



Slutrapport för projektet Växande besöksnäring

Januari 2018- augusti 2021

Ett projekt för besöksnäringen i Kalmar län med medfinansiering av
EU:s regionalfond.

Innehåll

1	Bakgrund	3
2	Mål och resultat	4
2.1	Övergripande mål.....	4
2.2	Delmål.....	4
2.2.1	Samverkansplattform	4
2.2.2	Inventering av företag	5
2.2.3	Hållbar affärsutveckling	6
2.2.4	Hållbar produktutveckling.....	8
2.2.5	FoU-aktiviteter	10
2.2.6	Internationell samverkan och arbete med nya marknader	11
2.2.7	Organisation av besöksnäringen i länet.....	13
3	Corona	14
4	Indikatorer	15
5	Lärande utvärderare, styrning och ledning	16
6	Slutsatser	17
7	Bilagor	18
7.1	Slutrapport lärande utvärderare	Bilaga 1
7.2	Uppföljning av företags förädlingsvärde	Bilaga 2
7.3	Remissutgåva av Besöksnäringstrategi 2030 Kalmar län	Bilaga 3

1 Bakgrund

I december 2017 blev Regionförbundet i Kalmar län beviljat medel från EU:s Regionalfond och statliga 1:1 medel för att kunna genomföra ett treårigt projekt för besöksnäringen i Kalmar län. 2019 gick Regionförbundet i Kalmar län samman med Landstinget i Kalmar län och bildade Region Kalmar län därav byte av namn på projektägaren.

Projektet byggde på förstudien "Besöksnäringen 2.0" som gjordes 2017. Förstudiens syfte var att undersöka förutsättningarna för att skapa kraftfulla insatser för att bidra till en större förnyelseförmåga i besöksnäringen i Kalmar län.

Utgångspunkten för projektet var att besöksnäringen i Kalmar län är en av de tunga näringarna i länet med god tillväxt men att det samtidigt finns ett stort behov av ökad förnyelseförmåga för att möta en tilltagande nationell och internationell konkurrens. Det fanns även ett stort behov av att hitta ytterligare intäktskällor och att öka produktiviteten för att skapa förutsättningar för ökade investeringar i både anläggningar, marknadsföring och personal. Näringslivet är också viktigt ur ett samhällsperspektiv då utvecklingen flyttar arbetstillfällena från traditionell industri till tjänstesektorn inklusive besöksnäringen. I OECD Territorial Review 2012 slogs det fast att Kalmar län har mycket goda förutsättningar att vidareutveckla turismen och att den har en viktig roll inte bara som intäktskälla utan även för att skapa attraktion som leder till ökad inflyttning. Studien pekar också på att näringen dittills inte stått i fokus för det regionala ekonomiska utvecklingsarbetet.

Projektet avsåg att bidra till en växande besöksnäring genom att:

- Arbeta med **näringslivsdialoger** där kommuner, region, övriga näringslivsstödjande aktörer samt akademi kan möta näringen i lokala tematiska möten och regionala mötesplatser i syfte att skapa bättre ömsesidig förståelse och samverkansförmåga.
- Göra en **kartläggning** för att identifiera företag med utvecklingsambitioner. Enbart företag med uttalad vilja och möjligheter att utvecklas och växa skulle erbjudas att delta i de företagsspecifika aktiviteterna.
- Genomföra **affärs- och produktutvecklingsinsatser** för att förbättra de deltagande företagens tillväxtpotentialer.
- Arbeta med **Fou-insatser** i samverkan mellan näringen och akademien. Här behövdes fortsatt inventering av forskning vid olika akademier göras för att kunna koppla dessa till varandra och till näringen.
- Utvidga det **internationella samarbetet** för att skapa nätverk och omvärldsbevaka men också ge förutsättningar för större exportmognad och större intäkter från internationella besökare.
- Förbereda för **en centrumbildning** för besöksnäringen i Kalmar län.

2 Mål och resultat

2.1 Övergripande mål

Projektets övergripande mål var att förbättra förutsättningar, utveckling och tillväxt för besöksnäringen i Kalmar län och att utveckla och införa en tydlig och långsiktigt hållbar modell för större tillväxt i besöksnäringen.

2.2 Delmål

2.2.1 Samverkansplattform

Utveckla bättre samverkan mellan besöksnäringen, kommuner, det näringslivsstödjande systemet och akademien.

Aktiviteter: Näringslivsdialoger i arrangerade workshops, seminarium samt enskilda möten.

Mätning av målluppfyllelse: Två större tematiska träffar per år, fem mindre workshops per år samt en konferensdag.

Resultat:

I början av projektperioden kunde vi träffas fysiskt vid de seminarierna och workshops som genomfördes. Efter första veckan i mars 2020 fick vi övergå till att enbart genomföra dessa digitalt. Vi har uppfyllt målen med råge förutom att vi fick ställa in en konferensdag för besöksnäringen 2020.

Övergången till digitala träffar har inneburit att fler företagare och personer har kunnat vara med och vi har komprimerat innehållet. Däremot så har det varit lite svårare att få till en dynamik i grupperna och vid workshops då vi inte har haft dem fysiskt. Vi har också saknat småpratet som är så viktigt vid pauser.

Diskussioner, workshops och seminarier kring följande ämnen har erbjudits:

- Kompetensförsörjning – och arbetskraftsbrist inom besöksnäringen med Arbetsförmedlingen
- Kulturella och kreativa näringar för näringslivschefer, kultur- och turismchefer i södra Sverige där 6 kommuner från länet medverkade
- Hållbar besöksnäring med Länsstyrelsen i Kalmar län
- Livsmedelsstrategi tillsammans med LRF
- Forskningsresultat och omvärldsbevakning - tyskars resande till länet, besökares spår på sociala medier sk netnografiundersökning tillsammans med Blekinge län
- Skärgårdsutvecklingsinsatser tillsammans med Östergötland
- Infrastruktur tillsammans med Trafikverket och Kalmarlänstrafik
- Inspirationsdagar för företagen tillsammans med övriga Smålandsläna
- Besöksnäringens statistik tillsammans med länets destinationer
- Ämnesspecifika seminarium såsom stigcykling, hästturism, husbilar och ställplatser, allemansrätt och markägarfrågor, internationell marknadsföring
- Utveckling av länets kulturmiljöer tillsammans med Länsstyrelsen
- Att söka EU-medel för besöksnäringens frågor
- Varumärket Småland
- Aktualiteter kring Corona-pandemin - kommunikation i svåra tider, psykisk ohälsa bland företagare pga Corona, gemensam

kommunikation ut till besökare, Pandemilagen, Polisen och tillståndslagen, rapporter från smittskyddsläkaren.

- Rapporter om framtidsscenarios med Kairos Future och Kantar-Sifo – svenska folkets bild av platser och evenemang i Kalmar län,
- Konsekvenser av nedstängning av Astrid Lindgrens värld
- Lilla Smålandsdagen – för tjänstepersoner som arbetar med besöksnäringen på Destination Småland, Smålands Turism och Region Kalmar län.
- Sommaren som gått och framtida arbete för destinationerna
- Besöksnäringstrategi 2030 Kalmar län

För att få till **fler mötesplatser** och arenor för möten för besöksnäring-företagen fick kommunerna, på projektets bekostnad, bjuda in sina egna företagare till möten med intressanta föredragshållare kring aktuella ämnen inom besöksnäringen.

Utfall och fortsättning efter projektet:

- För att fortsätta med en samverkansplattform så söker Region Kalmar län och har blivit beviljade nya medel från EU i deras REACT-ansökan. Större seminarier med föreläsare kräver digitala lösningar och teknisk expertis.
- De fysiska mötena kommer framförallt att ske hos kommunerna med deras egna företag eller över kommungränserna med regional samordning inom olika teman. Det är svårt att få företagen att avsätta en hel dag till att sitta och lyssna på föreläsningar.
- Region Kalmar län har fått till en bra dialog med Länsstyrelsen och Polisen kring turism och krissituationer som kommer att fortsätta efter pandemin.

2.2.2 Inventering av företag

Inventera företagets tillväxtvilja, utvecklingsbehov och förutsättningar.

Aktiviteter: Inventering av företag bl a med personliga besök.

Mätning av måluppfyllelse: 200 företag ska ha blivit besökta.

Resultat:

Projektet inleddes med ambitionen att utföra 200 företagsbesök i länet. I början av projektet såg vi emellertid att vi måste göra en prioritering eftersom några av länets destinationer själv vill vara de som arbetar med sin kommuns företag. Därför valde affärsutvecklaren att koncentrera sig på företag som vi arbetar med i projektets affärsutvecklingsprocesser och de aktörer som har koppling till olika temaområdena. Initialt var det ganska lätt att identifiera de direkt kopplade aktörerna och projektets affärsutvecklare har i de flesta fallen blivit varmt välkomnad på besöken. I mars 2020 slog Coronapandemin till och av förklarliga skäl har företagsbesök inte kunnat genomföras som planerat sedan dess. Videomöten och telefonsamtal har kunnat väga upp en del, men just vid en första kontakt med en verksamhet är platsbesöket ett oöverträffat sätt att lägga grunden för relation och kännedom.

Totalt antal gjorda företagsbesök under projekttiden är 80.

Utfall och fortsättning efter projektet:

- Så snart omständigheterna tillåter kommer vi åter att använda just företagsbesöken som start i det fortsatta relationsbyggandet med regionens besöksnäringens företagare. Utförare är den anställde utvecklaren av besöksnäringen på Region Kalmar län.
- Det är viktigt att Region Kalmar län har överblick över alla projekt som pågår i länet så att det inte blir parallella insatser eller att företagen blir uppvaktade från för många håll.
- Ett Facebookkonto är upprättat för dialog med företagen. Vi saknar emellertid från regionalt håll en direktkontakt med besöksnäringens företagen och är beroende av hjälp från kommunerna att nå ut med vårt budskap. Eventuellt kommer vi att starta ett nyhetsbrev.

2.2.3 Hållbar affärsutveckling

Arbeta med och införa modeller för hållbar affärsutveckling.

Aktiviteter: Upphandling av två olika modeller för kvalitativ och hållbar affärsutveckling.

Mätning av måluppfyllelse: Genomför totalt sex affärsutvecklingsprocesser med 10 företagare i varje process. Genomföra totalt 100 företagsrådgivningar med inriktning på hållbarhet och kvalitet.

Resultat: De affärsutvecklingsprocesser som upphandlades och genomfördes under projekttiden var Kurbits (www.kurbits.org) samt Swedish Welcome (www.swedishwelcome.se)

Kurbits är ett nationellt affärsutvecklingsprogram skräddarsytt för besöksnäringen, baseras på mångårig forskning och praktiskt arbete med pedagogik anpassad för småföretagare. Programprocessen pågår under 6 månader med 1 träff per månad och leds av en specialutbildad processledare. Under träffarna, som sker i form av workshops, varvas ny kunskap, inspiration, case, diskussioner och verktyg. Mellan träffarna får deltagarna personlig coachning på plats i sitt eget företag. Till varje program bjuds externa workshopledare och experter in som delar med sig av sina kunskaper och erfarenheter. Mellan träffarna använder deltagarna sina nyvunna kunskaper och verktyg i sitt arbete med att utveckla sin egen verksamhet. Flera olika koncept finns att tillgå och vi har genomfört följande:

Öland – cykling	8 företagare inkl studieresa
Västervik – outdoor	10 företagare
Västervik	10 företagare
Oskarshamn – Mönsterås – Högsby	11 företagare
Vimmerby – Hultsfred	10 företagare
Omställning – digital	7 företagare
Omställning – digital	7 företagare
Omställning – digital – kulturarv	7 företagare
Omställning – digital – stora evenemang	6 företagare
Totalt:	77 företagare

Av dessa företagare tillhör 11 företagare samma företag, vilket innebär att **66 unika företag** har tagit del av denna affärsutvecklingsprocess.

En kick-off för att de företagare som genomgått Kurbits i länet skulle få träffa varandra genomfördes i slutet av projektperioden och 14 företagare kom och fick bli a träffa sina processledare, nätverka med varandra och lyssna till Holger Sigmund som berättade hur de på bästa sätt kan arbeta med recensioner av deras företag på nätet.

Swedish welcome är en process som leder till att företag ska kunna utveckla sin verksamhet till en bra och hållbar gästupplevelse. Rådgivning med Swedish Welcome utgår från varje enskild verksamhet med en komplett nulägesanalys av gästresan och områden bakom kulisserna. Professionella rådgivare genomför ett oanmält besök och agerar objektiv gäst i verksamheten för att fånga upp gästperspektivet. Återkoppling av gästresan samt en genomgång av områden bakom kulisserna går igenom under ett bokad möte och följs av en rådgivarrapport. Rådgivarrapporten är en konkret handlingsplan som lyfter styrkor, förbättringsförslag och konkreta tips för att stärka verksamheten ytterligare.

Vid uppförandet av projektet trodde vi att det skulle rymmas 100 företagsbesök inom ramen för budgeten. Vid upphandling visade det sig bli avsevärt dyrare per besök och att vi dessutom fick pausa denna aktivitet under sommaren 2020 pga Corona. Vi hade identifierat cirka 30 företag för att genomgå Swedish Welcome under 2020 och av dessa så valde bara 12 företag att genomföra processen under sommaren 2021. Totalt har **27 företag** genomgått en Swedish welcomeprocess under projekttiden.

Utöver dessa två metoder tillkom det i slutet av projektperioden ytterligare en affärsprocess tillsammans som utvecklats av Visit Sweden- **RESA**. Det är en satsning på business-to-business-avtal mellan tyska researrangörer och företag i Kalmar län. Allt för våra företag ska vara förberedda för att kunna ta emot utländska besökare när de kan komma till Småland och Öland. **15 boendeanläggningar** har inventerats för denna process under projektperioden.

Två dagars workshop för **12 större besöksnäringföretag** med ledare från Walt Disney i USA.

Tillsammans med Arbetsförmedlingen har **6 restauranger** genomfört ett besök i Åre för att diskutera utbyte av säsongspersonal.

En resa till Berlin och utställning på Culture lounge på ITB-mässan samt en digital variant året därpå tog vi fram för **7 kulturinstitutioner**.

Utfall och fortsättning efter projektet:

- För fortsatt affärsutveckling hos företagen inom besöksnäringen söker Region Kalmar län och har blivit beviljade nya medel från EU i deras REACT-ansökan.
- För att säkerställa att kunskaps- och affärsutvecklingen enligt **Swedish Welcomemetoden**, under och även efter projektet slut, har affärsutvecklaren deltagit i kunskapshöjande workshops i Göteborg som leddes av Västsvenska Turistrådet.
- Fortsättningsvis kommer vi att involvera företagen mer när vi är på turistmässan **ITB i Berlin**.
- Att genomföra träffar för de företag som genomgått Kurbitsprocessen och Swedish Welcome kommer vi att fortsätta med i o m att vi har skapat en bra relation med dem och de har visat på en tillväxtvilja.

Samordning sker genom utvecklare för besöksnäringen på Region Kalmar län

- Region Kalmar län kommer att fortsätta samarbetet med tyska researrangörer och Visit Sweden.

2.2.4 Hållbar produktutveckling

Testa utveckling av 4-5 produktområden som kan bli reseanledningar för regionen även utanför högsäsongen.

Aktiviteter: Genom workshops samla företagare som vill utveckla en gemensam produkt. Varje produktutvecklingsgrupp börjar med en studieresa.

Mätning av måluppfyllelse: Involverat 5-7 företagare per produktvecklingsgrupp samt 3-4 mötestillfällen per år för varje grupp.

Resultat:

Stigcykling

Inom temaområdet Stigcykling fann vi en stor uppslutning och ett starkt intresse från både kommuner, föreningar och företag. Vi har under projekttiden skapat ett kluster av dessa i form av nätverket Biking South East, som stöttar i utvecklingen av stigcykelområden och informerar om anslutna cykelområden. I nuläget omfattar nätverket åtta cykelområden. Ytterligare områden är på väg in under tidig höst och vinter/vår.

Vi har vid ett tillfälle varit på studieresa i Falun, Sälen, Rörbäcksnäs och Trysil för att lära av Biking Dalarnas och Skistars kunskap, men även passat på att besöka framgångsrika Isaberg i Småland för att se hur de arbetar med ledanläggning. Läs mer på www.bikingsoutheast.se

Jaktturism

Under inventeringen av de företag i länet som är aktiva inom jaktturism har vi identifierat få aktörer som befinner sig på en professionell nivå. De som är aktiva och önskar kontakt stöttar vi bäst genom direkt affärsrådgivning och genom att föra samman dem med sina respektive lokala destinationsbolag. Bristen på företag som arbetar inom området och som önskar kontakt med affärsutvecklare eller kollegor i branschen har gjort att vi inte kunnat arbeta med dessa som en grupp.

Under projekttiden har dock affärsutvecklaren fått en god insikt i branschen och en förståelse för de utmaningar som finns för en utveckling av densamma. Det har också visat sig finnas relativt många aktörer som erbjuder produkter mer undanskymt i form av privata jaktarrangemang, vänskapsjakt, etc. I en del fall är denna jakt en källa till oro kring säkerhet förknippad med jakten, låga vinstmarginaler för markägaren och potentiella konflikter mellan markägare och jaktlag samt viltvårdskretsar. Parterna har ibland motstående intressen, något som även LRF uppmärksammat.

Paddling

Inventeringen av företag inom temaområde paddling gjordes relativt tidigt under projekttiden och det fanns vid tillfället få aktörer som hade detta som sin primära verksamhet, men desto fler som hade det som ett komplement till annan verksamhet i form av butik, camping, stugor, etc. Även här såg vi individuell affärsrådgivning som den primära stöttning vi kunde erbjuda dem. Vi såg dock ytterligare en möjlighet för att främja aktiviteten paddling genom att verka för en bättre och tydligare kommunikation kring faciliteter i vår kust

och skärgårdsmiljö för besökare eller invånare som anländer landvägen. Vi talar om att vägleda besökare till platser där de kan sjösätta kajaker, småbåtar, till parkeringsplatser det är okej att lämna ett fordon på under några dagar, till ej enskilda vägar, till publika förteckningar över vattenkranar, sopkärl, toaletter, tältplatser, vindskydd och annat som underlättar friluftsbaserad turism och välkomnar den typen av besökare hit.

Museum och utställningar

Detta visade sig vara en brokig gruppering bestående av allt från länsmuseum till små privata utställningar som moped- och motormuseum. Vi hoppades detta skulle bidra till en bra dynamik och vilja att lära av varandra, men fann att så inte blev fallet. I korthet var den primära beröringspunkten hos aktörerna en ständig brist på resurser, vilket satte just finansieringsfrågan före alla andra utvecklingstankar. Denna grupp erbjöd vi både medverkan i affärsutvecklingsprocessen Kurbits och ett studiebesök hos Hultsfred – The Walk (en interaktiv och samhällsbaserad utställning om Hultsfredsfestivalen). Tyvärr var uppslutningen inte tillräcklig för en Kurbitsprocess.

Hästturism

LRF har sedan tidigare skapat branschbenet LRF Häst, vilket omfattar samtliga verksamheter bland LRFs medlemsföretag som på ett eller annat sätt arbetar relaterat hästnäringen. De har själva identifierat att flera medlemmar i näringen befinner sig inom besöksnäringen, men att det samtidigt finns behov av en ökad kunskap om besöksnäringen bland dem.

Vi har inom projektet undersökt och identifierat vilka aktörer som befinner sig inom skärningspunkten häst- och besöksnäring och vad de har för ambitioner. De har bjudits på en gedigen genomgång av hästbaserad turism tillsammans med Kairos Future som presenterat både goda exempel och råd. Med det nu ökade intresset för friluftsbaserad turism bland regionens besökare, i kombination med få aktörer som har en tydligt kommunicerad verksamhet finns här en klar utvecklingspotential. Vi har inte hittat någon direkt vilja att bilda nätverk bland aktörerna.

Involverade aktörer

Paddling: 16 aktörer
Jaktturism: 9 aktörer
Stigcykling: 26 aktörer
Hästturism: 7 aktörer
Museum och utställare: 12 aktörer

Antalen avser aktörer oavsett organisationsform.

Utfall och fortsättning efter projektet:

- För fortsatt produktutveckling med valda teman inom besöksnäringen söker Region Kalmar län och har blivit beviljade nya medel från EU i deras REACT-ansökan.
- Gällande ***stigcyklingen*** avser Region Kalmar län att fortsatt stötta driften av nätverket och verka för etablering av ytterligare cykelområden, både inom länet och i den mån vi kan genom samarbeten med våra grannlän i Småland. Området kommer att utökas och gälla cykling generellt i kommande projekt Växande besöksnäring Post Corona.
- För ***jaktturism*** har Region Kalmar län etablerat kontakter med, och avser att i möjligaste mån samverka med LRF för att stärka besöksnäringsspektivet i de samtal de får till med sina

medlemmar, aktiva företagare och intressenter. Vi har även goda kontakter med Västerviks kommun som har satt en ökad jaktturism och korttidsjakt som ett mål för både utveckling av besöksnäringen och bättre kontroll av viltstammarna.

- Gällande **paddling** bedömer vi att det skett en mognad under de senaste åren (Coronapandemi-tiderna i synnerhet) och bättre förutsättningar finns nu för gränsöverskridande samtal mellan aktörer inom direkt berörda branscher, landsbygdsutvecklare, kommuner, destinationsbolag/turistbyråer och grannlän. Region Kalmar län avser göra ett försök till en ny samling kring detta bredare tema och det kommer att fortsätta i vårt kommande projekt Växande besöksnäring Post Corona, för att på sikt nå vårt mål med en ökad paddlingsturism.
- För **museum och utställningar** kommer vi tillsammans med Region Kalmar läns kulturutvecklare kunna erbjuda workshops och utbildningar inom områden som exponering, merchandise, skyltning, copywriting, storytelling, guidning, mm. framgent.
- Hos **hästturism**aktörerna har vi identifierat en möjlighet i form av att lära dessa bli bra underleverantörer till andra företag inom besöksnäringen (tex. boendeanläggningar) som redan har en kundkontakt. Det handlar således om individuell affärsutveckling och ett långsiktigt arbete med att få hästföretagarna att lära sig besöksnäring och känna att deras produkter passar där.
- Kring **evenemang**, som är ett temaområde som utvecklats tillsammans med forskningen i detta projekt, har Kalmar läns destinationer under projektets gång årligen träffat ett flertal specialidrottsförbund för att förmå dem att lägga sina framtida idrottsevenemang i länet. Dessa träffar kommer att fortsätta efter projektets slut och finansieras av kommunerna.

2.2.5 Fou-aktiviteter

Initiera en testbädd för besöksnäringens forskning och utveckla samarbetet mellan näringen och akademien.

Aktiviteter: Testbädd för forskning inom evenemang, samverka med akademien för att få in forskning och studentarbeten hos företagen.

Mätning av måluppfyllelse: Påbörjat en utveckling tillsammans med evenemangsföretag och forskning i form av konkreta insatser som t ex utvärdering före, under och efter evenemang samt matcha akademien med 10 besöksnäringensföretag.

Resultat:

Forskare från **Göteborgs universitet** har genomfört en studie där de tittat på Västervik och Kalmar kommuns evenemangsportföljer dvs vilket utbud som kommunerna har av evenemang gällande tema och årstid.

Högskolan i Dalarnas forskare har gjorde en studie kring evenemangen Öland Roots och Ironman för att se ifall evenemang kan leda till beteendeförändringar.

En forskare vid **Linnéuniversitetet** har studerat hur Corona har påverkat destinationer då de inte har kunnat arrangera evenemang.

Masterstudenter inom evenemang från Högskolan i Dalarna har vid två olika tillfällen fått möta evenemangsarrangörer i Kalmar län. Studenterna har träffat totalt 10 företag och tanken är att de under sin studieperiod ska använda våra evenemang i sina masteruppsatser.

En **länsevenemangsgrupp** bestående av tjänstpersoner som arbetar med evenemang i kommunerna har haft sporadiska möten och bl a gjort en studieresa till Gotland där vi hade workshop kring hur vi får till en forskningsbädd för evenemang, fick lyssna på föredrag av tre forskare, vd för Event i Skåne samt Medeltidsveckan, Almedalsveckan och Idrottsön Gotland.

Under projektet har projektledningen inbjudits till att hålla föreläsningar på **Linnéuniversitetet** samt lotsat studenter till lämpliga ämnen och företag för att skriva uppsats. Till alla våra möten försöker vi att bjuda in personer från Linnéuniversitetet.

Som enda regionala företrädare i Sverige har projektledaren vid två tillfällen medverkat vid **konferensen Nordic Symposium tourism and hospitality** för att bli uppdaterad och söka nya kontakter inom akademien.

Utfall och fortsättning efter projektet:

- Efter en undersökning bland medlemmarna i länsevenemangsgrupp har vi beslutat att samordning inte kommer att ske på regional nivå utan de destinationer som själv vill övergår till en nationell gruppering "**Nätverk för evenemangsdestinationer**" där även Region Kalmar län ingår och kan bevaka länets intressen.
- Kontakterna vid konferensen Nordic Symposium on tourism and hospitality research har medfört att projektledaren tillika länsturismsamordnaren blivit tillfrågad om att **medverka i flertalet styr- och referensgrupper** gällande besöksnäringens forskning vilket kommer att gynna Kalmar län. Bl a kommer hon att sitta med i juryn för Årets Ciceron 2021. Syftet med priset är att premiera en forskare som med sin doktorsavhandling och forskning kan göra nytta för besöksnäringens företag och anställda.
- I framtida projekt där Region Kalmar län söker externa medel för satsningar inom besöksnäringen kommer vi fortsättningsvis alltid att **budgetera för att delar av insatser ska göras av akademien och forskare.**

2.2.6 Internationell samverkan och arbete med nya marknader

Delta i europeiskt samarbete inom besöksnäring för bättre kunskapsöverföring.

Aktiviteter: Medverka på konferenser för att skapa nätverk. Studieresa till Bryssel. Påbörja arbetet mot tre nya marknader Kina, Baltikum och Polen.

Mätning av måluppfyllelse: En genomförd studieresa till Bryssel och medlemskap i ett Europeiska nätverk för turism.

Resultat:

Tillsammans med **regionens Brysselkontor** har vi tagit fram länsspecifikt dokument kring vad de kan hjälpa oss med inom besöksnäringens frågor på EU-nivå.

Medlemskap i det Europeiska turistnätverket **NECSTouR** – tillsammans med regionerna Halland, Jönköping, Kronoberg och Blekinge under namnet South Sweden. Medverkan vid ett flertal seminarier för att inhämta kunskap och få uppdatering på internationell nivå. Samverkan sker med andra europeiska destinationer kring hållbar turism.

Medlemskap i nätverket **Cold-Coast-Collective** (Co-Co-Co) som är ett nätverk för de destinationer som ligger längs Östersjön. Årliga träffar för att diskutera hur besöksnäringen kan växa året-runt på kustdestinationer med kallt vatten.

Medverkan i konferenser och möten med **Baltic Sea Tourism Forum** vid ett flertal tillfällen.

Vi har förberett en gemensam satsning på **kinesiska turister** tillsammans med Stena Line och **Polish Organization of Tourism** (POT). Utfallet blev ett marknadsföringsevent i Peking där vi med ytterligare samarbetspartner Visit Sweden, Finnair och Tallink & Silja Line lanserade en helt ny resrutten som innebär: Polen - via Stena Line - Kalmar län och Småland - Stockholm/Helsingfors alt. Skåne/Köpenhamn- Även två rundresor har skett i länet med totalt 17 reseagenter från Kina.

Möte med VisitSweden för att diskutera Polen som en framtida marknad- beslut om att titta vidare på ett prioriterat område – fisketurism

Vi har genomfört två digitala speed-dates med researrangörer från hela världen, sk **Swedish workshop**. Det ingår som en del i det arbete som vi gör tillsammans med Visit Sweden.

Utfall och fortsättning efter projektet:

- Fortsatt medlemskap i NECSTouR där Region Kalmar län är koordinator för de andra regionerna.
- Fortsatt medlemskap i nätverket Cold-Coast-Collective.
- Fortsatt arbete med regionens Brysselkontor gällande besöksnäringens frågor i EU-sammanhang.
- Satsningen på Polen och kinesiska resenärer blev helt klart över förväntan. Att kombinera Östra Europa och Skandinavien under en och samma resa på det här viset var unikt. Många researrangörer började direkt med produktutvecklingen enligt detta förslag. Men i och med utvecklingen av Region Kalmar läns Shanghaikontor och funderingar på hur denna satsning stod sig ur ett hållbarhetsperspektiv så har vi valt att inte fortsätta.
- Tillsammans med Visit Sweden fortsätter Region Kalmar län att bearbeta tysktalande researrangörer för att skriva avtal med våra företag i vårt nya projekt Växande besöksnäring Post Corona.

2.2.7 Organisation av besöksnäringen i länet

Undersöka förutsättningar för framtida organisation av det strategiska utvecklingsarbetet inom besöksnäring.

Aktiviteter: Ett pågående arbete i och med att vi vill att alla delmål i slutet av projektet ska ha en kraftfull organisationsform att luta sig emot.

Mätning av måluppfyllelse: En modell är framtagen för hur det fortsatta arbetet med en växande besöksnäring ska bedrivas.

Resultat:

Under hela projekttiden har arbetet med förutsättningarna för en långsiktig och hållbar lösning för arbetet med besöksnäringen på regional nivå diskuterats. Vi har kunnat visa på en jämförelse med andra regioner att vi i Kalmar län är underbemannade och underfinansierade. Det har varit många möten med såväl ledning för Region Kalmar län som politiker för att **säkerställa en regional långsiktig struktur för besöksnäringensfrågorna**. Beslut om att årligen tillföra 1,3 miljoner kronor togs av politikerna i Regionala utvecklingsnämnden under våren 2021 vilket innebar att två personer får tillsvidareanställning på Region Kalmar län.

Ett **samverkansavtal för internationell marknadsföring** har arbetats fram mellan kommunerna i länet och Region Kalmar län. Allt för att få en långsiktig och hållbar struktur för det arbetet.

Arbetsförmedlingen har tillsammans med projektägaren startat **ett branschråd för besöksnäringensföretag** som ska handla om kompetensförsörjning. Detta har vi försökt att få till sedan år 2008.

Vi har även förstärkt vårt samarbete med Region Kronoberg och Region Jönköpings regionala turismorganisationer där vi bl a har det gemensamma varumärket Småland och gemensam inspirationsdag för besöksnäringen - Smålandsdagen.

Vi har i projektet också under denna period tagit fram underlag för en positioneringsanalys, **Svenska folkets bild av platser och evenemang** i Kalmar län.

Två **filmer** som beskriver och marknadsför besöksnäringen i Kalmar län har tagits fram.

Tillsammans i länet har vi arbetat fram en **besöksnäringstrategi** med fokus på år 2030. Här bjöd vi in den som så önskade till att vara med och där ett analysföretag gav oss framtidstrender och omvärldsanalyser samt en metod för strategiframtagandet. Efter två öppna workshops tog en analysgrupp vid och förfinade arbetet. Nu har vi en strategi med visionen att bli en året-runt-destination år 2030. Vi ska vara en attraktiv plats för besökare, företag och invånare alla tolv månader på året. Strategin har innan den gick ut på remiss förankrats hos regionala utvecklingsnämnden, regionstyrelsen, Länsberedning för regionala utvecklingsfrågor, Länsstyrelsen och länets kommuner.

Tillsammans med den regionala flygplatsen har projektledaren medverkat vid en europeisk konferens och möten mellan destinationer och flygbolag. Detta var innan Corona och utsikten att något flygbolag skulle ha kapacitet att flyga till oss var inte så stora. Men det visade sig att Corona spelade oss i händerna. Se nedan i utfall och fortsättning efter projektet.

Utfall och fortsättning efter projektet:

- Samverkan med de andra Smålandslänen fortsätter och vi kommer två gånger per år att träffa de som arbetar med besöksnäringens frågor på regional nivå för att diskutera gemensamma frågor, göra omvärldsanalyser och kompetensutveckla oss. Utöver det kommer vi en gång per år ha en gemensam konferensdag med cirkulerande värdskap.
- Ett letter of intent har skrivits mellan politiker i Region Östergötland och Region Kalmar län om att tillsammans arbeta med frågor kring besöksnäringen, etableringar och kompetensförsörjning.
- Besöksnäringstrategi 2030 Kalmar län går ut på remiss och kan beslutas av regionstyrelsen i början av 2022. Treåriga handlingsplaner som bryter ned strategin i aktiviteter, delmål samt vem som gör vad kommer att tas fram och de kommande kommunala turismstrategierna kommer att bygga på den regionala strategin.
- I projektet har vi påbörjat ett samarbete med Almi kring mötes- och konferensanläggningar som fortsätter efter detta projekts slut. Samarbetet med Almi är viktigt för att vi ska kunna få till fortsatt former för affärsutveckling inom länets besöksnäring.
- En flyglinje från Frankfurt via Ronneby till Kalmar Öland Airport har kommit till genom Lufthansa och deras partner Air Dolomiti.
- Två utvecklare för besöksnäringen har anställts på Region Kalmar län och de kommer att arbeta med internationell marknadsföring och affärs- och produktutveckling.
- Tillsammans med Arbetsförmedlingen kommer Region Kalmar län att fortsätta med ett branschråd för kompetensförsörjningsfrågor inom besöksnäringen och ha möten två gånger per år.
- Samordning av Region Kalmar län för länsturismgruppen med digitala möten varje månad och två fysiska möten per år.
- Ett turistbyrånätverk som koordineras av Västerviks kommun.
- Projektet har medfört fler och tätare möten med organisationer som Almi, Linnéuniversitetet, Arbetsförmedlingen och Länsstyrelsen. Tillsammans kommer vi att bilda en gruppering som pratar besöksnäringens frågor där Länssturismensamordnaren är sammankallande.

3 Corona

I början av mars 2020 började även vi i Sverige märka av effekterna av Corona. De första som drabbades var evenemang som inte fick arrangeras ifall det var mer än 500 besökare. Sedan blev det en störtdykning för hela besöksnäringen och vi visste inte hur många av våra företag som kommer att överleva. Projektägarens dominerande uppgift är naturligtvis hälso- och sjukvård, det har lett till en svår balansgång mellan näringens intressen att överleva och utvecklas mot sjukvårdens överordnade intresse att begränsa smittspridningen.

Vi har därför haft många **krismöten och arbetsmöten** för att hitta olika lösningar för företagen. Vår affärsutvecklare fick arbeta mer med att möta företagen i telefon som **jourhavande företagsrådgivare** i o m att han inte kunde göra fysiska företagsbesök.

I projektet styrde vi om till att ha digitala möten och försökte att skjuta på insatser som kunde göras senare. I början fick vi koncentrerar på akuta hjälpinsatser så som workshops kring olika scenarios under och efter Corona, analyser och seminarier kring hur vi kan och ska agera.

Vi hade veckomöten med analytiker från Region Kalmar län för att följa utvecklingen för besöksnäringen och övriga näringar. Projektledare har även ingått i en krisgrupp för att se hur vi på bästa sätt kan hjälpa företagen till omställning under Corona. Ur den senare grupperingen har olika initiativ kommit fram som t ex omställningscheckar med 90% finansiering för företag som är besöksanledningar, webbplats för delad arbetskraft, webbplats för kompetensutveckling för permitterade samt ett stöd för att söka rådgivning på upp till 8 000 kr.

Utöver det har vi genomfört ett seminarium och gjort två filmer om hur man ska kommunicera i kristider samt tajmingen kring kommunikation och marknadsföring som spridits till alla företag i länet via kommunerna samt i sociala medier.

Vi har även genomfört ett seminarium för länets företagslotsar, turismansvariga och näringslivschefer om psykisk ohälsa och suicidprevention. Det är extra viktigt i dessa tider att inte bara fråga hur företaget går utan även hur företagaren mår.

Inställda aktiviteter

Ett flertal inställda fysiska möten, seminarium och studieresor för företagen har det blivit. Dels för att alla måste göra en omställning och inte kunde vara med, dels för att vi i projektledningen har haft reserestriktioner från vår arbetsgivare.

I affärsutvecklingsprocesserna har 15 Swedishwelcomeprocesser och en fysisk Kurbitsprocess inte kunna genomföras.

Vårt uppbyggda samarbete med Polen och Stena Line har fått läggas på is pga Corona och att i princip ingen har transporterat sig från Kina under de senaste 1,5 året. Men skulle någon av de kinesiska reseagenterna i framtiden uppta samarbetet med våra anläggningar så kommer det skapas ett helt nytt flöde med kinesiska besökare till östra Småland och Öland.

Då inga fysiska konferenser har genomförts så därför har inte heller projektet genomfört några insatser i Baltikum.

Den planerade resan till Bryssel som var beräknad till att ske i mitten av oktober 2020 samtidigt som EU hade sina regionala och kommunala dagar har också fått ställas in.

4 Indikatorer

Mål: 100 företag

Resultat: 98 företag har tagit del av insatser som har finansierats med medel från projektet. Till dessa räknar vi inte företagsbesök eller deltagande i

seminarier. Av dessa företag är det flera som har varit med i fler än en aktivitet.

Mål: 5 anställda

Resultat: Två personer har fått fast anställning hos projektägaren – Region Kalmar län. För övriga företag som var med i projektet under 2018 kan vi se att de hade ökat antalet anställda med 6 personer till 2019. När data kommit för 2020 kommer vi att redovisa det i en separat rapport, bilaga 2. Rapporten visar en sammanställning över medverkande företag, deras förädlingsvärde och antalet anställda under projektperioden samt vilken SNI-kod och kommunrepresentation som deltagande företag har.

5 Lärande utvärderare, styrning och ledning

Under projektperioden har projektets **Advisory Board (styrgrupp)** haft tio möten, två möten fick tyvärr ställas in pga för litet deltagande och vid två tillfällen skickades en lägesrapport till styrgruppen då det varit lite för lång tid mellan mötena. Vid träffades till en början fysiska men efter mars 2020 digitala samt ett sista avslutande möte som vi kunde ha fysiskt i slutet av augusti 2021.

Advisory Board har bestått av följande personer: Ulf Nilsson (S) Regionförbundets styrelse som ersattes 2019 av Karin Helmersson (C) ordförande i regionala utvecklingsnämnden, Harald Hjalmarsson (M) innan 2019 Regionförbundets styrelse sedan kommunalråd i Västerviks kommun, Anders Andersson (KD) regionråd Region Kalmar län, Ölands turistchef Johan Göransson (Staffan Smedfors), Oskarshamns näringslivschef Johanna Wihl (Douglas Almqvist), Kristina Alsér företagare Vimmerby kommun, Malin Axelsson företagare Emmaboda kommun, Catrin Sörenson företagare Öland, Christer Foghagen Linnéuniversitetet, David Lengström (Hanna Hägg) Almi Företagspartner, Claes Sandvig Visita och Mattias Nylander Region Kalmar län.

Lärande utvärderare, Tjugoettkonsulten AB, har följt projektet under hela perioden och varit med som ett bollplank i arbetet samt medverkat vid samtliga möten med Advisory Board.

Utvärderaren började med att sammanställa en **nulägesanalys** som skulle ge svar på var ansvaret för olika besöksnäringensfrågor ligger. Denna analys kom sedan att ligga till grund för fortsättningen av projektet när vi skulle identifiera framtida roller och former för samarbete. En enkät som skickades till 27 utvalda personer i länets kommuner och en genomförd workshop med Advisory Board låg till grund för analysen. Efter det genomförde hon samma **workshop** i länets kommuner där de fick bjuda in tjänsteperson, politiker och företagare för att diskutera vilka insatser som behövs för att de offentliga strukturerna i Kalmar län ska kunna ge besöksnäringen bäst stöd för en hållbar tillväxt.

Lärande utvärderaren har gjort en **utvärdering av stigcyklingsnätverket**, utrett fortlevnaden av den **länsevenemangsgrupp** som Region Kalmar län har samordnat samt under projektets gång intervjuat Advisory Board och projektledningen för att säkerställa att projektet uppnår uppsatta mål. **Slutrapporten för lärandet utvärderare** bifogas denna rapport. Se bilaga 1.

Utöver lärande utvärdering har Tjugoettkonsulten på ett förtjänstfullt sätt även aktivt medverkat vid framtagandet av den nya besöksnäringensstrategin.

6 Slutsatser

De insatser som vi gjort i projektet har verkligen uppskattats av turismansvariga, näringslivschefer och företag i länet. Tack vare dessa har vi fått ett större förståelse för vårt arbete med besöksnäringen på regional nivå.

I ansökan skrev vi om följande förväntade resultat vid projektavslut:

- ✓ En strategiskt hållbar organisation för besöksnäringen i Kalmar län ska vara formad.
- ✓ De företag som önskar utvecklas ska ha getts möjlighet till det på ett hållbart sätt.
- 100 företag ska känna sig mogna för att ta emot utländska gäster och ha påbörjat marknadsföringsinsatser på den utländska marknaden.¹⁾
- Minst 3 produktteman ska ha utvecklats för att kunna möta svenska och utländska besökare.²⁾
- ✓ Ett utökat samarbete mellan universitet/högskola och besöksnäringen ska ha påbörjats.
- ✓ Stödfunktionerna ska ha fått större kunskap om fördelarna och marknadsvärdet i att utveckla näringen i enlighet med de horisontella kriterierna miljö, jämställdhet samt lika möjligheter och icke-diskriminering.

För att utveckla fler företag för den internationella marknaden och produktteman har projektmedel från EU:s regionala fond sk REACT-medel sökts och beviljats fr o m 2021-09-01 t o m 2023-10-31. Projektet är en fortsättning på Väckande besöksnäring och heter Väckande besöksnäring Post Corona.

Och våra förväntade effekter på lång sikt är:

- Projektet har lagt grunden till en professionell och hållbar näring i Kalmar län. Antalet besökare kommer att öka i och med att kvalitativa reseanledningar och produkter har tagits fram. Dessa produkter kommer att marknadsföras framförallt på den utländska marknaden där det finns störst potential för att hitta nya besökare som genererar positiva turistekonomiska effekter.
- De regionala och kommunala strukturerna samt de olika stödfunktioner som finns för besöksnäringen inklusive innovationsfrämjande aktörer kommer att vara bättre synkroniserade i sitt arbete med att hjälpa företagen.
- Arbetet med att utveckla besöksnäringen på ett hållbart sätt har fått fart genom att det finns olika modeller för hållbar affärs- och produktutveckling samt att regionala och kommunala handläggare inom olika närliggande områden har fått större kunskaper om besöksnäringens förutsättningar och om besöksnäringens betydelse för den lokala ekonomin.
- Inventeringen av företagens önskade utvecklingsområden kommer att leda till flera lokala och regionala projektansökningar till olika projektfinansiärer på europeisk och nationell nivå.
- Hinder som gjort att samarbetet mellan forskare, studenter och besöksnäringens företag inte har fungerat kommer att övervinnas och att samarbeta med akademien kommer att bli en naturlig faktor för näringens tillväxt.

1) 98 unika företag har deltagit i affärsutvecklingsprocesser vi kan emellertid inte räkna med att alla är exportmogna

2) 5 produktteman har undersökts och där ett av dem, stigcykling har utvecklats till ett tema som nu står på stabil grund. Paddling och evenemang kommer att fortsätta utvecklas inom en 2 årsperiod.

Vi har kommit en långt fram i dessa målsättningar genom den besöksnäringstrategi som är framtagna under projektets gång. Se bilaga 3. Och det nya fortsättningsprojektet kommer att förstärka de insatser som har visat sig fungerat bra för besöksnäringföretagen i länet.

7 Bilagor

- | | |
|---|-----------------|
| 7.1 Slutrapport från lärande utvärderare | Bilaga 1 |
| 7.2 Uppföljning av medverkande företag | Bilaga 2 |
| 7.3 Remissutgåva av Besöksnäringstrategi 2030
Kalmar län | Bilaga 3 |