



Bromölla kommun

## KOMMUNAL FÖRFATTNINGSSAMLING Nr 381.2

---

**Antagen/Senast ändrad**

**Gäller från**

**Dnr**

Kf 2019-11-25 § 138

2020-01-01

2019/726

**BESÖKSNÄRINGSSTRATEGI 2020-2024**



# Besöksnäringstrategi 2020-2024



Bromölla kommun

# Bromölla

Översikt

Om

Bilder

Omdömen



Nr 1 av 3864 saker att göra i Skåne

## Övergripande vision

*"Bromölla är en året-runt-destination med tydliga attraktiva erbjudande för den svenska och den internationella besökaren."*

## Innehållsförteckning

Innehållsförteckning	s. 1
Besöksnäringens struktur	s. 2
Besöksnäringen växer	s. 2
Smart turism	s. 4
Trender	s. 5
Besökaren	s. 6
Resanledningar	s. 6
Sammanfattning av målgrupp och marknad	s. 7
Strategi	s. 8
Målsättning	s. 8



# Besöksnäringens struktur

Bromölla kommuns besöksnäringstrategi har tagits fram genom att använda delar av den nordost-svenska besöksnäringstrategin som togs fram under Destinationsutvecklingsprocessen, underlag från två enkäter som gått ut till företag och föreningar kopplade till besöksnäringen i området, remissåterkoppling från utvalda företag samt Bromölla kommuns Översiktsplan 2030 - med sikte på 2030, Bromölla kommun, Del 1 Utvecklingsstrategier. Version: Antagandehandling, 2014-08-25

Bromöllas besöksnäringstrategi är en förlängning av den nationella och regionala strategierna och är tänkt att användas som en stark grund att hämta stöd och inspiration från för både det offentliga och aktörerna inom näringen.

## Besöksnäringen växer!

### Globalt – Sverige – Skåne – Nordöstra Skåne - Bromölla

Besöksnäringen är idag både en av de snabbast växande näringarna och en av de största näringarna i världen. Internationell turism växte med ca 6 % under 2018 globalt. Besöksnäring är tätt sammankopplat med utveckling och har blivit en nyckelfaktor för socio-ekonomiska framsteg. (UNWTO)

Sverige har potential att hävda sig på den internationella marknaden genom landets rika natur- och kulturarv. Besöksnäringen har många styrkor med företag som har hög tillväxtvilja, det är en sysselsättningsintensiv näring och en näring som i hög grad erbjuder arbete för ungdomar och personer med utländsk bakgrund. Besöksnäringen växer i takt med svensk ekonomi i stort men visar en starkare utveckling vad gäller export och sysselsättningstillväxt. (Tillväxtverket)

Skånes besöksnäring toppar turismstatistiken, regionen ligger över riksnittet. Sedan 2014 har utvecklingen tagit rejäl fart. Utvecklingen sker framförallt under lågsäsong vilket ligger i linje med det strategiska arbetet att utveckla Skåne som en året-runt-destination. Det är framförallt utländska gästnätter som får Skåne att växa. (Tourism in Skåne)

Skåne Nordost (SKNO), kommunerna Bromölla, Hässleholm, Kristianstad, Osby och Östra Göinge, har tillsammans genomgått en destinationsutvecklingsprocess för att gemensamt ta fram en strategisk plattform för att utveckla besöksnäringen i området. Kommunerna har gemensamma prioriteringar för att nå en hållbar och stabil tillväxt. För att nyttja resurserna på ett effektivare sätt har besöksnäringens olika delar fördelats mellan kommunerna. I samverkan med SKNO är det prioriterat med kunskap som kompletterar och breddar kunskapsbanken. Sedan många år samverkar Bromölla i SKNO-nätverket och regionalt med Tourism in Skåne för att maximera utvecklingen i kommunen.



Kommunen har nära samverkan med de lokala turistentreprenörerna. Upparbetad samverkan för att koppla samman turism, näringsliv och kultur finns genom KKN (Kulturella Kreativa Näringar) där kulturarbetare som vill få ökad lönsamhet genom besöksnäringen ska slussas vidare från KKN för att där få introduktion och hjälp med utvecklingsinsatser. Besöksnäringen i Bromölla omsätter mer för varje år, samtidigt som vi ser en ökad sysselsättningsgrad 105 person (2011) till 192 personer (2016). Turismens omsättning i kommunen var 150 Mkr (2011) och hade ökat till 277 Mkr (2016). (HUI Research)

”Bromölla kommun utgörs av en varierad och attraktiv natur med mycket höga värden”

”Spåren av människans verksamhet kan ses som historiska överlagringar där olika epokers spår går i varandra och bidrar med viktiga kunskaper om vår historia. Kulturmiljövården handlar om att bevara, bruka och utveckla kulturarvet för framtiden”

”En välfungerande grönstruktur ger utrymme för aktivitet och avkoppling i landskapet. Bromölla kommun utgörs av mycket höga natur- och kulturvärden vilket skapar goda förutsättningar för rekreation, dels gällande närrekreation, dels för turism. Grundläggande för rekreation blir en varierad förekomst av kvalitativa gröna miljöer samt tillgängligheten till detsamma”. (Natur- Kultur- och Rekreativprogram för Bromölla kommun, 2011-12-22)

#### Enkät svar Humleslingan

Det saknas boenden i Bromölla kommun, både hotell, camping och stugor. Företagen måste få tillräckligt stor omsättning för att kunna leva på verksamheten och det förutsätts även utökning av befintlig verksamhet. Det saknas boenden längs kustremsan samt saknas fler bra matställen i Bromölla. Många företag tror att ökad omsättning endast kan fås genom ökat antal besökare - men det går att öka intäkterna istället. Många hemsidor saknar viktig information vilket leder till merarbete för aktören.

#### Skåne Nordost-enkät

En stor del av Bromöllas besöksnäringföretag har ett internationellt fokus där de aktivt arbetar med internationella marknader. Flera av dem har ett externt perspektiv vad gäller prisbild och prissättning. Samtliga företag som besvarat enkäten avsätter en del av omsättningen till marknadsföring nationellt men få betalar för internationell marknadsföring. Den internationella marknadsföringen sker till stor del genom Tourism in Skåne. Samarbete mellan företagen sker både inom kommunen men även externt och ungefär hälften av företagen är bokningsbara digitalt. Flertalet av företagen finns tillgängliga digitalt på platsdatabaser så som Google och TripAdvisor.



# Smart turism

Det är viktigt att morgondagens besöksnäring är innovativ och inkluderande. Därför ska kommunen främja lösningar för hållbar och tillgänglig turism, främja digitalt smart turism och stärka rollen för kulturarv och kulturella och kreativa näringar som tillgångar för besöksnäringen.

- Implementera innovativa, intelligenta och inkluderande lösningar inom området besöksnäring.
- Använda sitt territoriella, sociala och mänskliga kapital för att främja tillväxten av den egna besöksnäringsektorn, destinationens välbefinnande och en högre livskvalitet hos dess invånare.
- Erbjud berikande och anpassade upplevelser genom att uppvärdera lokala tillgångar samtidigt som destinationens invånare respekteras och involveras.

## En smart turistdestination ska vara:

**Tillgänglig:** fysiskt tillgänglig för resande med särskilda tillgänglighetsbehov. Enkelt nåbar genom olika transportmedel och med ett starkt transportsystem inom destinationen.

**Hållbar:** arbeta för att bevara och stärka den naturliga omgivningen och dess resurser och samtidigt upprätthålla ekonomisk och sociokulturell utveckling på ett balanserat sätt.

**Digital:** använda kunskapsbaserade IT-lösningar och digitala verktyg för att erbjuda turist- och gästinformation, produkter, tjänster och upplevelser som är både innovativa och anpassade efter konsumenternas behov. (UNWTO)

## Bromölla ska vara:

Smart turism i Bromölla innebär att arbeta med ständiga förbättringar och förnyelser, att identifiera och ta bort ineffektiva arbetsmetoder. Det handlar inte om att arbeta snabbare, utan om att arbeta smartare, och att lära sig att se vad som skapar värde ur kundens perspektiv.

På turismenheten arbetar vi Smart för att öka kundvärdet och samtidigt på bästa sätt hushålla med våra resurser. Vi ska sätta kunden i centrum och ständigt sträva efter att förbättra oss. I detta arbete ska vi använda oss av Smart turism som ett arbetssätt. Att ständigt sträva efter att göra allt så enkelt som möjligt, synliggöra felaktigheter och respektera varje kund. Det låter enkelt - och det är enkelt och mycket effektivt när vi arbetar lyhört och innovativt tillsammans med näringen.



# Trender

## Betydande reseanledningar mot 2030.

1. Det naturliga, 2. Det meningsfulla, 3. Det spektakulära, 4. Det utvecklande, 5. Det som kittar oss samman och 6. Det långsamma. Samtliga av trenderna nedan kopplas samman med dessa övergripande reseanledningar.

## Digitala kanaler

Digitala kanaler får allt större påverkan på vårt resebeteende. Det digitala blir det nya normala. Besökaren bokar inte sin resa på turistbyrå eller går runt på stad med en stor karta. De sköter sitt resande via de digitala plattformarna. Allting bokas online och information inhämtas från stora digitala resekanaler med omdömen från andra resenärer. Om företagen inte syns på rätt kanaler så finns de inte.

## Delningsekonomin

Delningsekonomin har slagit igenom på allvar i besöksnäringen och väcker stor uppmärksamhet. Airbnb växer och tar över marknadsandelar. Besökaren efterfrågar äkthet i sitt resande och är inte alltid intresserad av bo på hotell när den kommer hit utan bor gärna hos lokalbefolkningen.

## Besökarens förväntningar

I och med att det finns fler valmöjligheter när det gäller resande så höjs också besökarens förväntningar. Upplevelser och produkter måste leverera eller överstiga förväntningar. Omdömen från tidigare kunder väger mer än vilken stjärna exempelvis boendet har. Besökarna kommer ställa högre krav på att produkterna ska vara unika och skräddarsydda. (BI SYD framtidsspaningar 2018, TiS)

## Hållbart resande

Den största potentialen för ökat resande till Sverige visar de globalt medvetna och resvana resenärerna som söker nya och spännande destinationer. Medvetenheten kring miljö- och hållbarhetsfrågorna ökar. Sverige uppfattas som ett land med stora naturvärden och ett stort miljöengagemang och enligt World Economic Forum är Sverige det land i världen med de bästa förutsättningarna för en konkurrenskraftig hållbar utveckling. (Hållbarhet - En tillgång för Sverige, Visit Sweden) Ett växande intresse av att semestra på hemmaplan eller i Sverige bidrar också till denna trend. (Svenska Turistföreningen)

## Naturturism

Enligt Adventure Travel Trade Association (ATTA) är naturturismen det segment som växer snabbast. Intresset för Sverige som naturland och semesterdestination för naturupplevelser ökar. (Hållbar naturturism och ekoturism på landsbygden, Visit Sweden)

## Friluftsliv

Organiserade friluftaktiviteter kan ge ökade möjligheter att erbjuda besökare berikande upplevelser. Arrangemanget måste vara hållbart och ske inom ramen för vad naturen klarar av.



# Besökaren

Framförallt är det den nyfikna upptäckaren och den aktiva naturälskaren som lockas att besöka Bromölla (Målgruppsguide, Visit Sweden), detta gäller både den internationella, svenska och lokala besökaren.

**Den aktiva naturälskaren** anser att naturen tillsammans med lugnet är den främsta tillgången. Målgruppen vill vara aktiv utomhus både på land och i vattnet. Målgruppen är nyfiken och provar gärna nya saker. Kultur- och måltidsupplevelser med koppling till naturen är det som är allra mest attraktivt!

*"We rented 3 canoes for a 4 day trip - 2 adults and 5 children. Everything was perfect and we had a faaaan-tastic trip."* Man, 50+, Danmark.

**Den nyfikne upptäckaren** attraheras av lätt vandring i kombination med historia, kultur och lokal mat. Tycker om nya upplevelser och vill lära sig mer om platsen den besöker. Äkthet och det autentiska är viktigt för denna målgrupp. (Strategisk plattform för destinationsutveckling i Nordöstra Skåne)

*"Var där på höstkanten. Det var otroligt vackert att köra bil mellan äppelträdgårdar och gulnande lövträd. Mysiga fikaställen längs vägen fanns det också."* Kvinna, 30, Halmstad.

*"Ett stycke svensk industrihistoria väl bevarad i fin lokal"* (Iföverkens industrimuseum)  
(Citat från TripAdvisor.)

## Resanledningar

### Outdoor

Upplevelser i naturen med fokus på vandring, cykling och paddling. Nordöstra Skåne är naturälskarens dröm. Vackra skogar, sjöar, naturområden och hav ger möjligheterna att röra sig fritt över stora ytor. I Bromölla finns flera vandringsleder och cykelleder med olika karaktär som passar både van som ovan. Dessutom finns stora möjligheter att upptäcka området från vattnet, både sjö, å och hav.

*"Fin promenad nära naturen som alla kan ta! Fanns t.o.m handikappramp vilket var fantastiskt! Passa på att njuta av utsikten och den vackra sjön. Verkligen mysigt område!"* Kvinna, 32, Umeå





## Kulturupplevelser

Här finns mycket att upptäcka, Bromölla kan stoltsera med en uppsjö av småskaliga kulturupplevelser som skapar mervärden för besökaren, både vad gäller konst och kultur men även inom industrihistoria och fossilhistoria. (Strategisk plattform för destinationsutveckling i Nordöstra Skåne)

*"Greatest place, greatest people and greatest art!"* (Ifö center)

*"Otroligt häftig upplevelse för såväl stora som små. Först en guidad tur i Havsdrakarnas hus och sedan fossilvaskning på fältstationen. Väl värt en omväg om man inte redan är i närheten!"*

(Fossilforum/Havsdrakarnas Hus)

## Sammanfattning av målgrupp och marknad

<b>Primärmarknad</b>	<b>Sekundärmarknad</b>	<b>Slutsats</b> <b>Styrkor</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Närhet till naturupplevelser</li><li>- Skåneleden</li><li>- Sydostleden</li><li>- Paddling</li><li>- Offentlig konst, historia och fossiler</li><li>- Den lilla staden och levande landsbygd med småskaliga kulturupplevelser</li></ul> <b>Möjligheter</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Paketera attraktiva kombinationer av naturupplevelser utomhus och kulturupplevelser med lokal mat</li><li>- Paketera multiaktiviteter (vandring, cykling, paddling)</li><li>- Dra nytta av tyska marknadens rese mönster för att förlänga säsongen maj-oktober</li><li>- Dra nytta av närliggande kommuner för att hitta attraktivt boende i alla kategorier</li><li>- Nyttja målgruppens intresse för hållbar turism</li></ul> <b>Utmaningar</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Jämna ut beläggning för att skapa en längre högsäsong</li><li>- Säkerställ attraktiva aktivitetsprodukter med stort fokus på målgruppens drivkrafter</li><li>- Säkerställ tillgängligheten till lokal mat av hög kvalitet</li><li>- Säkerställ de bästa förutsättningarna för cykelturism på Sydostleden</li></ul>
Tyskland Danmark	Polen Nederländerna (?)	
<b>Prioriterat tema</b>		
Utomhusupplevelser (outdoor)		
<b>Kompletterande tema</b>		
Kulturupplevelser Mat & Dryck		
<b>Prioriterad målgrupp</b>		
Aktiva naturälskare (1) Nyfikna upptäckaren (2)		

Ur strategisk plattform för destinationsutveckling i nordöstra Skåne



# Strategi

- Fortsätta utveckla samverkan mellan kommunerna i SKNO samt Tourism in Skåne för att bredda kunskapsbasen och nå ut med kommunens erbjudanden internationellt.
- Fokusera på de prioriterade marknaderna Tyskland, Danmark, Polen, Nederländerna.
- Underlätta samverkan mellan företagen för att möjliggöra framtagandet av exportmogna produkter, exempelvis med nätverksträffar och utbildningar.
- Mobilisera resurser för marknads- och säljinsatser internationellt.
- Arbeta för att sammanföra den lokala kulturen och besöksnäringen för att utveckla kulturturismen.
- Ha fokus på småskaliga satsningar på exklusiva upplevelser.
- Ge branschen förutsättningar att arbeta med besöksnäring samt agera som medproducent i besöksnäringens utveckling.

## Målsättning

- Öka naturturism och det hållbara friluftslivet. "Rätt besökare, vid rätt tillfälle och med rätt reseanledning. Där naturen eller destinationen sätter gränsen för volymen"
- Samtliga turistföretag ska finnas på prioriterade digitala kanaler.
- Öka antal exportmogna företag (0) till 3 och exportmogna produkter (3) till 10.
- Öka antal positiva omdömen på största kanalerna TripAdvisor och Google (372) till 1000.
- Öka antalet digitalt bokningsbara tematiserade produkter (2) till 5.
- Verka för att nya verksamheter ska etablera sig i kommunen
  - Aktivitetsleverantör
  - Lyxigt boende
  - Naturnära boende
- Ha Skånes mest välskötta- och kvalitetssäkrade vandrings- och cykelleder.
- Öka besöksnäringens turismens bidrag till en hållbar ekonomisk, social och miljömässig utveckling där omsättningen ökar med minst 10 %.
- Verka för att kommunen får ett naturcenter som fokuserar på bygdens industri- och fossilhistoria samt konst- och kulturutbud.

(Anger nuläge)



# Kontakt

**Turist- och fritidschef**  
Tobias Delfin  
0456-82 22 54  
tobias.delfin@bromolla.se

**Turist- och fritidskonsulent**  
Maria Björk  
0456-82 22 57  
maria.bjork@bromolla.se

**Turist- och fritidskonsulent**  
Emilia Emilsson  
0456-82 22 51  
emilia.emilsson@bromolla.se

**Bromölla Turistinformation**  
Besöksadress:  
Hermansens gata 22  
0456- 82 22 22

[www.visitbromolla.se](http://www.visitbromolla.se)