

Besökskraft Stockholmsregionen

Tillsammans för stärkt besöksnäring!



1 januari 2019 det regionala utvecklingsansvaret

Förmå länets aktörer att arbeta mot samma mål för att tillsammans skapa tillväxt och utvecklig utifrån länets specifika förutsättningar.



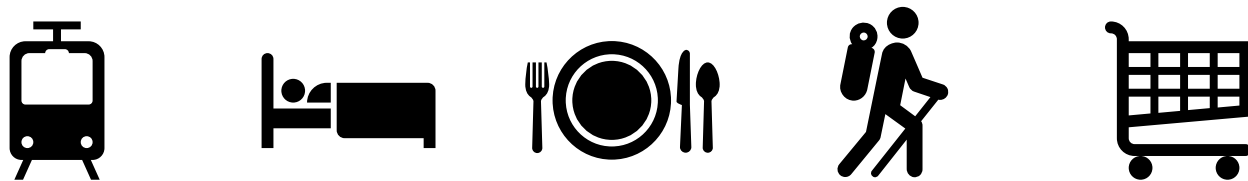
Besöksnäringen styrkeområde

- Besöksnäringen och de kulturella och kreativa näringarna är utpekade som två av sju styrkeområden i RUFSS 2050.
- Bredd bland besökare: affärs- såväl som nöjesbesökare.
- Många attraktiva besöksanledningar: urbanturism, evenemang, renhet, upplevelsen av trygghet, natur och kultur, hållbarhet, landsbygd och skärgård.
- Näring som spänner över många branscher, ställer krav på samordning.
- En regional samverkansorganisation för besöksnäringen som kan ta ett samlat regionalt grepp saknas idag, är efterfrågat!



Vad ingår i besöksnäringen?

resa – bo – äta – göra – handla



Syfte och mål

- Hur kan vi tillsammans stärka besöksnäringen med målet att göra Stockholmsregionen till Europas mest attraktiva storstadsregion?
- Hur bygger vi en regional organisation som ger besöksnäringen i Stockholms län de bästa förutsättningarna att växa och utvecklas?
- Mål - stärkt regional struktur/arena för en hållbar utveckling av besöksnäringen i Stockholms län.



Vad ska Besökskraft Stockholmsregionen göra?



Skapa regional struktur/arena



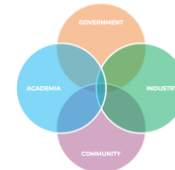
Öka företagens gröna och digitala omställning



Stärkt attraktionskraft



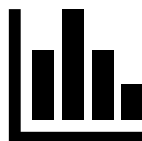
Kluster-samarbete



Quadruple Helix



Ökad samsyn och samarbete



Vilken kunskap och statistik behövs?



Överblick - vad händer i länet

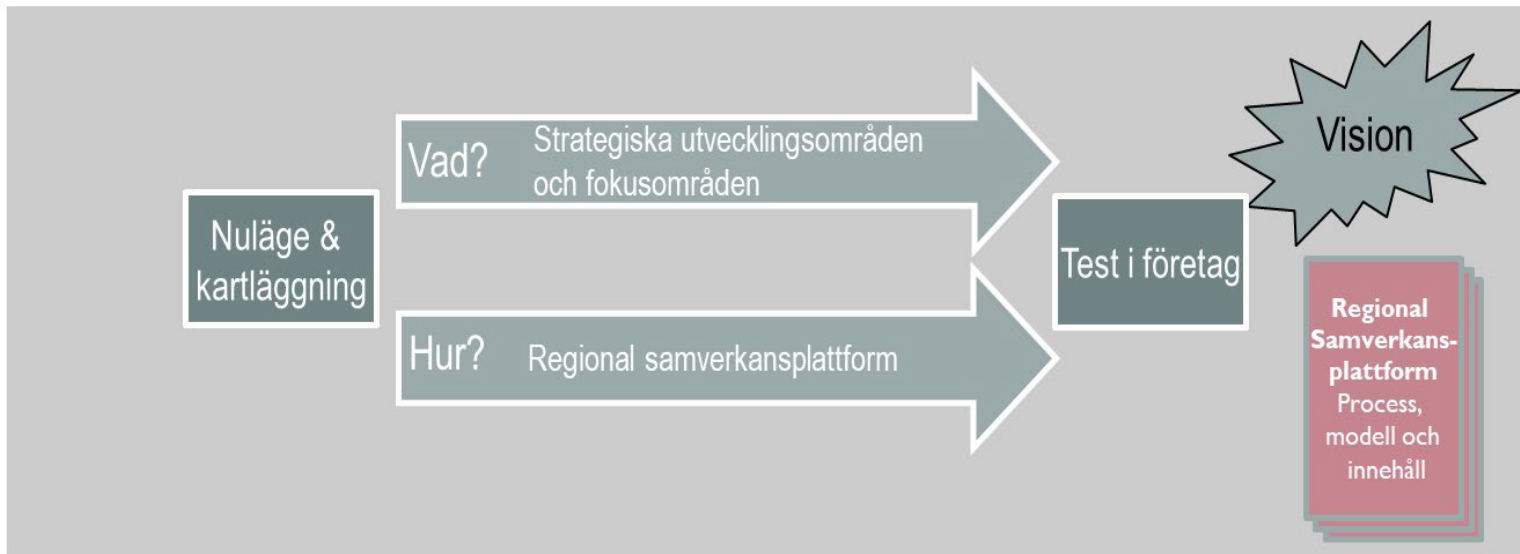


Strategiska utvecklingsområden



Vision och förslag på fortsatt process

Angreppssätt



Besöksnäringen spänner över flera politikområden

REGIONAL UTVECKLINGSPLAN
FÖR STOCKHOLMSREGIONEN

RUFS 2050

Europas mest attraktiva storstadsregion



**Närings-
politik**

**NÄRINGS- OCH
TILLVÄXTSTRATEGI**
för Stockholmsregionen



**Kultur-
politik**

KULTURSTRATEGI
för Stockholmsregionen



**Landsbygds/
skärgårdspolitik**

**LANDSBYGDS- OCH
SKÄRGÅRDSSTRATEGI**
för Stockholmsregionen



Viktiga basnäringar

- De kulturella och kreativa näringarna i Stockholmsregionen omsätter till exempel mer än hela den samlade svenska livsmedelsindustrin.
- Spänner över flera olika branscher, består av många aktörer, på olika nivåer och med olika uppdrag.

Covid-pandemin har påverkat:

- Innan: snabbare tillväxt än riksgenomsnittet
- Under: den värst drabbade sektorn
- Efter: nya kundbeteenden – behov av omställning, accelererat digitaliseringen.



Varför är besöksnäringen viktig?

- Avgörande för att attrahera besökare och investeringar i hela länet.
- Internationellt positionera Stockholmsregionen som en attraktiv och livskraftig region att vistas och verka i.
- Bidrar till viktiga exportintäkter för Stockholmsregionen genom utländska besökares konsumtion i länet.
- Viktig näring för att utveckla landsbygd och skärgård i länet, möjliggör att kunna verka och bo i länets landsbygd och skärgård.



Besöksnäringen bidrar med

- Skapar jobb – direkta och indirekta.
- Ingång till arbetsmarknaden för ungdomar och våra nya svenskar, underlättar integration och ungas insteg på arbetsmarknaden.
- Verksamhet som stannar i länet – arbetsplatserna kan inte flytta utomlands.
- Bidrar till skatteintäkter – direkta och indirekta.
- Är ett skyltfönster – omvärldens första kontakt och ingång till potentiell inflyttning, etablering, investering.
- Bidrar till bättre livskvalitet och större utbud för de som bor på platsen.



Utmaningar för besöksnäringen

- Infrastruktur och kollektivtrafik inte anpassad för besökare.
- Kompetensförsörjning.
- Svag koppling till forskning och en näring med generellt låg innovationsgrad.
- Brist på kapital.
- Brist på enhetlig bild (genom statistik t.ex.) för att bättre beskriva näringens betydelse och nytta, inte minst på kommunal nivå.
- Näringen reagerar snabbt på omvärldshändelser.
- Fragmentiserat aktörssystem, leder till oförmåga att arbeta strategiskt - "snuttifiering", icke effektiva satsningar utan övergripande riktning för hela länet.



Målgrupper

- Små- och medelstora företag inom besöksnäringen.
- Främjarna - som arbetar för och påverkar förutsättningarna för att besöksnäringen i länet ska kunna växa och utvecklas: kommuner, destinationsbolag, branschorganisationer, länsstyrelse, civilsamhälle, universitet och högskolor mfl.



Metod - Klustersamarbete

- Besöksnäringen berör ofta flera olika aktörer – ingen enskild aktör äger totalprodukten.
- Samarbete ökar möjligheten till innovation, löser frågor som enskilda företag inte kan lösa själva.
- Stärkt konkurrenskraft.
- Erfarenheter visar att väl fungerande samverkan är nyckeln till utveckling.
- Närhet till informationsutbyte och tillgång till spetskompetens.
- Skapar synergieffekter och kostnadseffektivitet.



Finansiering

- Projektets totala budget är strax över 4,5 miljoner kronor:

3 375 121 kronor (stöd från ERUF REACT)

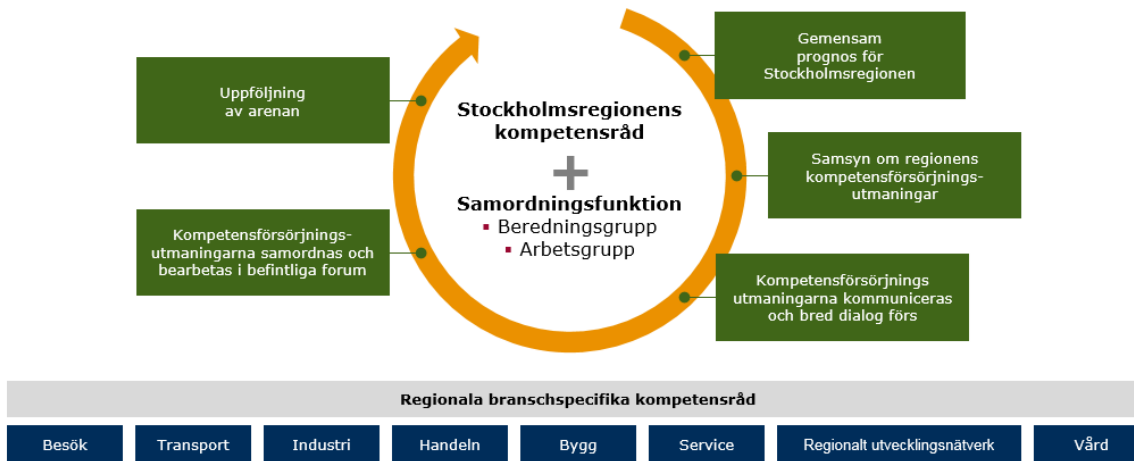
1 125 000 kronor (regionala 1:1-medel)

- Klusterledare, processledare/konceptutvecklare, följeforskare.
- Styrgrupp: Region Stockholm, Visit Stockholm, Almi Stockholm, Stockholms Handelskammare, Visita Stockholm, Sigtuna kommun.
- Projektet pågår till och med 31 oktober 2023.



Inspireras av andra samverkansarenor

KOMPETENSARENA STOCKHOLM



Uppstart klusterworkshop 8 december!



Tack!

Kontakta gärna projektledare

Anna Bohman Enmalm

anna.bohman-enmalm@regionstockholm.se

