



# Plan för turismnäringen i Nordmalings kommun

Fastställd av kommunfullmäktige den 17 juni 2003

## Bakgrund

Turismens betydelse för den positiva samhällsliga utvecklingen blir allt mer tydlig. Längre har den offentliga sfären haft fokus på "turistkronor" och "turistföretag" men glömt de verkligt stora effekterna av en väl fungerande turismnäring; den som bidrar till att skapa positiva attityder och värderingar för den egna hembygden. I tider då norrlandskommuner kämpar emot total nedläggning kan en rätt använd turismnäring hjälpa till att vända den negativa spiralen.

En flitigt frekventerad bygd är mer populär som boende- och etableringsort, än en ort med få besökare, enligt färsk rapport. Det finns alltså potentialer i turismnäringen att i hög utsträckning bidra till en attitydförändring för den egna hemmiljön. I många stycken handlar det om att bryta invanda föreställningar och "hemmablindhet". Kan människor utifrån se positiva bilder hos oss, så ökar möjligheterna för ett eget uppvaknande.

För att kunna åstadkomma positiv utveckling av vår samhällssituation i Nordmalings kommun, såväl i fråga om näringsliv som i samhällsservice, krävs gemensamt krafttag. I olika dokument och pågående arbeten tydliggörs besöksnäringen som en viktig faktor för att "lyfta" kommunen som helhet. Bland de viktigaste kan nämnas:

- *Framtid Nordmaling*  
Genom ett brett engagemang för den lokala utvecklingen har ett dokument om Nordmalingsbygdens förutsättningar (styrkor), möjligheter, hot och svagheter arbetats fram. Enligt det stora flertalet respondenter i undersökningen har besöksnäringen goda utvecklingsmöjligheter i vårt område. Man ser turismnäringen som en viktig del i det övriga näringslivet.
- *KraftProcessen*  
Arbetet med en stark destination och professionella näringsidkare intresserar inte bara på lokal nivå, utan kan bli en framgångsfaktor för hela regionen (Umeåregionen). Genom att tillsammans vara tydliga i det budskap som kommuniceras och hitta "våra" målgrupper, kommer vi att kunna nå ännu fler potentiella besökare och investerare. Det arbete som sker i KraftProcessen blir vägledande för mål- och visionsformuleringar även på den lokala nivån.
- *RegionTuristbyrån*  
Ett arbete som redan är igång och fastlagt i avtal är RegionTuristbyrån (se bil). Det är Umeåregionens kommuner som gemensamt satsar resurser i en Regionturistbyrå som



skall samordna den turistiska verksamheten i fråga om extern marknadsföring och utbildningsinsatser. Här är det fråga om ett konkret arbete som skall utföras. Avtalet gäller i två år fr o m mars 2002 och förnyas löpande med två år i taget.

I inledningen pratade vi om besöksnäringens effekter för den allmänna samhällsutvecklingen och att en populär besöksort också tenderar att vara en populär boendeort. Det är ett faktum som vi bör ta på största allvar. Ökade befolkningssiffror – eller i bästa fall – en stagnation i utflyttningen, få givetvis stor effekt på samhällsapparaten i stort.

Besöksnäringen ger också positiva effekter på våra natur- och kulturmiljöer. Besöksverksamhet gynnar ett öppet landskap liksom besök är en förutsättning för att få ekonomi till underhåll av intressanta kulturmiljöer.

Man talar i besöksnäringen om primära och sekundära turistföretag. De *sekundära* är de företag som indirekt påverkas av att besöksfrekvensen i området ökar. Bensinstationer och dagligvaruhandlare tillhör gruppen sekundära turistföretag. Till dem kan också bilverkstäder och i stort sett all annan form av handel räknas. Denna grupp har goda förutsättningar att växa, och nya näringar skapas, om det totala besöksantalet ökar.

Med nya människor i vår bygd har också kommunen och dess intressenter goda möjligheter att locka till sig företag och verksamheter.

## **Nulägesbeskrivning**

I de dokument som har producerats från ovanstående grupperingar får vi en skarp bild av hur vi uppfattar vår situation i Nordmaling. Bland bygdens styrkor uppfattas havsläget, marina friluftslivet, småbåtshamnar, älvfiske och jakten. Vårt geografiska läge nämns också flera gånger, nära E4 och flygförbindelser, som en möjlighet för besökare att nå vårt område.

Vårt områdes svagheter har också preciserats, kanske de viktigaste delarna att känna till för att kunna bli handlingskraftig. Det som bland annat nämns är brist på kund- och marknadskännedom, avsaknad av varumärke/profil, ojämn kvalitet i utbudet och frånvaro av samlad marknadsföringsstrategi.

## **Syfte**

Med utgångspunkt i ovanstående kan vi utläsa att behovet av en långsiktig och genomtänkt lokal plan för turismen som näring är av största intresse. Från alla håll kommer signaler på möjligheterna. För att kunna gå vidare krävs en tydlig politisk viljeinriktning.

Syftet med denna plan är att säkerställa kommunens delaktighet i regionens vision för turismnäringen. Syftet är också att kunna säkerställa kommunens delaktighet och medverkan i regionens samarbete. Planen skall kunna ligga till grund för politiska och tjänstemannamässiga beslut i frågor som berör turism.



## Metod

För att nå det önskade resultatet med fler besökare måste näringen i sig själv utvecklas på många sätt. De produkter som erbjuds kunderna måste vara konkurrenskraftiga och professionella.

Ytterst viktigt är att hitta destinationens profil för att effektivt kunna marknadsföra sig till vissa målgrupper. Att vara ”bra” på allt och rikta sin marknadsföring till ”alla” är ointressant. Knappast någon kommer att uppfatta budskapet om Nordmaling eller UmeåRegionen som lockande eller unikt. Uttrycket ”man ser inte skogen för alla träd” gäller här.

För att åstadkomma en tydlig profil är samsyn inom näringen en nödvändighet. Inom ramen för KraftProcessen arbetas just nu med en profil för externmarknadsföring som skall kunna vara gångbar inom hela UmeåRegionen. Det är viktigt att vi i Nordmaling ser vår roll i detta och kan tillämpa de rekommendationer som kommer från KraftProcessens arbete.

Samsyn och samarbete går hand i hand. Att samarbeta och dela uppfattningar om hur en produkt skall formas gynnar naturligtvis besöksnäringen. Därför är det av största vikt att näringen och kommunen kan hitta samarbetsformer, likaså att näringen själv kan samarbeta på bästa sätt.

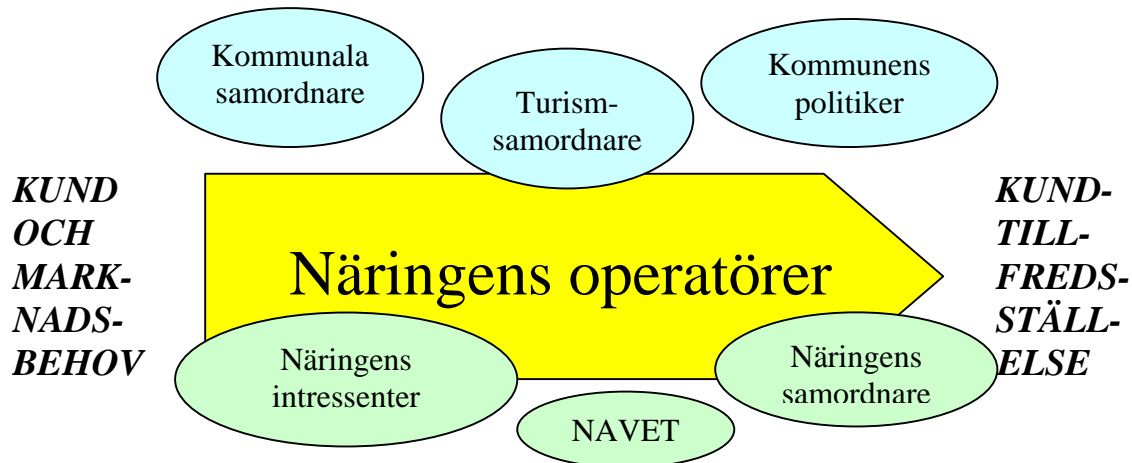
Ytterligare en viktig faktor i utvecklandet av besöksnäringen är att förnya strukturerna kring ”affärsmissigheten”. Många verksamheter som skulle kunna drivas i företagsform sker inom föreningslivet och på ideell basis. Här skulle istället arbetstillfällen kunna skapas. Att utbilda sig som företagare för att stärka sin position, att våga ta betalt för service och tjänster, är viktiga faktorer för en stärkt näring.

## Organisation

Huvudansvaret för marknadsbearbetning, genomförande och kundtillfredsställelse ligger naturligt på turism- och besöksnäringens operatörer. Dock kan dessa aktörer inte agera kvalitativt och med bibehållen lönsamhet, om inte åtgärderna genomförs i samverkan inom i första hand näringen själv, men inte minst med de kommunala verksamheterna och kommunens politiker.

Tydlighet i roller och ansvarsområden är det primära och en gemensam uppfattning om turism- och besöksnäringens betydelse för kommunen och dess innevånare och näringsidkare är också av största vikt. Både från kommunens sida och från näringens sida finns ett klart behov av strukturerade och tydliga informationskanaler, utsedda företrädare med klara ansvarsområden och ramar och utsedda samordnare av respektive verksamhet med delegerade befogenheter. Fokus bör ligga på näringens operativa ansvar, och på kommunens strategiska stödjande.

Se bild på nästa sida.



## Mål

För att få genomslag med målen och så småningom kunna se konkreta resultat krävs att intresset för målen delas av kommunen och näringen – att det blir ett gemensamt intresse. Neringen är överens om att turismneringen på ett mycket tydligt sätt kan bidra till att följande mål förverkligas i Nordmalings kommun. Dessa mål är också näringens mål:

- Bibehållen och utökad servicegrad i tätort och landsbygd för såväl boende som besökare.
- Ökade förutsättningar genom att fler företag och arbetstillfällen skapas.
- Höjd omsättning bland befintliga företagare och bland de som berörs av besöksneringen.
- Ökad turismomsättning i kommunen.
- Förbättrade ”turismprodukter” genom bättre distribution, samarbete, kvalitet och paketering.
- Utvecklad ”affärsmässighet” genom att förnya företagsstrukturerna inom turismbranschen.
- Ökad intern stolthet bland våra egna medborgare för att de i sin tur skall ”sälja” kommunens sevärdheter både mot turister men också mot potentiella nya bofasta.

## Strategier

Hur skall målen uppfyllas? Vi tror på ett antal strategiska riktlinjer för att nå resultat:



- För att nå maximalt nyttjande av resurserna bör samverkansgrupper skapas inom kommunens olika områden/förvaltningar såväl som inom näringen själv.
- För att säkerställa ett långsiktigt och strukturerat arbete med turismen i kommunen bör en turismsamordnare tydliggöras och fastställas.
- För att förverkliga en besöksnäring med fokus på långsiktig hållbarhet, god tillgänglighet och med hög kvalitet bör en konkret marknadsplan tas fram, gemensam för kommunen och näringens intressenter.
- För att tydliggöra turismens potential för kommunen och näringen bör dels en kvalitativ omvärlds- och marknadsanalys genomföras, dels en inventering av det befintliga turismutbudet.
- För att säkerställa en positiv utveckling av turismen bör kommunen tillsammans med näringen skapa ett kompetensutvecklingsprogram för näringens intressenter och operatörer.

### **Aktiviteter**

I följande uppräkningslista av aktiviteter ger vi exempel på sådant som är viktigt att klargöra och få till stånd för det fortsatta arbetet. Vi talar både om vad som faller på kommunen att arbeta med och vad som åligger näringen själv att ta itu med.

Uppdrag till kommunen:

- Initiera och besluta om roller och ansvar för kommunala samverkansgrupper.
- Initiera och samordna arbetet med att ta fram en långsiktig marknadsplan.
- Medverka aktivt i framtagandet av analyser och inventeringar.
- Fastställa roller och ansvar vid gemensamma marknadsföringsåtgärder av dels kommunen som bostads- och etableringsort, dels som besöks- och turistort.
- Skapa en funktion i kommunen för intern marknadsföring av kommunens verksamheter, natur- och kulturtillgångar, näringar och organisationer
- Klargöra huvudmannaskap och ansvar för Lögde- och Öreälvslederna, både vad gäller drift, underhåll och marknadsföring.
- Initiera och samordna samverkans- och nätverksinsatser mellan aktörerna för att marknadsföra kommunens kultur- och naturmiljöer.
- Definiera i samverkan med näringen behoven av skyltning/information vid kommungränserna, längs E4 och de stora tillfartsvägarna, och inne i samhällena, samt besluta och åtgärda.



Uppdrag till näringen:

- Inventera och lista befintliga turistoperatörer och intressenter, och lägga in dem i företagsregistret.
- Initiera och organisera en stark entreprenörsföreningen för turism- och besöksnäringen i kommunen.
- Skapa samverkansgrupper inom turism- och besöksnäringen.
- Fastställa gemensam vision och profil för näringens operatörer.
- Genomföra en kvalitativ marknads- och omvärldsanalys.
- I samverkan med kommunen skapa ett kompetensutvecklingsprogram för turistnäringens operatörer och intressenter.
- Skapa struktur och rutiner för kontinuerliga utbytes- och erfarenhetsträffar.
- Analysera och tydliggöra näringens medverkan i en framtida servicebyrå.
- Analysera och tydliggör möjligheterna att skapa ett fiskecentra i kommunen.