

A stylized map of Östra Vättern, a lake in Sweden, serves as the background. The map is rendered in a light teal color with white lines representing the shoreline and surrounding land. The text is overlaid on the map.

Rapport

Destinations- organisering

(Östra) Vättern

Innehållsförteckning

Bakgrund	4
Nuläge	6
Exempel från andra platser	24
Slutsatser från processen.....	28
Rekommendationer	31

**Processledare och
författare till rapporten:**
Placebrander, 2022

Formgivare:
Fotografelia

Bakgrund

Vättern är en plats och en sjö som engagerar såväl boende som besökare och näringsliv. Sjöns unikit med kristallklart och kallt vatten, höga branter, ljusa ständer och djupa skogar lämnar ingen oberörd. Från ett (besöksperspektiv/destinationsperspektiv) har det dock saknats ett gemensamt organiserat arbete som spänner över både kommun- och länsgränser.

Det har vid flertalet tillfällen bedrivits olika typer av insatser, projekt och samarbeten med syfte att såväl stärka Vättern som destination men även att skapa en organisation för destinationen. Även om dessa projekt inte finns kvar finns många goda erfarenheter att hämta och flera av de tidigare projektens deltagare har varit delaktiga under detta projekt.

Region Östergötland bedriver just nu, genom finansiering från Tillväxtverket, projektet Hållbar Omställning Besöksnäring. Projektet startade 2021 och har bland annat som syfte att arbeta fram organiseringen för hållbara destinationer. I projektet arbetas det just nu med två pilotområden, varav denna rapport rör området (Östra) Vättern.

Som bakgrundsmaterial för uppdraget har dessa rapporter och underlag funnits:

- Slutsatser från Hållbar produktutveckling, Tillväxtverket
- Destination analysis report, Kim Ross, Region Östergötland

- Besökarundersökning via mobilanvändning, Telia, Region Östergötland
- Underlag för turismsamverkan Vättern, Leader Vättern
- Regional besöksnäringstrategi och RUS, Region Östergötland

Delar av slutsatser från ovanstående underlag finns med i denna rapport under avsnittet nuläge.

Syfte

Syftet med projektet är att, genom nulägesanalys, workshops och arbetsmöten, landa i rekommendationer för en organisering för (östra) Vättern som blir hållbar över tid. I organiseringen ska tydligt framgå:

- vilket geografiskt område ska ingå?
- vilka aktörer som ska vara delaktiga och hur respektive roll ut?
- hur ska organiseringen finansieras?
- vilka frågor som bör prioriteras?

Beskrivning av genomförd process

Processen startades i maj 2021 med ett möte med projektledningen. Vid mötet diskuterades beställargruppens förväntningar på processen, innehåll för föreslagna workshops, förslag på medverkande i referensgruppen och tidsplanen för processen.

Fyra referensgruppsmöten har hållits under processen för att stämma av innehåll för



Foto: Oskar Lürén



workshops samt för att diskutera viktiga beslutspunkter och framdriften av arbetet. Däremellan har kontinuerliga avstämningar genomförts med projektledningen.

Två workshops har genomförts för att samla in viktig information för arbetet. Vid dessa har företag och organisationerna, tjänstepersoner och politiker från kommunier och regioner i Östra Vätternområdet deltagit. Workshop 1 fokuserade på att visa inspirerande exempel från liknande områden samt från samarbeten i Östra Vätternområdet. Dialog fördes angående vilka styrkor och utmaningar som (Östra) Vättern har som destination samt vilka utvecklingsinsatser som deltagarna skulle vilja

se de närmaste 5-10 åren.

Workshop 2 fokuserade på vilket innehåll som samarbetet skulle kunna ha samt hur en organisering och finansiering av arbetet skulle kunna se ut.

Som uppföljning av workshop 2 genomfördes en enkät för att få en än tydligare bild av vad deltagarna vill att samarbetet ska fokusera på samt hur mycket resurser som krävs för detta, samt vilka som ska vara med och betala.

Baserat på resultatet skrev denna rapport, och den presenterades i februari 2022. Processen påbörjades i maj 2021 och avslutades i januari 2022.



Foto: Oskar Lürén

Nuläge

I detta avsnitt presenteras ett antal slutsatser från tidigare projektresultat som kan vara av vikt för kommande organisering för (Östra) Vättern. Vi presenterar också kort den nya nationella besöksnäringstrategin som är viktig att ta avstamp från i det framtida utvecklingsarbetet. Vi presenterar den statistik som funnits tillgänglig i uppdraget samt en summering av den destinationsanalys som är genomförd. I detta avsnitt hittar du även resultat från diskussioner i referensgruppen, från workshops samt den enkät som skickats till workshopdeltagare. Resultat från workshops och enkät finns presenterade i bilagor.

Resultat från Hållbar destinations-utveckling

Under perioden 2012-2015 genomförde Tillväxtverket på uppdrag av regeringen en satsning på destinationsutveckling bland fem svenska turistdestinationer. Projektomgången resulterade bland annat i dessa insikter.

Det man pekar ut som det viktigaste för att utveckla hållbara destinationer är att satsa på en genomtänkt och långsiktig samverkan mellan nödvändiga aktörer. Några av de slutsatser som drogs var:

- Besöksnäringen spelar en viktig roll i utvecklingen av attraktiva, hållbara samhällen för besökare och boende.
- Besöksnäringens behov måste tas med i samhällsplanering lokalt och regionalt, till exempel i frågor om markanvändning, tillgänglighet och hållbarhet.
- Destinationsutveckling omfattar komplexa processer och ställer krav på de utvecklingsansvarigas kunskap, kompetens och mognad.
- Fortsatt utveckling bygger på tydliga roller och ansvarsfördelning, gemensamma mål och gränsöverskridande samarbeten mellan offentliga och privata aktörer.

Flera av dessa slutsatser är viktiga insikter som är bra för (Östra) Vättern att ha med in i det fortsatta organiseringsarbetet. Region Östergötland genomförde under åren 2016-2019 projektet Hållbar produktutveckling där företag i bland annat Vadstena, Omberg och Motala genomgick en produktutvecklingsprocess. Slutsatser ur det projektet var att det saknades en gemensam organisation som dels kunde jobba med marknadsföring av det som där kom fram, men viktigare saknades det en aktör som kunde driva de större frågorna runt Vättern tex avseende infrastruktur, kommunikationer m.m.

Ny nationell besöksnäringstrategi

Besöksnäringen i Sverige anses numera vara en stadig basnäring med bland annat ett exportvärde (utländska gästers konsumtion) 2018 på 144 miljarder kronor. Det är högre än exportvärdet för livsmedel, järn och stål samt personbilar tillsammans.

18 oktober 2021 publicerades en ny nationell Strategi för hållbar turism och växande besöksnäring. Strategin sträcker sig fram till 2030 och är en plattform ifrån vilken turismpolitiken ska utformas fram till dess. I strategin identifieras ett antal strategiska områden inom besöksnäringen; enklare företagande, jobb och kompetens, kunskap och innovation, tillgänglighet samt marknadsföring. Till varje område kopplas horisontella perspektiv såsom hållbarhet, digitalisering, platsutveckling och samverkan.

I strategin går bland annat också att läsa om besöksnäringens förmåga att utveckla en plats på ett bredare perspektiv än endast för

“Besöksnäringen i Sverige har ett högre exportvärde än livsmedel, järn, stål och personbilar tillsammans”

besökare, något vi anser är av vikt och till gagn för samtliga kommuner i och runt Vättern.

”I ett större samhällsperspektiv bidrar turismen också till lokal och regional utveckling, investeringar, service, bevarande och utveckling av natur- och kulturmiljöer och kan förstärka platser attraktionskraft.”

Strategin genomsyras av vikten av att göra besöksnäringen mer hållbar med en stor dos innovation. Detta tror vi blir ett viktigt medskick till det kommande arbetet, så att Vättern hjälper till att nå visionen som sätts i den nationella strategin. ”2030 är Sverige världens mest hållbara och attraktiva resmål byggt på innovation.”

I strategin finns också, per område, ett antal indikatorer på framsteg som kan hjälpa till att stämna av att utvecklingen går åt rätt håll.

Detta har skett de senaste 5-10 åren i (Östra) Vättern

Vid möte med referensgruppen diskuterades vilka utvecklingsinsatser med bestående effekter som deltagarna har sett under de senaste 5-10 åren i (Östra) Vätternområdet. De delar som lyftes var dessa:

- Förståelsen för samverkan har ökat. Både kommuner och företag förstår att de är en del av en större helhet. Några uttrycker också behov av ett ökat interregionalt samarbete, bland annat för att möjliggöra ansökningar om projektmedel.
- Det har skett en digital utvecklingsresa både bland företagen och även hos destinationsbolag, kommuner och regioner.
- Det har skett en ökad kunskapsdelning och ett ökat erfarenhetsutbyte bland aktörer i området.
- Företagen har breddat sina produktportföljer, flexibiliteten har ökat (tex öppettider, avbokningsregler m.m.)
- Arbete med att utveckla flera säsonger har påbörjats.
- Det har skett en förändring i målgruppsfokus. Från att ha fokuserat på internationella marknader till att nu ha mer fokus nationellt.
- Hållbarhet i fokus.
- Måltidsutvecklingen har tagit fart.
- Guideutbildning som genomförts har lett till nya företag.

Intressenter för samverkan

Det finns en rad intressenter för det framtida samarbetet. Beroende på om man siktar in sig på östra Vättern eller hela Vättern för samarbetet så blir det naturligt olika samverkansparter. För hela Vättern handlar det om dessa:

Kommunal nivå:

- Askersunds kommun
- Motala kommun/Tillväxt Motala AB
- Vadstena kommun/Vadstena turism & näringsliv AB
- Ödeshögs kommun
- Jönköpings kommun/Destination Jönköping AB
- Habo kommun
- Hjo kommun
- Karlsborgs kommun/ Karlsborgs turism AB

Regional nivå:

- Region Jönköpings län
- Region Östergötland
- Region Örebro län
- Västra Götalandsregionen
- Smålands turism
- Turistrådet Västsverige
- Länsstyrelsen Jönköping, Västra Götaland, Örebro och Östergötland

Övriga samarbeten:

- Vätternvårdsförbundet
- Leader Vättern
- Ett antal besöksnäringsföretag och sammanslutningar av dessa tex. Göta kanalbolag, Vätternrundan AB och Runt Vättern.

Besöksnäringstatistik för området

Som en del i projektet Hållbar omställning i besöksnäringen har mobildata från Telia köpts in för att ligga till grund för framtida analyser och satsningar. Rapporten "Besökare 2021 östra Vättern" redovisar en del data som presenterats under referensgruppsmöte och workshops. I området Östra Vättern rör sig cirka 120 000 besökare per dag, varav 1/3 är dagsbesökare.

Jämfört med 2019 så har det varit en stor nedgång både 2020 och 2021. Nedgången är störst i städerna, där avsaknaden av Vätternrundan och andra stora evenemang bidragit stort. Däremot finns flera områden där antalet besökare ökat. Tydligast ökning syns på Omberg där det varit runt 20% fler personer som rört sig i området 2020 och 2021 jämfört med före pandemin. Det gäller både under högsäsong och lågsäsong.

Detta är dock ett alltför trubbigt instrument som enda beslutsunderlag, så därför behövs även andra undersökningar för att få en bättre bild. Besöksräknare kan vara lämpligt, och detta testas just nu på Omberg och vid Tåkern bland annat. Området bör rusta sig för en fortsatt stor mängd besökare även efter pandemin, och att där använda data från mobiler och annat för att styra besöksströmmar kan bli viktigt för en kapacitetsstyrd och hållbar destination.

Destinationsanalys östra Vättern

Parallellt med processen för destinationsorganiseringen har en analys av destinationen gjorts utifrån ett besökarperspektiv. Kim Ross på Region



Östergötland har agerat som mystery visitor och har analyserat östra Vättern utifrån att planera sin resa digitalt till att också uppleva destinationen på plats. Se hela rapporten på: <https://www.regionostergotland.se/Regional-utveckling/Tillvaxt-och-marknadsforing/Besoksnaring/hallbarbesoksnaring/>

Några av de slutsatser som dras och rekommendationer som ges är:

- Det finns en stor flora av magasin och broschyrmaterial, som syftar till att marknadsföra och beskriva Vättern och besöksmål runt Vättern. Bilden av området spretar både i grafisk form och innehåll. Det som bland annat saknas saknas är en uppdaterad gemensam sida som presenterar lämpliga rutter.



Foto: Oskar Lürén

- I googlesökningar syns vattern.org högst upp följt av Vätternundan då man söker på Vättern. Besöksmål som får topplaceringar är Tiveden, Omberg och Vadstena slott. Runt Vättern når också en tidig placering i googlesökningen. Vätternområdet får höga omdömen på Tripadvisor, dock kommer inte särskilt många kommersiella verksamheter med enligt rapporten.
- Besökserservicen på plats får även den goda betyg och både för den personliga servicen på de platser där den finns och även den digitala möjligheten som finns.
- Skyltning utmed vägen, är också tillfredsställande dock med en hel del gamla skyltar som finns kvar uppsatta.
- En rekommendation som ges är att området bör möjliggöra för besökaren att vara mer hållbar på destinationen. Man rekommenderas att underlätta för besökaren att göra rätt.
- Ytterligare en rekommendation som ges är att underlätta för besökare att undvika köer och trängsel då trafiksituationen under högsäsong varit problematisk.
- Rapporten har bara haft fokus på östra Vättern, vilket gör att västra delen inte har analyserats.

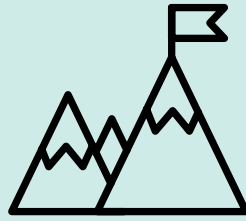
Resultat från workshop 1

I workshop 1 diskuterades vilka styrkor och utmaningar deltagarna ser för (östra)Vättern samt vilka utvecklingsinsatser som de önskar se inom 5-10 år för att utveckla destinationen till en mer attraktiv och hållbar destination. På nästa uppslag presenteras både de styrkor och de utmaningar som framkom samt de önskade utvecklingsinsatser som workshopdeltagarna lyfte. Se resultatet på sida 10 och 11.



Styrkor

- Det finns gamla samarbeten runt Vättern och det finns engagerade och drivande entreprenörer. Det finns redan upparbetade nätverk med korta kontaktvägar och befintliga småskaliga samarbeten.
- Vi jobbar över kommun och regiongränser redan. Det finns flera kommuner som kan samordna och organisera.
- Det finns möjlighet att bygga vidare på etablerade evenemang som tex Vätternrundan.
- Det finns starka varumärken/ besöksmål i området tex Tiveden, Vadstena, Göta kanal.
- Det finns många bra, små destinationer/besöksmål.
- Vättern är ett starkt varumärke.
- Det kristallklara vattnet är en styrka.
- Ta vara på ekosystemet under vattenytan.
- Sötvatten är framför allt en styrka för långväga gäster.
- Att tänka runt hela Vättern känns mest naturligt.
- Möjligheter till flera säsonger med aktiviteter inom bland annat vandring, cykling, fiske och fågelskådning. Området kan erbjuda upplevelser utanför sommarsäsongen och i princip hela året.
- Helårsupplevelser.
- Ekopark, Nationalpark och Biosfärområde vilket är styrkor att lyfta fram nationellt och internationellt.
- Bra läge (mellan stora städer).
- Infrastruktur som binder samman.
- Ljuset, maten, historien och konsten. Namnförslag är Vätterlen (kanske främst sydöstra delen) Fantastisk natur – det finns plats, och mycket orörd natur. Temarundor med exempelvis mat i fokus.
- Stora möjligheter i att området fortfarande är relativt okänt för många.
- Gemensam marknadsföring finns – Runt Vättern (webb och magasin).



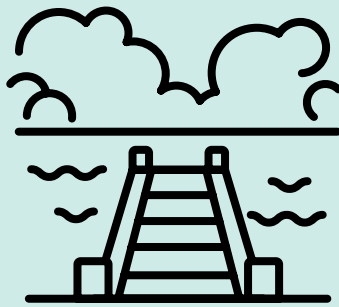
Utmaningar

- Vättern spänner över flera regioner vilket gör att man måste samarbeta över administrativa gränser.
- Ovanifrånperspektiv från offentligheten, initiativen måste komma från företagen själva. Vi spretar, från näringsliv, kommun, region. En diskussion om roller, mandat och ägandeskap behövs.
- I området finns många små aktörer (tid och resurser).
- En gemensam satsning på Vättern bör inbegripa hela Vättern. Östra Vättern – vad säger det?
- Det saknas gemensamma långsiktiga mål.
- Ett nytt större samarbete kräver även större resurser och politiskt engagemang.
- Vättern anses otillgängligt. Entréer behövs till natur och vatten.
- Svårt att ta sig ut på Vättern om man inte har egen båt. Båttrafik svag.
- Säsongen är delvis kort, behöver utvecklas. Vintern är fortfarande en utmaning.
- Lång destination som spretar (avgränsningen).
- Det finns platser med risk för överturism tex Örnberg och Gränna.
- Avsaknad av kollektivtrafiken i vissa områden. Vilket också begränsar.
- Transport av cykel med båt och buss saknas.
- Avsaknad av övergripande identitet, platsvarumärke.
- Gemensamma behov i form av foton, material, video.
- Otydligt vilka målgrupper vi vill nå och vilka avgränsningar som ska göras.
- Att enas om och till en början fokusera på några starka platser (för att orka engagera).
- Viktiga aktörer som ofta inte är med i dialogen från start bör finnas med till exempel Länsstyrelse och Trafikverket.
- Ekonomi - hur ska det finansieras?

Önskade utvecklingsinsatser

Vid workshop 1 diskuterades vilka utvecklingsinsatser deltagarna skulle vilja se de närmaste 5-10 åren. En rad insatser kom upp och många handlade om varumärkes- och

marknadsföringsfrågor, men många aktiviteter handlade också om att utveckla tillgängligheten både på land och på vatten. Några insatser handlade också om kunskap och fakta som saknas och att man har önskemål om att lära mer om varandra.



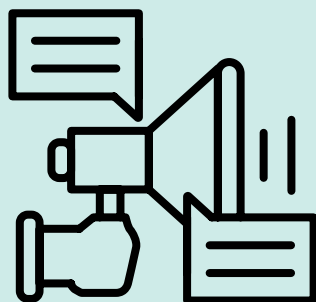
Tillgänglighet vatten

- Turistisk översiktsplan för Vättern
- Mer passagerartrafik på Vättern
- Båttransporter över sjön med cykel
- Se över grundförutsättningarna inom hållbarhet, ex tillgången till Vättern som dricksvattentäkt
- Tillgänglighet land
- Ställplatser, iläggsramper, noder, enhetlig skyltning m.m
- Transporter över regionsgränser för att ta sig runt sjön. Transporter (buss o tåg) med egen cykel.
- Laddstolpar för bil (och båt) vid alla besöksmål.
- Skapa infartsparkeringar till tydliga utflyktsområden
- Utvecklad och synkad kollektivtrafik
- Nya vägsträckor



Tillgänglighet land

- Ställplatser, iläggsramper, noder, enhetlig skyltning m.m
- Transporter över regionsgränser för att ta sig runt sjön. Transporter (buss o tåg) med egen cykel.
- Laddstolpar för bil (och båt) vid alla besöksmål.
- Skapa infartsparkeringar till tydliga utflyktsområden
- Utvecklad och synkad kollektivtrafik
- Nya vägsträckor



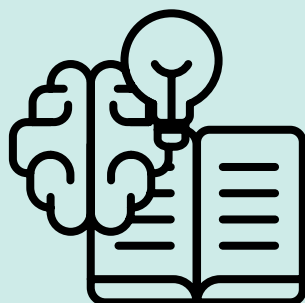
Varumärke och marknadsföring

- Mer samlad marknadsföring, mer enlighet i marknadsföringen, rensa bort gammalt. Året-runt fokus på marknadsföring och utveckling
- Vad är vi, varför ska någon besöka oss? Bygg på det som redan finns, gräva där vi står.
- Gemensam bildbank
- Utveckla temarundor tex Vätterlen
 - paketera kring mat, cykel, kultur
 - m.m Mat runt Gränna- den går att paketera för hela Vättern. Intressant både för lokalbefolkning och besökare.
- Värdskap - känna till andra besöksmål inom olika kriterier
- "Cykelvänliga aktörer"
- Stimulansmedel tex utvecklingscheckar till företagen att utveckla nya paket.
- Samla evenemangen "Händer i Vättern"



Digitalisering

- Det behövs mer arbete kring det digitala. Vad?
- Fysiska kartor - helhetskartor (+ digitalt för detaljer)



Mätningar, fakta och kunskap

- Mäta besöksnäringen
- Mäta även den sociala hållbarheten hos lokalbefolkningen. Ex ta fram ett nöjdhetsindex. Turismen ska bidra till högre kvalitet för de som lever och verkar på platsen
- Studiebesök hos varandra och andra
- Gemensamma mål, måla upp ett drömcenario.

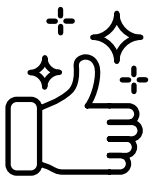
Efter workshop 1 diskuterades resultatet med referensgruppen. Vid denna diskussion konstaterades att det är önskvärt att samarbetet fokuseras på områden som idag ingen tar ansvar för och där insatserna är av kommun- och regionöverskridande karaktär. Till exempel görs idag redan en rad samlade insatser vad gäller marknadsföring och digitalisering och man menade att det nya samarbetet inte ska börja i dessa arbetsområden.

I uppdraget har det också varit tydligt att utvecklingsarbetet inte ska fokuseras på marknadsföring utan mer handla om förutsättningsskapande åtgärder för destinationsutveckling. Resultatet från referensgruppsdiskussionen blev därför att utifrån de områden av insatser som framkom vid workshop 1 skulle vi fokusera på att diskutera tre av områdena



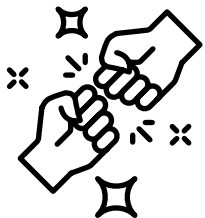
Mål

Destinationen ska bli attraktivare och långsiktigt hållbar



Områden där det redan görs insatser

- Digitalisering
- Varumärke & marknadsföring



Områden där vi skulle vinna på att arbeta mer tillsammans

- Tillgänglighet Vatten
- Tillgänglighet Land
- Mätningar, fakta och kunskap

under workshop 2. Det vill säga fokusera på tillgängligheten på vattnet, tillgängligheten på land och på området mätningar, fakta och kunskap för att än mer specificera framtida insatser.

Resultat från workshop 2

I workshop 2 diskuterades vilka insatser inom tre arbetsområdena tillgänglighet på vatten, tillgänglighet på land samt fakta, mätningar, kunskap som deltagarna önskar se en samordning kring. Dessutom fördes en diskussion om vilken nivå på finansieringen som man tror krävs för att få i gång samarbetet samt vilka som ska vara med och finansiera.

Workshopdeltagarna var indelade i fyra grupper och samtliga grupper ansåg att det behövs minst en tjänst för att komma i gång med arbetet. En grupp tyckte att om man verkligen menar allvar med samarbetet så borde det satsas betydligt mer. Den gruppen menade att en summa upp mot 6 miljoner kronor om året och 4-5 heltidstjänster borde vara en målsättning. Deltagarna uttryckte en önskan om att finansieringen bör ligga hos regionerna men viss finansiering bör också komma från kommunerna.

Samtliga grupper var eniga om att det är en regional organisation som bör få ledartröjan och en workshopgrupp pekade på Region Östergötland för detta uppdrag. I tidigare process har Smålands turism och Region Jönköping räckt upp handen för detta.

Samtliga grupper menade att den politiska förankringen är mycket viktig för att man ska

Destinationsorganisering



Foto: Oskar Lürén

lyckas och att detta är en viktig del av arbetet initialt. För att samarbetet ska komma i gång bör en projektledare utses och en tydlig handlingsplan behöver tas fram. Grupperna menade också att det är viktigt med en tydlig rollfördelning och en god medverkan från samtliga aktörer såsom kommuner, regioner och näringslivet för att samarbetet ska bli framgångsrikt. Någon grupp lyfte också att utvecklingsarbete kommer att ske på alla nivåer och att det är en nödvändighet för att samarbetet ska lyckas.

En grupp föreslog att det initialt skulle ansökas om ett pilotprojekt för att finansiera organiseringen och ett arbetssätt där det formas en styrgrupp med representanter från regionerna och kollektivtrafiken (om det blir en insats att arbeta med), och en referensgrupp med representanter från kommuner och näringslivet. Flera av deltagarna lyfte vikten av att börja göra för att man också i görandet upptäcker behov som finns och luckor som behöver fyllas. Flera grupper uttryckte en önskan om att arbetet bör gälla för hela Vättern.

Tillgänglighet vatten

I diskussionerna om vilka insatser inom området tillgänglighet på vattnet som grupperna önskar samverka kring, var det dessa insatser som grupperna satte högst upp på prioriteringslistan.

Utöver de insatser som fanns med från föregående workshop tillkom insatser såsom: renhållning på öar och stränder, hjälpa till med tillstånd för tillfälliga byggnader, gemensamt utvecklingsprojekt kring gästhamnar,

gästhamnsinventering, skapa förutsättningar för besökare att på egen hand ta sig ut på vattnet tex hyrbåtar, iläggsramper, regler för övernattning å öar, fiske- fiskebåtar med guide, pimpelfiske, dykning- dykturer, skotta leder på isen, en inventering av vilka platser som finns idag för uthyrning och ilägningsplatser för kajak, hamnar/bryggor, tillgänglighet för fisketurismen.

**Utvecklad
passagerartrafik**

**Gästhamns-inventering
och utveckling**

**Turistiskt
översiktsplan**

**Projektägare möjliggöra för
nationella och EU-medel**

**Båttransporter
med cykel**

**Se över grundförutsättningar för
hållbarhet, till exempel Vättern som
dricksvattentäkt**

**Hjälpa till med tillstånd för tillfälliga
"byggnader" längs stranden
(Pop-up)**

**Underlätta för att ta sig ut på
vattnet på egen hand, till exempel
iläggsramper och hyrbåtar**

**Renhållning på
stränder och öar**

Laddstolpar

**Hamnar och
bryggor**

Mörkare rutor prioriterades

Tillgänglighet land

I diskussionerna kring tillgängligheten på land önskades ett fokus på kollektivtrafiken. Att kunna ta sig runt sjön med en synkad och utvecklad kollektivtrafik prioriterades högt upp bland alla grupper. Utöver detta såg grupperna att en insats skulle kunna vara att utveckla olika rundor utifrån teman såsom mat, kultur, cykel. Även att ta fram en turistisk översiktsplan och planering för att minska risk

för överturism fanns med bland de prioriterade alternativen.

I listan med insatser som skulle vara önskvärda tillkom fler camping- och ställplatser, att koppla ihop vandring och cykelleder runt hela Vättern inklusive gemensam design på skyltar för dessa kopplade till nationella ramverket för vandring.

Transporter över regionsgränser för att ta sig runt sjön. Utvecklad och synkad kollektivtrafik

Projektägare möjliggöra för nationella och EU-medel

Utveckla temarundor för att tillgängliggöra området till exempel kring mat, kultur, cykel

Turistiskt översiktsplan

Transporter (buss & tåg) med egen cykel

Laddstolpar för bil vid alla besöksmål

Koppla ihop vandrings- och cykelleder runt hela sjön. Samt skyltning för dessa

Fler camping- och ställplatser

Risk för överturism i vissa områden till exempel Omberg, Gränna och planering för detta

Synkade öppettider för service och aktiviteter för att öka tillgängligheten hela året

Mörkare rutor prioriterades

Mätningar fakta och kunskap

Tre av grupperna hann att göra en omröstning kring insatser som är viktiga att prioritera vad gäller mätningar, fakta och kunskap. Nästan alla insatser fick en röst, men mätning av den sociala hållbarheten sattes högt upp bland två av grupperna.

Utöver de insatser som fanns med från föregående workshop tillkom att man önskade visualisera det utbud som finns av transportmöjligheter, cykeluthyrning samt identifierade behov m.m. via GIS. Man önskade också låta aktörerna få en ökad kunskap om öppen data.

**Mäta även den sociala hållbarheten
hos lokalbefolkningen**

**Öppen data och kunskapen
runt det (GIS-data också)**

**Projektägare möjliggöra för
nationella och EU-medel**

**Sätta upp
gemensamma mål**

**GIS-data , visualisera utbudet
transportmöjligheter, cykeluthyrning.
Identifiera behov**

**Studiebesök hos varandra och andra.
Stärka värdskapet genom att lära känna
varandra bättre**

**Mäta
besöksnäringen**

**Gemensam
bildbank**

Mörkare rutor prioriterades

Resultat från enkät

Som komplement till workshops som genomförts följdes dessa upp med en digital enkät. Enkäten skickades till samtliga deltagare från workshops för att fånga upp individuella synpunkter och svar.

Vi har tagit med de svar som inkommit även om man inte har svarat på hela enkäten.

I denna rapport presenteras endast en sammanfattning av resultatet, bifogat denna rapport finns komplett resultat från enkätundersökningen i bilaga.

De insatser som respondenterna önskar prioriteras redan under 2022 inom området tillgänglighet på vatten är:

- Utvecklad passagerartrafik inklusive transporter för cykel
- Turistisk översiktsplan
- Gästhamnsutveckling och inventering

På lång sikt inom området tillgänglighet på vatten prioriteras främst att det finns en projektägare som kan söka medel men också här att det tas fram en turistisk översiktsplan och att arbeta för en utvecklad passagerartrafik.

Vad gäller området tillgänglighet på land prioriterar respondenterna insatser under 2022 som handlar om:

- aktiviteter som att koppla ihop vandrings och cykelleder samt gemensam skyltning för dessa.
- transporter över regiongränser för att ta sig runt sjön, det vill säga en bättre synkad kollektivtrafik.
- utveckla temarundor för att tillgängliggöra området tex kring mat, kultur och cykel.

Deltagande i enkät

Totalt 34 st

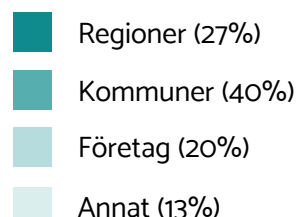
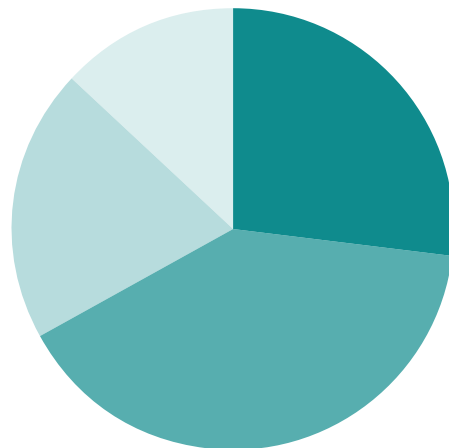
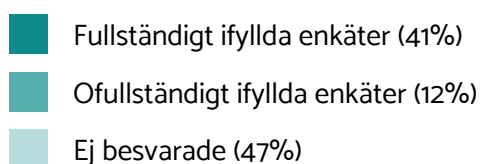




Foto: Oskar Lürén

Vad gäller insatser på land på sikt så lyfts arbetet med att utveckla kollektivtrafiken för att möjliggöra att ta sig runt sjön som mest prioriterad därefter följd av att ta fram en turistisk översiktsplan och att möjliggöra transporter (med buss och tåg) med egen cykel.

När det gäller området fakta, mätningar och kunskap vill respondenterna se en visualisering av det utbud som finns vad gäller transportmöjligheter, cykeluthyrning m.m gärna i form av GIS-data i kartformat. Man ser gärna fler studiebesök hos varandra och andra och även att gemensamma mål specificeras.

Vad gäller nivå på finansiering är det en jämn fördelning mellan 1-2 miljoner upp till 3-4 miljoner per år, likaså har lika stor andel svarat vet ej på frågan. Ingen har svarat att finansieringen ska vara mer än 4 miljoner. Största delen av finansieringen bör komma från regionerna (59 %), och kommunerna bör också stå för en stor del (33 %) och endast en liten del bör finansieras av företagen (9 %).

På frågan om vilket område som destinationsutvecklingsarbetet bör spänna över anser 61 % att hela Vätternområdet ska inbegripas medan 19 % anser att endast östra Vättern bör ingå i arbetet.

Exempel från andra platser

Som underlag och input i arbetet med referensgruppen samt i workshops har andra destinationer studerats utifrån syfte och mål med verksamheten, organisationsform samt finansiering. Vid workshop 1 medverkade Höga kusten destinationsutvecklings AB som fick beskriva sin resa från organisationens start fram till nu, nyckelfaktorer till framgång och vilka hinder de stött på utmed vägen.

I det projekt som genomförs parallellt med detta arbete i Skärgården gjordes också en

omvärldsanalys av Blekinge Arkipelag ideell förening. Detta underlag kunde användas även i organiseringsuppdraget för (östra) Vättern och delar av resultatet presenteras här.

Information om Vänersamarbetet ek förening samt om Siljan turism är underlag som är hämtade ur rapporten Turismsamverkan runt Vättern, som togs fram 2019, och som fanns med som bakgrundsmaterial för processen.

Vänersamarbetet ekonomisk förening

2015 skapades en ekonomisk förening med 13 kommuner (alla med kust mot Vänern) som medlemmar. Föreningen hade föregåtts av många olika projekt, främst med fokus på besöksnäring men även fokus på nya slussar i Trollhättan.

Syftet med organisationen är att ha en helhetsbild över Vänern, samordna aktiviteter, vara en arena för Vänerfrågor, samt stärka och bygga varumärket Vänern.

Föreningen finansieras via medlemsavgifter, en grundavgift lika för alla och en rörlig avgift

beroende på invånarantal. Utöver detta tillkommer även projektmedel från Region Värmland och Västra Götalandsregionen. I grunduppdraget har föreningen en budget på 1,3 miljoner kr per år.

Föreningen har en politisk styrelse med KSO från samtliga kommuner, dessutom en tjänstepersonsgrupp med minst en representant från samtliga kommuner. I organisationen finns två personer, en verksamhetsledare och en projektledare (totalt 1,2 tjänster) samt kontor.

Blekinge arkipelag ideell förening

Föreningen bildades redan 2011. Syftet med föreningen var att bidra till en klok förvaltning av biosfärområdets natur och kultur samt vara ett inspirerande modellområde för hållbarhet.

Fem strategiska insatsområden har pekats ut och utifrån dessa skapas verksamhetsplan som uppdateras årligen.

Styrelsen är föreningens viktigaste beslutsforum och består av 9 personer (Kommuner, föreningsliv, näringsliv, Länsstyrelse). I organisationen finns tre personer, en koordinator, en projektsamordnare och en

projektledare (totalt 2 heltidstjänster) samt kontor.

Föreningen finansieras med 1,02 miljoner från Havs- och Vattenmyndigheten och kommunerna Karlshamn, Ronneby, Karlskrona. Utöver detta söks projektmedel från staten och Eu.

Kostnader för ledinfrastruktur bekostas av respektive tekniska avdelningar i kommunerna och ledhuvudmannaskap finansieras av Region Blekinge (50% tjänst, kommunikation 20 % sköts av Visit Blekinge).

Höga kusten destinationsutvecklings AB

Höga kusten destinationsutvecklings AB är ett aktiebolag ägt av de fyra kommunerna Härnösand, Kramfors, Sollefteå och Örnsköldsvik.

Bolaget bildades 2014 med uppgiften att främja den strategiska utvecklingen av besöksnäringen på Höga Kusten. Målsättningen idag är att fördubbla omsättningen och öka antalet anställda inom Höga Kustens besöksnäring med 800 personer fram till 2025.

Bolaget har en politisk styrelse med två ledamöter från respektive kommun (en från majoriteten och en från oppositionen), ordförandeskapet roterar. Aktiebolaget har en budget

på cirka 10 miljoner och inbegriper 8 heltidstjänster. Kommunerna finansierar utifrån invånarantal. Turismen genererar cirka 2,7 miljarder i området.

I området Höga kusten finns också Höga kusten Turism AB som ägs av den ekonomisk föreningen Höga kusten Turistföretagare. Denna förening har samlat företagen i besöksnäringen sedan 2000 och har idag cirka 125 medlemsföretag. Föreningen finansieras via medlemsavgifter. Föreningen ansvarar för försäljning och marknadsföring samt IT-plattform för området.

Siljan Turism AB -> Visit Dalarna AB

Siljan Turism bildades 1984-86 och avslutades mars 2017. Organisationen samlade 4 kommuner och dess besöksnäring i gemensamt bolag.

Behov fanns att samnyttja resurser och att bli starkare tillsammans, den gemensamma nämnaren var Siljan.

Siljan Turism, var ett av de första destinationsbolagen i Sverige. Fokus var marknadsföring, turistbyråverksamhet och utveckling. 2017 flyttas samtliga besöksnäringar in i Visit Dalarna AB. Ett bolag som startades av 15 kommuner i Dalarna.

Bolaget har det övergripande ansvaret att utveckla och marknadsföra Dalarnas besöksnäring. Finansiering sker från kommuner och regionen med hjälp av en fördelningsnyckel. Styrelsen består av 8 ledamöter, inklusive representant från besöksnäringen. Företag och organisationer inom besöksnäringen är samlade i en ekonomisk förening med cirka 800 medlemmar. Ett tydligt samverkansavtal finns mellan föreningen och destinationsbolaget.

Slutsatser från processen

Det saknas samlad statistik om besökarna i området

I tidigare process och även i denna kan det konstateras att det inte finns någon samlad statistik om besökarna i området. Att ha relevant och aktuella fakta att luta sig mot då det fattas beslut i olika satsningar är viktigt.

Vi har inom ramen för denna process endast tittat på statistik som rör östra Vättern i specifika områden såsom Omberg, Tåkern, Vadstena för att belysa vissa företeelser. Statistiken är inköpt (via projektet Hållbar omställning besöksnäring) från Telia och bygger på mobildataanvändning i området. En del i det fortsatta arbetet framåt bör inbegripa någon form av sammanställning om hur stora besöksnivåerna är på vissa utpekade områden och hur besökare rör sig till och från dessa platser.

Området bör vara hela Vättern

Under 2019 påbörjades ett arbete som leddes av Leader Vättern i att kartlägga intresse för ett samarbete runt Vättern. Slutsatser från det arbetet var att man önskade mer samarbete, att innehållet för samarbetet behövde förtydligas och också viktigt att om det skulle startas i gång en satsning så skulle den vara långsiktig. Även i nuvarande process har det framkommit att aktörerna vill samarbeta mer, och att innehåll för arbetet, målbilder och rollfördelning behöver förtydligas. I både enkät och i workshops har det framkommit att det är hela Vätternområdet

som destinationsutvecklingsarbetet bör spänna över, även om det är ett fåtal som anser att området bör vara östra Vättern. Hur långt in i landet som området bör sträcka sig har inte varit föremål för diskussion utan diskussionerna har primärt handlat om samarbetet ska röra samtliga kommuner som har kust mot Vättern eller endast de östra delarna.

Finansiering

Önskad nivå på finansieringen rör sig mellan 1 miljon upp till 6 miljoner kronor per år. Några deltagare i workshops menar att om man menar allvar med denna satsning måste det också tillsättas medel för att kunna göra något rejält. Andra menar att genom att möjliggöra för personella resurser under en överskådlig tid, samt nyttja redan befintliga resurser för gemensamma satsningar så kan man åstadkomma mycket. Deltagarna menar att den stora delen bör finansieras av regionerna men att även kommuner bör stå för viss del. Enligt deltagarna i processen bör företagen vara med och finansiera när och där de kan ha direkt nytta av insatsen tex om det handlar om produktutveckling eller marknadsutveckling för företagen.

Det finns många styrkor och utmaningar

Deltagarna i processen har pekat ut många styrkor med området och lika många utmaningar. Det finns en tro på områdets möjligheter och det finns en vilja att ta tag i de utmaningar som finns.



Foto: Oskar Lürén

Inom dessa områden bör man samarbeta

Det övergripande syftet med det framtida samarbetet är att skapa en mer attraktiv och hållbar destination. Referensgruppen specificerade tre arbetsområden som viktiga att samarbeta kring: tillgänglighet på vatten, tillgänglighet på land samt området mätningar, fakta och kunskap.

Inom dessa tre områden har deltagarna prioriterat följande aktiviteter (en sammanvägd prioritering utifrån workshops och enkät):

Tillgänglighet på vatten:

På lång sikt: att vara en projektägare som kan söka medel, ta fram en turistisk översiktsplan och att arbeta för en utvecklad passagerartrafik. Insatser som man kan ta tag i redan under 2022 är: Utvecklad

passagerartrafik inklusive transporter för cykel, turistisk översiktsplan samt gästhamnsutveckling och inventering.

Tillgänglighet på land:

På lång sikt: utveckla kollektivtrafiken för att möjliggöra att ta sig runt sjön, ta fram en turistisk översiktsplan, möjliggöra transporter (med buss och tåg) med egen cykel. Att ta tag i redan under 2022: koppla ihop vandrings- och cykelleder, utveckla kollektivtrafiken för att möjliggöra att ta sig runt sjön, utveckla temarundor för att tillgängliggöra området tex kring mat, kultur och cykel.

Mätningar, fakta, kunskap:

När det gäller området mätningar, fakta och kunskap gjordes ingen bedömning om vad som skulle göras på lång sikt och vad



Foto: Oskar Lürén

man kunde börja med redan under 2022. Här önskades ett fokus på att visualisera nuvarande utbud av tex cykeluthyrning, transportmöjligheter m.m. via GIS-data i kartformat, göra studiebesök hos varandra och andra samt specificera gemensamma mål.

I processen har det tydligt framkommit att samarbetet ska röra sådant som inte redan görs. Att ta tag i saker som idag faller mellan stolarna är därför angeläget. Av det skälet valdes därför arbetsområden såsom gemensam marknadsföring och digitalisering bort i ett första läge för att istället fokusera på övergripande förutsättningsskapande insatser inom ovan nämnda områden.

2022 fortsatt dialog

Några deltagare i processen har tydligt påtalat vikten av att processen inte får stanna av utan att man fortsätter att träffas och pratar med varandra för att lära känna varandra mer. Några menar att det inte behövs fler utredningar än de som gjorts och att det snarare är viktigare att komma i gång med några gemensamma aktiviteter. Det är ju också så att man lär sig efter vägen. Några vill ta tag i något konkret (typ cykling, vandring och paddlingsutveckling) och andra vill göra översiktsplaner, inventeringar och specificera mål innan man sätter i gång med utvecklingsinsatser. Detta för att veta vilka behov som finns och vilka luckor som behöver fyllas samt vilket mål man ska jobba mot.

Rekommendationer

Utse en ledare för samarbetet

Vi ser att arbetet runt Vättern skulle må bra av att någon får mandat av övriga att leda och driva på arbetet med destinationsutveckling som är kommun- och regionöverskridande. Vi ser därför en möjlighet med att använda projektet Hållbar besöksnäring som katalysator för att sätta i gång ett långsiktigt gemensamt arbete. Vi föreslår därför att under 2022 utse Region Östergötland som ansvariga att hålla i taktpinnen och koordinera framdriften av samarbetet. Tillsammans med och i tät dialog med övriga regionala och kommunala organisationer stakar man ut en gemensam riktning.

Engagera nyckelaktörer

Sätt upp en plan för den fortsatta dialogen med nyckelaktörer. Genomför fler träffar, både fysiska och digitala, för att komma vidare. Dessa kan med fördel kombineras med studiebesök på intressanta besöksmål, för att också lära om varandra under processens gång. (Givetvis om det är möjligt utifrån rådande restriktioner avseende Covid-19). Nyckelaktörer för samarbetet ser vi är regioner, kommuner, regionala och lokala besöksnärlingsorganisationer. Naturligtvis bör företagens behov ligga till grund för den utveckling som sker i området varför de bör ingå i någon form av referensgrupp. Övriga intressenter är också viktiga för arbetet framåt och här bör man föra en dialog om hur deras medverkan är möjlig. Vi tänker då främst på

Länsstyrelsen, kollektivtrafiken i området och Vätternvårdsförbundet.

En avsiktsförklaring för ett långsiktigt samarbete

Förslagsvis arbetas en avsiktsförklaring fram som skrivs under av nyckelaktörer. I avsiktsförklaringen bör framgå vad man önskar samverka kring samt vad prislappen för samarbetet skulle vara. Under 2022 bör ett fokuserat och strukturerat förankringsarbete genomföras så att det från och med 2023 finns en finansiering klar från regionerna och kommunerna som borgar för en kontinuitet och långsiktighet. Vilka beslut behöver fattas under 2022 och när behöver dessa beslut fattas för att detta ska vara möjligt?

Forma en arbetsstruktur

Testa ett arbetssätt som kan bli gällande framåt. Forma en arbetsstruktur för beslut och återkoppling. Vi föreslår tre grupper: styrgrupp, tjänstepersonsgrupp och en referensgrupp. Arbetet är definitivt ett flernivåsamarbete där ansvars- och rollfördelningen behöver tydliggöras. För styrgruppen rekommenderar vi politiska representanter från samtliga regioner och regionala besöksnärlingsorganisationer samt kommuner och kommunala besöksnärlingsorganisationer (nyckelaktörer). Till tjänstepersonsgrupp rekommenderar vi operativt ansvariga för destinationsutvecklingsfrågor, i kommuner och regioner samt i lokala och regionala besöksnärlingsorganisationer.



Foto: Oskar Lürén

Vi tror också att det är av stor vikt att det formas en referensgrupp till arbetet där det finns en mix av företag och representanter för företagssammanslutningar så att insatser som genomförs grundar sig i behov från företagen. Förutom dessa grupperingar tror vi också att det kan behövas arbetsgrupper utifrån de olika insatserna man bestämmer sig för att genomföra i handlingsplanen.

Ta fram en gemensam handlingsplan

När man har bestämt sig för att samverka långsiktigt och har format en tydlig

avsiktsförklaring bör man ta fram en gemensam handlingsplan. Förslagsvis tas en handlingsplan fram utifrån de föreslagna prioriteringarna. Sett till vad som framkommit i workshops och i enkät bör handlingsplanen inbegripa dessa områden:

Tillgänglighet på vatten:

På kort sikt:

- Utveckla passagerartrafiken på sjön inklusive transporter för cykel.
- Påbörja en turistisk översiktsplan
- Gästhamnsutveckling och inventering

På lång sikt:

- Sök medel till utvecklingsprojekt
- Ta fram en turistisk översiktsplan
- Utveckla passagerartrafiken

Tillgänglighet på land:

På kort sikt:

- Koppla ihop vandrings- och cykelleder
- Utvecklad kollektivtrafik för att möjliggöra att ta sig runt sjön.
- Utveckla temarundor för att tillgängliggöra området tex. kring mat kultur och cykel.

På lång sikt:

- Utvecklad kollektivtrafik för att möjliggöra att ta sig runt sjön.
- Ta fram en turistisk översiktsplan
- Möjliggöra transporter (med buss och tåg) med egen cykel

Mätningar, fakta och kunskap

- Visualisera utbud i GIS-data
- Studiebesök
- Specificera gemensamma mål

Kommunikationen spelar en nyckelroll

Tänk in kommunikationen som en nyckelfaktor för att lyckas. Kommunikationen spelar en mycket viktig roll både i förankringsarbetet och för implementeringsarbetet och den är viktig både internt och externt. Tydliggör vilka målgrupper ni ska kommunicera med och utse någon som ansvarar för kommunikationen.

Använd nationella strategin som hävstång

Huvudsakliga syftet med samarbetet som framkommit i denna process är att man tillsammans vill skapa en attraktivare och mer hållbar destination. Nu finns det antingen en nationell besöksnäringstrategi att förhålla sig till och i flera delar är den process som Vättern nu gör helt i linje med den strategin. Platsutveckling, hållbarhet och samverkan är viktiga horisontella perspektiv i strategin och precis det som denna process handlar om. Innovationsperspektivet är också viktigt att ha med i det fortsatta utvecklingsarbetet då det är en nyckel till framgång i den nationella strategin och därmed avgörande för att kunna ta del av nationella utvecklingsmedel. Förslagsvis söks projektmedel i nationell utlysning för att kunna arbeta med organisationen framåt, där platsutveckling och innovation står i fokus.

“Tänk in kommunikationen som en nyckelfaktor för att lyckas”

