
- Är fysiskt aktiv
- Vill köpa något

**Dela är det nya äga, sharing economy.** Tex att äga en bil ihop, taxiföretag behöver inte äga bilar (Uber), boende måste inte äga hus (AirBnB).

Power of peer, lyssna på mer personliga tips via likasinnade. Man kan skicka ut en fråga på ex Facebook.

**Upplevelsen i centrum.** Att köpa souvenirer är inte längre lika viktigt, däremot att dela med sig av upplevelser på plats. Man kan tipsa turister till att filma och dela med sig.

**Dela, gilla, hissa och diss.** Det är viktigt att vi delar med oss av allt vi gör idag. Exemplet från Falkenberg där man på en parkbänk satt upp en skylt: *"In case of selfies" #falkenberg.*

## Bakgrund till en besöksstrategi i Grästorps kommun

### Kommunstyrelsens beslut:

Kommunstyrelsen beslutar att ge verksamheten i uppdrag att utifrån den föreslagna handlingsplanen ta fram en Turism-/besöksnäingsstrategi för Grästorps kommun.

I handlingsplanen står det: "I Grästorps kommun är en besöksnäingsstrategi en viktig del för en levande byggd. Vi ser med fördel att det tas fram en strategi för att tydliggöra vad arbetet med besöksnäringen ska fokusera på."

**I framtagandet av strategin** har vi haft en workshop som inkluderade inspirerande föreläsningar. På workshopen var flera olika aktörer delaktiga och representerade från olika turistföretag, kommunstyrelsen, bildningsutskottet, framtidsföreningen med flera. I framtagande av strategin så har också turistgruppen varit medverkande. Utkast har skickats till representanter i gruppen och de har kommit tillbaka med åsikter.

**Besöksnäingsstrategin** tillsammans med aktivitetsplanen ska omfatta tydliga mätbara mål med uppföljning en gång per år. Vi ser också att denna besöksnäingsstrategi är ett komplement till redan befintlig Näringslivsstrategi och befintlig Landsbygdsstrategi.

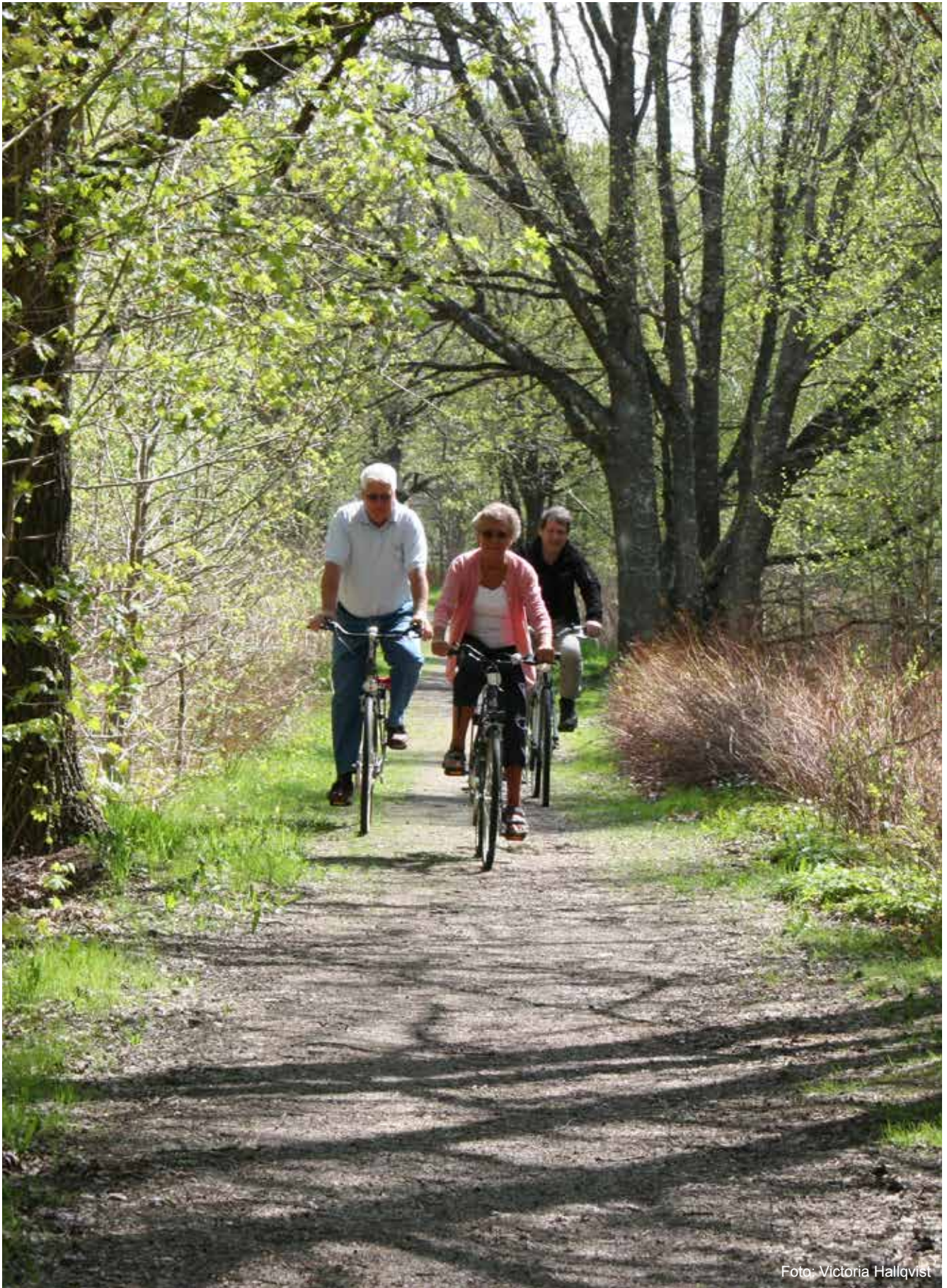


Foto: Victoria Hallqvist

## Nationell strategi

Den nationella strategin är besöksnäringens styrande dokument. Den har vuxit fram på initiativ av Svensk Turism i dialog med besöksnäringens olika aktörer och i samarbete med SHR, VisitSweden, Tillväxtverket, Swedavia, Stockholm Visitors Board, Nätverket Sveriges Regionala Turistorganisationer/Västsvenska Turistrådet, och med finansiellt stöd från Jordbruksverket.

**Svensk Turism företrädar** den samlade svenska besöksnäringen, representerar cirka 10 000 företag och är näringens ägarrepresentant i det med staten samägda VisitSweden.

**Den nationella besöksnäringstrategin formulerar följande vision:**

Med fokus på hållbarhetsfrågorna ska vi fördubbla svensk besöksnäring på tio år. 2020 är besöksnäringen Sveriges nya basnäring. Resmålet Sverige är ett naturligt förstahandsval för den globala resenären. Näringen omsätter 500 miljarder kronor och vi erbjuder 35 exportmogna destinationer. En av de viktigaste nycklarna finns i mer offensiv och systematisk destinationsutveckling.

## Regionalt samarbete

Grästorps kommun samverkar med Skaraborgs övriga kommuner i arbetet med destination Skaraborg. Där finns Grästorps kommun representerad i turistchefs nätverket. I den strategi som Skaraborg har som är fastställd av turismutskottet har man följande strategiska inriktning:

Turism- och besöksnäringen ska inom en 5-årsperiod vara den procentuellt mest expansiva näringen i Skaraborg, vilket ska resultera i en ökad omsättning genom ett ökat nyskapande inom branschen, ett ökat antal besökare, fler arbetstillfällen samt en ökad befolkningstillväxt.

I samma strategi kan man också läsa om att man



inom turismen i Skaraborg ska satsa på följande områden: kulturupplevelser, matupplevelser och naturupplevelser.

Grästorps kommun samverkar också med Västsvenska turistrådet. Deras vision är följande: ”Vi är den självklara partnern för utveckling och marknadsföring av den västsvenska besöksnäringen”. Deras affärsidé: ”Vi gör det enklare för besöksnäringen att växa”. Deras fokusområden är måltid, outdoor och kultur.

## Syfte

Syftet med Grästorps besöksnäringstrategi är att ta ut en framtida färdriktning som ska leda till ökad samverkan och samordning av resurser mot framtida gemensamma mål. Grunden i strategin är ett antal insatsområden som är framtagna utifrån Grästorps lokala förutsättningar. Inom dessa områden anses Grästorp ha bäst förutsättningar för att få en framgångsrik besöksnäring.

## Mål

- Profilera kommunen tydligare som besöksmål
- Öka antal arbetstillfällen
- Öka antal kommuninvånare
- Öka antalet gästnätter



Foto: Cecilia Bäcklund

## Lokalt samarbete

Kommunen leder arbetet på det lokala planet som opartisk samordnare, koordinator och nätverksansvarig. Det är viktigt att turistorganisationen inom Grästorps kommun har ett tätt samarbete med NSG (Näringslivssamverkan Grästorp).

**Grästorps turism ligger** organisatoriskt under bildningsverksamheten och inom kultur- och fritidsenheten. Turism, kultur och fritid går hand i hand och det är en fördel att turismen ingår i kultur- och fritidsenheten.

**Gränsöverskridande** samarbete och ökad samverkan mellan kommunerna är också mycket viktigt. Idag finns ett fungerande bra samarbete med Skaraborg. Det finns dock stor utvecklingspotential med samarbete i V6. Även samarbete bara Vara, Essunga och Grästorp. Även samarbete med Vänersborg och Trollhättan.

## Beskrivning nuläge

Grästorps kommun har gott om attraktiva naturområden. Här finns platåberget Hunneberg med skog, vilda djur, sjöar och vackra vandringsleder. Här finns fågelrika naturskyddsområdet Dättern, en vik av Vänern. Här finns den fiskrika ån Nossan. Längs Nossans stränder finns vandringsleder och cykelleder. Detta innebär att det finns en stor utvecklingspotential kring aktiviteter med naturanknytning, som exempelvis fiske, fågelskådning, cykling och vandring.

Grästorps kommun har stort utbud av kultur och kulturhistoria, till exempel museer, konstupställningar, runstenar, kyrkor och fornstugor. Här finns flera hembygdsföreningar som är aktiva på många olika sätt.

**Större evenemang i Grästorp** som bör nämnas är Nossan Ljusfestival, Kulturveckan, Grästorpsfesti-

valen och Grästorpsmässan. På Nossan ljusfestival kommer det ca 25 000 besökare. Här finns en stor utvecklingspotential att få besökaren att uppleva mer när den ändå är på besök och då stanna fler nätter.

**Matupplevelser.** Det finns bonnamarknad, torgmarknad och på Hunneberg anordnas varje november julmarknaden Handla Vilt Naturligtvis. Här finns flera caféer och restauranger som satsar på ekologiska och närproducerade varor. Här finns stor utvecklingspotential då Grästorps kommun är en landsbygd där det finns gott om gröna näringar.

**Näringsliv.** Grästorps kommun har ett mycket varierat näringsliv med småindustrier, rikt handelsutbud med intressanta och framgångsrika verksamheter, många serviceföretag och en stor mängd jordbruksföretag.

**Idrotten är stor** i Grästorps kommun och här finns exempelvis både fotboll och Ishockey där man spelar i höga divisioner. Grästorp har en golfklubb

som varje år har 7000 gästspelare varje år, varav 2000 övernattar. Här finns stor utvecklingspotential att få besökare till våra föreningar att stanna och få uppleva mer av Grästorp.

## Grästorps kommuns turismorganisation

Turismen ligger organisatoriskt under Bildningsverksamheten och inom kultur- och fritidsenheten. Turistinformation erbjuds året runt. Huvudsäte för turistinformationen är i Kulturhuset men under högsäsong så erbjuds turistinformation på flera olika ställen i kommunen, bland annat på Rastplats Viggen och på Tre Älgar.

**Turistinformationen bedrivs** av Kultur- och Fritidsenheten, som administrerar hemsidan [www.grastorp.se](http://www.grastorp.se) under fliken turism samt Grästorps del i [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com). Man kan också få information på Grästorps Turism på Facebook.



Foto: Victoria Hallqvist



Foto: Victoria Hallqvist





Foto: Yvonnie Tosthage

## Strategisk inriktning

### Vision 2020:

*I Grästorp finns energi!  
Grästorp har Västra Götalands bästa boemiljö. Invånarna är nöjda med service och fritidsutbud och det är nära till mycket - allt från jobbutbudet i regionen till golfbanan i centrum. Förskolan och skolan ligger i topp i nationella undersökningar.  
Näringslivet sjuder av entreprenörsanda och de gröna näringarna blomstrar.*

### I kommunens måldokument "Vision och övergripande mål 2015-2018" står det följande:

**Utveckla kommunens** näringslivsverksamhet med fokus på företagsutveckling, etableringsservice och turism.

## Utvecklingsområden

**Ett av de utvecklingsområden** som kommunfullmäktige har identifierat är att öka kommunens attraktionskraft.

**Varumärket i Grästorp:** Lantligt – men centralt, Välkomnande med hjärta och kunskap, Grästorpare kan – tillsammans och med kreativitet. Tillsammans blev dessa Lev din lantliga dröm i händelsernas centrum.

**I Grästorps kommuns översiktsplan** (planförslag) kan man läsa att prioriterade områden är att utveckla turism och besöksnäring, ta till vara på kommunens goda läge i förhållande till infrastrukturen och aktivt arbeta för förbättringar av denna på regional nivå, se till att det finns ledig mark och lokaler för företag, arbeta för ett ökat befolkningsunderlag, satsa på framtidsbranscher exempelvis närproducerad mat som kan understödja turism, öka handeln genom att förbättra centrummiljön samt att ha en skola med hög kvalitet för att lägga en bra grund till ett framtida entreprenörsskap.

**Besöksnäringen är relativt** outvecklad i kommunen. Kommunen har dock ett fantastiskt läge i regionen, med bra infrastruktur, kollektivtrafik och ett bra utbud av arbetstillfällen, service, kultur och friluftsliv i omgivande kommuner. Det finns med andra ord stora utvecklingsmöjligheter.

## Insatsområden i Grästorps kommun

Vi har valt att driva det lokala arbetet i form av fyra stycken insatsområden. Till vart och ett av dessa områden beskrivs syfte i detta dokument. Ska dessa satsningar hamna rätt krävs tydliga mål. Mål, mätmetod, tidsplan och målgrupp formuleras i Aktivitetsplan 2016.

### 1. Affärsutveckling

Nätverksarbete och samverkan, både lokalt och regionalt. Vårdskapsarbetet ska genomsyra alla verksamheter i Grästorps kommun. Vi ska stötta besöksnäringen med kompetensutveckling och samverkansmöjligheter med värdskap i centrum.

**Syfte:** Ge förutsättningar så att omsättning och gästnätter ökar för våra besöksnäringföretag. Bidra till ökad samverkan inom näringen.

### 2. Marknadsföring

Support med marknadsföring av turistföretagen på [www.grastorp.se](http://www.grastorp.se), [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com) och Grästorps Turism på Facebook. Full tillgång till hjälp med evenemangskalendrarna.

**Syfte:** Bättre synlighet för de enskilda besöksnäringföretagen och att vi visar en destination med

stort utbud. Profitera kommunen tydligare som besöksmål.

### 3. Evenemang

I Grästorp så har vi många evenemang som är välbesökta. Genom utbildning, rådgivning och paketlösning ska vi stötta och utveckla befintliga och nya evenemang. Vi ska också utveckla fler kulturarangemang och förstärka besöksanledningen inom området kultur.

**Syfte:** Öka antalet besökare till kommunen. Bygga vidare och utveckla redan befintligt lyckade evenemang.

### 4. Natur

Tillsammans med näringen utveckla reseanledningar kring våra naturområden. Vi har stora möjligheter kring friluftsliv, vandring, cykling och fiske. Hunneberg är ett fantastiskt friluftsområde, Dättern har fina möjligheter till fågelskådning och det finns fina vandringmöjligheter längs Nossan. Detta kan vi arbeta och utveckla mera.

**Syfte:** Skapa fler reseanledningar och utöka antalet gästnätter. Attrahera målgruppen som är intresserade av naturupplevelser och aktiviteter.



Foto: Victoria Hallqvist



Foto: Cecilia Bäcklund

## Årlig aktivitetsplan och budget

Grästorp kommuns turismorganisation tar fram en årlig plan över aktiviteter utifrån de fyra insatsområdena tillsammans med budgetförslag. I aktivitetsplanen visar vi på mål, mätmetod, tidsplan och målgrupp för varje insatsområde.

**Aktivitetsplanen utvärderas** i slutet av varje år. Ny aktivitetsplan skrivs i samband med att ny budget ska tas. Ny aktivitetsplan tar hänsyn till synpunkter och önskemål som kommit upp under året.

## Uppföljning

Besöksnärringsstrategin för Grästorps kommun sträcker sig över åren 2016-2018. Turismorganisationen i Grästorps kommun har som uppdrag att vara väl informerad om inriktning och arbete kring strategier på nationell nivå och regional nivå och ha för avsikt att vid revideringar se till att hänsyn tas till lokala förutsättningar.

**I den här strategin så** är det mer fokus på insatsområden och information än på detaljer. Det är också tydligt kopplade mål till insatsområden men inte till alla för att vi ska ha möjlighet inom organisationen att genomföra aktiviteterna under året. Däremot kommer alla insatsområden följas upp.



Foto: Victoria Hallqvist