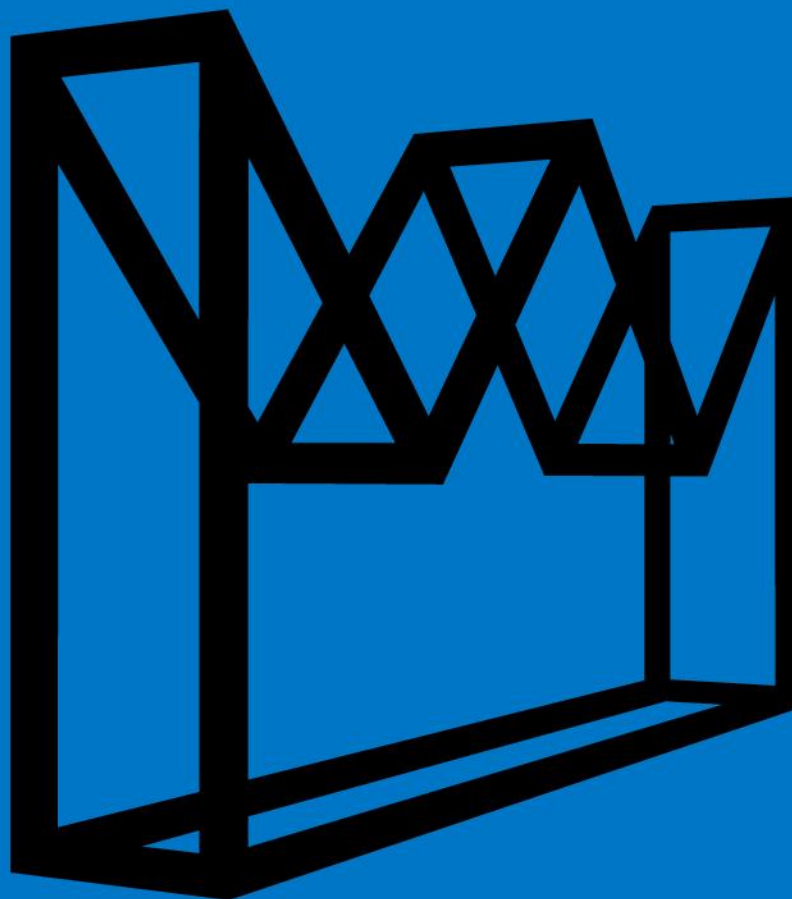


# Skärgårdsstrategin

Möte på Tessinska palatset den 29 april 2014

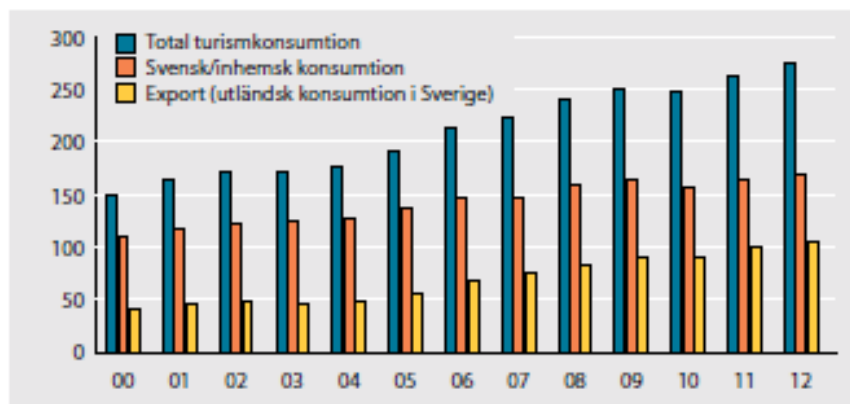


# Turismens/besöksnäringens storlek i Sverige

## Turistsatelliträkenskaperna, Tillväxtverket och SCB, 2012

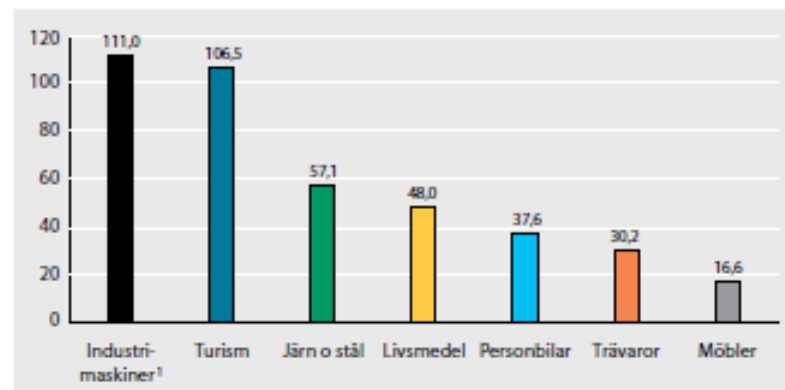
- Turismkonsumtion 274 miljarder kronor, varav
  - inhemsk konsumtion 168 miljarder kronor
  - utländska besökare 106 miljarder

Turismkonsumtion i Sverige (löpande priser, miljarder kronor)



Källa: Tillväxtverket/SCB

Turismens exportvärde (utländska besökares konsumtion i Sverige) 2012 i jämförelse med exportvärden för några viktiga varuområden (miljarder kronor)

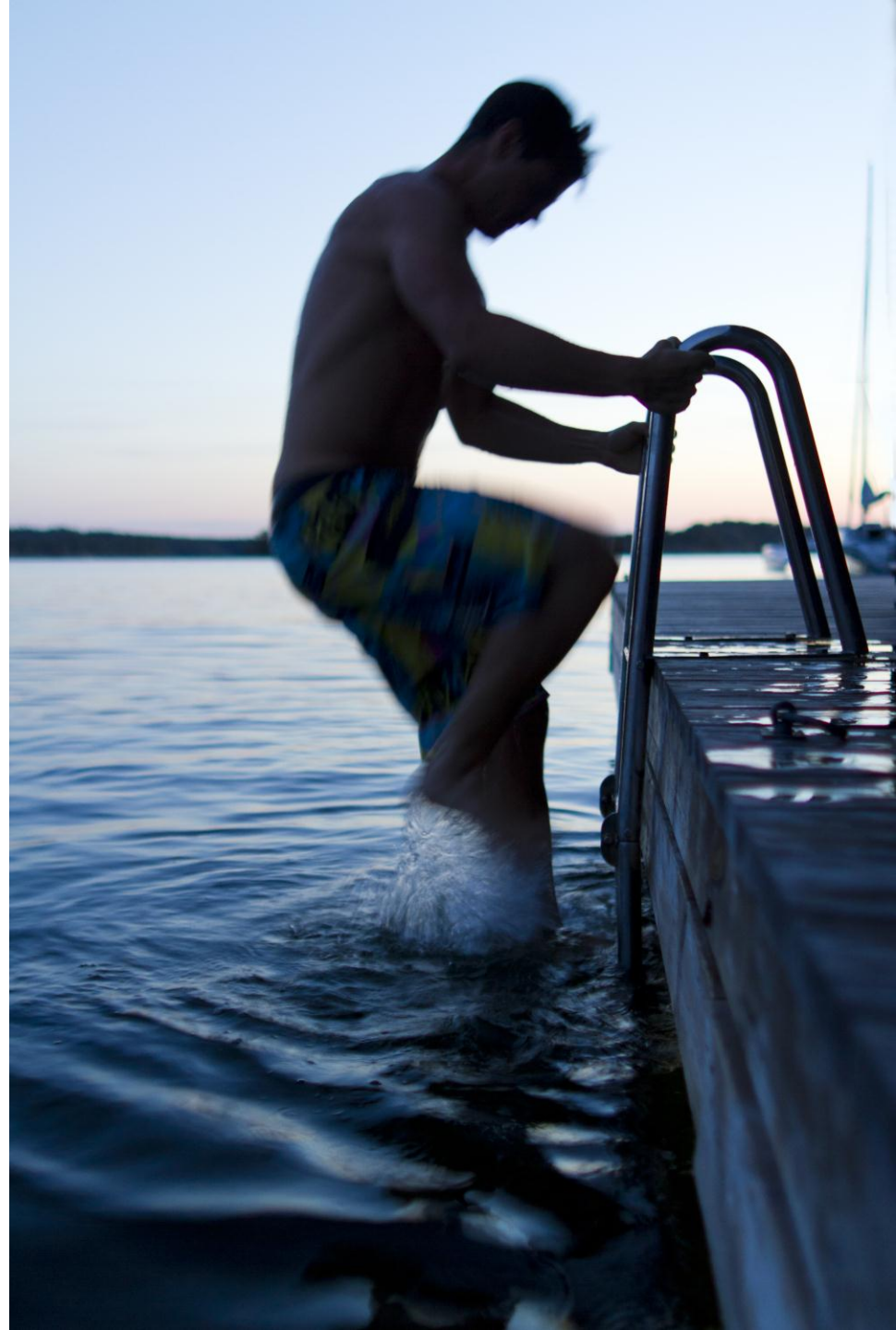


<sup>1</sup> Kraftalstrande maskiner, för särskilda industrier och för metallbearbetning

Källa: Tillväxtverket/SCB

## Skärgårdsstrategin

- Förstudie 2011-2012
- Destinationsutvecklingsprojekt:  
*Destinationsutveckling av Stockholms skärgård för internationella marknader*  
2012-2014
- Förslag till framtida samverkan 2015-



År	Period	Aktivitet
2011	Nov	<ul style="list-style-type: none"> <li>Möte på Tessinska palatset. Projektstart Förstudie</li> </ul>
2012	Jan - dec	<ul style="list-style-type: none"> <li>Förstudien genomförs enligt projektplan</li> </ul>
	April - juni	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tillväxtverket utlyser medel för <i>Hållbar destinationsutveckling</i></li> <li>Urval av fem destinationer – <i>Stockholms skärgård</i>, Kiruna, Åre, Vimmerby och Bohuslän</li> <li>Blir klart att varje destination disponerar 10 mkr + 10 mkr i kontant medfinansiering</li> </ul>
	Sept - dec	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uppstartsmöte på Länsstyrelsen med projektets parter</li> <li>Konstituerande styrgruppsmöte</li> <li>Samordningsarbete kring gemensam aktivitetsplan</li> <li>Förstudien klar – godkänns av styrgruppen</li> <li>Styrgruppen godkänner <i>Strategidokumentet</i> med Vision och mål</li> <li>Tillväxtverket godkänner formellt ansökan</li> </ul>
2013	Jan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Styrgruppen godkänner fördjupad aktivitetsplan</li> </ul>
	Feb - dec	<ul style="list-style-type: none"> <li>Delprojektplaner arbetas fram, operativa utvecklingsinsatser påbörjas</li> </ul>
2014	Jan - april	<ul style="list-style-type: none"> <li>Operativa insatser i ett intensivt skede – fokus på produktutveckling</li> </ul>
	29 april	<ul style="list-style-type: none"> <li>Möte på Tessinska palatset</li> </ul>
	Maj - sept	<ul style="list-style-type: none"> <li>Operativa utvecklingsinsatser fortsätter och avslutas</li> </ul>
	Okt - dec	<ul style="list-style-type: none"> <li>Projektavslut och rapportering</li> </ul>
2015-		<ul style="list-style-type: none"> <li>Fortsatt arbete i Skärgårdsstrategin?</li> </ul>



# Skärgårdsstrategin

Vision 2030: Stockholms skärgård - året-runt-destination i världsklass

Fokusområde 1:  
Skärgård och storstad  
i samverkan

Fokusområde 2:  
Fler och längre säsonger

Fokusområde 3:  
En hållbar besöksnäring

Samverkan,  
organisering  
och  
finansiering

Identitet och  
kommuni-  
kation

Ökad  
attraktions-  
kraft

Möten och  
evenemang

Innovation  
och  
hållbarhet

Företagande  
och  
kompetens

## Målsättningar 2020

**baserade på Stockholmsstrategin, med basmätningar från SCB och Grufman Reje/Bisnode**

År 2020 ska Stockholms skärgård ha:

1. god lönsamhet i besöksnäringen med:
  - 1,7 miljoner kommersiella gästnätter (+50%)\*
  - jämnare beläggning och större ökning av utländska gästnätter än svenska
  - en omsättning på 7,9 miljarder i den turismrelaterade delen av näringslivet (+80%)
  - ett förädlingsvärde på 2,9 miljarder (+100%)
  - 5 000 årsverken (+50%)
2. implementerat metoder för hållbar besöksnäring och vara känd som föregångare inom hållbar destinationsutveckling

*\* Inkluderar Södertälje där antalet skärgårdsanläggningar blivit för få för att kunna mätas. Bör revideras.*

# **Stor efterfrågan på att uppleva Stockholms skärgård**

## **Enkät i Stockholms city, sommaren 2012**

- 6 av 10 utländska Stockholmsbesökare planerar att besöka skärgården under sin vistelse
- Av övriga kan 9 av 10 tänka sig att åka till skärgården i framtiden

## **Intervjuer på tre marknader, USA, Tyskland, UK, i målgrupperna DINK:s, WHOP:s och Active Family, Essen International, 2013**

- 7-10 av 10 känner till Stockholm (högst kännedom i UK)
- 3-4 av 10 känner till Stockholms skärgård.
- 97 procent kan tänka sig att åka till skärgården om de åker till Stockholm

# **Hur stort är intresset för att besöka Stockholms skärgård?**

## **Enkät på Waxholmsbåtar (returresa), sommaren 2012**

- 9 av 10 utländska besökare skulle rekommendera just denna resa till en vän
- 7 av 10 utländska besökare vill även besöka ett annat besöksmål i Stockholms skärgård

## **Potentialanalys, Visit Sweden, våren 2013**

Våra starkaste potentialmarknader är

- USA
- Tyskland
- UK
- Norge

## **Begreppsanalys, Essen International, våren 2013**

**"Stockholm Archipelago"** rankas högst som engelskspråkigt begrepp på dessa marknader



# Målgruppsanalys, Visit Sweden, 2014

**Totalt = 100%, 11 länder, 16 000 intervjuer** (Fi, Dk, No, Ty, Fr, It, NI, Sp, UK, USA, Ry)

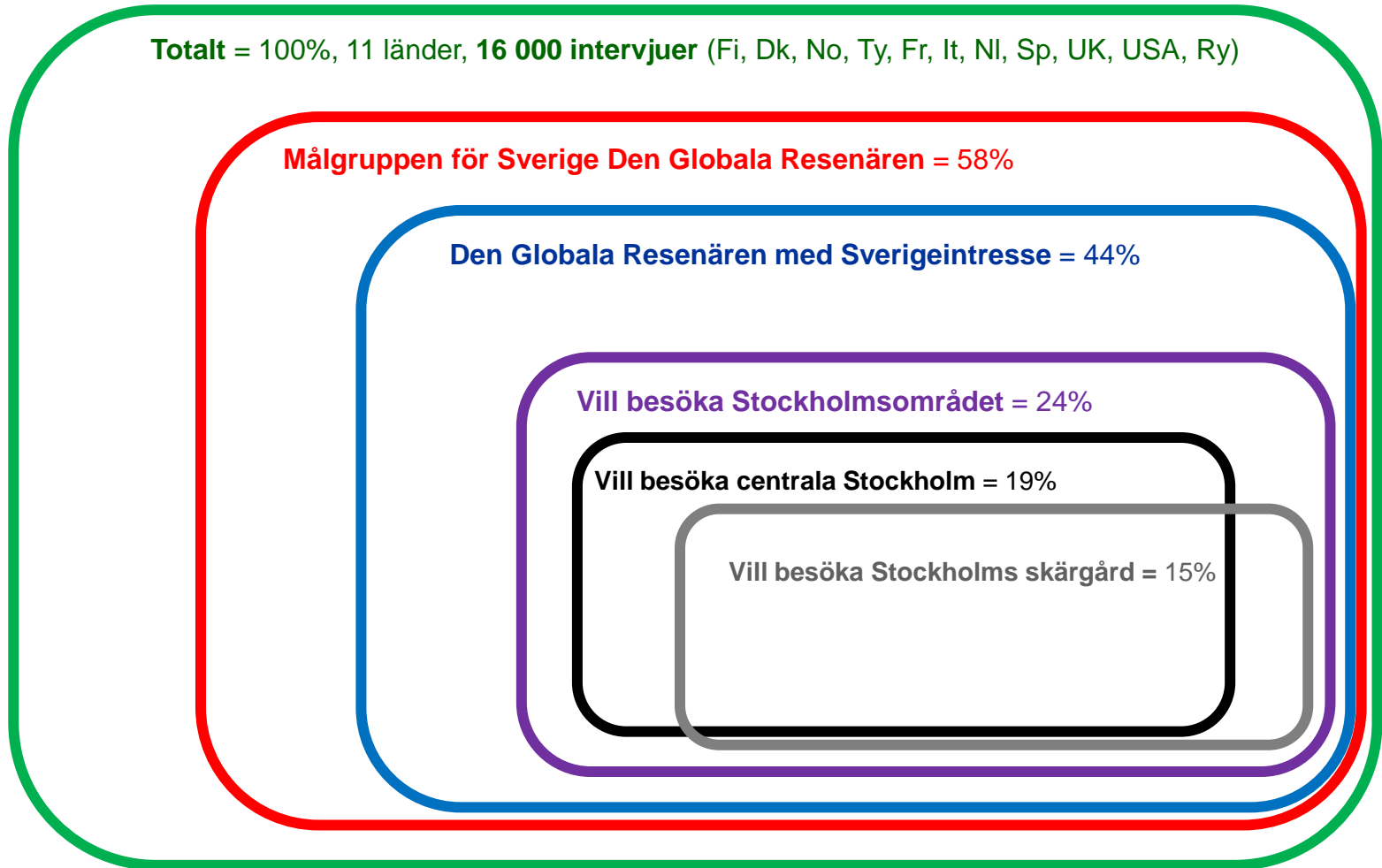
**Målgruppen för Sverige Den Globala Resenären = 58%**

**Den Globala Resenären med Sverigeintresse = 44%**

**Vill besöka Stockholmsområdet = 24%**

**Vill besöka centrala Stockholm = 19%**

**Vill besöka Stockholms skärgård = 15%**



**I mycket hög grad samma personer som vill besöka centrala Stockholm och skärgården, med samma drivkrafter:  
Storstad, kultur, kulinariska upplevelser, utomhusupplevelser.**



## **Personer som vill besöka Stockholms skärgård vill:**

- även besöka centrala Stockholm
- resa under maj-september
- vara i Sverige 5-7 dagar
- bo på hotell, gärna 4-stjärnigt
- vara aktiva och uppleva
  - naturguidningar och vandringar
  - kultur och kulturhistoria
  - lokal matkultur
- Letar information främst via sökning på Internet, nationella turistorganisationers webbplatser, resehandböcker/reseguidar

# Sammanfattning - Fiktiva citat från samtliga 5 länder



- Natur, natur, natur!



- På min rundresa i Sverige vill jag  
uppleva allt, allt, allt!



- Stockholms skärgård,  
är det SVENSKT,  
då vill jag dit!



- Stockholm! Shopping!  
Valuta för pengarna!  
- Svensk natur är inte  
mycket att ha men  
skärgården vill jag gärna se.



- På min rundresa i Sverige  
kan jag tänka mig att  
besöka skärgården också  
(men jag är ganska  
ointresserad av  
utomhusupplevelser)

# Hur ser utvecklingen ut?

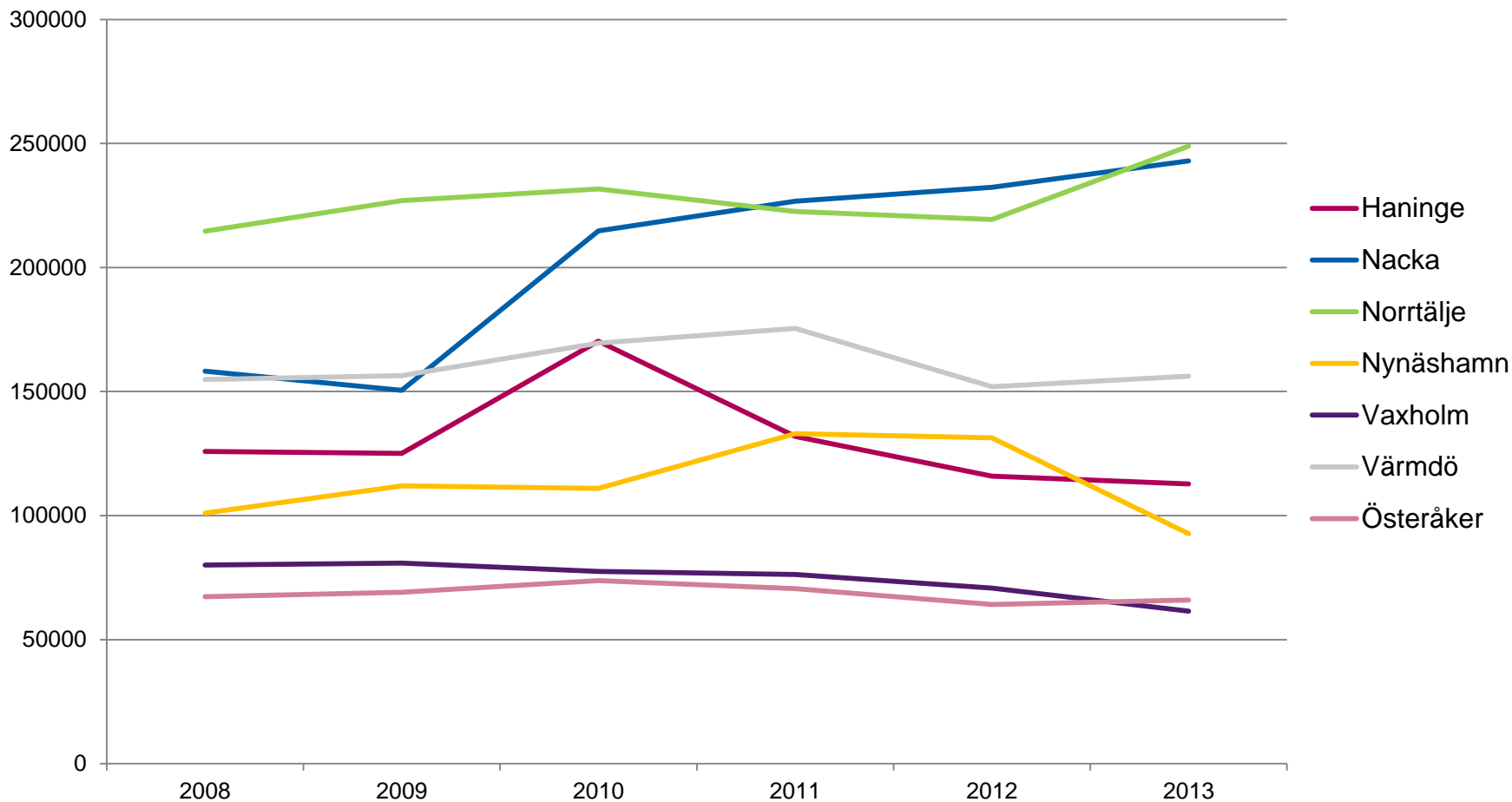
## Nyckeltal, den turismrelaterade delen av näringslivet i skärgårdsdelen (kustnära postnummerområden) av sju skärgårdskommuner

	2008	2009	2010	2011	2012
Omsättning (tkr)	4 234	4 255	4 765	4 809	4 946
Förädlingsvärde (tkr)	1 311	2 329	1 571	1 531	1 601
Antal anställda	3 272	3 289	3 419	3 434	3 742
Antal företag (aktiebolag)	623	657	722	789	842

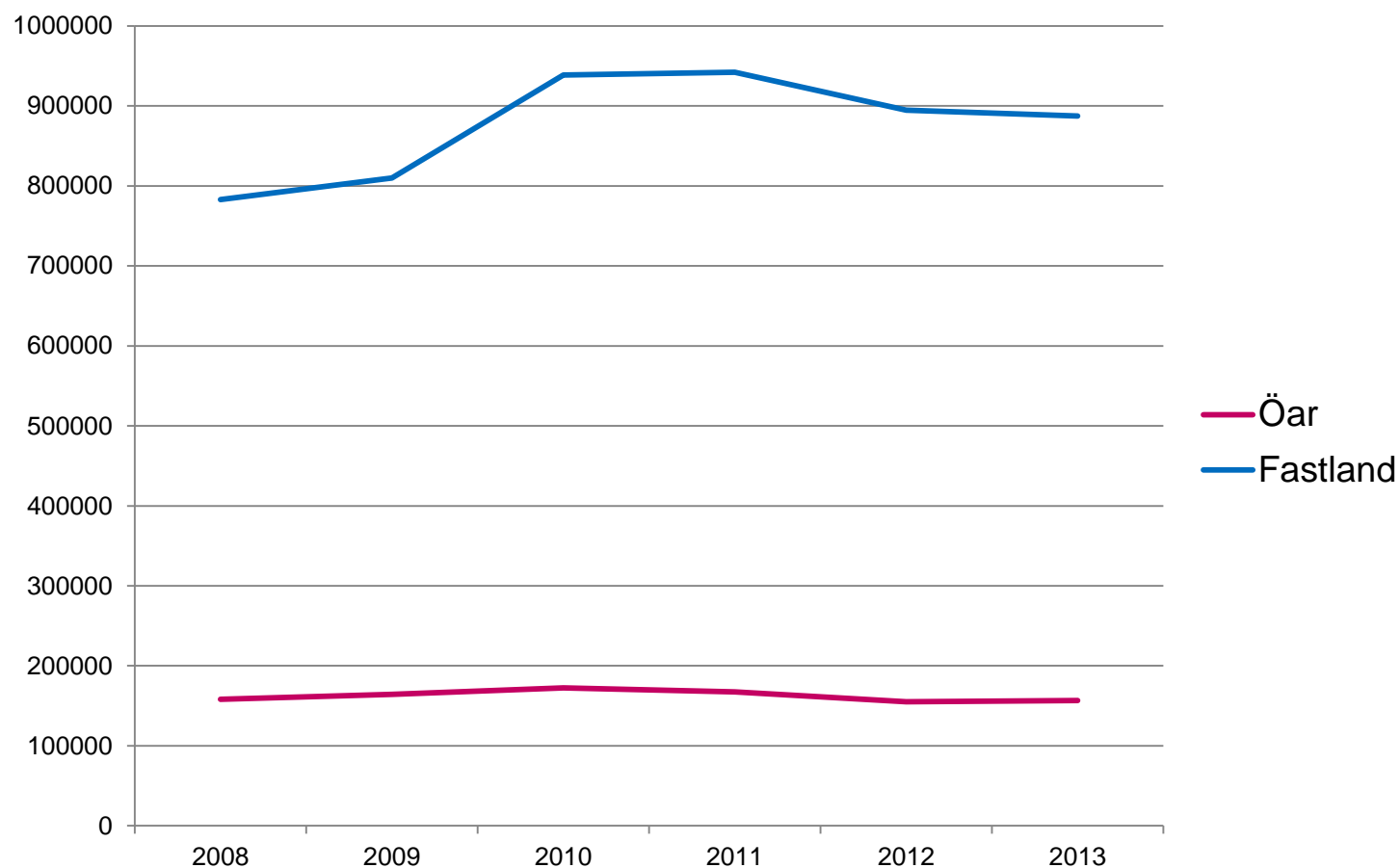
Källa: Bisnode/Grufman Reje, mätningen baserad på SNI-kodsbaserad definition av den turismrelaterade delen av näringslivet från Tillväxtverket.



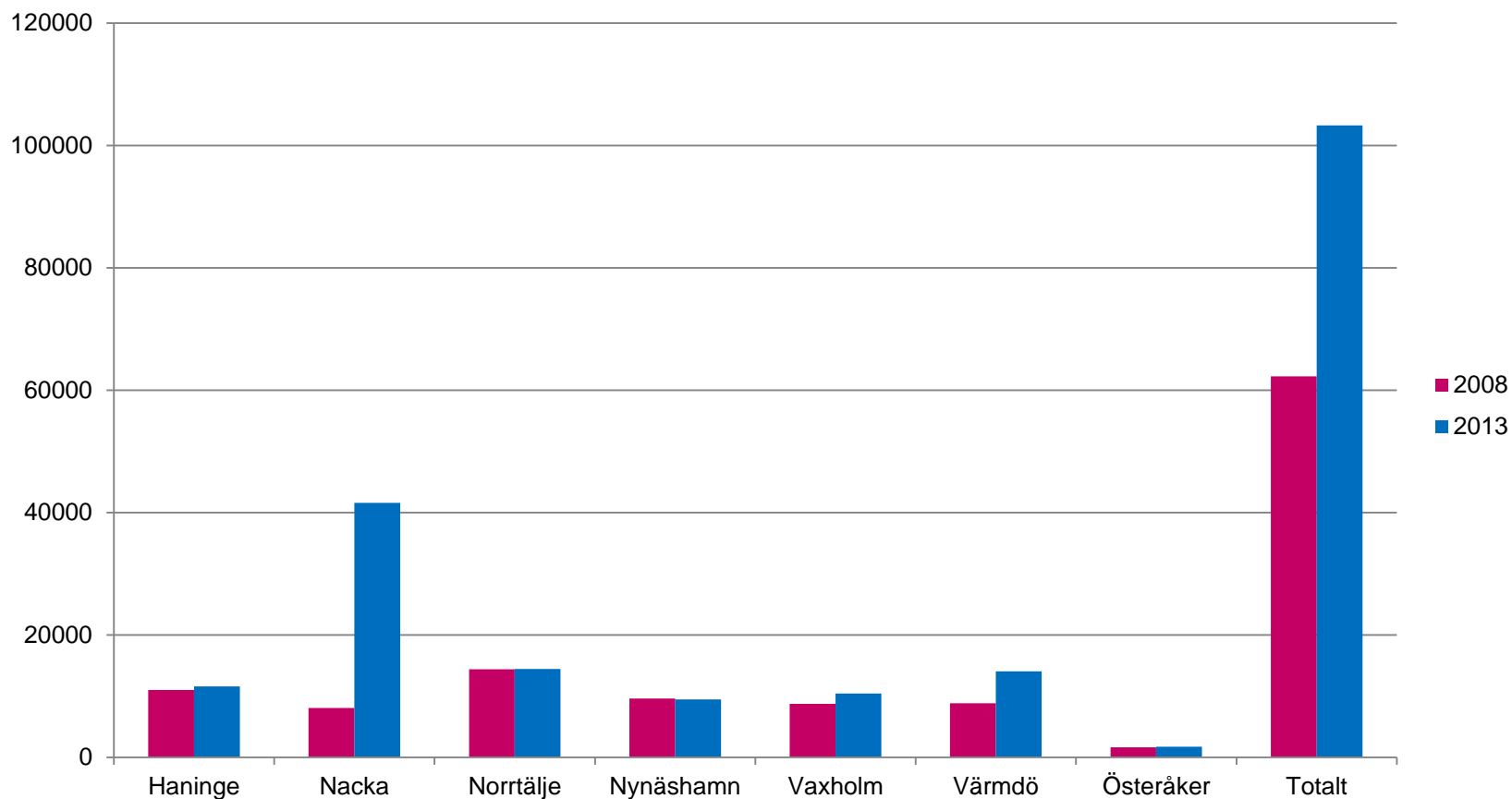
## Utveckling gästnätter på hotell, stugbyar, campingplatser och vandrarhem i Stockholms skärgård (kust och öar) 2008-2013



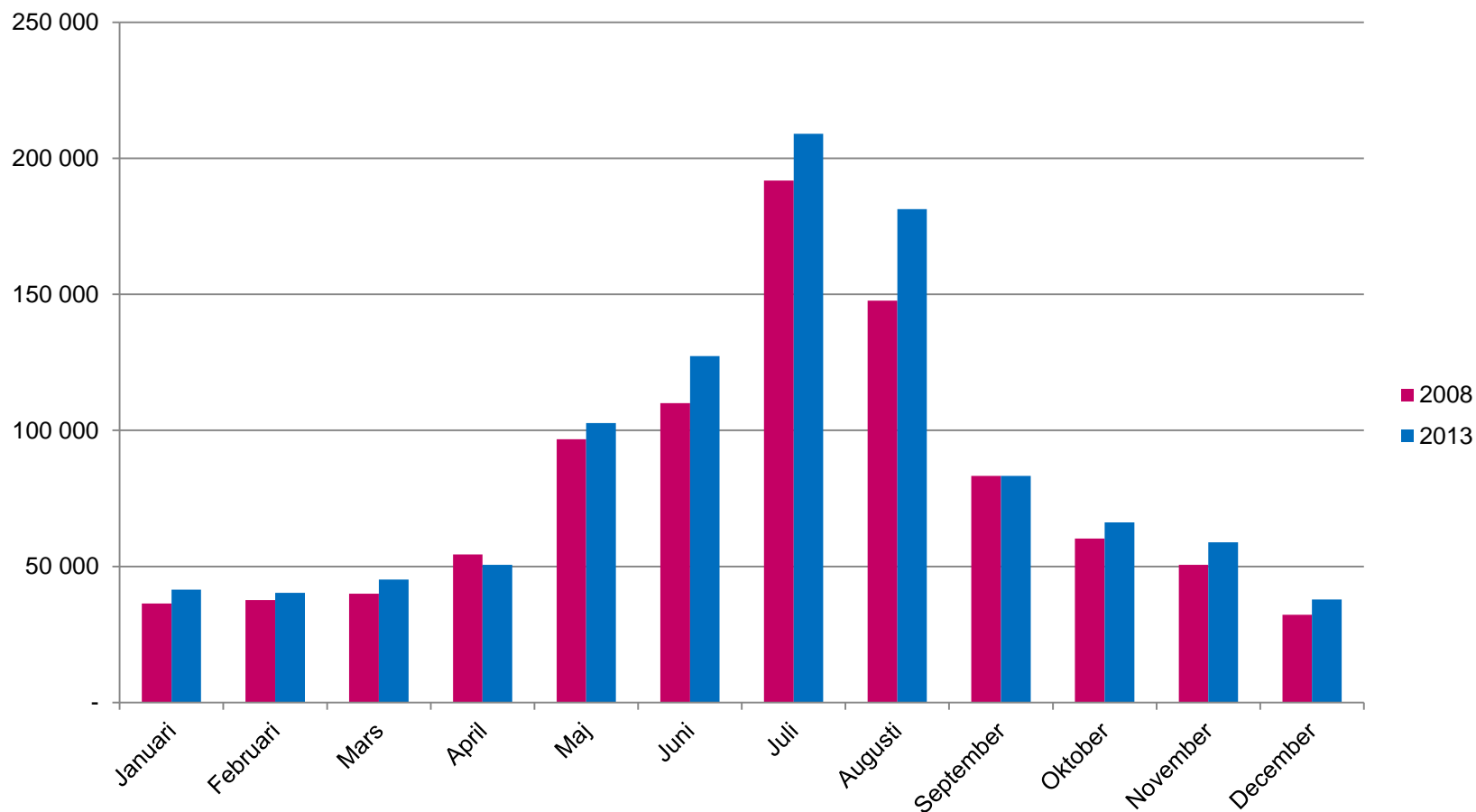
## Utveckling gästnätter på hotell, stugbyar, campingplatser och vandrarhem i Stockholms skärgård, öar resp. fastland, 2008-2013



## Utveckling utländska gästnätter, 2008 och 2013, +66%



## Utveckling fördelad över året, 2008 och 2013



# Destinationstvecklingsprojektet



## Projektmål 2014

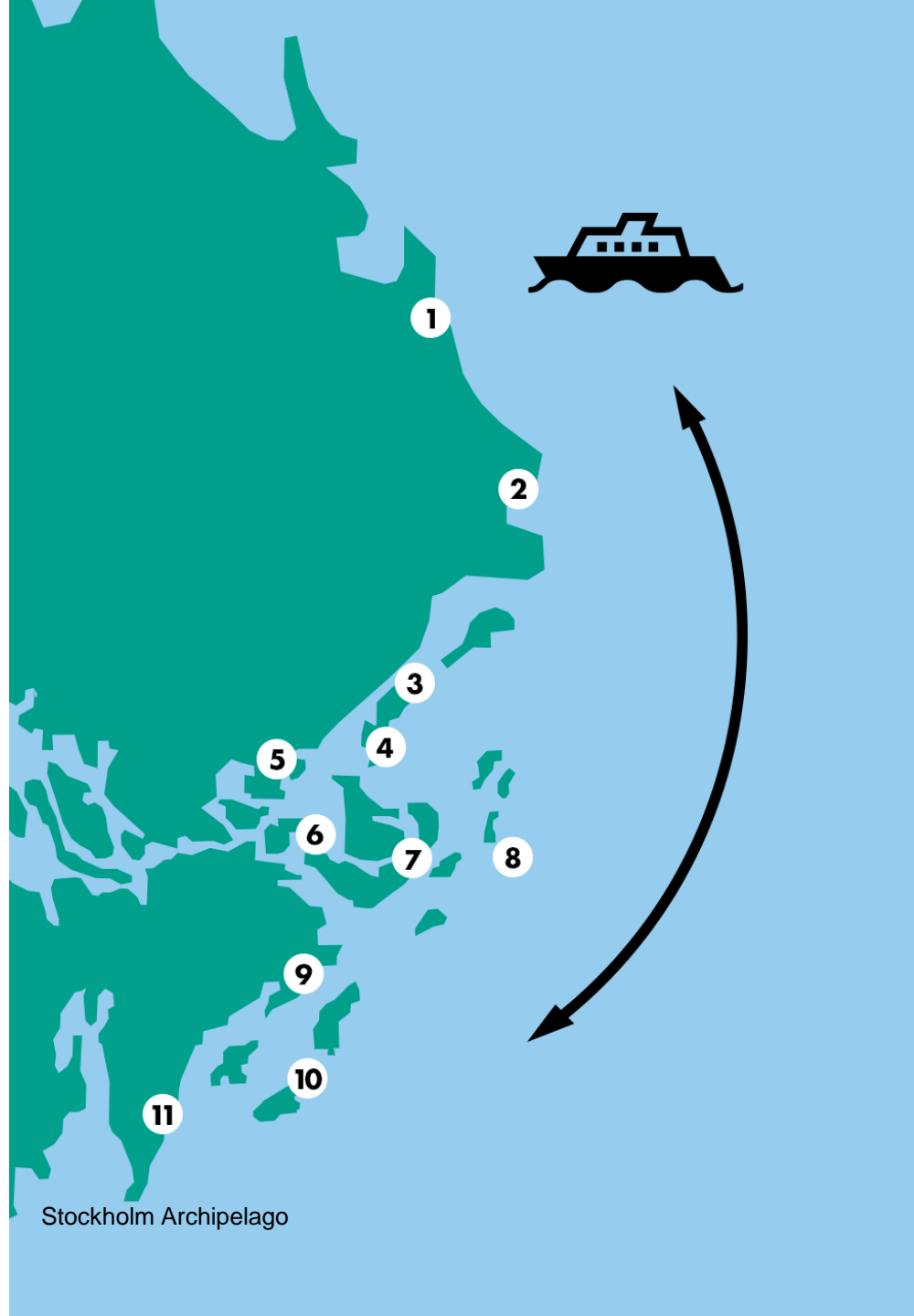
År 2014 ska Stockholms skärgård ha:

1. en etablerad, väl känd och driftsatt **gemensam vision, målbild och strategi** avseende besöksnäringens fortsatta utveckling
2. **påbörjat en målinriktad destinationsutveckling på utvalda platser** i samverkan med Stockholm Visitors Board – inklusive fastlandsbaserade platser
3. ha **gjort konkreta satsningar på internationella besökare under perioder som idag är lågintensiva** samt tagit fram nya produkter för försäljning under dessa perioder
4. skapat en **gemensam plattform för internationell marknadsföring**



## Deldestinationer

1. Grisslehamn
2. Norrtälje med skärgård
3. Ljusterö/Siaröfortet/Wira Bruk
4. Grinda
5. Vaxholm
6. Sjönära Nacka/Gustavsberg
7. Stavsnäs/Djurö
8. Sandhamn
9. Dalarö
10. Utö
11. Nynäshamn/Landsort
12. Platser längs nord-sydlinjen



## Vilka har jobbat?

- **16** projektparter
- **150** företag (cirka 170 personer)
- **50** personer från föreningslivet
- **30** personer från kommuner och offentlig sektor
- **30** övriga



## Hur ofta?

- **88** lokala destinationsworkshops
- **15** kunskaps- och värds-kapsseminarier
- **5** seminarier i innovationsprocessen
- **30** individuella träffar och **40** coachtillfällen i innovationsprocessen
- **4** gemensamma workshops för gemensam kommunikationsplattform
- **25** delprojekt som bygger på nätverk och lokala eller samordnade grupper





## Destinationsutveckling

**Att skapa en fungerande helhet**  
**Destinationssamverkan**  
**skärgård-storstad**

- 7 skärgårdskommuner
- Stockholms stad
- Länsstyrelsen
- Landstinget inkl. sjötrafiken
- Skärgårdsstiftelsen
- Statens fastighetsverk
- Näringsliv
- Föreningsliv
- Politisk samordning
- Styrgrupp
- Arbetsgrupper
- Samordning och stimulans på ett högre plan (exempelvis genom *Hållbar Destinationsutveckling*)

## Stödsystem

**exempel från**  
**Skärgårdsstrategin**

- Gemensam strategi
- Utvecklingsmodell för det lokala arbetet
- Analyser
  - Marknad och målgrupp
  - Utbud
- Kommunikationsplattform
- Gemensamma seminarier
- Verktyg (mallar och instruktioner)
- Swedish Welcome
- Incitament och konkreta leveranspunkter/säljtillfällen
- Samordningsgrupp
- Processledarteam
- "Kansli mitt i"
- Stödsystem genom SBR/SVB

## Produktutveckling

**Att utveckla ett attraktivt innehåll**  
**Entreprenörskap, lokal samverkan och förtroende**

- Lokala destinationsgrupper
- Lokala produktgrupper
- Grupperingar mellan olika platser/ företagstyper
- Enskilda företag

## Några konkreta resultat



# Välmående nära stan

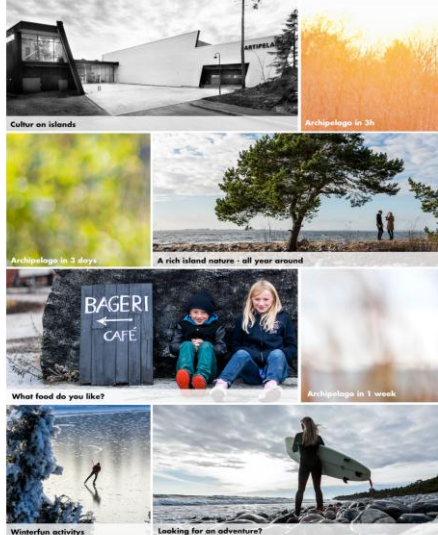
Närheten till Stockholms stad gör skärgården tillgänglig för alla. Välmående är den gemensamma nämnaren i vårt samlade erbjudande.

1. Naturupplevelser
2. Kultur
3. Regional matkultur
4. Äventyr

**Close yet a world away.**  
Only 20 minutes away from Stockholm city central there is a world of over 30,000 islands.

Find your perfect archipelago vacation with Skärgårdsstaden, click right here → **EXPLORE AND BOOK YOUR STAY**

Or you can have a quick look below and see a small selection of what we have to offer. Get inspired!



Sidof - från betan

## Stockholm Archipelago for Travel Trade 2014-2015

**Stockholm**  
The Capital of Scandinavia

Stockholm's archipelago is a world away from the city, yet only a short trip away. The archipelago is filled with rural yet rich.

easy all year long have their merits, as do the Stockholm archipelago. Santa Monica bar, neverthe-

**Close yet a world away.**

Nature

### Adventure 05

Experience the very exotic winter adventure - ice yachting! Just pull the sheet and silently accelerate across the ice. Ice yachting in a Blokart or Isabella is quick and easy to learn. sailing is a thrilling challenge you will bring back home as a positive memory.

### Ice yachting



Availability:	☀ ☁ ☔ ❄
Duration:	3 Day
Frequency:	Every other Sunday
Transportation:	90 mins.
Price:	1399,00 kr (Coaching and safety equipment included)
Good to know:	Languages: English, Swedish, German

**Recommended accommodation:**  
Ellisla Lodge  
The house is situated on mainland Värmdö on a flat level just 15 meters from the sea in the south.  
Phone: +46 700 313200  
Email: info@ellisla.se  
Website: http://www.ellisla.se

**Sjöbjörnsgränd, The Sea cabins**  
The Sea cabins are two buildings, each containing three 4 bed apartments.  
Phone: +46 8542 465 12  
Email: info@sjobjornsgrand.se  
Website: www.sjobjornsgrand.se

### Regional food 03

We have a desire for good food & tasteful drinks. Come out and visit us, eat a tasty lunch or enjoy a delightful dinner at our archipelago restaurant by the ocean.

### Fejan



Availability: ☀ ☁ ☔ ❄

Stockholm Archipelago

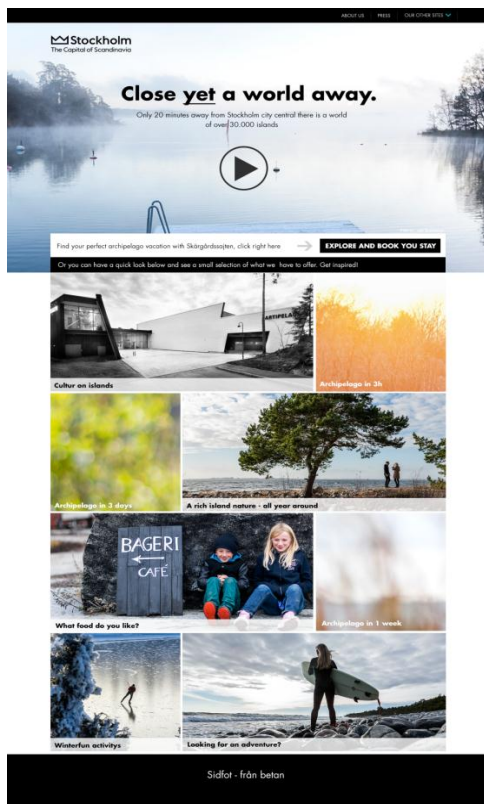


- Kompetens- och affärsutvecklade företag
- Cirka 100 nya produkter/upplevelser inom våra fyra teman
- 30 av dessa kvalitetssäkrade som exportmogna...
- ...finns med i utbudet till Swedish Workshop 11-13 maj
- Digital produktpärm, B2C + B2B
- Outdoor Academy, september 2014
- Nya nätverk och samarbeten
- Goda exempel på myndighetssamverkan under ledning av Tillväxtverket
- Förslag till Framtida samverkan



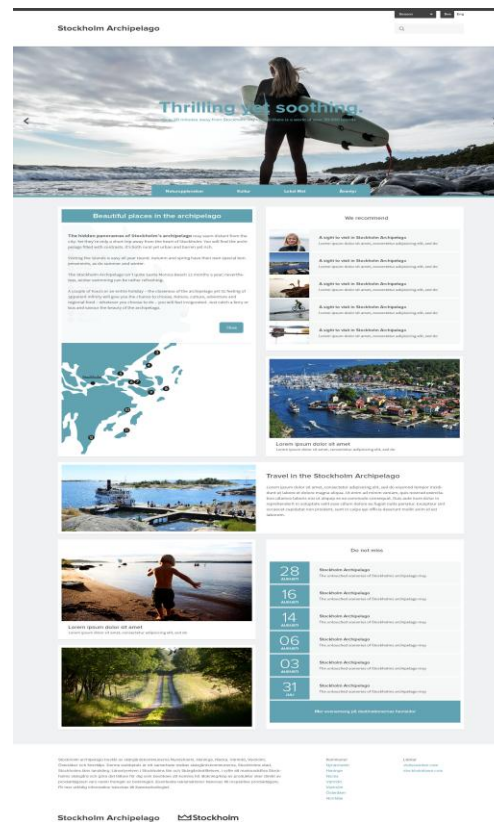
## Skärgårdsfönster på Visit Stockholm

- Inspirerar och väcker nyfikenhet
- Berikar och breddar bilden av Stockholm
- Driver kvalificerad trafik till skärgårdswebben
- 3 miljoner unika besökare per år



## Gemensam webbportal för skärgården

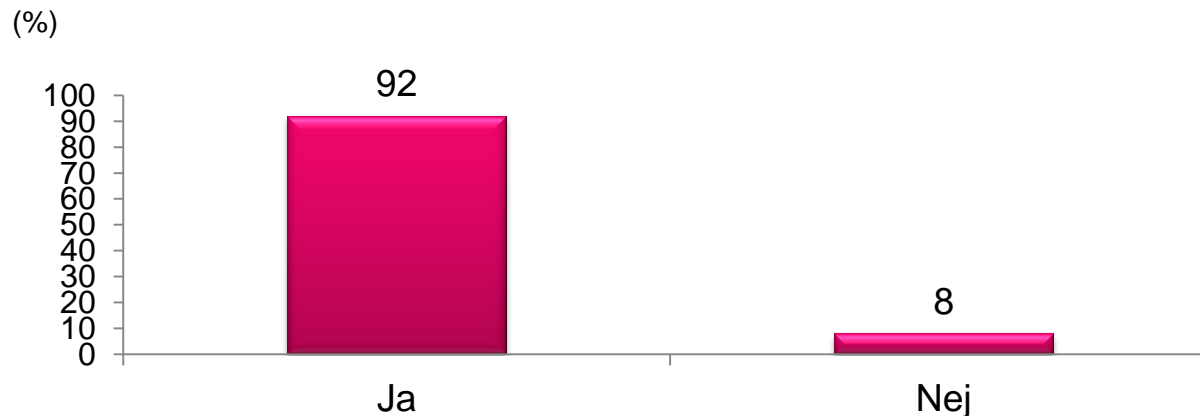
- Kopplar ihop befintliga lokala webbplatser
- Gemensam databasstruktur
- Samlad, strukturerad information
- Driver trafiken vidare till lokala webbplatser



## Utvärdering av Skärgårdsstrategin och projektet

- 124 respondenter (44%)
- 75 företagare, 14 föreningslivet, 35 offentlig sektor

Känner du till att aktörer och parter i Stockholms skärgård har en gemensam vision, målbild och strategi avseende besöksnäringens fortsatta utveckling i Stockholm?



Hur väl instämmer du med följande påståenden? (Skala 1-10)	Medelvärde
Skärgårdsstrategins insatser kommer att bidra till fler svenska och internationella besökare i Stockholms skärgård... ...på kort sikt (2014 och 2015)	6,1
...på längre sikt	7,8
Skärgårdsstrategins insatser kommer att bidra till en förlängd besökssäsong	7,1
Jag kommer själv aktivt fortsätta arbetet utifrån det som genomförts i Skärgårdsstrategin med syfte att förlänga säsongen och attrahera fler internationella besökare	7,9
Det arbete och den samverkan som sker inom ramen för Skärgårdsstrategin är ett bra sätt att utveckla Stockholms skärgård som destination för internationella målgrupper.	8,3
...skapa ökat företagande och ökad sysselsättning i Stockholms skärgård	8,0

Hur viktigt är det för dig med gemensamma funktioner för Stockholms skärgård för insatser mot internationella målgrupper vad gäller... (Skala 1-10)	Medelvärde
... gemensam profilering och varumärke	7,6
... gemensamma marknadsaktiviteter	7,9
... destinations- och produktutveckling	8,1
... en skärgårdsgemensam webbplats	8,3
... bokningssystem	6,7
... information om skärgården och dess turistprodukter	8,8
... administration och bemötande av tredje part: "en väg in"	7,8

## Vad är viktigast för dig?

Att projektet inte dör i och med november 2014 utan att vi **inom kort får veta i vilken form arbetet fortsätter**, och att vi ser att SVB och Visit Sweden tar in Skärgården på ett annat sätt än tidigare.

Tydligt visad **uthållighet** från Skärgårdsstrategin över tid. Viktigt att det inte bara är ett projekt, utan att det är en löpande process. **Fortsatt engagemang i form av finansiering, support och expertis.**

Att vi **höjer oss över "what's in it for me"-tänkande**, och i stället tänker i gemensamma och långsiktiga tankebanor.



## **Mest frekventa önskemålen inför framtiden**

- Helhetstänkande och regional samverkan
- Långsiktighet – fortsättning efter 2014
- Organisering – offentligt och näringsliv
- Stödjande infrastruktur – transporter, vägar, VA etc.
- Regler och regeltillämpning
- Finansiering
- Säljkanaler

# Organisering för fortsatt skärgårdssamverkan



Skärgårdsstrategins  
vision år 2030:

**Stockholms skärgård –  
en året-runt-destination i  
världsklass**



Stockholm Archipelago



## Målsättning 2020

- + 50% kommersiella gästnätter\*
- + 80% omsättning
- + 100% förädlingsvärde
- + 50% årsverken
- Ha implementerat metoder för hållbar besöksnäring
- Vara känd som föregångare inom hållbar besöksutveckling

\* Säsongsförlängning samt fler utländska gästnätter



Stockholm Archipelago

## Förutsättningar

- *Fortsätta* det regionala samarbete som har påbörjats genom Skärgårdsstrategin
- Organisering som gör det möjligt att nå de målsättningar som utarbetats inom Skärgårdsstrategin
- Stockholm och skärgården tillsammans

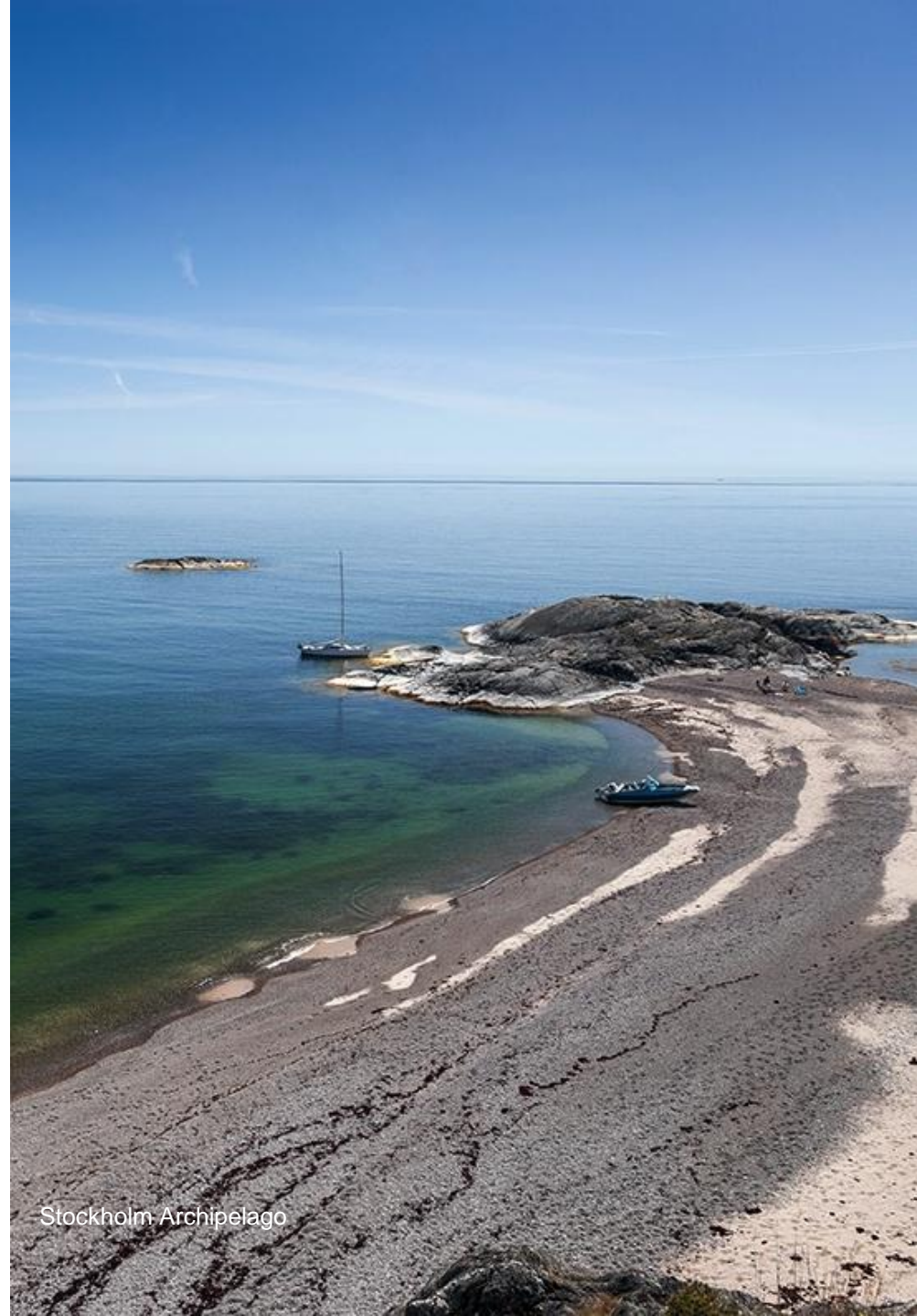


Stockholm Archipelago



## Förslag

- Enkel organisation
- Samarbetsavtal mellan skärgårdens offentliga aktörer
- Nära samverkan med de lokala destinationerna/turistorganisationerna
- Nära samverkan med näringen
- Långsiktig ambition (3 år<)



Stockholm Archipelago

## Offentliga aktörer i samverkansorganisationen

- Skärgårdskommunerna\*
- Stockholms stad
- Landstinget
- Länsstyrelsen
- Skärgårdsstiftelsen
- Waxholmsbolaget

\* Nynäshamn, Haninge, Nacka, Värmdö, Vaxholm, Österåker och Norrtälje. Möjlighet för fler skärgårdskommuner (t ex Södertälje, Tyresö och Lidingö) att ansluta.





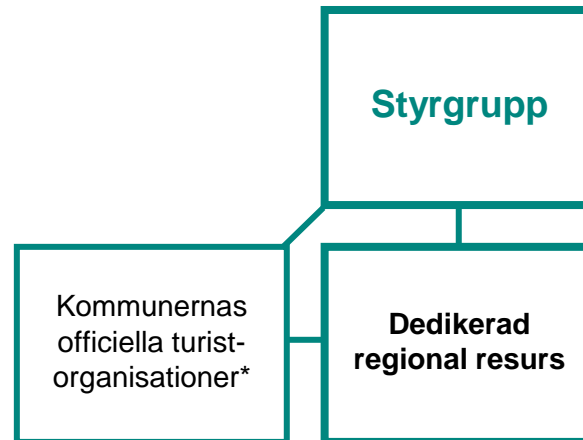
# Rollfördelning offentlig organisering, kommuner och näringsliv

- **Samverkansorganisationen** skapar förutsättningarna för en stark *regional* besöksnäring
  - Regional samsyn
  - Verktyg och processer för regionalt samarbete (kommuner och företag)
  - Marknadsför skärgården som helhet
- **Kommunerna** ansvarar för den *lokala* destinationsutvecklingen, infrastrukturen och samarbetet med de lokala företagen
- **Näringsen** står för reseanledningarna. Lokalt, delregionalt och regionalt.



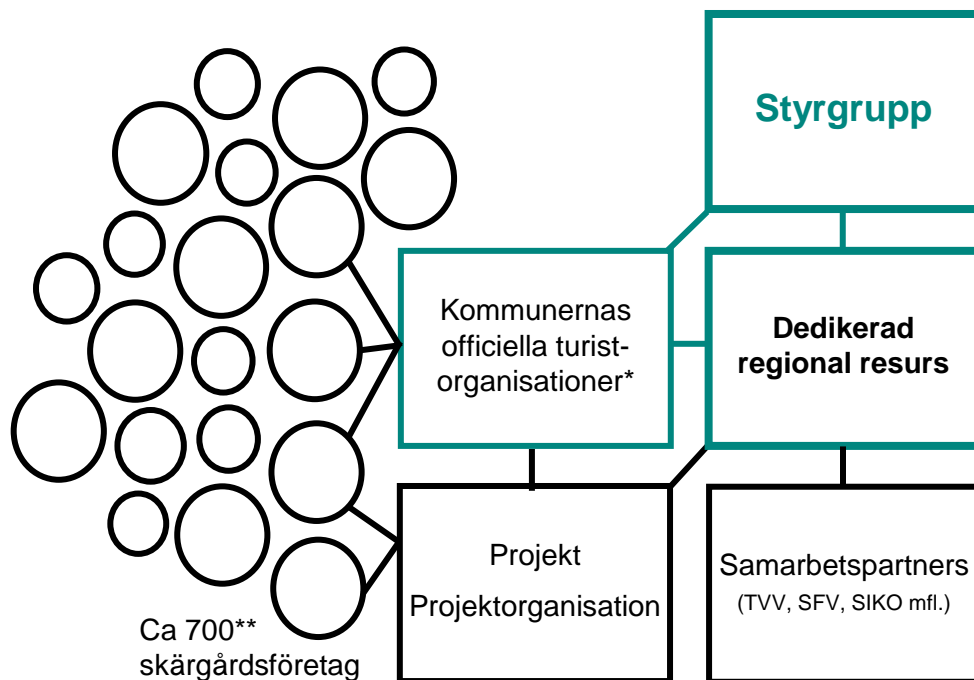
Stockholm Archipelago

# Förslag på organisering för fortsatt samverkan



\* Visit Nynäshamn, Haninge Turistbyrå, Nacka Turistbyrå, Visit Värmdö, Vaxholms turistbyrå, Visit Roslagen.

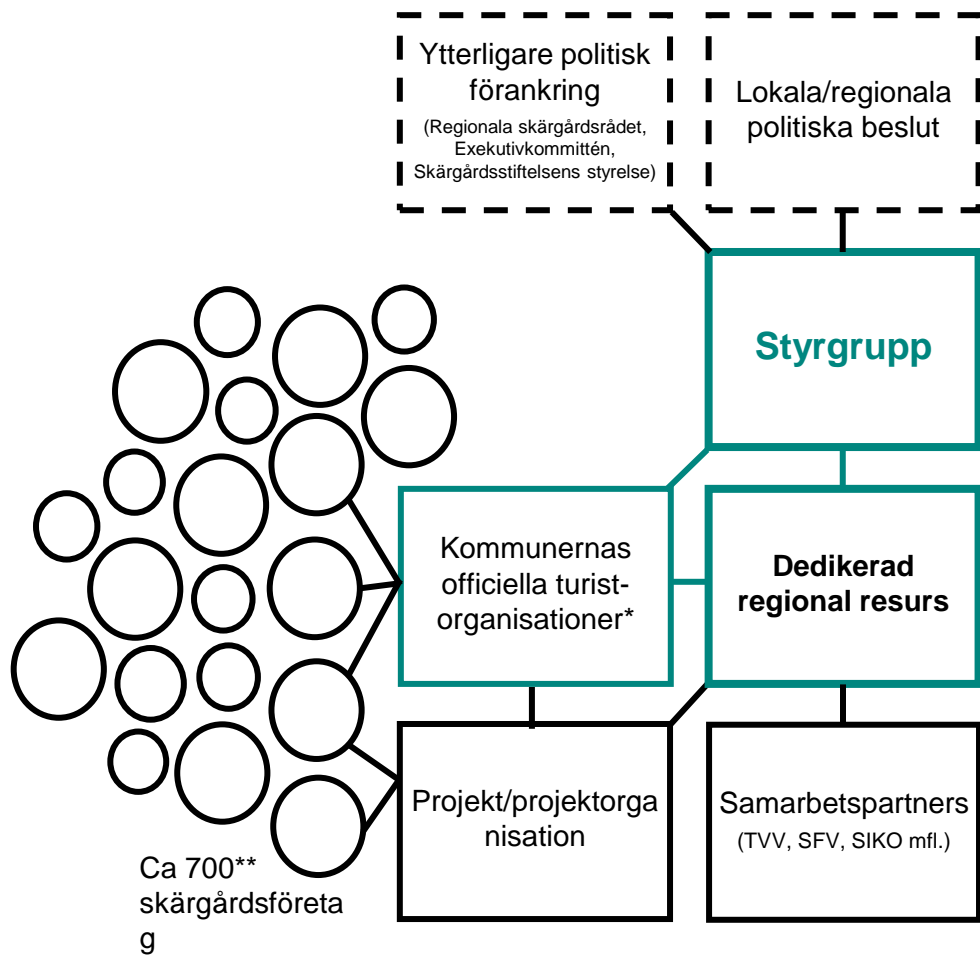
# Förslag på organisering för fortsatt samverkan



\* Visit Nynäshamn, Haninge Turistbyrå, Nacka Turistbyrå, Visit Värmdö, Vaxholms turistbyrå, Visit Roslagen.

\*\* 2010 fanns 683 turismrelaterade företag i de skärgårdsnära delarna av de sju skärgårdskommunerna / Gruftan Reje 120628.

# Förslag på organisering för fortsatt samverkan



\* Visit Nynäshamn, Haninge Turistbyrå, Nacka Turistbyrå, Visit Värmdö, Vaxholms turistbyrå, Visit Roslagen.

\*\* 2010 fanns 683 turismrelaterade företag i de skärgårdsnära delarna av de sju skärgårdskommunerna / Grufman Reje 120628.

## Placering

- **Styrgrupp**  
Rullande ordförandeskap  
(1-årsperiod). Styrgruppen möts i  
ordförandens hemmakommun.
- **Dedikerad regional resurs**  
Placering hos SVB. Placeringen  
förstärker kopplingen mellan  
skärgården och Stockholm vilket är  
en viktig del i skärgårdsstrategin.
- **Lokala officiella  
turistorganisationer**  
Lokalt
- **Projekt**  
Placering varierar efter uppdrag och  
deltagare.



Stockholm Archipelago

# Finansieringsprincip

- **Offentliga medel**
  - Löpande kostnader (lön dedikerad resurs, webb, årliga aktiviteter)
- **Projekt- och utvecklingsmedel**
  - Specifika satsningar/projekt
  - EU-medel
  - Tillväxtverkets projektmedel
  - Landstingets skärgårdsanslag
  - Länsstyrelsens landsbygdsmedel m.m.
- **Kampanjbudgets**
  - Finansieras av den privata näringen
  - Budget fastställs från fall till fall

## Fördelning offentliga medel

- **Årlig budget**

• Löner, personalomkostnader, 2 tjänster	1.500.000
• Webb och årskalender gemensamma aktiviteter	600.000
	<b>2.100.000</b>

- **Offentlig finansiering**

• Landsting	500.000
• Länsstyrelse	300.000
• Stockholms stad	200.000
• Skärgårdskommuner (7 x 150.000)	1.050.000
• Skärgårdsstiftelsen	50.000
	<b>2.100.000</b>







**Ladda ned Förstudien och övriga dokument på  
[www.skargardstrategin.se](http://www.skargardstrategin.se)**

**För projektparter – styrgrupp, samordningsgrupp, processledare m.fl.  
finns projektets dokument att tillgå på den projektwebben  
(nås via [www.skargardsstrategin.se](http://www.skargardsstrategin.se))**