



# skåne

WHERE TOURISM MATTERS



*Vi i Skåne har bestämt oss för att arbeta tillsammans för att turismen i Skåne ska vara med och forma en hållbar framtid i en omtänksam och välkomnande värld.*

*Turismen bidrar till samhället i form av ökad sysselsättning, omsättning och viktiga skatteintäkter. Men vi nöjer oss inte med det, vi vill åstadkomma mer, nå längre!*

*För att lösa de globala utmaningarna behöver vi alla dra åt samma håll. Turismen är den tredje största exportnäringen i världen och skapar ekonomiska förutsättningar att leva ett bättre liv. Den ökar förståelsen mellan människor. Men den kan också belasta de platser som besöks.*

*Vi måste helt enkelt se till att turismen inte är en del av problemet. Turismen ska vara en del av lösningen!*

skåne



# Turism för framtiden

Vi reser mer och mer – mot nya destinationer och nya upplevelser. Turismen kan vara en motor i utvecklingen för hela regioner och länder. Men vilket avtryck lämnar vi egentligen efter oss?

Inför framtiden behöver vi alla fundera över hur vi kan dra nytta av de fördelar som turismen för med sig. I Skåne väljer vi att se turismen som ett viktigt och kraftfullt verktyg i framtidens hållbara samhällsbygge.

**Tillsammans kan vi se till att turismen i Skåne får den rollen. Det är just det här vår gemensamma strategi mot 2030 handlar om.**

A photograph of a woman wearing a straw hat and glasses hugging a young boy on a beach. The woman is smiling and the boy is laughing. They are both wearing light-colored clothing. The background shows a sandy beach and the ocean under a clear sky.

skåne



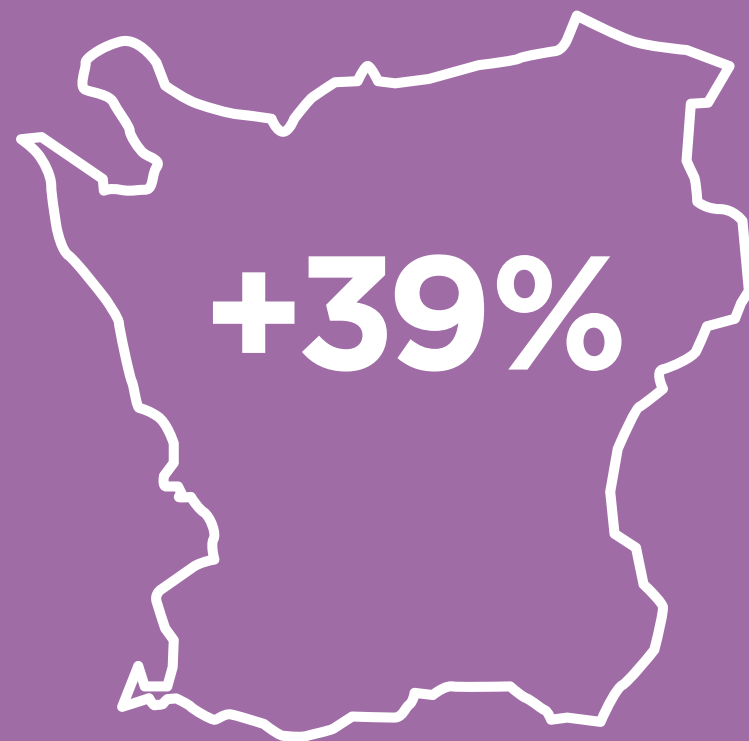
# Resande globalt och lokalt

Globalt sett ökar resandet och utvecklingen väntas inte avta. När välståndet ökar världen över så ökar även resandet. Asien väntas bli den snabbast växande marknaden mot 2030, enligt UNWTO. Eftersom befolkningen i världen blir allt friskare och lever längre så är även äldre resenärer en ny målgrupp.

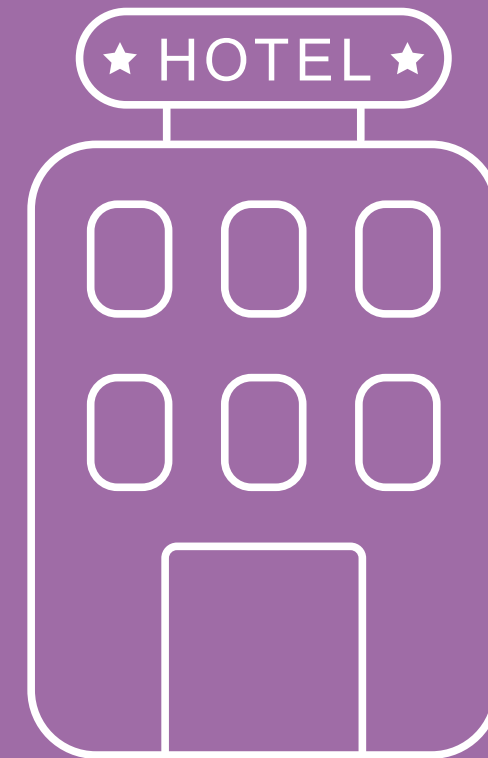
Alla prognoser visar att Skåne följer den globala resandetrenden mot 2030. För regionen innebär det förstås stora möjligheter – men också ett större ansvar. Med växande flöden kommer även en ökad belastning på besöksmål och klimat. Nu mer än någonsin tidigare behövs en tydlig plan för hur vi gemensamt ska förvalta och utveckla turismen på ett hållbart sätt.



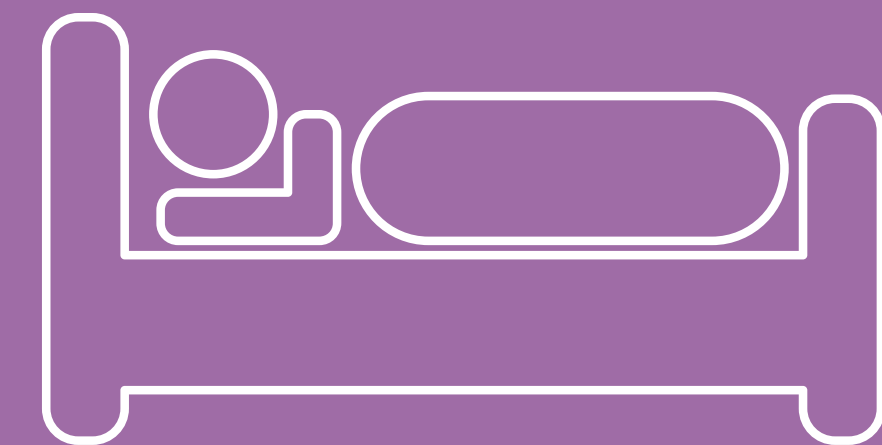
# Nuläget i Skåne



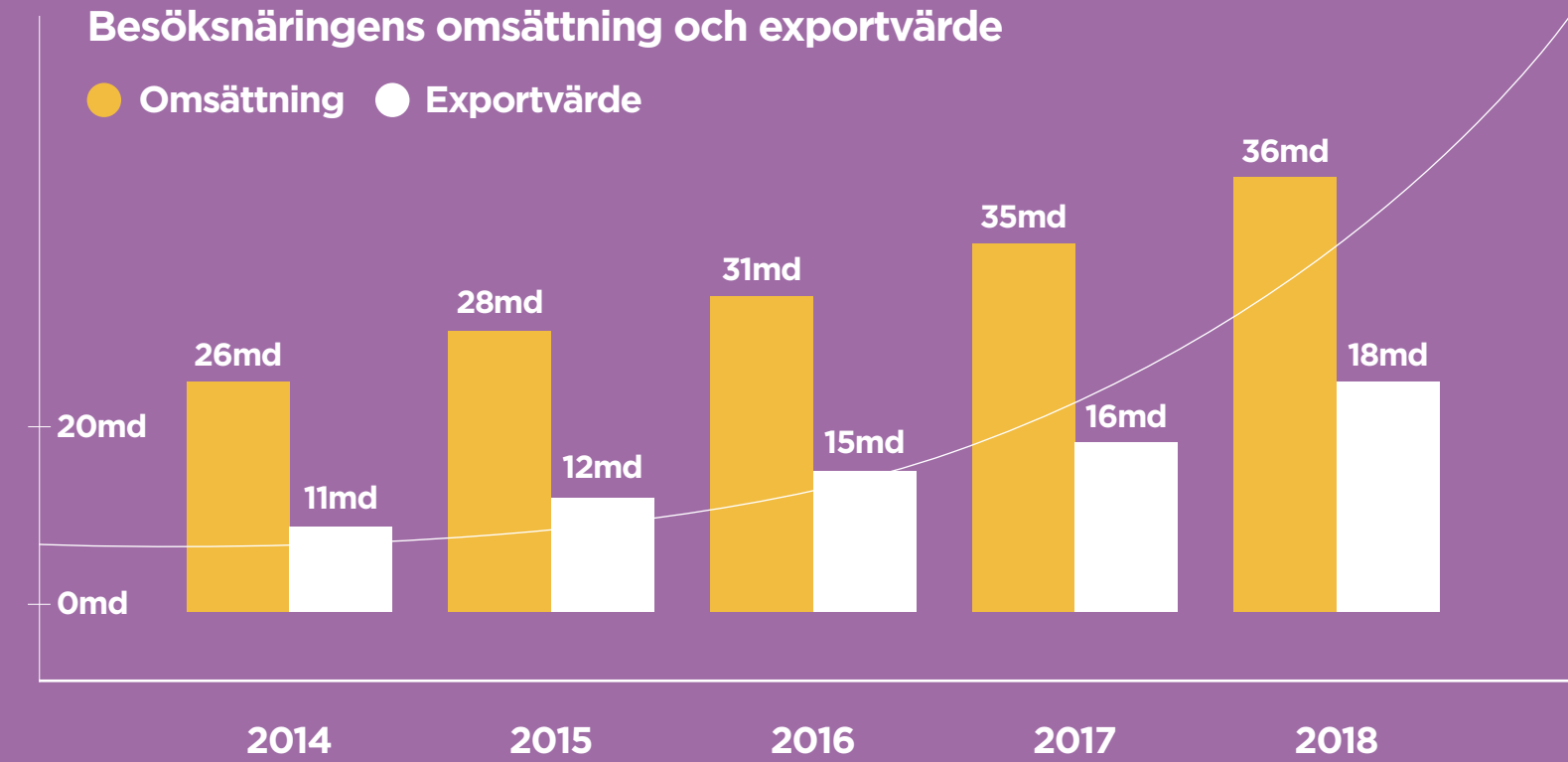
Skåne visar på en positiv utveckling för den turismekonomiska omsättningen som ökat med 39 % mellan 2014 och 2018.



Antal helårssysselsatta inom besöksnäringen ökade under samma period med ca 16 % (från 15 700 till 18 200).



Utvecklingen de senaste fem åren visar på en stadig tillväxttakt, framför allt från de utländska gästnätterna som ökat med 37 % mellan 2014 och 2018.





# Insikter inför framtiden

Det finns några insikter som är viktiga att ta med sig i arbetet för att nå vår vision. Det handlar delvis om vad besökarna kommer förvänta sig av destinationerna de besöker men även hur vi behöver arbeta för att fortsätta vara en hållbar, relevant och attraktiv destination.

skåne



## Meningsfull och personlig turism

Vart vill vi resa och vad vill vi uppleva i framtiden?

Ännu mer än idag kommer vi efterfråga naturupplevelser och återhämtning, upplevelser som förknippas med långsiktighet och meningsfullhet. Långsamhet är den nya lyxen – att kunna koppla av och koppla ner. Vi kommer kräva unika upplevelser bortom de redan upptrampade stigarna, något som ger oss bra berättelser att dela.

skåne

## Hållbarhetsarbete ökar i betydelse

Konsumenter hävdar i undersökningar att de kan tänka sig att betala mer för hållbara upplevelser, samtidigt fortsätter vi att göra val som gynnar plånboken framför klimatet. I framtiden kommer vi troligtvis lägga över det ansvaret på destinationerna och förutsätta att de är hållbara och att det går att ta sig dit med klimatsmarta transportsätt.





## Resandet kommer att fortsätta öka

I Sverige pågår förvisso en livlig debatt om flygskam men på andra håll i världen ses flyget fortfarande som ett attraktivt transportsätt. Inte minst i de tillväxtmarknader där en växande medelklass just fått råd att upptäcka nya platser. Globala initiativ med hållbara transportsätt som fokusområde kan driva på för en förändring, men själva resandet kommer sannolikt att fortsätta öka globalt.

## Virtuella upplevelser – en verklig konkurrent

Teknikutvecklingen går snabbt och redan idag driver stora företag på utvecklingen av VR, Virtual Reality. Möjligheten att uppleva nya destinationer tryggt, säkert och friktionsfritt gör att de sannolikt blir en reell konkurrent om människors tid och pengar mot 2030.



# Hur kommer vårt arbete påverkas?



## MAKTKAMPEN OM KUNDDATA INTENSIFIERAS

Det blir allt viktigare att samla, spara och analysera data; att få relevant information om varje kund, produkt eller resurs. Sådan information blir nödvändig för att skräddarsy och individanpassa tjänster.

Den som i framtiden äger konsumentdata blir vinnare i konkurrensen om konsumenten.



## KAMPEN OM OFFENTLIGA RESURSER ÖKAR

De närmsta åren kommer troligtvis offentliga resurser att behöva prioriteras hårdare för omsorgen av unga och gamla, både nationellt och regionalt. Det betyder att kampen om resurserna för att stimulera turismutvecklingen ser ut att trappas upp mot 2030.



## AI UTMANAR DEN TRADITIONELLA ORGANISATIONEN

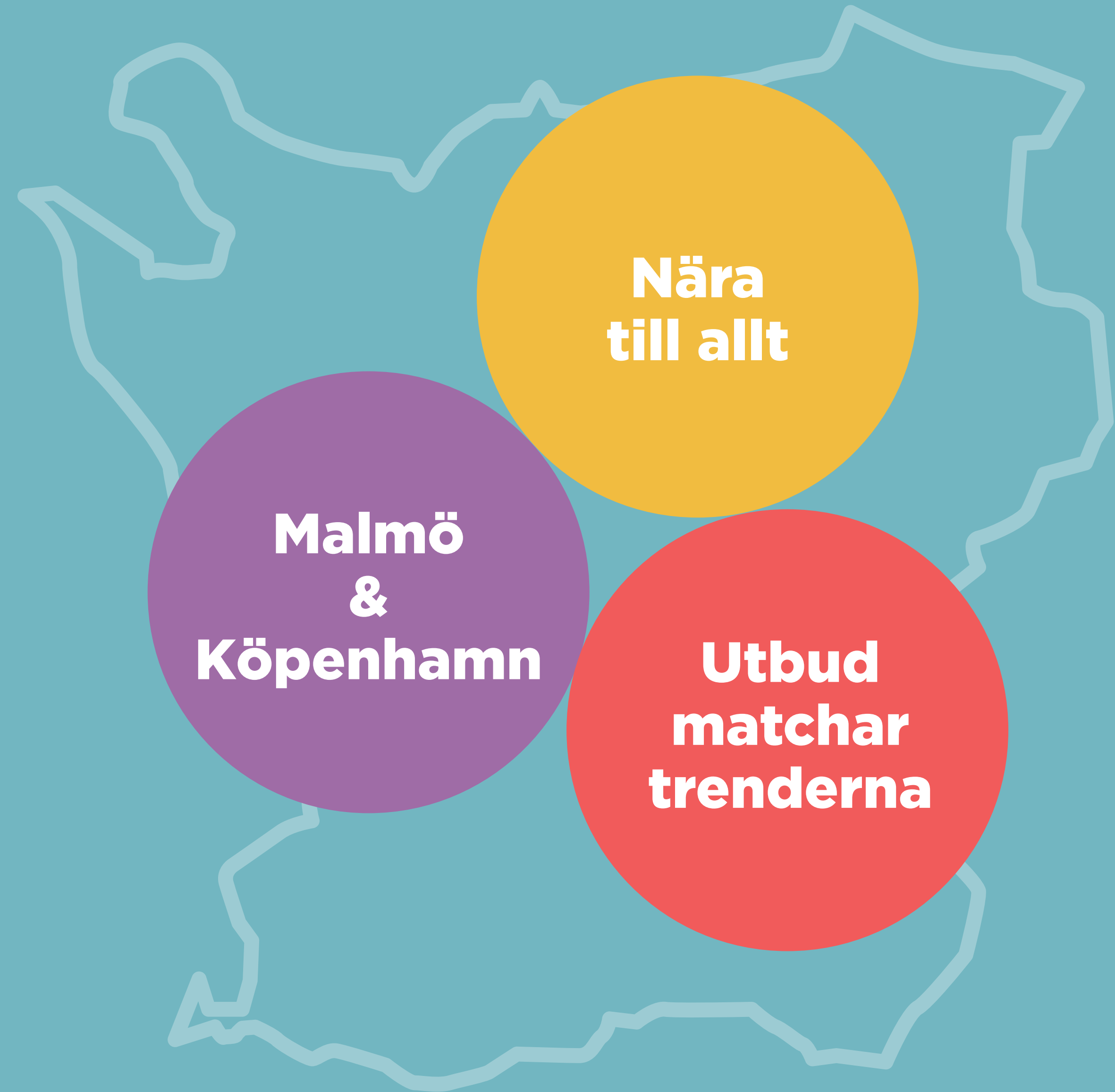
Automatisering blir alltmer vanligt och troligtvis kommer AI, artificiell intelligens, att kunna ersätta andra arbetsuppgifter i den traditionella organiseringen av turism- och destinationsutvecklingen. Det innebär att det personliga mötet blir unikt och premium – något som i sin tur skapar nya utmaningar för medarbetarna som är kvar eller ska rekryteras.





# Våra styrkor

- Skåne upplevs som tillgängligt och nära, det är enkelt att resa såväl inom regionen som till Europa. Samma gäller för städer och landsbygd. I Skåne finns både det urbana och rurala nära.
- Malmö och Köpenhamn är starka varumärken.
- Skåne har ett starkt, varierat utbud som matchar trenderna i omvärlden. Till exempel restauranger, caféer och lokala mathantverkare, konst och kultur, en mångfald av kreatörer och innovatörer samt en välutvecklad och tillgänglig naturturism.





# Våra möjligheter



Ökat intresse för naturturism som motvikt till en uppkopplad och stressig tillvaro. Även det personliga och mänskliga kommer att värderas högre.



Satsningar på mat- och naturupplevelser ses som möjligheter för Skåne.



Nya växande målgrupper är äldre besökare och utländska tillväxtmarknader.



Ökad fokus på hållbarhet, inte minst bland unga, är också en möjlighet för regionen.



Genom en större mängd kunddata har vi nya förutsättningar att skraddarsy unika upplevelser för besökaren.

skåne



# Hur ska vi nå målet?

## STRATEGISK MÅLBILD MOT 2030:

I Skåne bidrar turismen till ökad förståelse mellan människor och högre livskvalitet både för besökare och boende.

Utifrån nuläget och trender i omvärlden har vi tagit fram fem strategier för att nå målet. Strategierna finns där för att hjälpa oss så att vi alla ska dra åt samma håll och mobilisera regionens gemensamma kraft.





## Vi säkerställer turismens roll i samhällsutvecklingen

Turismen leder till ökade skatteintäkter och till ökad förståelse människor emellan. Den har full potential att användas som ett verktyg i framtidens samhällsbygge.

**Målet är att turismen får ökat inflytande på den politiska agendan.**

skåne





## Vi stimulerar till ett omtänksamt värdskap och ett ansvarsfullt gästskap

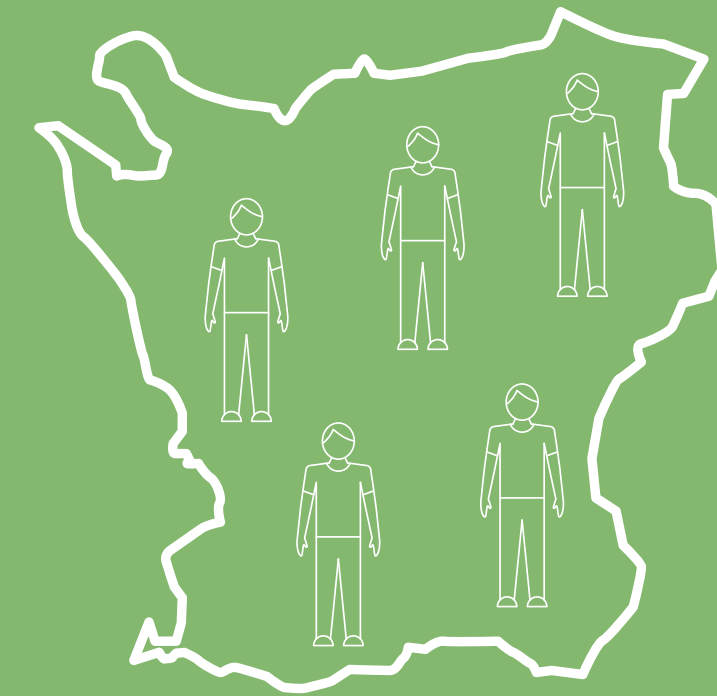
I arbetet med att skapa en hållbar och attraktiv destination behöver vi skapa en djupare relation till både skåningar och besökare.

**Vi vill få fler Skåneambassadörer som tillsammans tar ansvar för destinationen.**



skåne



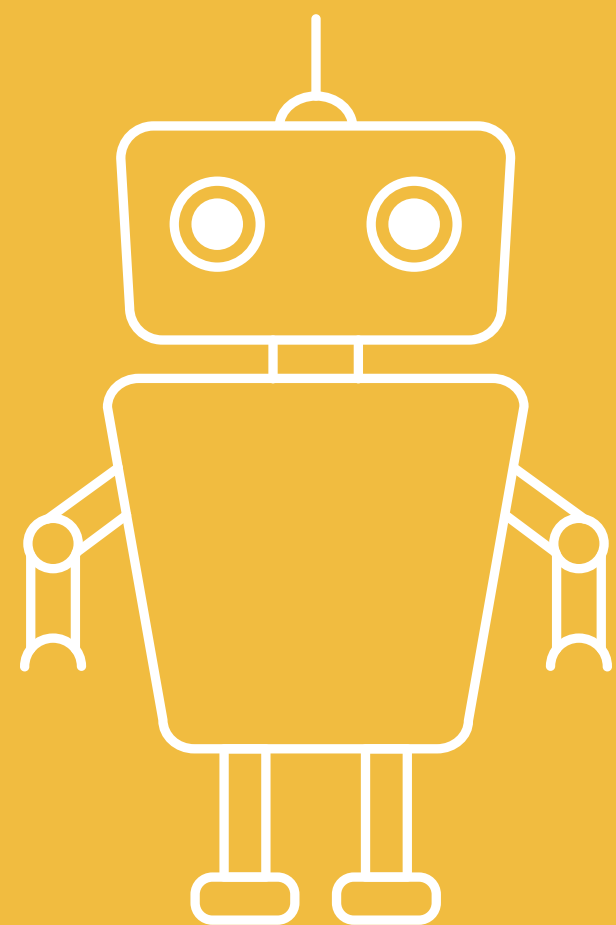


## Vi strävar efter ett balanserat besöksflöde

Ett ökat resande ska inte belasta Skåne.  
Genom att fördela besökarna jämnare geografiskt  
och över året får vi en hållbar och smart destination.  
**Hela Skåne lever – året runt.**

skåne





## Vi skapar förutsättningar för innovationskraft

Konkurrensen hårdnar när allt fler destinationer tävlar mot varandra. Vi behöver därför hålla örat mot marken, skapa förutsättningar för innovation och agera på omvärldsförändringar.

**Genom innovation och smarta lösningar kan vi bidra till en hållbar tillväxt.**



skåne





## Vi stärker Skånes attraktionskraft genom tre teman

- Naturturism
- Mat och dryck
- En kreativ livsstil

Genom att fokusera på Skånes styrkor, målgruppens drivkrafter och trender i omvärlden så skapar vi ett attraktivt utbud som stärker Skånes profil.

skåne



# Tillsammans kan vi nå målet

Vi är rustade för framtiden och har goda förutsättningar att nå målet – men vi behöver jobba tillsammans. Du, jag och alla andra i Skåne är en del av lösningen. Det är så vi lever vår vision.

**Skåne, where tourism matters.**

**skåne**