

Dokumenttyp och beslutsinstans Styrdokument	Dokumentnamn Strategi för hållbar natur- och kulturturism	Fastställd/Upprättad Kommunfullmäktige 2018-04-19, § 59
Dokumentansvarig Lena Karlstedt  Ylva Björnberg	Dokumentet gäller för Tjörns kommun	Giltig till och med 2025

# Tjörn – möjligheternas ö

## Strategi för en hållbar natur- och kulturturism

**2018–2025**

Kultur- och fritidsnämnden  
Lena Karlstedt  
2017-10-25

<b>1</b>	<b>Inledning</b>	<b>3</b>
1.1	Varför ska fler besöka Tjörn? .....	3
1.2	En kraftigt växande näring.....	3
1.3	Arbetsprocessen .....	4
1.4	Förutsättningar.....	4
1.4.1	Tjörns kommuns vision och mål .....	4
1.4.2	Hållbar utveckling och platsens själ.....	4
1.4.3	Avsiktsförklaring Ett enat Bohuslän .....	5
1.4.4	Kommunens fyra roller .....	5
<b>2</b>	<b>Insikter</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Vision, syfte och mål</b>	<b>9</b>
3.1	Vision: Möjligheternas ö .....	9
3.2	Syfte och mål .....	9
<b>4</b>	<b>Strategi</b>	<b>10</b>
4.1	Fokusområden .....	10
4.1.1	Natur- och kulturturism .....	10
4.1.2	Mötesindustri.....	10
4.2	Strategiska utvecklingsområden .....	10
4.2.1	Tillgänglighet.....	11
4.2.2	Målgruppsfokus.....	11
4.2.3	Destinationsutveckling och gästnattskapacitet....	12
4.2.4	Planering och etablering.....	12
4.2.5	Marknadsföring, kommunikation och besökardialog .....	13
4.2.6	Samverkan.....	13
4.2.7	Kunskapsutveckling.....	14

# 1 Inledning

Denna strategi är en revidering av Strategi för hållbar natur- och kulturturism 2009. Frågor kring turism är en angelägenhet för hela kommunen och hanteras kommunövergripande. Ansvaret för turismfrågorna ligger hos kultur- och fritidsnämnden.

## 1.1 Varför ska fler besöka Tjörn?

Tjörn är en unik kommun i ett världsunikt Bohuslän. Tjörns utbud kombinerar konst- och kulturliv i världsklass med storslagna naturupplevelser med hav, klippor, fisk och skaldjur. Med närheten till Göteborg har Tjörns kommun ett starkt utgångsläge för att attrahera fler besökare.

År 2013 listade CNN Bohuslän som världens 7:e vackraste naturområde, Tjörn omnämndes särskilt för den unika och vackra skärgården.

För kommunens del bidrar varje besökare med intäkter till näringsidkare, gagnar arbetstillfällena och genererar skatteintäkter. Turistrådet Västsverige har även visat att det finns ett samband mellan besöksnäring och inflyttning, då varje besök innebär att man utvecklar en starkare relation till en plats.

Besöksnäringen är också en viktig inkörsport till arbetsmarknaden för ungdomar och nyanlända. Det är den näring som kan erbjuda störst variation av arbetstillfällena för människor med olika bakgrund, utbildning och erfarenheter.

En attraktiv besöksnäring ger även upplevelser för boende och leder till en bättre kommersiell service året om.

## 1.2 En kraftigt växande näring

Turismen är idag världens tredje största näring. World Tourism Organisation räknar med att 1,8 miljarder resenärer reser över internationella gränser 2030 jämfört med 1,2 miljarder 2016.

Turismen är den snabbast växande basnäringen i Sverige och en viktig jobb- och integrationsmotor. Under 2016 blev exportvärdet för besöksnäringen vad gäller utländska besökare nästan 120 miljarder kronor, dubbelt så mycket som Sveriges stål- och järnexport tillsammans.

Besöksnäringen är sammansatt av flera branscher, där de största är hotell, restaurang och övrig logi, transporter samt varuhandel. Kultur, sport och rekreation är andra delar av näringen. Besöksnäringen har också samband

med övriga näringslivet. Växer övrigt näringsliv växer besöksnäringen, och omvänt kan ökad tillgång på exempelvis hotell och möjligheten att arrangera möten och konferenser stimulera tillväxten i övrigt näringsliv.

### 1.3 Arbetsprocessen

Arbetet med att utveckla strategin har skett i en bred förankrings- och arbetsprocess som involverat ett stort antal personer. Politiska företrädare, representanter från regionala turistorganisationer, näringsliv, förenings-, kultur- och friluftsliv liksom experter från flera olika berörda kommunala verksamheter har funnits med i workshops och intervjuer.

Beslutsunderlaget till strategin är en omvärlds- och trendanalys som bygger på marknadsdata, gästundersökningar, inköpt statistik, rapporter och djupintervjuer, liksom Visit Swedens och Turistrådet Västsveriges insikter om viktiga målgruppers efterfrågan. Underlaget har analyserats och komprimerats till en SWOT-analys för turismen till Tjörns kommun.

Processen i strategiarbetet har skett i fem steg:



### 1.4 Förutsättningar

#### 1.4.1 Tjörns kommuns vision och mål

Strategin förhåller sig till och stödjer kommunens vision och mål.

Visionen är ”Tjörn – möjligheternas ö hela året och för hela livet”. ”Möjligheter” handlar ytterst om en livsmiljö där varje individ kan utveckla sina ambitioner, idéer och drömmar.

Kommunens mål är att bli 20 000 invånare år 2035. Turism är ofta första steget till en livslång relation till en plats och bidrar till ökad inflyttning till kommunen.

Denna strategi lutar sig även på kommunens strategi för kulturpolitik.

#### 1.4.2 Hållbar utveckling och platsens själ

Turismen till Tjörns kommun ska präglas av ett långsiktigt och hållbart tänkande, såväl ekonomiskt som miljömässigt och socialt. Kommunen ska förädla och stärka den turistinriktade näringen och samtidigt värna om de genuina och äkta natur- och kulturvärdena som är typiska för kommunen. Destinationens utveckling ska utgå ifrån och bygga vidare på platsens själ som den definieras i samråd invånarna.

### 1.4.3 Avsiktsförklaring Ett enat Bohuslän

En avsiktsförklaring kring turismen i Bohuslän antogs politiskt i samtliga Bohusläns kommuner inklusive Tjörns kommun 2014. Det övergripande målet är att öka det ekonomiska värdet av besöksnäringen, att ge företagen ökad lönsamhet och att öka sysselsättningen.

Detta görs exempelvis genom att alla kommuner verkar för att stärka det gemensamma varumärket Bohuslän, verkar för fler besök under lågsäsong och fler övernattningar, eftersträvar hållbart resande, värnar natur- och kulturvärden liksom stärker samverkan mellan och inom kommunerna. I avsiktsförklaringen betonas ett systemtänkande: ”Nämnder, styrelser, förvaltningar och bolag beaktar och ta hänsyn till besöksnäringens förutsättningar, behov och intressen i uppdragsbeskrivningar, uppdrag och planering.”

Besluten i ”Ett enat Bohuslän” är en del av Tjörns kommuns framtida arbete med besöksnäring och turism.

### 1.4.4 Kommunens fyra roller

Turism är ingen egen bransch utan definieras utifrån besökarens konsumtion och upplevelser i en rad olika branscher och berör många funktioner inom en kommun. Sveriges kommuner och landsting (SKL) har definierat kommunens fyra roller inom turism:

**DRAGARE.** Kommunala verksamheter utgör själva anledningen till besöket eller spelar en viktig roll i reseupplevelsen. T.ex. kultur, evenemang, anläggningar, gästhamnar, naturområden, liksom ett aktivt värdskap för möten och konferenser.

**SERVICEGIVARE.** Kommunen står för service som besökarna är beroende av och som utgör stommen i en destination, exempelvis infrastruktur, kollektivtrafik, service i gästhamnar, vatten, avlopp och sophantering. Olika aktörer och organisationer samverkar med kommunen för renhållning och skötsel av allmänna platser, natur-, och grönområden. Besöksperspektivet i detalj- och översiktsplanering liksom infrastrukturplanering är centralt. Kommunen är certifierad som säker och trygg kommun.

**FRÄMJARE.** Kommunen främjar besöksnäringens utveckling genom att samordna och erbjuda mötesplatser, nätverk, samverkansprocesser, kompetensutveckling och marknadsföring.

**MYNDIGHET.** Kommunen utövar tillsyn och tillståndsverksamhet, t.ex. serveringstillstånd, bygglov och arrenden, brandtillsyn, miljötillsyn. En viktig del i tillsynsarbetet är att informera och vägleda verksamheter att

göra rätt enligt lagstiftningen. Kommunen eftersträvar att underlätta för näringsidkare och medborgare genom exempelvis skyndsam hantering.

## 2 Insikter

Nedanstående insikter är hämtade ur en omvärldsanalys inför arbetet med denna strategi.

- Tjörn har ett attraktivt utbud med unik konst i världsklass nära den fantastiska naturen. Detta, tillsammans med läget nära Göteborg och befintliga välfungerande samarbeten, ger en stor potential för tillväxt i besöksnäringen.
- För en ökad tillväxt med en långsiktig hållbar fördelning av besökare över hela året behöver strategin fokusera hårdare på att utveckla lågsäsong och övernattningar, exempelvis genom fokus på mötesindustri. Idag dominerar turismen till Tjörn under sommarhalvåret. Det totala antalet gästnätter har ökat sedan 2009. Tjörns kommun hade 59 125 gästnätter 2017. Motsvarande siffra år 2009 var 32 718.
- Infrastruktur är en nyckelfråga. Missnöje hos besökare och boende i kommunen är en riskfaktor.
- Det krävs medvetna val om vilka målgrupper som ska attraheras till kommunen och att t.ex. undvika viss bussturism där besökarna inte spenderar en krona lokalt. Insatser bör fokuseras på dem som bidrar till omsättningsökning, fler arbetstillfällen och hållbarhet.
- Bristande tillgång till arbetskraft upplevs idag som ett problem. Ökad tillgänglighet med bättre pendlingsmöjligheter liksom tillgång till boende nämns som möjliga lösningar.
- För att nå ut i en internationell konkurrens behöver Tjörn hitta sätt att fortsätta sticka ut. Turistnäringen betonar mod, innovation, unicitet och att skapa det oväntade. Ett forsknings- och utbildningscenter kring t.ex. lokala råvaror och livsmedel nämndes som en möjlighet att få besökare året om.
- Några trender i efterfrågan på upplevelser:
  - Transformerande turism** – att utvecklas, lära nytt, bli starkare, smartare, hälsosammare, få nya vänner (t.ex. hälsa/träning, natur/råvaror, konstupplevelser i framkant, kurser, djur)
  - Gästen är inte ”gäst”** – besökaren vill prova på den lokala livsstilen, lära känna lokalbefolkningen och vill inte bli behandlad som en ”turist”
  - Alla är samhällsbyggare** – FN:s hållbarhetsmål genomsyrar samhällslivet. Allt fler resenärer efterfrågar hållbarhet och att turismen gynnar lokalsamhället. Maten är en symbolfråga.
  - Det unika är lyx** – att utgå från det lokalt unika men att också

skapa något som verkligen sticker ut internationellt

**Festivalisering** – konferenser i festivalformat, allt fler festivaler ordnas; självorganisering innebär att privatpersoner lätt kan ordna festivaler

**Intressedrivet resande** – specialintressen är en viktig reseanledning

**Eldsjälmakt** – enskilda eldsjälur skapar spännande reseanledningar men är inte alltid lätta att hitta och/eller samarbeta med



#### **Besöksnäringens framtidsbild.**

Vid två workshoptillfällen fick 44 personer fördelat på tio grupper med särskild bransch- och fackkunskap om besöksnäringen på och runt Tjörn beskriva en framgångsrik framtid för turismen till Tjörns kommun. Ovanstående bild visar samtliga nyckelord som valdes. De största orden valdes av tre grupper, de näst största av två grupper.

**Ordbilden visar ett framtida besöksmål som arbetar modigt och samskapande med omtumlande och kreativa upplevelser med nära koppling till sitt ursprung och sin själ, och som ger besökaren en känsla av fritet.**



## 3 Vision, syfte och mål

### 3.1 Vision: Möjligheternas ö

”Tjörn – möjligheternas ö hela året och för hela livet”

Ur visionstexten: Ordet möjligheter handlar ytterst om en livsmiljö där varje individ kan utveckla sina ambitioner, idéer och drömmar.

För turismen innebär Möjligheternas ö:

- Ett besök i Tjörns kommun väcker drömmar till liv.
- Kommunen är öppen, mottaglig och välvilligt inställd till enskilda initiativ och förslag som skapar upplevelser som väcker drömmar till liv.
- Som en del av Bohuslän ska Tjörn vara världens mest attraktiva skärgårdsdestination. Kommunen arbetar aktivt för en hållbar och levande besöksnäring hela året.

### 3.2 Syfte och mål

Turismen ska göra fler intresserade av att bo, arbeta och etablera sig på Tjörn. Besöksnäringens utveckling ska ge attraktiva upplevelser för besökare och boende och leda till en bättre kommersiell service året om. Turismen är en självklar del av all kommunal planering och verksamhet.

Övergripande mål för besöksnäringen till Tjörns kommun:

- Tjörn ska vara ett av Sveriges mest attraktiva, hållbara besöksmål.
- Beläggningen ska öka och fördelas jämnare över året.
- Fler arbetstillfällen ska skapas.

Mätbart mål 2025:

- Antalet gästnätter ska öka med 33 procent mellan år 2015 - 2025.

Detta mål utgår från Ett enat Bohusläns mål att öka turismen till Bohuslän med 33 procent till 4 miljoner gästnätter från 2015 till 2025.

För att nå detta mål krävs fokusering, mobilisering och ett utökat utbud. Kommunens roll är möjliggörarens, att driva igång processer som blir självgående.

## 4 Strategi

### 4.1 Fokusområden

#### 4.1.1 Natur- och kulturturism

Den kulturpolitiska visionen är att konst och kultur ska genomsyra hela Tjörn. Detta gäller även turismen. Det unika med Tjörns kommun är kombinationen av konst-, kultur- och natur-/skärgårdsupplevelser med ett unikt kulturarv kring hav, fiske och gårdar. Positionen som Bohusläns kulturkommun ska fortsätta byggas genom denna kombination och genom att hålla internationell klass.

Tjörn ska också vara en plats för skapande, samskapande och lärande kring konst, havet, råvarorna och annat som är specifikt för Tjörn.

Natur- och kulturturism omfattar även evenemang, ett prioriterat område för att skapa reseanledningar under perioden september–maj. Evenemang är också prioriterat i kommunens strategi för kulturpolitik, där fokus ligger på kulturarrangemang och events med bredd och spets hela året.

#### 4.1.2 Möten och konferenser

En viktig förutsättning för hållbar tillväxt i besöksnäringen under perioden september–maj är mötesindustrin, i form av kongresser, konferenser, affärsmöten och gruppresor. Mötesindustrin ska nu prioriteras genom produkt- och affärsutveckling kring Tjörns unika värden och tillgångar.

### 4.2 Strategiska utvecklingsområden

Turismens utveckling är inte bara en uppgift för kultur- och fritidsförvaltningen, utan för hela kommunen och alla berörda aktörer och intressenter. När alla drar åt samma håll får vi skjuts av de synergieffekter som uppstår.

Det krävs krafttag för att uppnå tillväxt under perioden september–maj. Strategin pekar ut behovet av fokusering, samverkan och utveckling. Resultat kommer först märkas om några år. Tillväxttakten bör följas upp inom tre-fyra år. Om den inte ökar bör strategi och handlingsplan ses över.

Nedan strategiska utvecklingsområden följer kommunens fyra roller: Dragare, Servicegivare, Främjare och Myndighetsutövare.

#### 4.2.1 Tillgänglighet

Infrastruktur liksom fysisk och digital tillgänglighet är centrala frågor för både besökare och boende.

En ökande belastning under sommartid kräver också översyn och justering för att ge en god service och undvika konflikter.

En ökad turism kräver samhällsinvesteringar, planering, tillsyn och skötsel av vägar, parkeringsplatser och färjetransporter till öarna. Till detta kommer hamnar, badplatser, cykel- och vandringsleder, vatten, toaletter och avlopp, renhållning med mera. Naturen är en viktig tillgång som kräver skötsel samt produktutveckling för att fortsatt vara attraktiv.

För att attrahera besökare under september–maj behöver Tjörn kunna nå via en för turismen fungerande lokal- och regional trafik. Samordning och dialog krävs för att nå förbättrade öppettider, service och utbud under lågsäsong.

I all planering ska hänsyn tas till tillgänglighetsperspektivet.

#### 4.2.2 Målgruppsfokus

Kommunen ska rikta sina resurser mot de individer och grupper som har stor potential att välja Tjörn och som bidrar till ökad omsättning och fler arbetstillfällen, på ett hållbart sätt.

Inom privatresande tillämpar Turistrådet Västsverige de målgrupps- och segmentsval som genomförts av VisitSweden. Tjörn ska utnyttja kraften i de prioriteringar som Turistrådet gör och tillämpa i alla sina verksamheter. Målgruppen ”Den globala resenären” är VisitSvens huvudmålgrupp, med särskilt intresse för upplevelser i Sverige. Inom målgruppen finns **målgruppssegmentet ”Nyfikna upptäckare”**. Nyfikna upptäckare bedöms ha störst intresse för Tjörns utbud<sup>1</sup>. Det finns även potential i att attrahera fler **Göteborgare**, liksom **intressegrupper** med intressen som matchar utbud och aktiviteter där det finns särskilt stora nätverk och attraktionskraft på ön, t.ex. inom konst.

Företagsmöten och konferenser är centrala för ökning av antalet besökare under perioden september–maj. Kommunen ska utveckla en plan för samverkan kring utveckling av mötesindustrin på Tjörn.

---

<sup>1</sup>Nyfikna upptäckare är ett segment inom målgruppen Den Globala Resenären. Turistrådet prioriterar nyfikna upptäckare för Bohuslän både vad gäller svenska och utländska besökare. Fokusmarknader i utlandet är i nuläget Norge, Danmark, Tyskland och Storbritannien.

### 4.2.3 Destinationsutveckling

Tjörn behöver lyfta fram och utveckla fler reseanledningar som sticker ut internationellt och som sträcker sig över hela året. Med fler reseanledningar ökar chanserna för att gästerna väljer att stanna längre. Utvecklingen bör anpassas efter målgruppens behov, vara hållbar för både boende och besökare, erbjuda gott värdskap, hålla hög kvalitet och samtidigt utgå från Tjörns unika tillgångar, havet, klipporna, råvarorna, kulturen och platsens själ.

Tjörn har hittills haft förmågan att satsa och sticka ut, med ikonerna Nordiska Akvarellmuseet, Skulptur i Pilane och Tjörn Triathlon. Men ska turismen öka, får innovationen inte stanna upp. Det kommer krävas nyheter som väcker intresse varje år. Att integrera hållbarhet, konst i framkant, lärande och självutveckling är viktigt för nya koncept. Liksom att integrera nya delar med det befintliga utbudet, även med utgångspunkt från vinden, kylan och mörkret. Utvecklingen bör också förhålla sig till ett ökande engagemang i hållbarhet och samhällsfrågor.

Företags- och produktutveckling genomförs av turistiska organisationer och besöksnäringen. Kommunen bistår med nätverksarbete.

Utvecklingen av starka mötesplatser med fullgod service i alla delar, mogna för export och med internationell attraktionskraft blir möjligt med ett systemiserat affärsutvecklingsarbete liksom översyn av tillgänglig gästnattskapacitet. Liksom för privatmarknaden spelar produkternas kvalitet och koncept stor roll. I strategin för kulturpolitik nämns särskilt mötesplatser för kulturella och kreativa näringar.

Utveckling av mötesindustrin måste ske i tät samverkan med övrigt näringsliv och samhällssektorer, vilka skapar förutsättningar för resan eller mötet.

### 4.2.4 Planering och etablering

Ett ökat antal övernattnings inom både privatresande och mötesindustri kräver ökad kapacitet för boende liksom mötesplatser där möten kan genomföras.

Turismen är en viktig del av näringslivspolitikerna. För att fler attraktiva verksamheter ska etableras behöver kommunen se över sin del av nödvändigt risktagande liksom samverka kring stöd till nyetableringar inom besöksnäringen.

Nya anläggningar inom boende och möten kommer behövas men de måste också skapa unika och hållbara reseanledningar, och bli destinationer i sig för att driva besök under lågsäsong. Expertkunskap om vad som krävs behöver integreras i bygglovsfasen, för bedömning av potentiell attraktionskraft för besökare och mötesarrangemang, driftsfrågor liksom hållbarhet ur ett besöksnäringssperspektiv. Innovation

och hållbarhet värderas högt. Även ur ett turistiskt perspektiv kan temporära lösningar ibland vara mer attraktivt än permanent byggnation, då det kan skapa flexibilitet och nyhetsvärde.

Kommunen ska beakta turismen i översiktsplanering och detaljplaner. Kommunens företrädare för besöksnäringen ska bidra med kunskap och synpunkter när dessa planer arbetas fram.

Besöksnäringen behöver arbetskraft för att kunna växa och för att detta ska vara möjligt behövs fler boenden och goda pendlingsmöjligheter.

#### **4.2.5 Marknadsföring, kommunikation och besökardialog**

Fokus i kommunikationen utåt är att attrahera prioriterade målgrupper.

Turistmarknadsföring och kommunikation av Tjörn från kommunens sida ska tillämpa den gällande varumärkes- och kommunikationsplattformen för Bohuslän. Kommunen ska kommunicera Tjörn utifrån dess unika profil och själ. Tjörns kommuns unika roll inom destinationen och varumärket Bohuslän behöver också förtydligas, för att skapa särskiljning och en stärkt position inom Bohuslänsarbetet.

Numera sker kommunikation i stor utsträckning digitalt och präglas av dialog. Innehåll till sociala medier skapas idag både av besökarna liksom av främjande aktörer som Södra Bohuslän Turism. Att göra en reseupplevelse digitalt tillgänglig och delningsbar i sociala medier är ett kompetensområde som behöver utvecklas inom besöksnäringen. På detta område gör Turistrådet Västsverige, Södra Bohuslän Turism samt vissa aktörer ett viktigt arbete idag.

Det personliga mötet med besökarna, genom turistbyrån, är ytterligare en värdefull möjlighet till dialog och främjande av Tjörn i relation till besökarna.

#### **4.2.6 Samverkan och partnerskap**

Kommunen har en samordnande och nätverkande funktion i turismfrågorna. Tjörns kommun ska vara en kunnig och serviceinriktad samarbetspartner i frågor som rör besöksnäringen.

Kommunen ska bidra till utveckling av nätverk med nya aktörer och hjälpa till att stärka de befintliga nätverken, såväl internt – inom och mellan kommunala verksamheter – som externt, med närings-, kultur- och föreningsliv, inklusive evenemangsproducenter och arrangörer. Samverkan gäller lokalt och regionalt men kan även bedrivas nationellt och internationellt.

Kommunen ska vara uppdragsgivare, partner och kravställare i relation till det regionala turismbolaget Södra Bohuslän Turism AB, eller

motsvarande. Denna strategi är styrande via avtal mellan parterna för uppdraget.

För att ovanstående ska vara möjligt behöver kommunen fortsätta engagera och mobilisera invånarna genom att tillhandahålla mötesplatser och nätverk för att stärka sammanhållningen och värdskapet. Med den kulturpolitiska ambitionen att bli en konstkommun i världsklass blir även konstnärliga nätverk en viktig tillgång för Tjörn inom både privatresande och mötesindustri.

En ökad turism ska komma invånarna till gagn och måste ske med deras aktiva stöd och medverkan. Kommunen skapar medvetenhet om nödvändigheten av turismutveckling och uppmuntrar invånarna att själva aktivera sina nätverk och bjuder in till besök.

#### **4.2.7 Kunskapsutveckling**

Kommunen ska beställa fakta, undersökningar och forskningsrapporter om turismens utveckling och relevanta besökarmålgrupper via regionala samarbetsorganisationer. Kommunen ska se över möjligheten att samla in kunskap om befintliga besökares bild och upplevelse av Tjörn, tillsammans med Turistrådet Västsverige. Kommunen ska ansvara för god omvärldsbevakning av utvecklingen inom besöksnäringen.

Kunskapen ska spridas bland politiker och tjänstemän inom kommunen, liksom i nätverken av företagare, hos föreningslivet och till andra berörda intressenter.

Turistnäringen behöver utbildning i digital tillgänglighet, vilket genomförs i samverkan med Turistrådet Västsverige och Södra Bohuslän Turism eller motsvarande.