



Kommunerna och besöksnäringen

ENKÄTUNDERSÖKNING OM KOMMUNERNAS ARBETE
MED TURISM OCH BESÖKSNÄRING 2018



Sveriges
Kommuner
och Landsting

Kommunerna och besöksnäringen

ENKÄTUNDERSÖKNING OM KOMMUNERNAS ARBETE
MED TURISM OCH BESÖKSNÄRING 2018



Upplysningar om innehållet:
Linda Ahlford, linda.ahlford@skl.se

© Sveriges Kommuner och Landsting, 2018
ISBN: 978-91-7585-708-4
Text: Linda Ahlford och Anders Gunnarsson
Foto: Peter Rutherhagen, Calle Bredberg, Scandinav bildbyrå,
Johner Bildbyrå, Maskot bildbyrå, SKL:s bildarkiv
Produktion: Advant
Tryck: Åtta.45, 2018

Förord

Besöksnäringen har haft en stark och stabil utveckling de senaste åren och tillhör de näringar som växer mest i Sverige idag. Teknikutveckling, globala resetrender och ökad medvetenhet om hållbarhet är några av de faktorer som påverkar näringen. Tillväxten i besöksnäringen påverkar i sin tur den lokala näringslivsstrukturen och ger möjligheter till sysselsättning och ökat serviceutbud. Med företagsfrämjande insatser kan kommunen bidra till att stärka de ofta småskaliga enskilda företagen och i samverkan med andra stärka destinationen och tillgängligheten för besökare. Samtidigt kan en ökad turism leda till förslitningar i känsliga natur- och kulturmiljöer och skapa belastningar som påverkar invånarna. En positiv tillväxt av besöksnäring ställer också krav på samhällsservice och att kommunen i sin samhällsplanering tar ansvar för att tillväxten blir långsiktigt hållbar.

Kommunerna har en central roll i att skapa förutsättningar för en hållbar utveckling av besöksnäringen. Men hur är kommunerna rustade för att främja, möta och påverka en växande näring? Hur ser man på utvecklingen och vad innebär den för det lokala arbetet i kommunerna? Hur har man valt att organisera och samverka kring det lokala turism- och besöksnäringarbetet och hur har det förändrats över tid?

Rapporten är en sammanställning över det kommunala turism- och besöksnäringarbetet. Syftet är att ge en översikt över kommunernas engagemang i besöksnäringens frågor; verksamhet, organisation, styrning, samverkan, kompetensbehov samt deras bedömning avseende besöksnäringens utveckling framöver. Informationen har sammanställts utifrån en enkätundersökning ställd till ansvarig för besöksnäringens frågor i kommunen under våren 2018. Parallellt med denna undersökning har även kommunernas generella näringslivsarbete undersökts, även det baserat på enkätundersökning under våren 2018.

Kommunernas och även landstingens/regionernas engagemang i turism- och besöksnäringens frågor sträcker sig långt tillbaka och liknande undersökningar har gjorts av SKL 2007 samt tidigare Kommunförbundet 1994, 1987 och 1984, vilket också gett oss möjlighet att i viss mån blicka tillbaka och se hur kommunernas engagemang förändrats över tid.

Undersökningen och sammanställningen har genomförts av Linda Ahlford och Anders Gunnarsson, utredare vid SKL:s avdelning för Tillväxt och samhällsbyggnad. Samarbete har också skett med Kristina Lindström vid Göteborgs universitet och Turistrådet Västsverige, särskilt avseende avsnitten om besöksnäring i samhällsplanering.

Stockholm i december 2018

Katrien Vanhaverbeke
Sektionschef
Avdelningen för tillväxt och samhällsbyggnad

Sveriges Kommuner och Landsting

Innehåll

- 5 Kapitel 1. Undersökningen

- 7 Kapitel 2. Varför arbetar kommuner med turism?
- 9 Turism och besöksnäring har fått ökad prioritet

- 9 Kapitel 3. Organisation och styrning
- 10 Från fritidspolitik till näringslivspolitik
- 10 Det operativa arbetet
- 12 Besöksnäringensfrågorna i kommunens styrdokument

- 15 Kapitel 4. Verksamhetens innehåll
- 15 Strategiska frågor tydligare på agendan
- 16 Turistinfo och turistbyrå i förändring

- 19 Kapitel 5. Samarbeten och samverkan
- 19 Samverkan i den egna kommunen
- 21 Besöksnäring i samhällsplaneringen
- 23 Samverkan med andra aktörer
- 25 Samarbete mellan kommunen och regionen/landstinget

- 27 Kapitel 6. Kompetensbehov

- 31 Kapitel 7. Dåtid, nutid, framtid



Undersökningen

Undersökningen är baserad på en kommunenkät genomförd under våren 2018.

Enkäten besvarades av ansvarig för besöksnärlingsfrågor i kommunen, oftast turism- eller näringslivs- chef. Av 290 kommuner har 254 besvarat enkäten vilket ger en god svarsfrekvens på 85 procent. Enkäten har skickats till kommunens registratur och kommunerna har själva bestämt vem eller vilka enkäten ska besvaras av.

I samband med redovisningen av varje diagram finns uppgifter om antal kommuner som besvarat frågan. Av de 254 kommuner som besvarat enkäten har några endast besvarat de två första frågorna. Avsikten med enkätens första två frågor är att bedöma hur viktig turism- och besöksnäring är för kommunen och identifiera de kommuner som inte har någon verksamhet alls. Sex kommuner har varken ett politiskt formulerat uppdrag eller någon turism- och besöksnärlingsverksamhet, och de har följaktligen inte besvarat resterande frågor utan har avslutat enkäten.

Vidare vill vi betona att svaren på de frågor som behandlar uppskattningar över de senaste åren samt även framtiden är bedömningar utifrån kommunens syn på utvecklingen.

Under våren 2018 har också kommunernas generella näringslivsarbete undersökts via en enkät ställd till näringslivschefer. Undersökningarna skiljer sig åt men för vissa frågeställningar finns intressanta jämförelser att göra.

Liknande undersökningar av kommunernas arbete med turism- och besöksnäring har gjorts av SKL 2007 samt tidigare Kommunförbundet 1994, 1987 och 1984. Frågorna är till viss del annorlunda 2018, dels för att vokabulären som används idag är annorlunda, dels för att man också arbetar på andra sätt. Jämförelserna har ändå gett oss möjlighet att i viss mån blicka tillbaka och se hur kommunernas engagemang förändrats över tid.

I vissa analyser i rapporten görs jämförelser mellan tre kommungrupper. SKL:s kommungruppsindelning sker på två nivåer och analyserna i denna rapport sker på den högre nivån där det är tre huvudgrupper; A. *Storstäder och storstadsnära kommuner*, B. *Större städer och kommuner nära större stad* och C. *Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner*. Inom varje grupp kan kommunerna naturligtvis skilja sig åt. I framförallt grupp A finns de tre storstäderna som är stora besöksmål med utvecklad näring och även deras kranskommuner där besöksnäringen många gånger är begränsad.¹

För vissa frågor får respondenten ange flera alternativ. Ibland har vi gjort begränsningar hur många alternativ som får anges. I diagramrubriken kan utläsas om flera alternativ får anges och om det är en begränsning – hur många alternativ.

Not. 1. Läs mer om SKL:s kommungruppsindelning här



Varför arbetar kommuner med turism?

Varför arbetar kommuner med turism- och besöksnärlingsfrågor? Det är en helt rimlig fråga som ställs lite då och då. Vi har inte några särskilda kommunala funktioner för träindustri, IT-sektorn eller gruvnäringen. Varför då för besöksnäringen?

Näringslivsfrämjande arbete i en kommun är i grunden frivilliga insatser som kommunen inte enligt lag måste arbeta med. Det är ytterst en lokalpolitisk fråga hur stora resurser som ska satsas och på vilket sätt eller i vilken form kommunen ska arbeta med företagsfrämjande insatser. För kommuner är ett näringsliv som är starkt och utvecklas avgörande för sysselsättningen, en bra kommersiell service till invånarna och en grund för skatteintäkter. I många kommuner är därför arbetet med att stärka och stödja näringslivsutvecklingen en prioriterad del i utvecklingen av ett lokalsamhälle som människor vill bo och leva i.

Men varför läggs särskilda resurser på just turism och besöksnäring? En delförklaring kan vara att arbetet traditionellt sett legat mycket nära kommunens övergripande varumärkesarbete med fokus på marknadsföring av platsen. Man ser att en utvecklad besöksnärlingsverksamhet är en del av infrastrukturen som stärker ortens attraktionskraft. Ett annat skäl är att kommunerna även

svarar för väsentliga delar av destinationen eller besöksmålen. Kommuner äger och driver många naturområden och kulturinstitutioner samt skapar och stödjer aktiviteter och arrangemang som ofta är själva anledningen till besökarnas resa. Kommuner är därmed ofta delproducenter av ett besöksmål och således en del av besöksnäringen.

En annan viktig aspekt är att en växande näring behöver hanteras strategiskt i den kommunala planeringen för att bli långsiktigt hållbar. Besöksnäringen växer i attraktiva områden med närhet till och verksamhet i natur- och kulturmiljöer där det också finns stora skyddsbehov. Det medför även ökad användning av kommunal och statlig infrastruktur som exempelvis vägar, vatten, avfall och avlopp. Under senare år har dessutom frågor kring trängsel visat på behov av att planera klokt och att på vissa platser begränsa expansion.

”Besöksnäringen betraktas som en ledande näring och en starkt bidragande faktor i samhällsbygget. Besöksnäringen är ett prioriterat område i att bygga framtidens stad genom att skapa sysselsättning, attraktivitet och långsiktig konkurrenskraft.”



Organisation och styrning

Turism och besöksnäring har fått ökad prioritet

I takt med besöksnäringens tillväxt och att den idag betraktas som en basnäring har också kommunernas syn på och det egna arbetet med turism och besöksnäring förändrats.

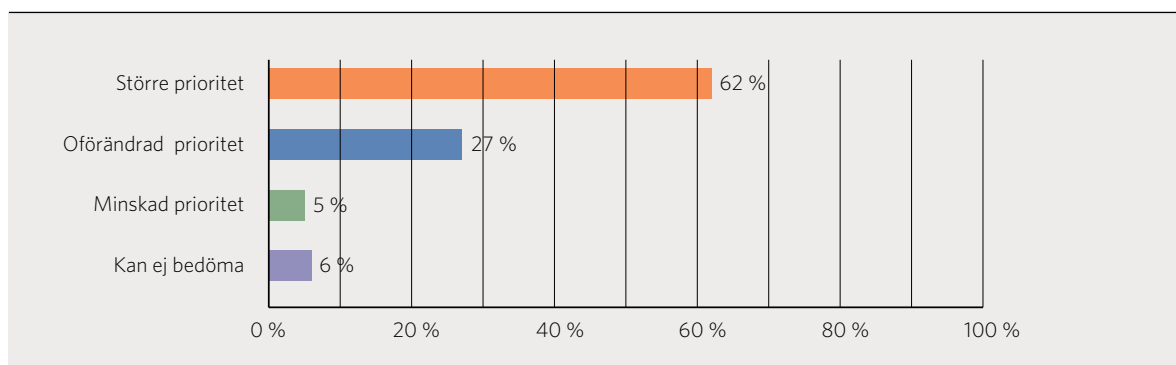
I en majoritet av kommunerna anser man att besöksnäringens frågor har fått en större prioritet hos politisk ledning och tjänstemannaledning under den senaste 5-årsperioden.

I de många öppna kommentarerna kan utläsas att den högre prioriteringen syns i en ökad förståelse och kunskap om besöksnäringens betydelse, tydliga målformuleringar och bättre samordning

inom kommunen med aktiv involvering från andra förvaltningar i strategier, mål och operativt arbete. Vid en jämförelse med tidigare undersökningar går det att utläsa en mycket stark trend som innebär att styrning och arbete med turism och besöksnäring bedrivs alltmer centralt i kommunen såväl i den politiska organisationen som i tjänstemannaorganisationen. Även samverkan mellan förvaltningarna är idag en högst levande fråga. Vi ser en utveckling från ett mer renodlat operativt arbete till ett strategiskt förhållningssätt som involverar fler funktioner i kommunen.

”Genom att jobba mer strategiskt med turismen har frågan hamnat lite mer på dagordningen.”

DIAGRAM 1. Har turism- och besöksnäringens frågor fått större eller mindre prioritet (hos politik och tjänstemannaledning) i kommunen under den senaste 5-årsperioden?



Antal svar: 241

Från fritidspolitik till näringslivspolitik

Idag betraktas besöksnäringen som en näringspolitisk fråga och ansvaret har över de senaste 40 åren, successivt förskjutits från kultur- och fritidsnämnd/förvaltning till näringslivsenhet och kommunledning. Frågorna var ursprungligen nära sammankopplade med kultur- och fritidsfrågorna eftersom turism framförallt betraktades som rekreation och fritidssysselsättning och inte primärt som en näringsgren.

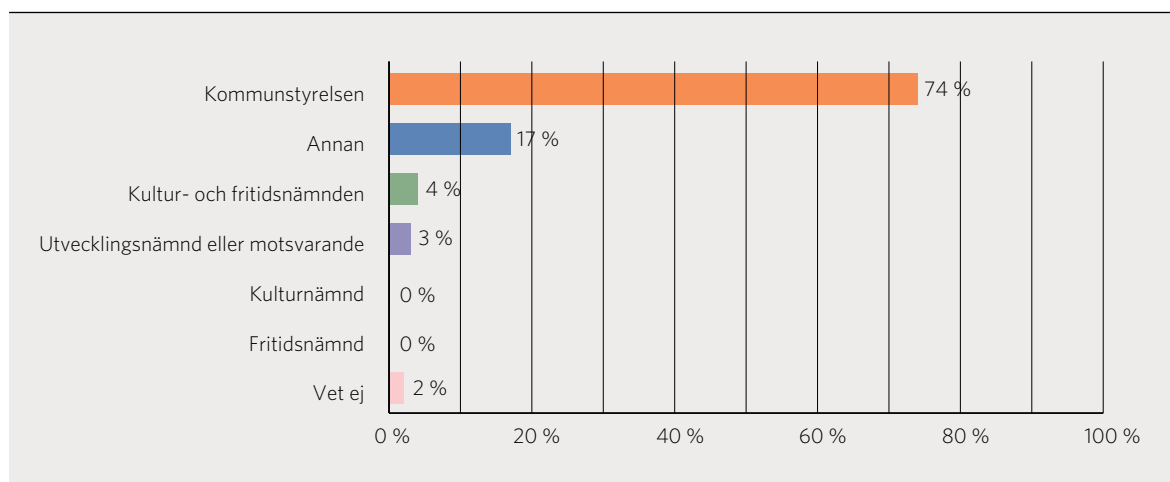
I tre av fyra kommuner (74 procent) ligger idag det politiska ansvaret för turism och besöksnäring direkt under kommunstyrelsen. 1994 var motsvarande siffra 28 procent och 1984 endast sex procent. Då hade 43 procent respektive 63 procent av kommunerna placerat ansvaret under kultur-,

fritids- och/eller turistnämnd. Idag är det endast 4 procent av kommunerna som anger kultur- och fritidsnämnd som ansvarig nämnd för besöksnäringens frågor.

Bland de som svarat ”annan” i enkäten återfinns bl.a. samhällsbyggnadsnämnd, servicenämnd eller motsvarande. Flera externa styrelser för näringslivsbolag eller destinationsbolag förekommer också. I enkätsvaren kan inte utläsas hur styrelsen utses i dessa fall eller var det politiska ansvaret för ägardirektiven finns. Några kommuner har även delat ansvar mellan nämnder, exempelvis kommunstyrelse och kultur och fritid.

”Frågorna har fått en stärkt position i näringslivsarbete och på den politiska agendan.”

DIAGRAM 2. Var i kommunen ligger det politiska ansvaret för turism- och besöksnäring?



Antal svar: 242

Det operativa arbetet

Besöksnäringens frågor berör ofta flera olika förvaltningar i kommunerna beroende på vilka frågeställningar som hanteras. Det betyder att ansvaret ofta är fördelat på ett antal olika aktörer i de kommunala förvaltningarna. Oftast finns ändå en person eller funktion utpekad som ansvarig för besöksnäringens frågor i kommunen.

Tre av fyra kommuner har valt att organisera kommunens huvudsakliga arbete med turism- och besöksnäring i egen regi. Det vanligaste är att den operativa turism- och besöksnäringens funktion är placerad inom den kommunala förvaltningen

(63 procent). I 11 procent av kommunerna bedrivs det huvudsakliga arbetet i ett kommunalt bolag (se diagram 3).

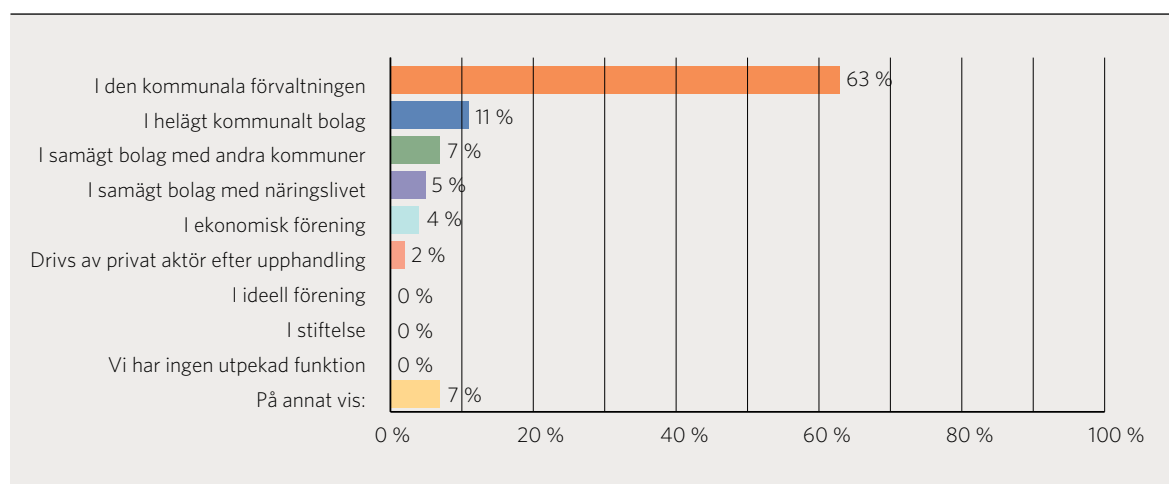
Vi ser också att flera kommuner valt att organisera hela eller delar av turism- och besöksnäringens funktionen i andra typer av blandformer ofta i samverkan/delägarskap med näringen, exempelvis i bolag, projektorganisationer och föreningar. Nästan var femte kommun redovisar att turism- och besöksnäringens arbete bedrivs i någon typ av blandform, ofta där näringen är involverad. Några har valt bolagsform tillsammans med andra kommuner, främst *Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner*. Det mest slående i svaren på denna

fråga är mångfalden och den flora av olika organisationslösningar som visas upp. Dessa blandorganisationer är dock ingen ny företeelse utan var vanlig även tidigare. Bland de sju procent av kommunerna som svarat "annat" återfinns bl.a. samarbetsavtal mellan olika parter samt kommuner som har flera former, såväl förvaltning som externt bolag eller beställar-utförarorganisation. Stiftelseformen förekom i *viss utsträckning* i mitten av 90-talet, men knappast alls idag.

Även bland de kommuner som valt att organisera frågorna inom den kommunala förvaltningen finns en flora av lösningar. Den vanligaste lösningen,

som nästan 70 procent av kommunerna med verksamheten i förvaltningen valt, är att frågorna placeras på kommunledningskontoret och då främst under en näringslivsenhet. Detta är allra vanligast i gruppen *Storstäder och storstadsnära kommuner*. Ett fåtal finns på kommunikationsenhet eller motsvarande. Endast 10 procent av dessa kommuner har idag kvar frågorna under kultur- och/eller fritidsförvaltning och ungefär lika många hanterar frågorna under en utvecklingsförvaltning eller liknande. Utvecklingsförvaltning är främst ett val i gruppen *Mindre städer/tätorter och landsbygds-kommuner*.

DIAGRAM 3. Hur är kommunens huvudsakliga arbete med turism- och besöksnärringsfrågor organiserat?



Antal svar: 243

För att illustrera florans av organisationslösningar inom den kommunala förvaltningen presenteras nedan några av varianterna som redovisats under svarsalternativet "På annat vis":

- › Turismenhet under kommunledningsförvaltningens kansliavdelning
- › Tillväxtcentrum på Kommunledningskontoret, ingår plan, näringsliv, turism och universitetsfrågor
- › Avdelning för turism information administration under kommunledningsförvaltning
- › Budget ligger på KS men personal tillhör Teknik- och servicekontoret
- › Turismorganisation under utvecklingsavdelningen kommunledningsförvaltning
- › Kommunikation- och marknad inom kommunledning i samverkan med kultur- och fritid m.fl.
- › Samhällsbyggnadsnämnd
- › Serviceförvaltningen
- › Marknadsavdelningen
- › Kultur- och fritidsförvaltningen och hos näringslivsamordnare
- › Näringslivsförvaltningen

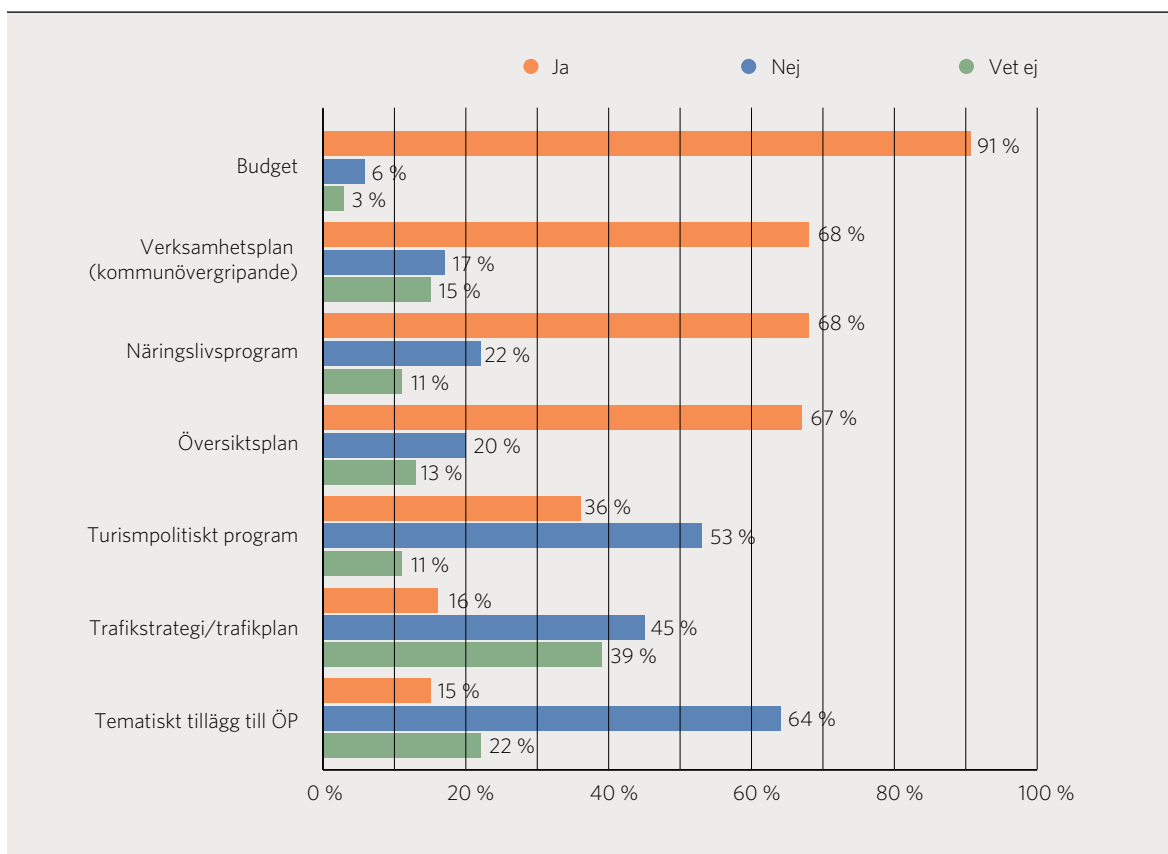
- › Samhällsbyggnad
- › Turistkontor
- › Strategi & Tillväxt direkt under kommunchef
- › Näringsliv och kultur och fritid
- › Strategisk besöksnäring under Kommunledningsförvaltningen och turism under Kultur/fritidsförvaltningen
- › Näringslivsfunktion under kommunledningsförvaltning och Kultur-/fritidsförvaltning
- › Kommunalt bostadsföretag
- › Utvecklingsavdelningen under kommunledningsförvaltningen
- › Direkt under kommunchef
- › Kommunledningsförvaltning
- › Utvecklings- och kommunikationsenhet som även ansvarar för näringslivs- och turismfrågor
- › Kommunledningsförvaltningen/område upplevelser vilket även inkluderar kultur och fritid
- › Samhällsutvecklingssektionen under kommunledningsförvaltning
- › Samverkansavtal mellan tre kommuner – Kommunledningskontoret (Tillväxtavdelning)

Besöksnäingsfrågorna i kommunens styrdokument

För kommuner är ett välmående näringsliv avgörande för att få arbetstillfällena och ett levande samhälle som är attraktivt för såväl invånare som besökare. Och beroendet är ömsesidigt. Näringslivet och besöksnäringen är på många sätt beroende av att kommunen främjar företagande, av arbetsmarknadsåtgärder och grundutbildning och samhällsservice till företag, deras besökare och arbetstagare. Kommunen har också en viktig roll i att utföra en effektiv förvaltning och service i sin myndighetsutövning.

I 72 procent av kommunerna finns ett politiskt formulerat uppdrag för turism och besöksnäring. Och av de 28 procent som inte har eller inte vet om de har ett formulerat uppdrag, anger 92 procent att ett arbete med turism- och besöksnäingsfrågorna ändå sker. Det kan noteras att det är stora skillnader mellan länen, från Stockholms län där lite mer än hälften av kommunerna har ett politiskt formulerat uppdrag till de mindre länen som Blekinge, Jönköping och Kalmar där mer än 90 procent av kommunerna har ett uppdrag. I vilket styrdokument uppdraget finns formulerat varierar. Därför är det intressant att se hur turism- och besöksnäring inkluderats i kommunens olika styrdokument.

DIAGRAM 4. Är turism- och besöksnäring inkluderad i nedanstående kommunala styrdokument?



Antal svar: 218–233 (Diagrammet är en sammanslagning av sju frågor i enkäten, därför olika svarsfrekvens).

I mer än en tredjedel av kommunerna finns en särskild plan, turismpolitiskt program, för turism och besöksnäring. Att ha en framtagen turismstrategi eller plan är ungefär lika vanligt förekommande idag som för 25 år sedan. 1994 hade nästan 40 procent av kommunerna ett turistpolitiskt program eller motsvarande. I vissa kommuner är dock besöksnäringen inte så omfattande att det finns anledning att ta fram en särskild plan för turism. Medan besöksnäringen i andra kommuner är så dominerande att man av den anledningen inte har en särskild plan. Även om vi inte kan göra en tidsjämförelse bakåt i tiden, tycks dock frågorna nu i högre grad finnas inkluderade i kommunens övergripande utvecklingsplaner.

Vanligt är att turism- och besöksnäring inkluderas i översiktsplanen, som är kommunens övergripande plan för utveckling och fysisk planering samt i näringslivsplanen eller motsvarande. I 15 procent av kommunerna finns dessutom ett särskilt tematiskt tillägg för turism i översiktsplanen.

Att turismen finns i kommunens budget kan ses som en indikation på kommunens satsningar och engagemang i frågorna. Här ser vi ett ökat antal kommuner där nio av tio kommuner har turismen inkluderad i budgeten, vilket kan jämföras med åtta av tio vid mitten av 90-talet. Det kan noteras att det är förhållandevis många, 17 procent, som anger att turism- och besöksnäring inte inkluderas i verksamhetsplanen. En förklaring till detta kan vara att besöksnäringen hanteras som en näringslivsfråga bland flera och inte har pekats ut specifikt i dessa kommuners budget och verksam-

hetsplan. Infrastruktur lyfts ofta fram som centralt för utvecklingen av näringen, men endast 15 procent anger att turism- och besöksnäring finns inkluderad i trafikplan eller motsvarande.

I takt med besöksnäringens utveckling har det kommunala turismarbetet, som länge avgränsats till att handla om turistinformation, mer och mer kommit att bli en strategisk fråga. För att ta vara på utvecklingspotentialen är det betydelsefullt att det kommunala arbetet/uppdraget kring de insatser som görs är tydligt formulerat och integrerat i kommunens styrdokument. Dels för ledning i det egna arbetet, men också för att visa tydlighet och långsiktighet gentemot företagen.

Genom styrdokument kan kommunen också vara proaktiv och styra utvecklingen i en hållbar riktning, vilket är särskilt betydelsefullt i de regioner och kommuner där besöksnäringen växer som kraftigast. Men även i de kommuner som idag har relativt begränsade besöksströmmar kan det vara relevant att fundera över vilken utveckling som är önskvärd. Det behövs strategier och planering för en långsiktigt hållbar utveckling där olika kommunala funktioner samverkar internt och med näringen och andra aktörer.

”Turismen har lyfts i kommunens övergripande mål och vision 2030.”

”Vårt kommunala bolag som hanterar frågan har fått större mandat att agera i frågan. Än saknas dock besöksnäringensfrågorna i stadens strategier.”



Verksamhetens innehåll

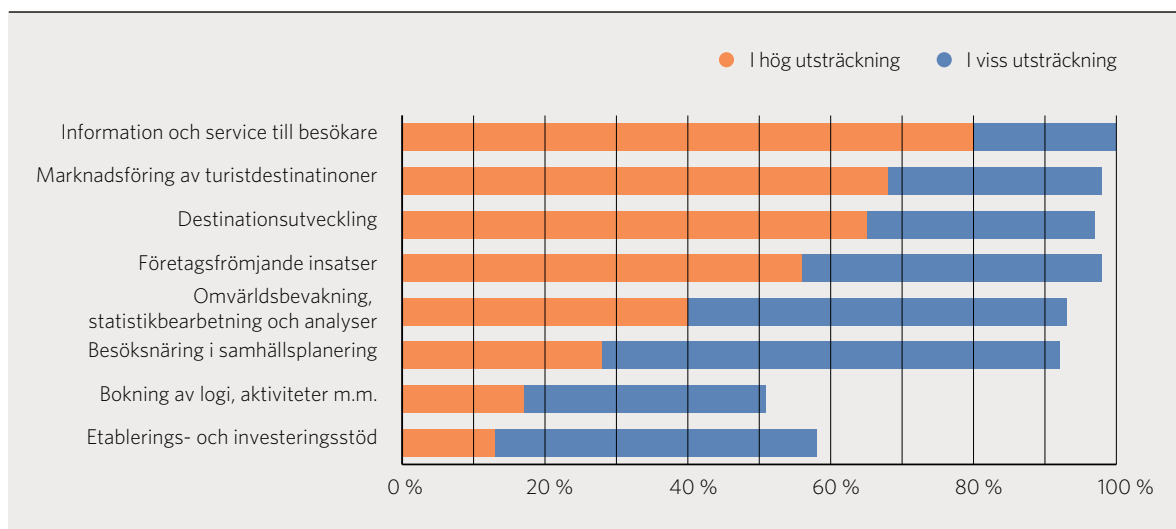
Strategiska frågor tydligare på agendan

Undersökningen visar att kommunens turism- och besöksnäringens verksamhet i hög omfattning handlar om information och service till besökare, marknadsföring, destinationsutveckling och företagsfrämjande insatser (t.ex. utbildningar, nätverk).

Marknadsföring, kommunikation och information till besökare har traditionellt sett ingått i

kommunernas turism- och besöksnäringensarbete och ses alltså fortfarande som centrala uppgifter. Destinationsutveckling är ett relativt nytt arbetsfält och begrepp som kan definieras som samordning av olika intressenter i syfte att tillsammans utveckla produkter och tjänster som utgör en destination. Detta förekom även tidigare men då under andra benämningar och inte i så stor omfattning.

DIAGRAM 5. Vad ingår i kommunens turism- och besöksnäringensarbete? I frågan innefattas även verksamhet som bedrivs av annan part på uppdrag av kommunen



Antal svar: 238-240 (Diagrammet är en sammanslagning av åtta frågor i enkäten, därför olika svarsfrekvens).

Även om inte frågorna har ställts på samma sätt i tidigare undersökningar kan vi dra slutsatsen att uppgifterna har breddats till att alltmer inkludera strategiska frågor, såsom destinationsutveckling och besöksnäring i samhällsplanering. Denna breddning av uppdraget ser vi också kännetecknar kommunernas mer generella näringslivsarbete.

Bland de strategiska frågorna ser vi framförallt att arbetet med att tillvarata besöksnäringens perspektiv i samhällsplaneringen har fått prioritet de senaste åren. Nästan en tredjedel av kommunerna arbetar i *hög utsträckning* med besöksnäring i samhällsplanering (läs mer i avsnittet Besöksnäring i samhällsplaneringen).

En uppgift som allt färre kommuner anser ingå i sitt uppdrag är bokning av logi, aktiviteter m.m. I undersökningen från 1994 angav 84 procent av kommunerna att man via sina turistbyråer bedrev bokningsverksamhet. Idag är det knappt hälften som anger att bokningsverksamhet ingår i kommunens verksamhet. Digitaliseringens möjligheter med nya tekniska lösningar förklarar sannolikt utvecklingen. Tidigare fyllde kommunen ut för ett behov av stöd som företagen löser på annat sätt.

87 procent av kommunerna anger att man arbetar med omvärldsbevakning, statistikbearbetning och analyser av strategiska beslut. Sju procent arbetar inte alls med detta. I takt med att turism- och besöksnäringens frågor blir allt mer prioriterade och tydligare kopplas till övergripande strategiska frågor kan detta bli alltmer viktigt. Omvärldsbevakning och analyser sker ofta i samarbete med regionen.

Etablerings- och investeringsstöd omfattar exempelvis att locka till investeringar, samordning och stöd för mark och exploatering, stöd att hitta kapital via aktörer som Almi, Tillväxtverket och investeringsfonder, kontakter med Business Sweden m.m. Här är kommunerna en bland flera parter som utgör det etablerings- och investeringsfrämjande systemet. Undersökningen visar att etablerings- och investeringsstöd inte utgör en huvuduppgift i kommunernas turism- och besöksnäringens verksamhet. Till viss del kan dessa uppgifter finnas i det mer generella näringslivsarbetet eller i en separat funktion som hanterar mark- och etableringsfrågor, ofta tillsammans med andra kommuner och/eller regionen.

”Vi arbetar nu tillsammans med ”näringsen” fram en lokal strategi där vissa teman kommer att lyftas initialt, såsom vandring och cykel (biking) men även kompetensutveckling, marknadsföring nationellt och internationellt, trendspaning, omvärldsbevakning etc.”

Turistinfo och turistbyrå i förändring

Digitaliseringen har resulterat i stora förändringar i människors beteende och möjlighet att själva söka information om resmål innan, under och efter en resa. Följande citat från Kommunförbundets tidigare undersökning visar hur snabbt utvecklingen gått. Då, 1994, gjordes följande framtidsspaning:

”Är det bara en vision att man som turist själv kommer att kunna informera sig via terminaler som finns utplacerade utmed vägsträckor, i hotellfoajéer, på postkontor, i restauranger etc. om bästa körsträckan till just de attraktioner man vill besöka? Kan man i framtiden stå i Markaryd och boka biljetter till ett evenemang i Globen? Och hur länge kommer det att dröja tills vi har en ”egen”, ja en egen portabel dator (typ Apples Newton), till vilken man köper en landskapsdiskett eller t.om. en komplett sverigediskett på sitt eget språk.”

Idag med den expansiva digitala utvecklingen tas detta för självklart och boknings- och marknads-kommunikationen sker i hög grad via andra kanaler än kommunernas turistinformation, direkt med anläggningar eller genom bokningsplattformar. För kommuner handlar det idag snarare om att ha en mer generell kunskap för att via företagsfrämjande insatser exempelvis arrangera utbildningar, nätverk etc. som ett sätt att stödja företagen i deras egen teknikutveckling och marknadskommunikation.

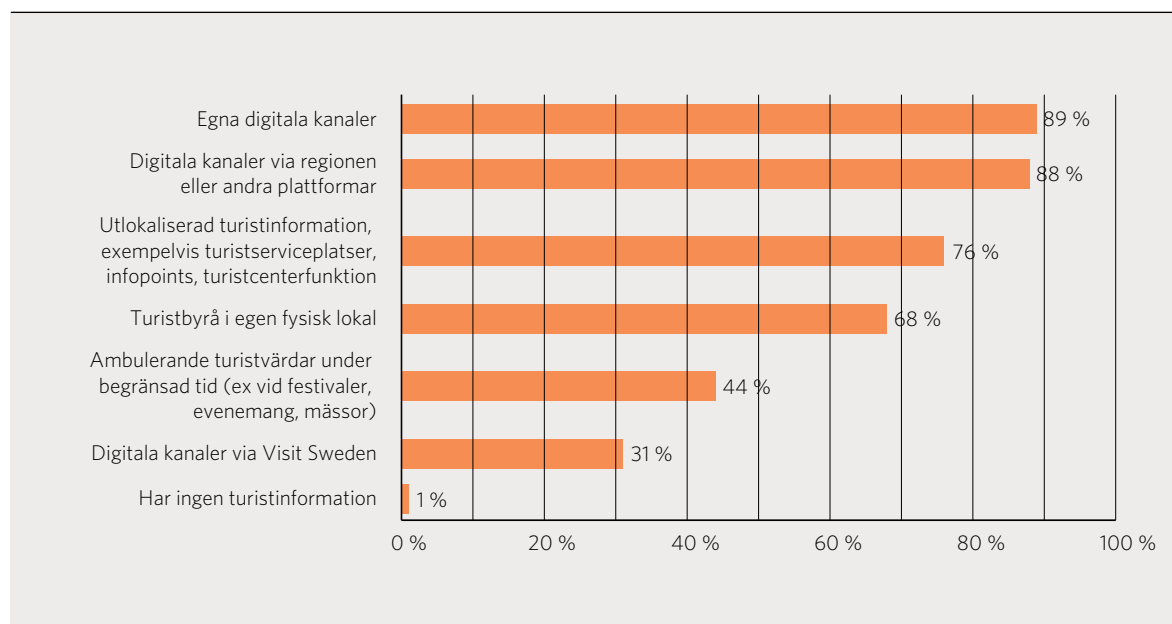
Så när förutsättningarna för kommunikation så radikalt förändrats, hur ser då kommunernas kommunikation till besökarna ut idag?

Nio av tio kommuner använder digitala kanaler; egna, via regionen eller andra plattformar, för att förmedla information till besökare.

Turistbyråernas funktion finns i stor utsträckning kvar i syfte att förse besökare på plats med information. 68 procent av kommunerna har en turistbyrå i egen fysisk lokal som kanal för information till besökare. Men rollen har förändrats och utvecklingen går mot att allt fler kommuner förser besökarna med denna service på de platser där besökarna befinner sig. Verksamheten samordnas med andra kommunala verksamheter, eller

utlokaliseras till privata aktörer. Tre av fyra kommuner anger att de har någon typ av utlokaliserad turistinformation så kallade infopoints eller turist-serviceplatser. Oftast anges att detta finns på hotell, i butiker, bibliotek och på museer. Även tillfälliga eller ambulerande turistvärdar vid exempelvis evenemang eller säsong är relativt vanligt och förekommer i nära hälften av kommunerna.

DIAGRAM 6. Hur sprids kommunens turistinformation idag? Flera svarsalternativ har varit möjliga



Antal svar: 241



Samarbeten och samverkan

Besökare konsumerar olika varor och tjänster som att äta, bo, handla, transportera och aktivera sig och det är det gemensamma erbjudandet från många olika företag, andra institutioner och platsens kvaliteter (exempelvis natur, kultur, historia) som lockar. Utmärkande för besöksnäringen är kombinationen av behov av samverkan för att locka besökare till platsen och gemensamt vårda den, och en sund konkurrens när väl besökaren är på plats. Därutöver behöver det offentliga systemet för lagtillämpning tillsammans med näringen ta ansvar för långsiktighet och hållbarhet. För kommunens turism- och besöksnäringarbete krävs därför nära samarbete och samverkan med sin näring. Men också samverkan internt i kommunen, med andra kommuner, region/regional turismorganisation, civilsamhälle och staten.

Så hur ser samarbete och samverkan ut och i vilken grad sker den med olika aktörer?

Samverkan i den egna kommunen

I stort sett samtliga nämnder och förvaltningar i en kommun hanterar frågor som direkt eller indirekt påverkar besöksnäringen. Samordning mellan kommunens olika förvaltningar ger sannolikt en bättre helhetssyn och en samlad service till företagen som möter kommunens olika verksamheter.

Som diagram 7 visar är det stor variation mellan hur mycket olika förvaltningar är involverade i turism- och besöksnäringarbetet i kommunen.

Kommunledningskontor och fritids- och kulturförvaltning har i *hög utsträckning* deltagit i turism- och besöksnäringarbete under det senaste året. Då arbetet med besöksnäring är placerat på kommunledningskontoret i en majoritet av kommunerna, är det rimligt att just denna förvaltning också är den som flest kommuner, över 90 procent, anger som delaktig i arbetet med turism- och besöksnäring. På kommunledningskontor finns ofta flera strategiska frågor av vikt för besöksnäringen, såsom kommunikation, övrigt näringslivsarbete, hållbarhets- och planeringsfrågor.

Kultur- och fritidsförvaltningar är centrala i arbetet. Här återfinns många verksamheter som utgör reseanledningar för besökare, exempelvis teatrar, museer, idrottsarenor, kulturmiljöer, festivaler och servicefunktioner som grillplatser, gästhamnar och leder.

Även stadsbyggnadsförvaltningen och det tekniska kontoret är tydligt involverade i besöksnäringarbetet i flertalet kommuner. Undersökningen visar att dessa förvaltningar, i 66 respektive 75 procent av kommunerna, i *hög eller viss utsträckning* är involverade. På de tekniska kontoren hanteras frågor som inte primärt riktas till besökare men som

i stor utsträckning påverkar besökarens intryck, såsom stadens estetiska utformning och skötsel, torg, parker men även viktiga funktioner såsom avfallshantering, hänvisningsskyltar och parkeringsplatser. Vid stadsbyggnadskontoren hanteras översikts- och detaljplanefrågor och besöksnäring i samhällsplaneringen är som tidigare nämnts ett område som alltför kommuner identifierat som viktigt. En fjärdedel av kommunerna anger dock att stadsbyggnadskontoret inte deltagit alls. Samverkan och samarbete kring besöksnäringens frågor i den fysiska planeringen analyseras mer i detalj i avsnittet Besöksnäring i samhällsplanering.

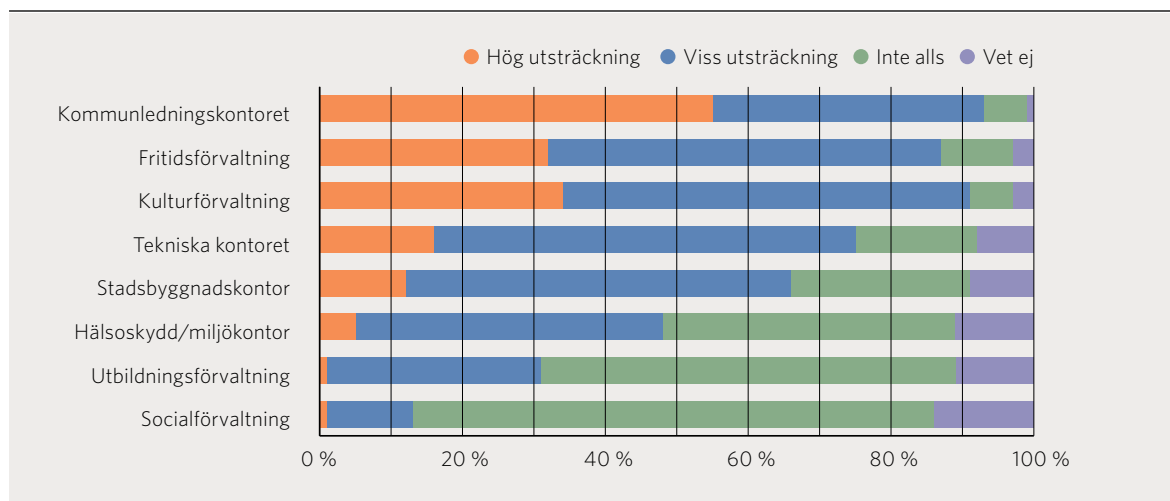
Hälsoskydd, utbildningsförvaltning och socialförvaltning anges däremot inte ha deltagit i kommunens turism- och besöksnäringens arbete i samma höga utsträckning som övriga förvaltningar. 40 procent anger att den förvaltningen inte deltagit alls. Företagen i besöksnäringen möter kommunen i tillståndsärenden, tillsyn och kontroller, framförallt hälsoskydd och miljökontoret. Som kommun kan det finnas skäl att reflektera över hur näringslivsarbetet kan utvecklas genom närmare samarbete med kommunernas myndighetsfunktioner. I fritextsvaren beskrivs exempelvis att tillstånds- och tillsynsfrågorna sköts av en annan kommun vilket kan utgöra ett hinder för samverkan. Någon framhåller också att samverkan

med kommunens olika förvaltningar inte sker på samma sätt när besöksnäringens arbete i huvudsak bedrivs genom ett bolag.

Även utbildningsförvaltning eller motsvarande har i *låg utsträckning* deltagit i kommunens turism- och besöksnäringens arbete. Det finns dock undantag, exempelvis där utbildningsförvaltningen har en turismutbildning inom vuxenutbildning. Att god samverkan mellan grundskola, gymnasie- och vuxenutbildning och näringslivet/arbetslivet behöver utvecklas mer generellt har uppmärksamats under senare år. Exempelvis har Prao gjorts obligatorisk från höstterminen 2018. Kompetensförsörjningsfrågan framhåller också näringen som sitt största tillväxthinder. Det finns ömsesidiga behov mellan skolans uppdrag och näringslivets mer långsiktiga arbete för att säkra kompetensförsörjningen som kan vara utgångspunkt för ett närmare samarbete mellan utbildningsförvaltningens verksamheter och turism- och besöksnäringens arbete i kommunen.

”Viktig stadsutvecklingsfråga och näringslivsfråga. Stora evenemang och besöksströmmar har ställt nya krav på arbetssätt inom staden. Frågor om logistik, kollektivtrafik, skyltning, renhållning, säkerhet etc. står högre på agendan nu.”

DIAGRAM 7. I vilken utsträckning har nedanstående förvaltningar deltagit i kommunens turism- och besöksnäringens arbete under det senaste året?



Antal svar: 223-240 (Diagrammet är en sammanslagning av åtta frågor i enkäten, därför olika svarsfrekvens).

Besöksnäring i samhällsplaneringen

Besöksnäringens utveckling påverkas av hur väl förutsättningar, behov och utvecklingsmöjligheter tas tillvara i kommunens planeringsarbete, exempelvis översiktsplanearbete samt andra övergripande strategi- och visionsarbeten. Det är också en näring som tar mark- och vattenområden i anspråk och ibland skapar exempelvis stora flöden av människor och fordon vilket för med sig förslitningar, trängsel och säkerhetsrisker. Det behövs således en klok planering som innebär att områden kan utvecklas men också att områden skyddas för att möta såväl besöksnäringens utvecklingspotential som de externa effekter av en växande näring. Att helt enkelt ge besöksnäringen bra förutsättningar att bidra till en positiv samhällsutveckling. I enkäten ställs därför ett antal fördjupande frågor kring besöksnäringen i samhällsplaneringen.

I en absolut majoritet av kommunerna finns ett samarbete med stadsbyggnadskontoret (eller motsvarande) i *viss* eller *hög utsträckning*. Vi ser samtidigt att nästan hälften (48 procent) av kommunerna önskar öka sin kunskap om besöksnäring i samhällsplanering, vilket indikerar att det är ett område man anser behöver utvecklas.

Över hälften av kommunerna (57 procent) har genomfört särskilda insatser eller projekt inom samhällsplaneringsområdet för att stärka besöksnäringen under de senaste fem åren. I dessa kommuner tycks besöksnäringensfrågorna ha tagit större plats i kommunens planerings- och utvecklings-

arbete. Det framgår dock inte hur omfattande arbetet är, d v s. om det handlar om ett strategiskt och kontinuerligt arbete, enstaka insatser eller frågor av mer operativ karaktär i enskilda frågor. Det krävs fler och uppföljande frågor för att få en klarare bild.

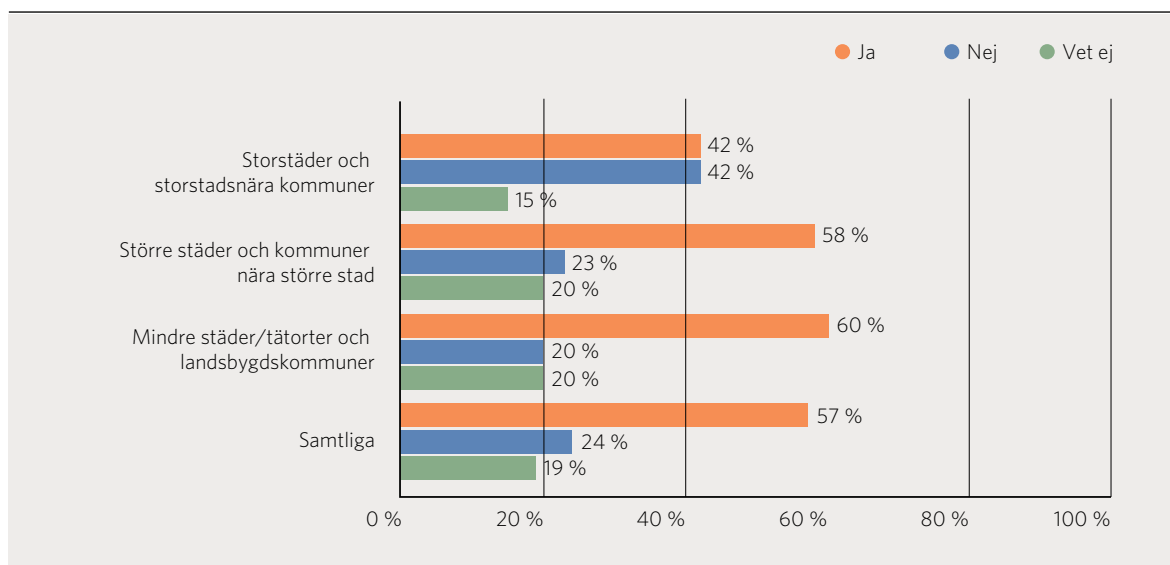
Värt att notera är att det finns skillnader mellan hur frågan besvaras mellan kommungrupperna. Över 60 procent av kommunerna i gruppen *Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner* har gjort några särskilda insatser eller projekt inom samhällsplaneringsområdet. I gruppen *Storstäder och storstadsnära kommuner* var motsvarande andel endast 42 procent, en skillnad på 18 procentenheter.

Däremot kan vi inte utläsa några större skillnader beroende på om kommunen valt att organisera besöksnäringensarbetet i kommunala förvaltningsorganisationen eller i hel- eller delägda bolag.

Men hur arbetar då dessa kommuner med besöksnäring i samhällsplaneringen och vilka insatser handlar det om?

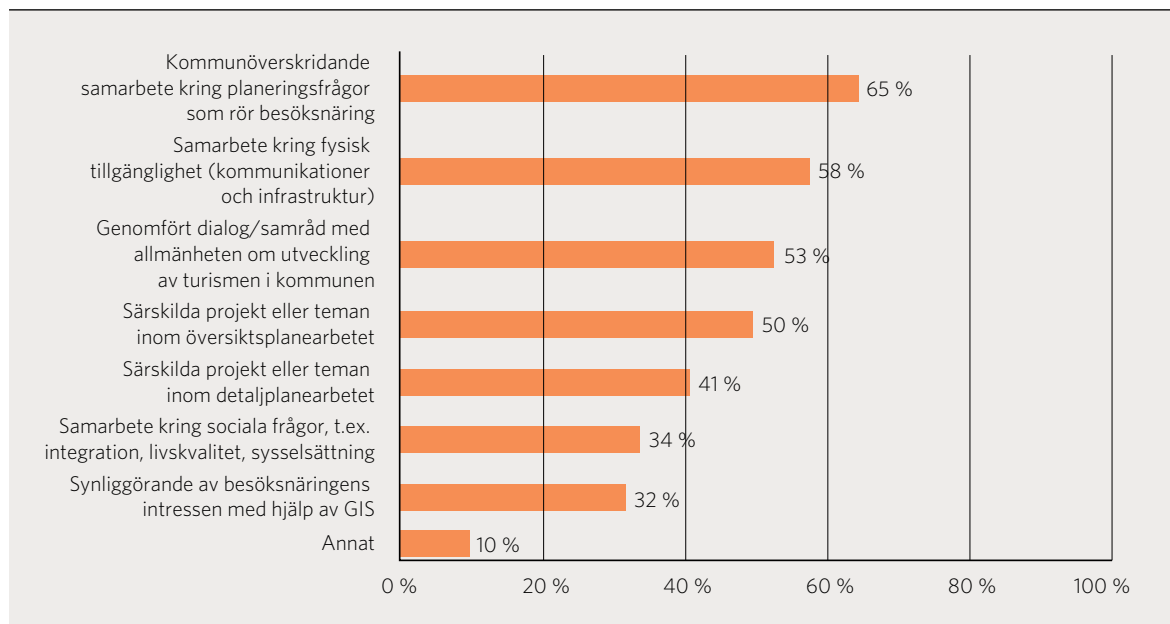
Kommunöverskridande samarbeten kring planeringsfrågor som rör besöksnäring samt samarbete kring fysisk tillgänglighet såsom kommunikationer och infrastruktur är vanligast när kommunerna definierar vad deras arbete med besöksnäring i samhällsplanering innefattar. Över hälften av dem som har gjort insatser på samhällsplaneringsområdet med särskilt fokus på besöksnäring har haft särskilda projekt eller teman inom översiktsplanearbetet samt fört dialog med allmänheten om utvecklingen av turismen i kommunen.

DIAGRAM 8. Har kommunen gjort några särskilda insatser eller projekt inom samhällsplaneringsområdet för att stärka besöksnäringen under de senaste fem åren?



Antal svarande kommuner: 241

DIAGRAM 9. På vilket/vilka sätt har kommunen arbetat för att stärka besöksnäringen inom samhällsplaneringen?
Flera svar är möjliga



Antal svarande kommuner är 137, frågan har endast besvarats av de kommuner som angett att de gör särskilda insatser.

Även här ser vi att de tre kommungrupperna i viss mån svarar olika. Exempelvis besvarar kommuner i gruppen *Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner* att de i högre grad genomfört dialog/samråd med allmänheten om utveckling av turismen i kommunen.

Kommunerna uppmanades i enkäten även att ge exempel på insatser inom området besöksnäring i samhällsplanering som de upplever att kommunen lyckats väl med. Svaren visar på allt från avgränsade projekt såsom arenabygge eller gästhamnsutveckling till mer strukturella insatser där besöksnäringens frågor hanterats inom ramen för översiktsplaneringsarbete, fördjupad översiktsplan, infrastruktur- och kollektivtrafikplanering. Även samverkan kring ledutveckling lyfts fram av flera kommuner.

”Samhällsbyggnadsförvaltningen har besöksnäring i åtanke vid flera utvecklingsprojekt.”

”Besöksnäringen har blivit ett fokusområde i den nya översiktsplanen som ska lanseras 2020.”

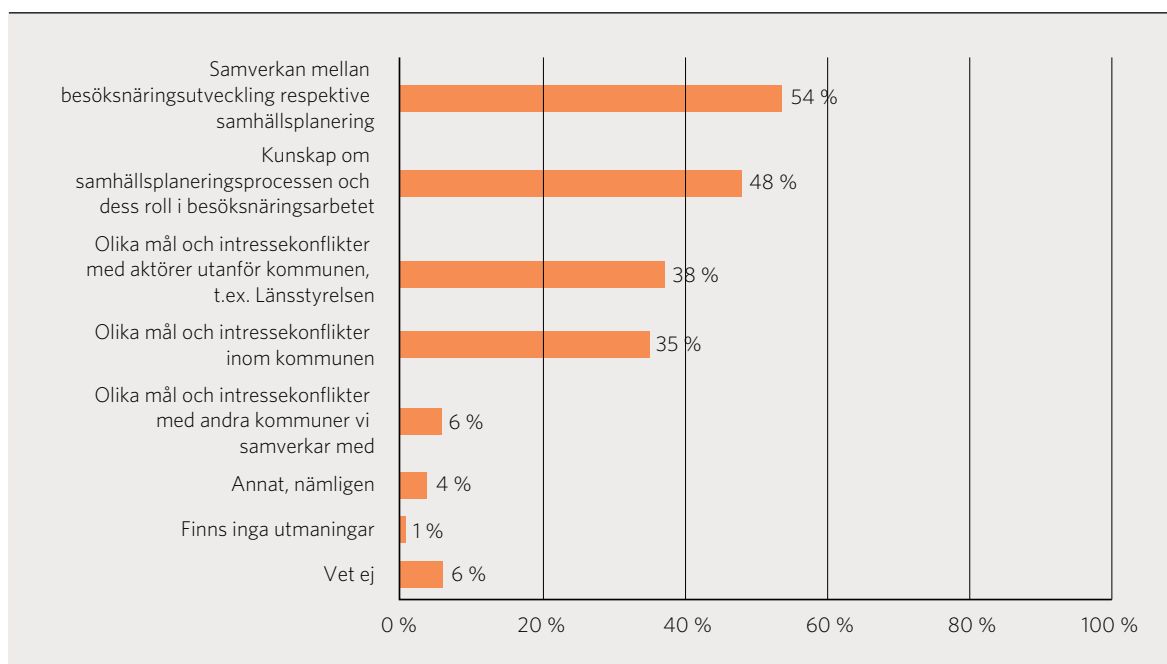
Utmaningar

Naturligtvis finns det utmaningar med att på ett bra sätt få in besöksnäringens perspektiv i samhällsplaneringen där så många olika intressen och perspektiv ska hanteras.

De utmaningar som tydligast framgår i enkätsvaren är samverkan internt mellan funktioner med ansvar för besöksnäring och de med ansvar för samhällsplanering samt kunskapen om varandras områden och processer.

Interna intressekonflikter i kommunen anges också relativt ofta som utmaningar. Så även mål och intressekonflikter med andra aktörer utanför kommunen, t ex. Länsstyrelsen. *Mindre städer/tätorter och landsbygdskommuner* upplever intressekonflikter med andra aktörer som en utmaning i högre grad (43 procent) än framförallt kommungruppen *Större städer och kommuner nära större stad* (30 procent). Intressekonflikter kring strandskydd och av staten skyddad natur tas upp i fritextsvar i enkäten men även i andra sammanhang, av framförallt landsbygdskommuner som upplever att staten hindrar en möjlig utveckling av såväl besöksnäringen som attraktiva boendemiljöer. Däremot är det väldigt få kommuner som anger att intressekonflikter med andra kommuner varit en utmaning.

DIAGRAM 10. Vilka utmaningar finns i arbetet med besöksnäring i samhällsplanering? Flera svar är möjliga.



Antal svar: 136

Något som framhålls i fritextsvaren är svårigheten för företagen att ha tid att engagera sig och vara en tydlig röst i olika samråd och processer. Detta är kännetecknande för små företag oavsett bransch och behöver naturligtvis hanteras så att näringens perspektiv och behov kan identifieras på ett bra sätt. Även resursbrist internt anges i fritextsvaren som försvårande för samverkan. Att det finns en gemensam vilja men att planeringsresurserna är begränsade.

Samverkan med andra aktörer

Kommunen är den part som på olika sätt vanligtvis leder samverkansprocesserna lokalt. Det sker ofta i samspel med regionen och andra kommuner för att skapa arenor och nätverk som kan ligga till grund för destinationsutvecklingen. I andra frågor, t.ex. marknadsföring, är kommunerna ur ett besöksperspektiv ofta för små för att själva nå ut exempelvis på en internationell marknad och behöver då samverka med regionen eller med nationella aktörer. I vilken utsträckning samverkar kommunen med andra aktörer i arbetet med att utveckla turism och besöksnäring?

Samtliga kommuner som besvarat enkäten anger att de samverkar med företagen. Att denna samverkan ständigt utvecklas är centralt för kommunens turism- och besöksnäringens arbete.

I enkätsvaren ser vi att i stort sett alla också samarbetar med andra kommuner. Det kan ske informellt i nätverksform, men också formellt genom exempelvis gemensamägda turist- eller destinationsbolag. Med utgångspunkt i besökaren och destinationsperspektivet har kommuner hittat värdefulla samarbeten såsom Södra Bohuslän, Höga kusten och Göta kanal.

”Ett omfattande samarbete sedan 2014 mellan de 11 bohuslänska kommunerna har skapats. ansvarsfördelningen är tydlig vilket ger tydliga riktlinjer för destinationsutvecklingen. Ökad dialog internt, mellan förvaltningarna, skapat ökad kunskap om förutsättningar och behov för turismens aktörer.”

I stort sett alla kommuner anger att de samarbetar med den regionala nivån, men det skiljer sig mycket åt mellan regioner. I genomsnitt hälften anger att samarbetet sker i *hög utsträckning*, men i Norrbottens län är det åtta procent och i Västernorrlands län 100 procent som anger detta. Den regionala nivån tycks fylla en funktion för de flesta kommuners arbete, men i olika län organiseras det regionala turismarbetet på olika sätt. I nästa avsnitt redovisas vad kommun och region samverkar kring.

Nio av tio kommuner anger att samarbete sker med civilsamhället. Det tyder på att kommunerna ser samverkan med civilsamhället som relevant för besöksnäringens utveckling.

I vilken grad samverkan sker med en projektororganisation för EU-projekt skiljer sig åt mellan olika delar av landet och var det finns större möjligheter att ta del av EU:s regionala fond. I Väster- och Norrbottens län svarade 60 procent av kommunerna att de i hög grad samarbetar med projektororganisation för EU-projekt, medan motsvarande siffra i Stockholms och Kronobergs län är 0 procent. Kunskap om hur EU-medel kan användas för att skapa resurser för olika utvecklingsprojekt är därför viktig och kan sannolikt utvecklas även i regioner där det inte finns så mycket medel från Regionala fonden.

Länsstyrelsen är en tydlig aktör för samverkan. En majoritet samverkar med myndigheten i *viss utsträckning*. Vid en jämförelse kan vi se att samverkan mellan kommunen och Länsstyrelsen är mer omfattande i besöksnäringensfrågorna än i det generella näringslivsarbetet. I nio av de 21 länen samverkar samtliga kommuner i *viss* eller *hög utsträckning* med Länsstyrelsen. Länsstyrelsens ansvarsområden,

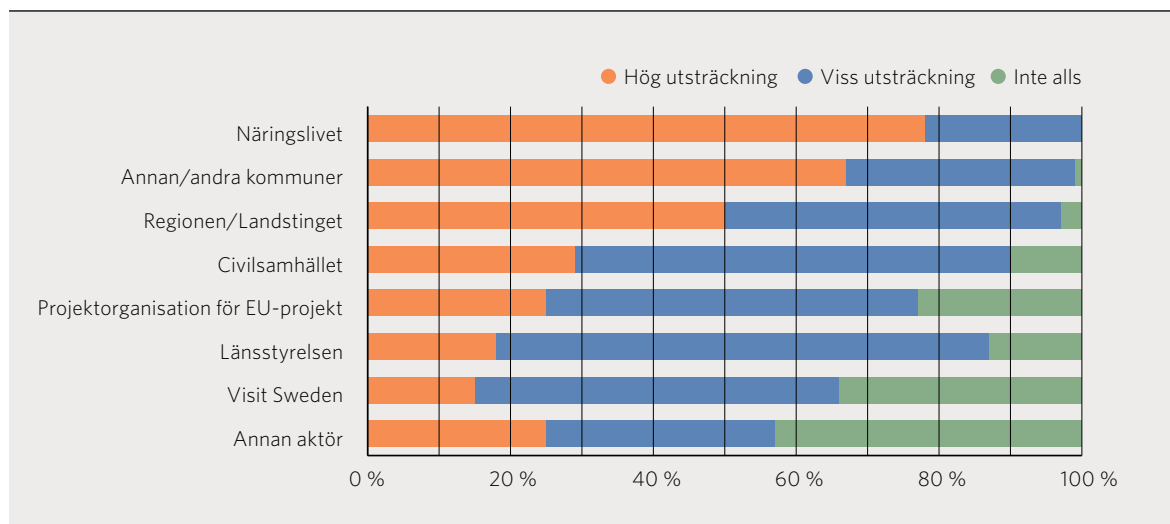
exempelvis landsbygdsutveckling och naturvård, motiverar samarbete med myndigheten.

Kommunerna har en lång tradition av att samarbeta med statens bolag i marknadsföring, det som idag går under namnet Visit Sweden. Förutsättningarna för partnerskap, delägarskap och avgifter/medfinansiering har skiftat under åren. Idag anger 15 procent av kommunerna samverkan med Visit Sweden i *hög utsträckning*. Drygt hälften har samverkan i *viss utsträckning* medan 35 procent anger att de inte har någon samverkan alls.

Kommunerna anger som *Andra aktörer* såväl privata som offentliga aktörer, exempelvis Visita, Myndigheten för yrkeshögskolan, Almi, Tillväxtverket, specialidrottsförbund, stora markägare och Nationalparken.

För att utveckla besöksnäringen är det relevant att det bedrivs forskning på området och att resultaten berikar såväl näringsliv som offentliga aktörer. I enkäten ställs inga särskilda frågor om samverkan med forskning/akademi. Däremot ser vi i enkäten till näringslivsansvariga i kommunen att drygt 80 procent av kommunerna i hög eller viss mån samverkar med universitet/högskolor och/eller deras innovationsmiljöer.

DIAGRAM 11. I vilken utsträckning samverkar kommunen med andra aktörer i arbetet med att utveckla turism och besöksnäring?



Antal svar: 228-240

Samarbete mellan kommunen och regionen /landstinget

Många av de viktiga samhällsområden som påverkar besöksnäringens förutsättningar – som regional tillväxt, näringspolitik, transportinfrastruktur, kollektivtrafik, arbetsmarknad samt kulturfrågor hanteras idag även regionalt. Regionerna får allt större betydelse också för besöksnäringens utvecklingen.

Det regionala turismarbetet organiseras på olika sätt, vilket till viss del beror på att ansvarsfördelningen mellan landsting/region, regionförbund och Länsstyrelse har skilt sig åt när det gäller regionala utvecklingsfrågor. 2019 har samtliga regioner det regionala utvecklingsansvaret i samtliga län. På sikt kommer därför sannolikt den regionala nivån kunna ta ytterligare ansvar i län där det regionala ansvaret tidigare varit mindre tydligt.

Nära hälften av kommunerna anger att ökad samverkan med regionen/den regionala turismorganisationen är en av de viktigaste förutsättningarna för besöksnäringens utveckling i kommunen (diagram 14). Flera kommuner förtydligar i sina enkätsvar att med region menas den regionala turismorganisationen (som kan ha olika juridiska former och ägare).

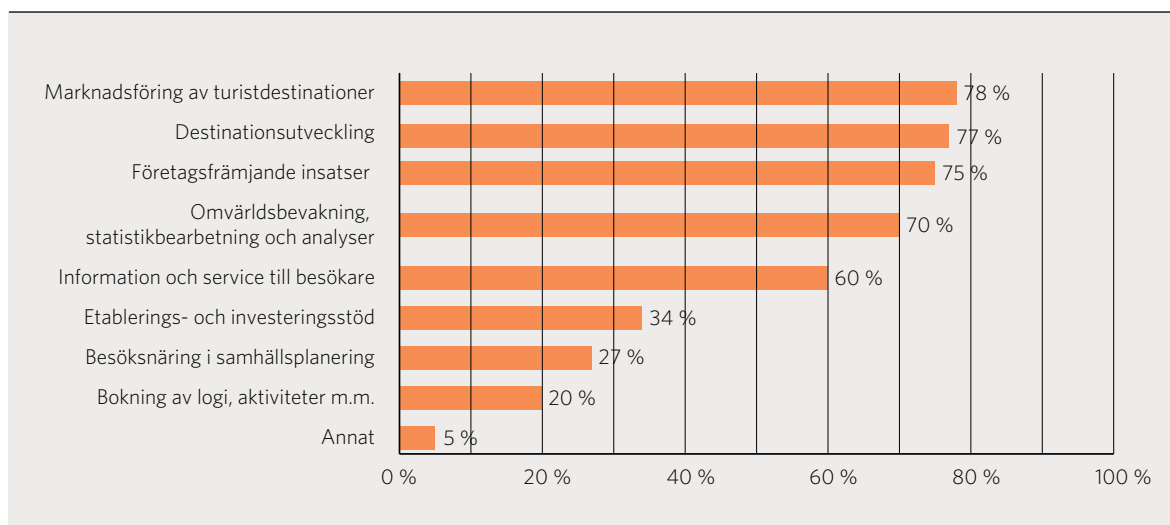
Behovet av regional samverkan lyftes upp redan i undersökningen 1994 då samverkan inom de så kallade länsturistnämnderna på många håll utvecklades. Så hur samarbetar kommunerna med regionerna idag?

Samarbete är vanligast inom områdena marknadsföring och destinationsutveckling. Även företagsfrämjande insatser är vanligt att samverka kring med exempelvis utbildningar och företagsnätverk. Att samverka sker kring omvärldsbevakning, statistikbearbetning och analyser är positivt. Inte minst mot bakgrund av svårigheten att mäta besöksnäringens utveckling statistiskt och avsaknaden av metoder med legitimitet.

Vi ser skillnader mellan de tre kommungrupperna. I gruppen *Större städer och kommuner nära större stad* anger färre än hälften av kommunerna att de samarbetar med region/landsting kring omvärldsbevakning, statistikbearbetning och analyser, medan nära 80 procent samarbetar med region/landsting kring dessa frågor i de två övriga kommungrupperna.

Samarbete kring etablerings- och investeringsstöd är generellt inte lika vanligt. Flera kommuner nämner samarbete inom Business regions där investeringsstödet är ett viktigt område. Detsamma gäller bopningsinfrastruktur som generellt inte är ett område där kommun och regional nivå i så *hög utsträckning* samverkar. 20 procent samarbetar kring bokning av logi, aktiviteter m.m. Men vi ser stora skillnader mellan länen när det gäller samarbete kring bokning av logi, aktiviteter m.m. som sannolikt beror på vilka vägval som gjorts för investeringar i och förvaltning av sådan infrastruktur. I exempelvis Blekinge län anger 80 procent samarbete kring bokning och i Stockholms län 0 procent.

DIAGRAM 12. Samarbetar kommunen med regionen/landstinget i turism- och besöksnäringensfrågor inom något av följande områden? Flera svarsalternativ är möjliga



Antal svar: 220



Kompetensbehov

Hur kommunen ser på kompetensbehoven i den egna organisationen är intressant inte minst för att initiera och erbjuda kunskapshöjande aktiviteter. I fritextsvaren framhåller flera av respondenterna svårigheten att begränsa sig till de fem viktigaste. Kommentarer visar på såväl kunskapstörst som komplexiteten och bredden i kommunernas turism- och besöksnäringensarbete.

Det kompetensbehov som generellt anges som viktigast för alla kommuner är destinationsutveckling. Vi ser att i jämförelse med de tidigare undersökningarna på 1980- och 90-talen har verksamhetens tyngdpunkt gått från bokningsfrågor till en mäklande och samordnande roll med andra parter, såväl från näringsliv, andra offentliga aktörer och internt i den egna organisationen. Med den nya rollen kommer naturligtvis också behov av ny kunskap.

Däremot anger kommungruppen *Storstäder och storstadsnära kommuner* att deras kompetensbehov är viktigast inom området besöksnäring i samhällsplanering. Ett område vi ser att de idag inte arbetar med i samma utsträckning som de två övriga kommungrupperna.

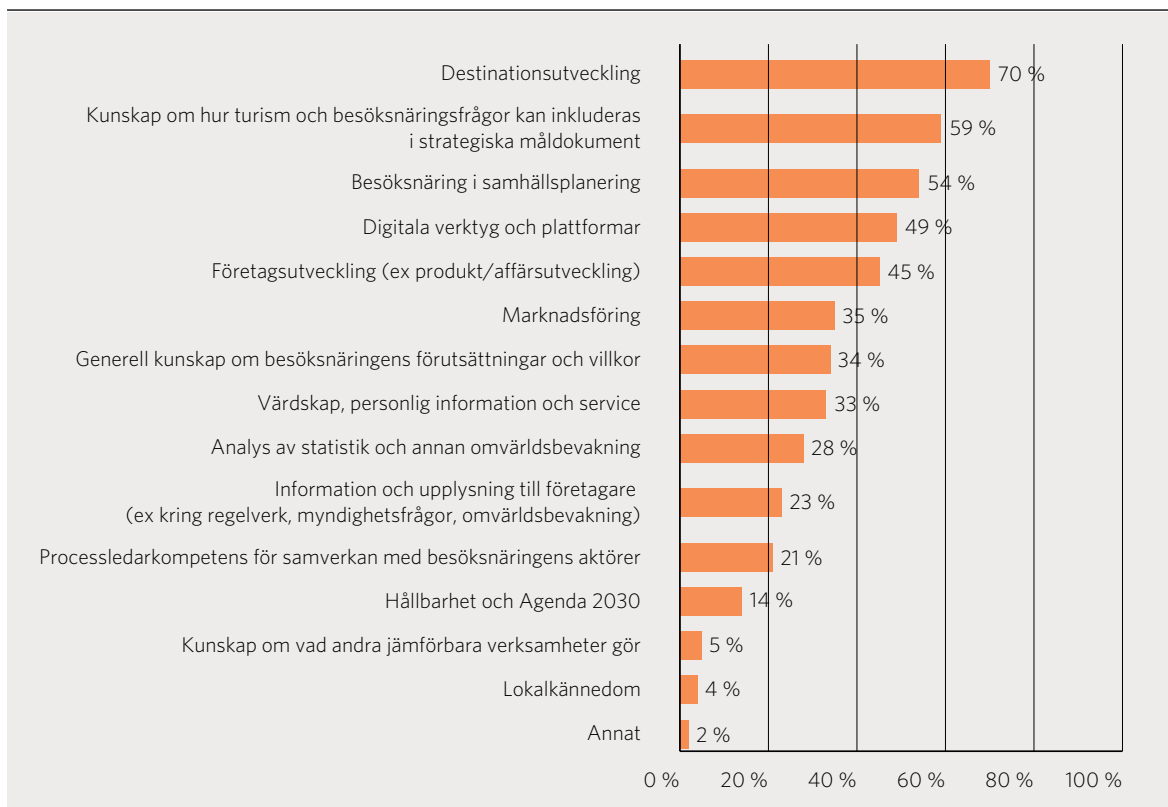
Ett besläktat svarsalternativ är kunskap om hur turism- och besöksnäringensfrågor kan inkluderas i strategiska måldokument (t.ex. översiktsplan, tillväxtprogram). Nära 60 procent av kommunerna anger detta som angeläget. Kompetensbehov kring besöksnäring i strategiska dokument och samhällsplanering behövs naturligtvis såväl i funktioner med ansvar för främjande av besöksnäringen som i de utrednings- och beslutsfunktioner som ansvarar för exempelvis översiktsplanering.

Digitala verktyg och plattformar ser hälften av kommunerna att de behöver mer kunskap om. Utvecklingen går väldigt fort med ständigt nya digitala produkter. Det är ett nytt landskap där företagen i större utsträckning själva har kanaler och finns närvarande på kommersiella plattformar med global spridning. Det är inte självklart vad kommunens roll är i förhållande till denna utveckling. Kanske är det idag att förmedla mer övergripande kunskap för att hjälpa företag att navigera klokt bland de olika plattformarna, vilket kräver löpande omvärldsbevakning och kompetenshöjande insatser i den egna organisationen.

Få kommuner anger hållbarhet och Agenda 2030 som ett av de fem viktigaste områdena. Att kommunerna inte upplever kompetensbehovet som så stort inom besöksnäringens område vara svårt att svara på. SKL ser dock att hållbarhetsfrågor har dock sedan länge en given plats i kommuner och hos många av näringsens företag. Med Agenda 2030 skapas ett samlat ramverk med mål för samhällsutvecklingen utifrån ett helhetsperspektiv.

För att vara relevant i samverkan med företagen, internt i kommunen och med andra aktörer är det sannolikt en förutsättning att kommunens arbete med turism- och besöksnäringens frågor tar till sig och kommunikativt förhåller sig till Agenda 2030.

DIAGRAM 13. Vilka är de viktigaste kompetensbehoven inom kommunen med avseende på turism- och besöksnäring? Ange de fem viktigaste



Antal svar: 238



Dåtid, nutid, framtid

Kommunerna ser överlag ljusst på den framtida utvecklingen av besöksnäringen. Nära nio av tio bedömer att antalet besökare till kommunen kommer att öka under de kommande fem åren. Åtta av tio bedömer också att antalet arbetstillfällen inom besöksnäringen i kommunen kommer att öka inom samma tidsperiod.

Men en fortsatt positiv utveckling med fler besökare ställer också ökade krav på besöksnäringens aktörer att i fungerande samverkansprocesser skapa hållbara och kvalitativa produkter.

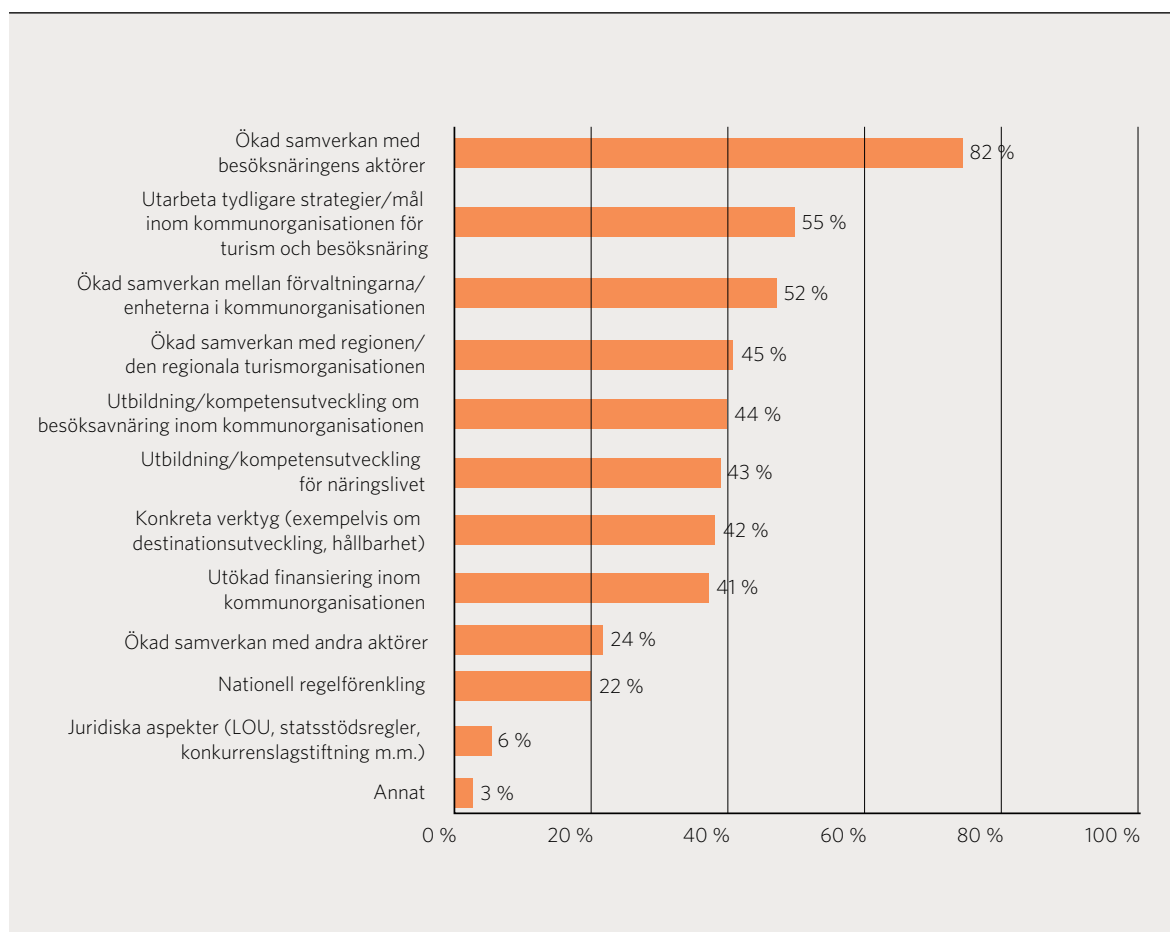
Ökad samverkan, framförallt med besöksnäringens aktörer, är också det som flest kommuner anser är viktigast för att skapa goda förutsättningar för besöksnäringens utveckling i kommunen. Men vilken roll kan/bör kommunen ha här?

Vi ser en breddning i uppgifterna mot mer strategiskt arbete med frågorna där samverkansprocesser blir en viktig del, inte minst i destinationsutvecklingsarbetet. I ett nytt nätverkssamhälle

och i ett flernivåsystem som det svenska finns allt större behov av samarbete och också en förväntan om samverkan mellan regioner och kommuner. Utmaningen ligger i att utifrån olika mål, olika erfarenheter och kapacitet hitta sätt att samordna resurser. Även den interna samverkan i kommunen lyfts upp av en majoritet av kommunerna, som menar att en ökad samverkan mellan förvaltningar är ett prioriterat område för att skapa goda förutsättningar. Att arbeta över förvaltningsgränser och ta ett helhetsansvar för utvecklingsfrågor är något som många kommuner idag arbetar med.

”I och med att besöksnäringens utvecklingen idag ingår och är organiserad i kommunen lyfts dessa frågor in i övriga förvaltningar och dess frågeställningar. Framför allt inom näringslivsutvecklingen men också inom kultur och fritid, tekniska, samhällsplaneringen, trafikplaneringen etc.”

DIAGRAM 14. Vad är viktigast för att skapa förutsättningar för besöksnäringens utveckling i kommun?



Antal svar: 238

Viktiga förutsättningar för utveckling menar kommunerna också är utbildnings- och kompetensinsatser såväl inom den kommunala organisationen som inom näringslivet. Utöver kunskap om hur besöksnäring hanteras i den strategiska planeringen framhåller kommunerna behovet av mer kunskap om digitala verktyg och plattformar. Både näringslivet och kommunerna navigerar i ett nytt landskap och kommunen behöver ständigt fundera över sin roll i relation till digitaliseringen och näringslivets behov av stöd. Kommunens roll att förmedla turistinformation förändras och frågan är hur det framtida digitala värdskapet kan gå hand i hand med det fysiska? Och vilken blir kommunens roll i det?

Slutligen – riktning ger möjlighet att arbeta strategiskt och hållbart. En majoritet av kommunerna (55 procent) menar att en viktig faktor för att ge goda förutsättningar är tydliga strategier och mål för kommunens arbete med besöksnäringens frågor.

”Turismen är en växande näring som får ta större plats och vi bjuds in i fler sammanhang än tidigare och kommer in tidigare i processer som rör besöksnäringen.”

Kommunen behöver fundera på vilken utveckling man vill ha och följaktligen vilka mål som ska formuleras. Ett offentligt engagemang i besöksnäring motiveras ofta med ökade sysselsättningseffekter. Ett allt tyngre skäl för offentligt engagemang är också samhällets ansvar för att inlemma turismen i strategier för hållbar utveckling, så att turismens effekter på den fysiska miljön kan styras i önskvärd riktning. Under senare år har frågor kring förslitningar av värdefulla naturområden, trängsel och missnöje hos lokalbefolkningen visat att det är nödvändigt att planera för hur turism kan växa klokt utan att tära på samhällets och miljöns bärkraft. I kommunernas ansvar för planering, exempelvis översiktsplanering, ingår att väga olika intressen mot varandra. Vad som är rätt insatser och prioriteringar varierar från plats till plats.

Sverige har alla möjligheter att vara proaktivt i utvecklingen av besöksnäringen och tydligare koppla den till Agenda 2030. Det kan vara en värdefull plattform för att synliggöra och också agera

utifrån målkonflikter kring exempelvis ekonomisk tillväxt, transporters påverkan på miljö, överturism eller olika näringars anspråk på mark och vatten.

I kommuners främjande arbete kan inte fler besökare vara ett mål i sig utan än viktigare blir på vilket sätt och under vilka premisser de kommer. Mål för besöksnäringens utveckling behöver gå i takt med mål för samhällsutvecklingen, exempelvis sysselsättningsmål och mål för social hållbarhet. I många fall går företagen i bränschen för hållbarhetsarbetet. Det finns inga motsättningar mellan lönsamhet och hållbarhet utan turism kan, med rätt insatser och prioriteringar, vara ett verktyg för samhällsutveckling. I takt med att turismen växer kommer kommunens roll framöver inte bara handla om att marknadsföra och förvalta, utan också om att tydligare styra och leda i en hållbar riktning.

Övergripande slutsatser:

- › Det finns positiva förväntningar på besöksnäringens utveckling i en majoritet av kommunerna.
- › Besöksnäringens utveckling har fått en högre prioritet i landets kommuner.
- › Ansvaret för besöksnäring har successivt placerats alltmer centralt i kommunerna. Har gått från att betraktas som en del i kultur- och fritidspolitiken till att nu betraktas som en del i näringspolitiken.
- › Kommunen utvecklar sin roll och arbetar idag mer strategiskt med besöksnäring. Tydligast syns detta i att besöksnäringens frågor är mer inkluderade i kommunens övriga verksamheter och i hög utsträckning finns med i kommunala styrdokument.
- › Besöksnäring finns idag med i samhällsplaneringen, men det är också ett område som kommunerna bedömer kan utvecklas ytterligare.
- › Kommunens roll som förmedlare av turistinformation har förändrats och allra mest turistbyråns roll, där en utlokalisering av turistinformation är tydlig. Arbetet präglas av att turistinformationen ska finnas där besökarna finns.
- › Samverkan mellan kommun och region är viktig för kommunerna, framförallt inom marknadsföring, destinationsutveckling och företagsfrämjande arbete.
- › Den viktigaste förutsättningen för utveckling av besöksnäringen är att den breda tvärsektoriella samverkan utvecklas än mer. Det gäller såväl internt i kommunen som externt, med många olika aktörer.

Kommunerna och besöksnäringen

ENKÄTUNDERSÖKNING OM KOMMUNERNAS ARBETE MED TURISM OCH BESÖKSNÄRING 2018

Kommunerna har en central roll i att skapa förutsättningar för en positiv och hållbar utveckling av besöksnäringen. Men hur är kommunerna rustade för att främja, möta och påverka en växande näring? Hur ser man på utvecklingen och vad innebär den för det lokala näringslivet i kommunerna? Hur har man valt att organisera och samverka kring det lokala turism- och besöksnäringens arbetet och hur har det förändrats över tid?

Rapporten är en sammanställning över det kommunala turism- och besöksnäringens arbetet. Syftet är att ge en översikt över kommunernas engagemang i besöksnäringens frågor; verksamhet, organisation, styrning, samverkan, kompetensbehov samt deras bedömning avseende besöksnäringens utveckling framöver.

Informationen har sammanställts utifrån en enkätundersökning ställd till ansvarig för besöksnäringens frågor i kommunen under våren 2018.

ISBN 978-91-7585-708-4

Beställ eller ladda ner på webbutik.skl.se

Post: 118 82 Stockholm | Besök: Hornsgatan 20

Telefon: 08-452 70 00 | skl.se



Sveriges
Kommuner
och Landsting