



Datum
2009-05-28
2009-09-08

1 (1)

Turismstrategi

Vår handläggare
Gunilla Malm, 0151-192 70
gunilla.malm@vingaker.se

Långsiktigt övergripande tillvägagångssätt för turismnäringens utvecklande i Vingåkers kommun 2010-2011

Turismstrategi 2010-2011

Vingåkers kommun satsar på besöksnäringen för att öka antal besökare/turister¹ till kommunen och förstärka Vingåkers varumärke. En ökning av besöksantalet ger goda tillväxtmöjligheter inom den lokala besöksnäringens bransch i form av nyetableringar, nya arbetstillfällen samt inflyttning till kommunen.

Vision

Vingåkers kommun är det självklara målet för de kvalitetsmedvetna turisterna. Deras förväntningar på kulturutbud, shopping, naturupplevelser, aktiviteter och boende uppfylls med råge. Besöksnäringen i Vingåkers kommun expanderar kontinuerligt och befintliga besöksmål utvecklas och stärks.

Målsättning

Genom att bedriva ett kvalitetsmedvetet arbete för att stärka besöksnäringen skall följande åtgärder genomföras.

Åtgärder för att stärka besöksnäringen 2010

- Inventera utbudet inom turistnäringen. I första hand verksamheter inom boende; hotell, vandrarhem, bed & breakfast samt campingplatser, verksamheter med olika aktiviteter som bland annat kulturevenemang, handel, golf och bad och samtliga matställen inom kommunen² och andra turisttåta mål som till exempel kalklinbanan och Högsjö kultur och teater.
- Konkretisera mätbara mål i form av antal övernattningar och antal besökare.

¹ Med turist/besökare används här definitionen från WTO, World Tourism Organisation enligt följande; "En person som gör ett besök utanför sin ordinarie bostadsort för övernattning eller dagsbesök"

² Grundläggande för att kunna sätta mätbara mål och tillförlitlig besöksstatistik

- Skapa förutsättningar för att utöka turistsäsongen över större del av hela året.
- Skapa förutsättningar för ökat samarbetet mellan lokala entreprenörer och på det sättet skapa ökad affärsnytta, upplevelse- och resepaketering samt kompetenshöjning.
- Skapa förutsättningar för att utöka antal besökare från våra dominerande målgrupper (WHOPS, DINKS³) och arbeta regionöverskridande med omkringliggande regioner.
- Påbörja arbetet med att översätta vår besökswebb till i första hand engelska.
- Träffa alla turistföretag under hösten 2009 för att skapa förutsättningar för inspiration, samarbete och kreativitet.
- Samarbeta med projekt Handelsort Vingåker.
- Sätta upp nya mätbara mål inför 2010; antal besökare, besöksnäringens omsättning och antal gästnätter, samt utöka statistikunderlag från fler verksamheter.

Åtgärder 2010

Utvidga samarbetet regionalt gränsöverskridande.

Träffa alla turistföretag under hösten 2010 för att skapa förutsättningar för inspiration, samarbete och kreativitet.

Utreda möjligheten att etablera en ny turistbyrå i outlet-området.

Sätta upp nya mätbara mål inför 2011; antal besökare, besöksnäringens omsättning och antal gästnätter, samt utöka statistikunderlag från fler verksamheter.

5 nyregistrerade företag/verksamheter inom besöksnäringen under år 2010.

Påbörja revidering av turismstrategin inför 2011 med nya övergripande mål.

³ WHOPS; wealthy healthy older people, DINKS; double income no kids, vedertagna förkortningar inom turismnäringen

Vingåkers kommun

3 (3)

Från och med 2011 utöka regionöverskridande arbetet även mot utländska besökare.

Nyckeltal/mål

Nedan angivna siffror består av en sammanslagning av statistik från flera av kommunens besöksmåls. Specifikation för samtliga siffror återfinns i bilaga 1.

	Resultat 2007	Resultat 2008	Mål 2009	Mål 2010
Antal dagbesökare	427 323	427 872	432 000	440 000
Antal gästnätter		16 072	16 000	18 000

(Givet diskrepansen mellan dagbesökare och antal gästnätter är potentialen för en ökning av antal gästnätter eftersträvansvärt och skulle ge en stort ekonomiskt utfall för hela näringen i kommunen.)

Vingåkers kommun 2009-09-28

Gunilla Malm, näringslivsansvarig

Ann Frankzén, turistassistent