

Välkommen till

Besökskraft Stockholmsregionen tillsammans för stärkt besöksnäring!



Vilka är här?



Film om Besökskraft Stockholmsregionen

<https://share.mediaflow.com/se/?JUCFR15ZMA>



Stockholms läns landsting blev 1 januari 2019

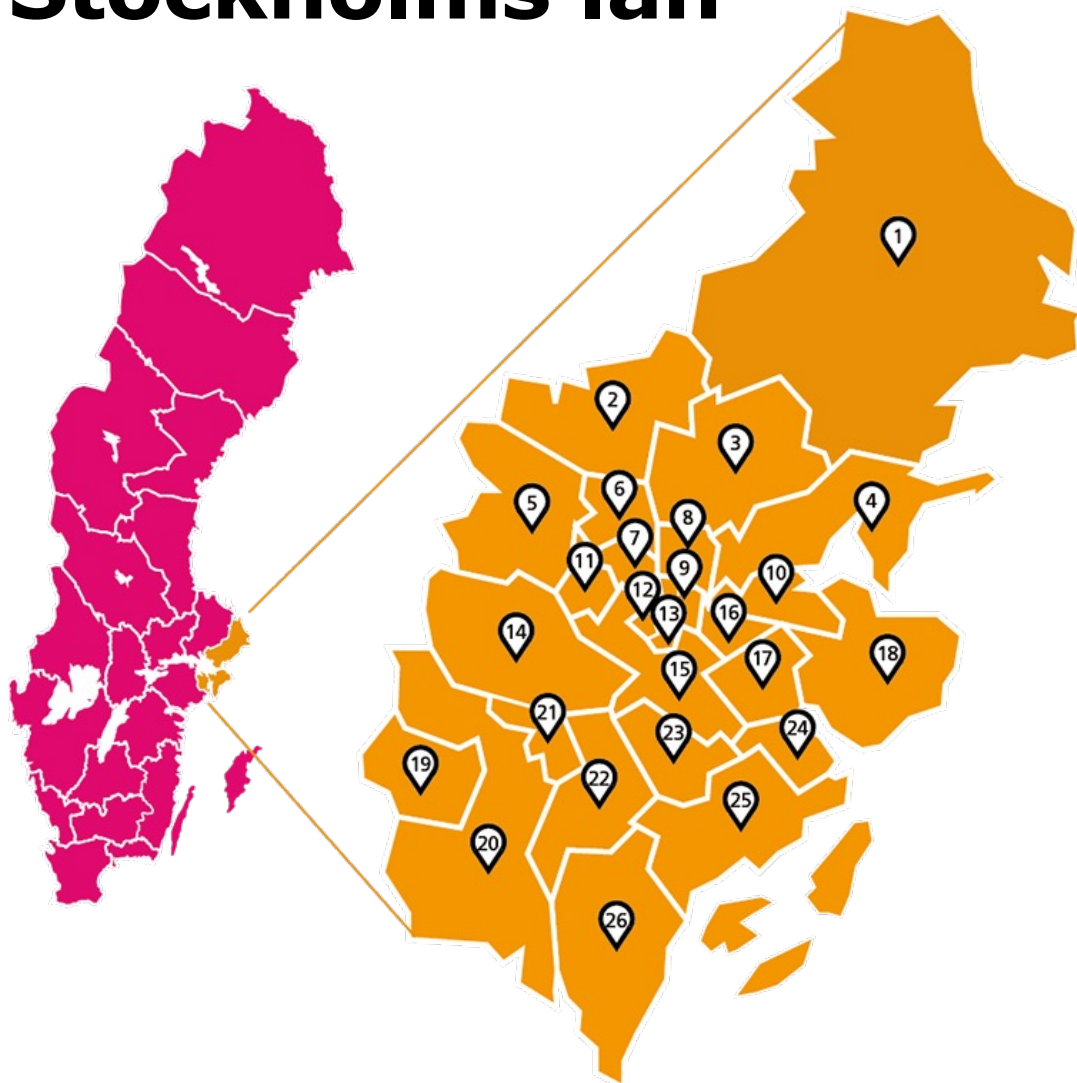
Region Stockholm

– det regionala utvecklingsansvaret

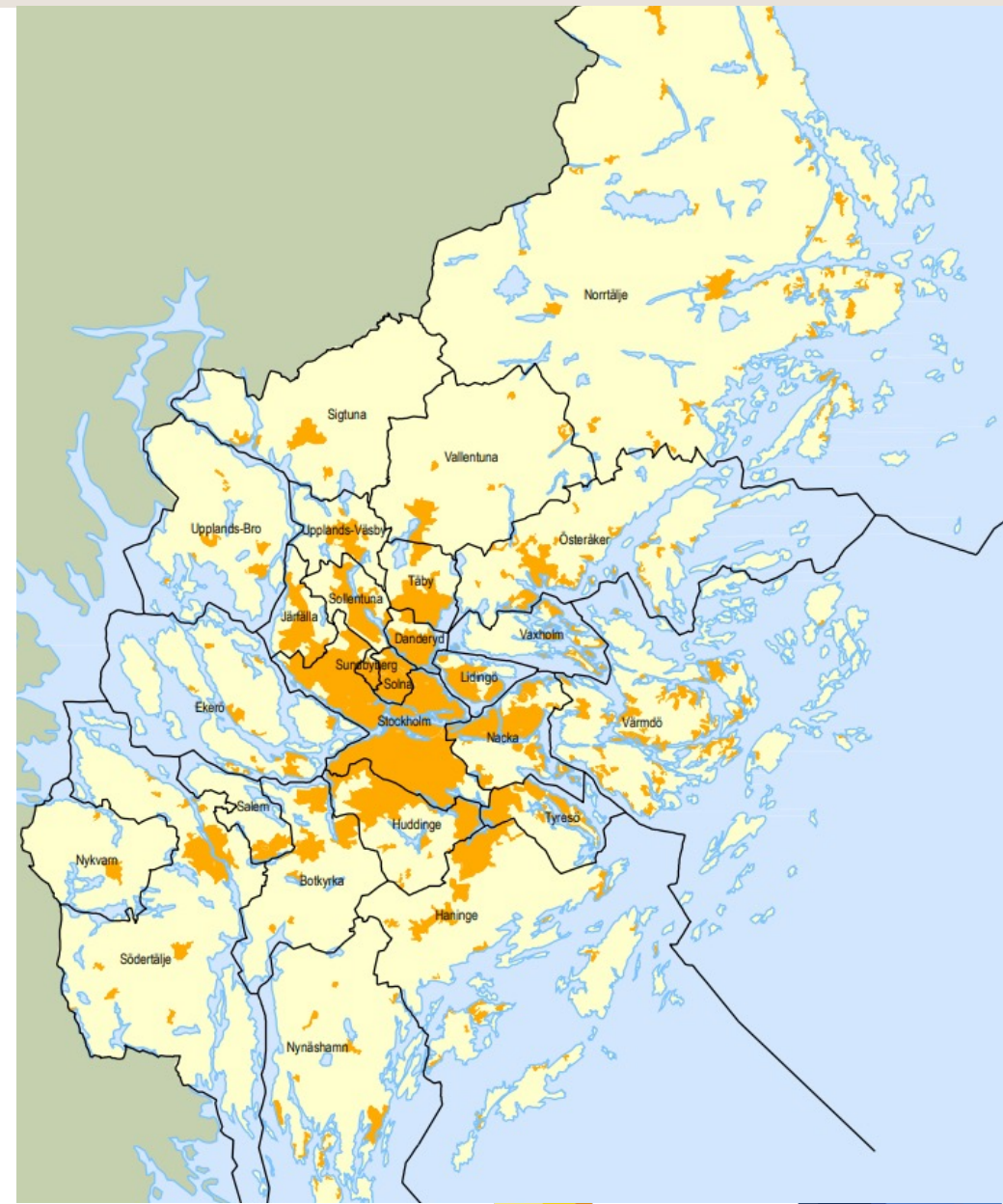
Förmå länets aktörer att arbeta mot samma mål för att tillsammans skapa tillväxt och utvecklig utifrån länets specifika förutsättningar.



Stockholms län



- 1 Norrtälje
- 2 Sigtuna
- 3 Vallentuna
- 4 Österåker
- 5 Upplands-Bro
- 6 Upplands Väsby
- 7 Sollentuna
- 8 Täby
- 9 Danderyd
- 10 Vaxholm
- 11 Järfälla
- 12 Sundbyberg
- 13 Solna
- 14 Ekerö
- 15 Stockholm
- 16 Lidingö
- 17 Nacka
- 18 Värmdö
- 19 Nykvarn
- 20 Södertälje
- 21 Salem
- 22 Botkyrka
- 23 Huddinge
- 24 Tyresö
- 25 Haninge
- 26 Nynäshamn



Stockholmsregionen ska vara Europas mest attraktiva storstadsregion



Besöksnäring - ett regionalt styrkeområde

- ✓ Sysselsättning - viktig jobb- och integrationsmotor.
 - ✓ Livsmiljö – ger större utbud av tjänster, bättre infrastruktur och samhällsservice.
 - ✓ Attraktionskraft - bidrar till regionens och andra branschers attraktivitet.
-
- Från pulserande storstad till världsunik landsbygd och skärgård – många starka besöksanledningar: evenemang, nöjen, shopping, kultur och kulturarv, levande historia, måltider och mat, naturturism, landsbygd, skärgård och vatten, årstider och säsonger.
 - Bredd bland besökare: både affärs- och nöjesbesökare. Hög andel internationella besökare.
 - Kraftfullt verktyg för att stärka Stockholmsbilden och Sverigebilden.
 - Ca 15 miljoner gästnätter/år, 26 000 företag, 88,5 miljarder kronor omsätts/år.



Besökskraft Stockholmsregionen tillsammans för stärkt besöksnäring!

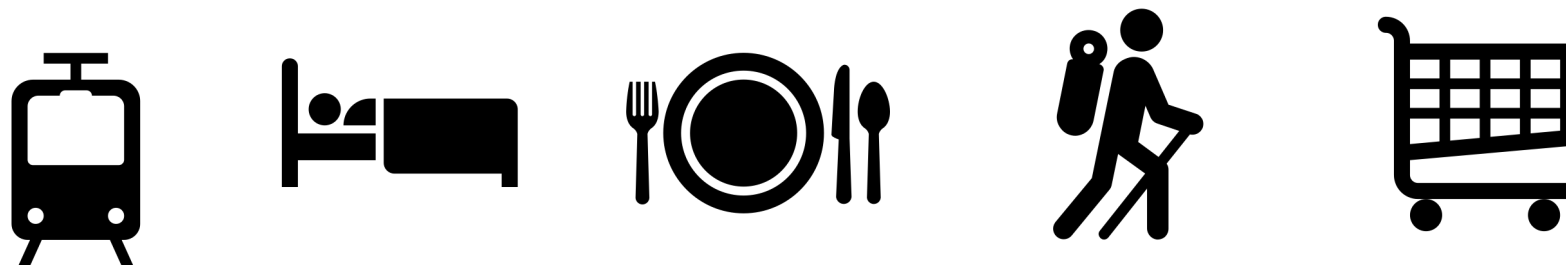
Steg 1: 1 jan 2022 - 31 okt 2023 **Förstudie** – hur bygger vi regional samverkan som stärker attraktionskraften för en hållbar besöksnäring i Stockholms län? Både vad och hur?

Steg 2: 1 nov 2023 – 31 okt 2026 **Genomförande** - går från inventering till verkstad!



Vad ingår i besöksnäringen?

resa – bo – äta – göra – handla



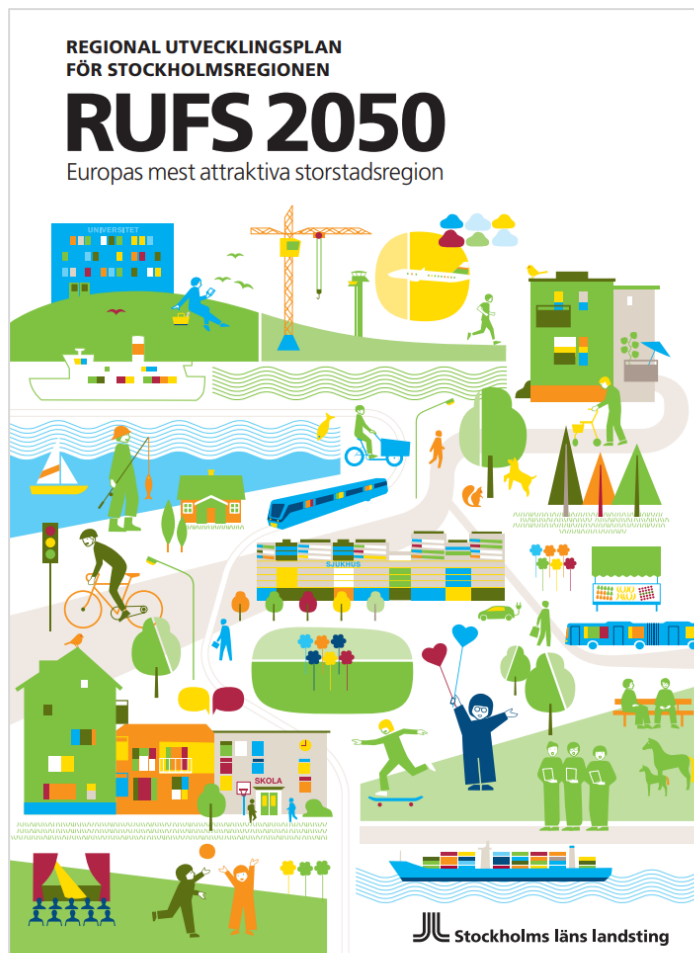
Besöksnäringens 11 branscher

 Handel Boende Restaurang Vägtransporter Flyg Resebyråer Kultur Uthyrning/Hyrbil Sport & Fritid Färja/Fartyg Tåg

Turism - människors aktiviteter när de reser till platser utanför sin vanliga omgivning för arbete eller fritid för kortare tid än ett år.

Besöksnäring - alla de företag och aktörer som har någon del av sin försäljning till turister.

Besöksnäringen spänner över flera olika politikområden



Näringspolitik



Kulturpolitik



Landsbygds-/ skärgårdspolitik



Utmaningar inom besöksnäringen

- Bristande samverkan, fragmentiserat aktörssystem, leder till mindre strategisk utveckling.
- Infrastruktur och kollektivtrafik inte anpassad för besökares/besöksnäringens behov.
- Kompetensförsörjning största tillväxthindret, svårt att attrahera och behålla personal.
- Profileringen av Stockholmsregionen behöver stärkas.
- Många verksamheter har små marginaler och knappa reserver.
- Brist på enhetlig bild, genom statistik t.ex. för att bättre beskriva näringens betydelse och nytta, inte minst på kommunal nivå.
- Näring som reagerar snabbt på omvärldshändelser.
- Internationell tillgänglighet.
- "Regelkrångel".
- Koppling till forskning behöver öka, näring med generellt låg innovationsgrad.
- Brist på kapital.
- Behövs större integrering i samhällsplaneringen.



Besökskraft Stockholmsregionen steg 1 resultat

- Samlat över 300 företag, främjare, kommuner, civilsamhälle och forskare, 7 workshops, intervjuer, enkäter och utvärderingar.
- Slutsats: Arenor för samverkan behövs – utvecklat en samverkansmodell, den sammanhållande kraften är Region Stockholm. Förstudierapport framtagen.
- I stor samstämmighet identifierat 12 utvecklingsområden, de 3 högst prioriterade är:
 1. Kompetensförsörjning
 2. Infrastruktur
 3. Profilerings av Stockholmsregionen
- Klusterpilot i Gustavsbergs hamn med innovativ samverkan, utveckla sina erbjudanden, sampaketering, avslutades med "Draknäste".
- Projektet har nått ett mycket gott resultat, efterlängtat, förväntan på nästa steg förverkligandet!



8 teman (affärsområden):

Naturban – naturen och staden

Skärgård och vatten

Årstiderna och säsongerna

Kultur och kulturarv

Levande historia

Måltider och mat

Nöjes-Stockholm

Evenemang

12 strategiska utvecklingsområden:

Arenor för samverkan

- Koordinering av frågor
- Inspiration och nätverksskapande
- Kunskaps- och erfarenhetsutbyte

- Infrastruktur
- Kompetensförsörjning
- Kapitalförsörjning
- Framtidsspaning och innovation
- Digitalisering
- Internationalisering

- Profilerings av regionen
- Hållbarhet
- Omvärlds- och marknadsdata
- Affärsutveckling
- Utbudsutveckling
- Marknadsföring



Besökskraft steg 2 - från inventering till verkstad

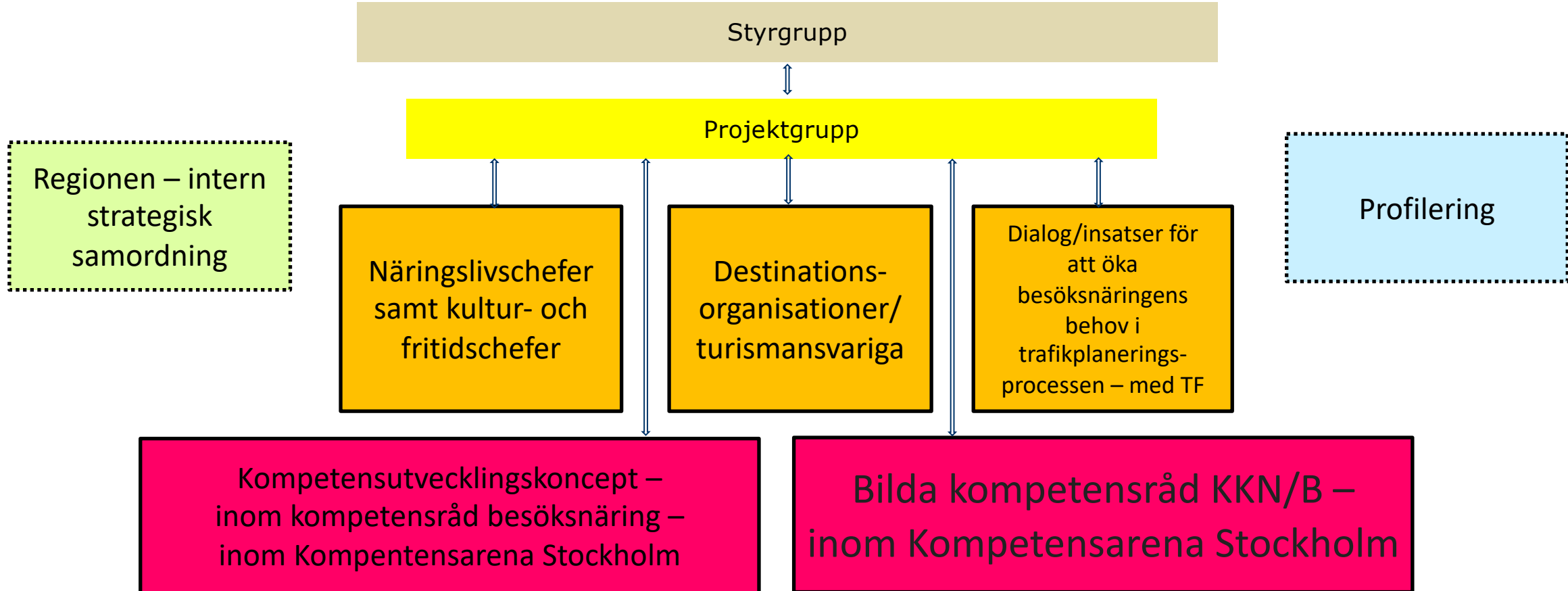
Tre arbetspaket:

- **Strategiska samverkansforum** - för kunskapsutbyte, nätverksbygge och samarbete – i syfte att motverka tillväxthinder, stärka attraktionskraft, tillväxt och hållbar platsutveckling.
- **Strategisk kompetensförsörjning** - utveckla ett strategiskt kompetensutvecklingskoncept som omfattar breddad rekrytering.
- **Kompetensråd för de kulturella och kreativa näringarna/branscherna.**

Projektpartners: Stockholms Handelskammare, Visita Stockholm, Almi, Stockholm Business Region, Stockholms stads arbetsmarknadsförvaltning.



Besökskraft - samverkansforum



Årlig Besöksnäringssdag – för alla aktörer – gemensam inled/avslut, parallella seminarier

Hållbar platsutveckling

- Samverkansforum – ge inspiration till att utveckla och stärka arbetet med hållbar platsutveckling och attraktiva platser för både besökare, boende, företag och investeringar i länet.
- Utgå från platsens specifika styrkor, utmaningar, förutsättningar och behov.
- Samverkan är nyckeln till lyckad platsutveckling: mellan den offentliga sektorn, det privata näringslivet, och civilsamhället.
- Samsyn - gemensam målbild mellan platsens alla aktörer: invånare, besökare, företagare, civilsamhälle, akademi.
- Involvera lokalsamhället för att skapa stolthet och innovationskraft.



Workshopdiskussion - hållbar platsutveckling

Vad är framgångsfaktorer och utmaningar i arbetet med hållbar platsutveckling i ett besöksnärlingsfrämjande arbete?

Lyft gärna lärande exempel och metoder ni känner till.

- Diskutera i smågrupper
- Utse en antecknare/grupp, skriv ned gruppens inspel
- Utse en rapportör/grupp, till rapport i storgrupp



Tack!

Kontakta gärna projektledare Anna Bohman Enmalm
anna.bohman-enmalm@regionstockholm.se