

Antagen av kommunfullmäktige 2013-04-16, § 44
Gäller från 2013-04-01

Strategi besöksnäringen Vingåkers kommun år 2013 – 2016

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

Denna strategi bygger på Vingåkers kommuns vision samt Vingåkers kommun näringslivsprogram. Strategin tar fasta på de riktlinjerna som finns i nationella och sörmländska strategier för besöksnäringen.

Strategi för besöksnäring för Vingåkers kommun sträcker sig över åren 2013 – 2016. Detta bör följas av strategier för år 2017 – 2020 samt 2021 – 2023 för att vara i fas med nationella strategin (år 2020) och sörmländska strategin för besöksnäringen (år 2023).

Nuläget

Det är viktigt i arbetet med en strategi att ha god omvärldsbevakning. Först då kan det egentliga arbetet sätta igång. Åsikter från både näringen som tjänstemännen och politikerna i Vingåkers kommun har samlats i denna SWOT analys som beskriver nuläget. Därefter fortsätter dokumentet med marknaden, visionen, strategin och mål.

Styrkor

Externt:

- Satsning på nationell nivå för att besöksnäringen ska bli Sveriges nya basnäring.
- Satsning på besöksnäringen för Sörmland av Regionförbundet Sörmland för att Sörmland ska bli en av Sveriges utvalda internationella destinationer.
- Projektet Destinationsutveckling Sörmland där exportmogna företag arbetar tillsammans över kommungränserna för att skapa nya produkter och paket som ska säljas på internationellt.

Internt:

- Vingåkers Factory Outlet, tillsammans med övrigt butiksutbud, som har cirka 500 000 besökare/år
- Ett annat starkt besöksmål är Säfstaholms slott som med sin väl uppskattade sommarutställning lockar cirka 7 500 besökare per år.
- Den årliga ryttartävlingen Guldsportarna arrangeras av Vingåkers Ryttarförening över fyra dagar i månadsskiftet juni/ juli och attraherar 2 000 besökare, varav flertalet långväga gäster.
- Båsenberga hotell & konferens står värd för 400 konferenser med totalt 15 000 gäster per år.
- Hjälmarginer har drygt 21 000 gästnätter samt ca 1200 husvagnsnätter på campingen per år.
- Andra besöksmål är bl.a. golfbana, camping och fin natur samt bad.
- En annan målgrupp är våra fritidshusägare, det finns ca 1081 fritidshus i Vingåkers kommun varav vi når 400 sommarhushåll med kommuntidningen Vingåker för dig.

Svagheter

1. Ovårdade gator och grönområden.
2. Kunder hos Vingåkers Factory Outlet ser sig inte som turister.
3. Ointressant turisthörna i Vingåkers Factory Outlet
4. Bristande kunskap om Vingåkers utbud hos närliggande turistbyråer i andra kommuner.
5. Utbildad personal inom näringslivet i Vingåkers kommun om utbud av aktiviteter.
6. Brist på aktiviteter som ger intäkter eller som förlänger vistelsen i Vingåkers kommun.
7. Brist på ställplatser och service för husbilar.

Samt:

- Kommunens resurser; både ekonomiskt och personal.
- Nuvarande fördelning av ansvar för besöksnäringen mellan kultur- och fritidsförvaltningen som ansvarar för turistbyrån och näringslivsenheten som ansvarar för det strategiska. Flera kommuner i Sörmland har denna fördelning och den börjar nu ifrågasättas i våra grannkommuner. I Vingåkers kommun delar vi resurser med personal och butik mellan slottets och turistbyråns verksamheter.
- Låg besöksfrekvens för turistbyrån på Säfstaholms slott.
- Kort säsong för turistbyrån.
- Förväntad servicenivå för turistbyråfilialer.
- Bristande skyltning både i centrum och vid infarterna.
- Dålig bredbandstäckning i Vingåkers kommun.
- Brist på lekparkar.
- Dåligt med statistik och forskning om den lokala besöksnäringen.
- Utbudet av matställen och aktiviteter för den välbärgade målgrupp som besöker t.ex. Vingåker Factory Outlet och Säfstaholms slott.

Möjligheter

- Stark tillväxtbransch
- Ny It-teknik genom smarta telefoner, mobila hemsidor, digitala kartor m.m.
- Intresse för näringen
- Närhet till naturen
- Möjlighet att förlänga turistsäsongen.
- Möjlighet att öka intäkterna för kommunen i turistbyrån genom bl.a. paketering.
- Vara delaktig och utveckla Sörmland som Stockholms Country break, d.v.s. utflykt för besökare till Stockholm.
- Öka antalet utländska besökare.
- Öka kunskapen om Vingåker både som turistmål och boendeort.

Hot

- Lågkonjunkturen.
- Dåliga kommunikationer, t.ex. vägar.
- Regler och lagar t.ex. resegarantin, skattelagsstiftning

Marknaden

Trender

Vingåkers kommun beställde en rapport för år 2009 för att granska de ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekterna av turismen i Vingåkers kommun. En ny TEM¹ rapport är planerad med statistik för år 2012.

TEM rapporten visar att rese- och turistindustrin i Vingåkers kommun omsatte 67 miljoner kronor och gav arbete åt ungefär 55 personer under år 2009. Den kommersiella delen av turismomsättningen, den del som kan påverkas med traditionell marknadsföring, svarar för 73 procent av den totala turismomsättningen.

I besöksnäringstrategin för Sörmland visas kvantitativa mål för Sörmlands tillväxt:

År	2010 ²	2015	2023 ³
Omsättning (milj.kr)	2 100	2 750	4 500
Antal årsanställda	2 000	2 500	3 400
Andel av svensk turism	2,6 %	3,0 %	3,4 %
Antal utländska gästnätter	153 000	201 000	328 000

Besökarna till Vingåkers Factory Outlet är en skatt som inte vi tar tillvara på i den utsträckning som vi borde göra. Försöket med mobila turistvärdarna under sommaren 2011 visade tydligt att besökarna är upptagna med sitt förbestämda besök och sedan är de intresserade av att hitta någonstans att äta. Viktigt är att bemöta kunderna innan de anländer till Vingåker samt att väl på plats påvisa att det finns anledningar för dem att stanna kvar längre i Vingåker innan de åker vidare.

Kunder

Vår målgrupp är primärt de existerande besökarna samt öka antalet utländska besökare. Sekondärt är nya besökare från 20 mils radie.

Säfstaholms slott

Den vanligaste besökaren till utställningarna på Säfstaholms slott är kulturintresserade, 50 plus, varav 7 av 10 är allmänt kulturintresserade kvinnor från Stockholm och större städer som Norrköping, Eskilstuna och Örebro. I genomsnitt med entré till utställningen, café och försäljning i shopen så spenderas 600 kr/besök.

Vingåker Factory Outlet

Vingåker är vida känt för vårt outletområde med främst Vingåkers Factory Outlet som dragare. Kunder är främst män och kvinnor 25 – 50 år, från ett område med större städer inom 20 mils radie från Vingåker. Cirka 400 000 besökare per år handlar för en snittförsäljning på 1100 kr och har en inkomst av 400 000 kr om året. VFO har en igenkänningsfaktor av 68 procent i Stockholm.

Båsenberga hotell & konferens

Inriktningen är främst som konferensanläggning samt för privatgäster med inriktning på weekend, golf och shopping. Verksamheten är välskött och anläggningen nyrenoverad, med ett erkänt bra kök. Antal uthyrda rum ca 6 000, antal boende gäster ca 7 200, antal konferenser ca 400 och antal gäster ca 15 000.

¹ Ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av turismen i Vingåkers kommun

² SCB Tillväxtverket år 2011 avseende år 2010

³ Den sörmländska strategins slutår

Hjälmargården

Denna konferens och lägergård är belägen i natursköna Läppe vid Hjälmarens strandkant. År 2012 hade Hjälmargården drygt 21 000 gästnätter samt ca 1200 husvagnsnätter på campingen. Detta inkluderar då inte alla besökare som besöker gården över dagen för till exempel deras konserter, evenemang som minns du sången, söndagsbuffé, marknader och annat som arrangeras under året.

Fritidshus

Våra fritidshus ägare är en annan målgrupp som vi bör räkna som besökare. Det finns ca 1081 fritidshus i Vingåkers kommun enligt Sörmlands vatten. Vi når 400 sommarhushåll med kommundidningen Vingåker för dig. Dessa besökare turistar i Vingåkers kommun och vissa har med sig gäster.

Camping och husbilar

Camping är den vanligaste kommersiella övernattningsformen med 65 procent av samtliga kommersiella övernattningsformer i Vingåkers kommun år 2009 (enligt TEM rapporten). Läppe camping och Hjälmargården är välskötta anläggningar.

Husbilsturismen växer snabbt i Europa och Sverige. Nyregistreringen av husbilar ökar kraftigt och i dag finns cirka 1,5 miljoner husbilar registrerade i Europa. Med cirka 60 000 registrerade husbilar ligger Sverige på tredje plats i husbilstäthet efter Finland och Tyskland. Sverige är också det land i Europa där husbilförsäljningen ökar mest. Vingåkers kommun behöver höja standarden för husbilar med ställplatser och service.

Konkurrenter

Konkurrensen om besökaren är hård. Vingåkers kommuns största konkurrenter är kringliggande större kommuner som t.ex. Örebro och Norrköping. Med information som blivit så lättillgänglig via internet och att besökaren inte längre köper färdiga gruppresor utan planerar sina egna resor är det ännu viktigare att synas i bruset. Samarbetet med de Sörmländska kommunerna gör att de blir en draghjälp istället för konkurrenter OM Vingåkers kommun håller deras takt och tillsätter de resurser som krävs för ökat samarbete och höjd service på turistbyrå, informationsmaterial och utbud.

Vision

Vi behåller den tidigare visionen för strategin för besöksnäringen;

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.

Vi anammar också visionen och målet för besöksnäringen i Sörmland som ger oss målgruppen;

”Våra destinationer och upplevelser är de mest efterfrågade bland Stockholm plus- alternativerna för besökare från Stockholm-Mälardalsregionen samt för utländska besökare.”

Naturligtvis tar vi hänsyn till visionen för Vingåkers kommun 2020;

I denna strategi för besöksnäringen tar vi speciellt fokus på följande ledord från Vingåkers kommuns vision för år 2020:

... tänker nytt

Nytänkare gör att medborgare, näringsliv och kommun finner lösningar som säkerställer vår gemensamma framtid. Vi söker och vågar pröva nya vägar. Vi är öppna för förändringar.

Strategi

För att förverkliga dessa visioner och nå de övergripande målen prioriterar vi följande arbete:

- vad ska erbjudas

1. En välvårdad kommun med underhållna gator och grönområden. Belysning och dekorationer som förskönar och skapar trivsel.
2. Informationskampanj innan och under besökarnas vistelse.
3. Uppställningsplatser samt service för husbilsbesökare.
4. Attraktiva personliga paketerbjudanden och bokningsmöjligheter som ger kommunen en intäkt.
5. Arbeta med projekt som Destinationsutveckling för att utveckla exportmogna företag.
7. Utökad utbud av aktiviteter som har kassaapparater och eller förlänger besöket.
8. Kompletterande handel med ytterligare outletbutik/er.
9. Cykeluthyrning, eventuellt i samarbete med andra närliggande kommuner.
10. Satsning på branschen som en näring och en intäktskälla.

- vilka är målgruppen

1. Primärt Vingåker Factory Outlet kunder, besökare till Säfstaholms slott samt Båsenberga hotell och konferens samt Hjälmgården.
2. Husbils- och campingbesökare.
3. Andra turistbyråer i Sörmland med prioritering på närkommunerna Katrineholm och Flen.
4. Besökare till evenemang som Guldsportarna, hemmamatcher för Vingåkers Volleybollklubb, mm.
5. Fritidshusägare i Vingåker och närliggande kommuner.
6. Turistbyråer och informationsställen i Örebroregionen.
7. Barnfamiljer.
8. Konferensgäster.

- hur ska det erbjudas

1. Informera redan innan de besöker Vingåker genom mobilanpassade webbplatser som vingaker.se, safstaholmsslott.se, ev. app samt använda kanaler för att nå Vingåker Factory Outlets kunder.
2. Gemensamt marknadsföringsmaterial för KFV och Sörmland t.ex. genom hemsidesportal.
3. Varje år inför turistbyrå säsongen informera och guida turistbyrå personal från andra kommuner i Sörmland och Närke om utbudet i Vingåker.
4. Information på plats visuellt med både infart och centrum skyltar, jobba med varumärket genom t.ex. siluetter och installationer.
5. Bygga upp en inspirerande turistinformationshörna vid kassorna på Vingåkers Factory Outlet.
6. Serva utländska besökare med flerspråkig info på webbsidor, turistmaterial mm.
7. Sälja paket på turistbyrån med t.ex. rabatter på lokala aktiviteter och boende alternativ.
8. Utbilda personal inom näringslivet i Vingåkers kommun om utbud av aktiviteter.
9. Överstiga besökarnas förväntningar på service för turistbyrå på Säfstaholms slott samt bemanning filialer som biblioteket, Åbrogården samt Vingåkers Factory Outlet & OKQ8.
10. Tydlig skyltning till turistbyråer och filialer, bl.a. utanför Vingåkers Factory Outlet.
11. Skyltning vid infarterna till Vingåker, samt inne i centrum, för att påvisa det lokala utbudet.
12. Välkomstskylt med information om utbud på t.ex. magasinet vid järnvägen, fasaden på byggnader som vetter mot järnvägen.
13. Tydlig information om matställen - i kartor, broschyrer samt med skyltar och vägmarkeringar.
14. Alla matställen har information om fler utflyktsmål. Utvalda matställen har extra visuellt material.
15. Producera attraktiva inspirerande turistbroschyr, informationsmaterial och kartor.
16. Använda mobila turistvärdar vid evenemang som t.ex. Guldsportarna samt stundvis bemanna turistinformationshörnan vid Vingåker Factory Outlet.
17. Dela ut ett rabathäfte som erbjuder attraktiva aktiviteter för att uppmuntra återbesök.
18. Aktivt arbeta för att konferenser ska förläggas i Vingåkers kommun.
19. Marknadsföra Vingåker för resenärer på Skavsta flygplats.

Övergripande mål

Mål för strategin för Vingåker är baserade på Sörmlands övergripande mål till år 2023, d.v.s.

- Besöksnäringen fördubblas på tio år
- Sörmland är en av Sveriges 35 internationella destinationer år 2020
- Hållbarhet är en viktig ledstjärna i utvecklingsarbetet.

Mål för strategin är också densamma som för Sörmland till år 2023, d.v.s.

- Antal utländska besökare ökar, året runt.
- Antalet svenska besökare, främst från Stockholm- Mälardalsområdet ökar, året runt.
- Fler hållbara mogna och nya produkter av hög kvalitet, för såväl svenska som utländska besökare, utvecklas.
- De redan exportmogna företagen ökar sina volymer.

"Våra destinationer och upplevelser är de mest efterfrågade bland Stockholm plus – alternativen för besökare från Stockholm-Mälardalsregionen samt för utländska besökare."

Vision och mål för besöksnäringen i Sörmland år 2023

Skulle du rekommendera Vingåker som resmål? Låt oss jobba tillsammans för att uppnå visionen!

Processen med strategin:

Arbetet med strategi för besöksnäringen för Vingåkers kommun har arbetats fram av näringslivsansvarig Suzan Östman Bäckman efter möten och samtal med följande:

Arbetsgrupp för besöksnäringen bestående av representanter med företagare inom besöksnäringen. Individuella samtal med kultur och fritidschefen Lars Furberg och turistbyråansvarig Emma Blomberg, kultur och fritidsnämndens ordförande Robert Skoglund, informationsansvarig Maria Pestera, kommunchef Marita Skog, kommunalråd Jörgen Larsson.

Strategin har skickats på remiss till politiska partier samt diskuterats på företagsfralla. Ett reportage i Katrineholms-kuriren ledde också till ytterligare kommentarer om besöksnäringen i Vingåkers kommun.

Bilagor:

Nationella och Sörmländska strategierna samt näringslivspolitiska programmet.