

Handlingsplan för Turism och Friluftsliv 2018-2020



Handläggare utvecklingsledare inom Turism
Katarina Rönnbacka Nybäck
Malin Wistrand

Handlingsplan för Turism och Friluftsliv 2018-2020

Innehåll

1. Sammanfattning.....	4
2. Bakgrund - Turism och besöksnäring.....	5
2.1 Nuläge för besöksnäringen i Örebroregionen.....	6
2.2 Definitionsbegrepp.....	7
2.3 Utmaningar för besöksnäringen i Örebroregionen	7
2.4 Effektivare destinationsutveckling - resultat av turistprojekt	7
2.4.1 Örebroregionens Turismakademi.....	7
2.4.2 Region Örebro läns samarbetspartners	8
3. Mål enligt Regional utvecklingsstrategi (RUS).....	9
3.1 Strategisk inriktning enligt regionala utvecklingsstrategin.....	9
3.2 Jämställdhet inom besöksnäringen.....	9
4. Mål enligt Handlingsprogrammet för Turism.....	10
4.1 Utveckla fler reseanledningar i destinationerna i regionen.....	10
4.2 Utveckla starka exportmogna destinationer som attraherar fler utländska besökare till regionen.....	11
4.3 Stödja utvecklade destinationer för ökade volymer.....	11
4.4 Få fler nationella och internationella gäster att resa till regionen och ta del av besöksnäringens tjänster och produkter.....	12
5. Uppdrag och rollfördelning	13
5.1 Samordning.....	13
5.1.1 Internationell samordning.....	14
5.1.2 Destinationsutveckling.....	14
5.1.3 Bergslagen cycling.....	15
5.2 Produktägarskap Friluftsliv.....	15
5.3 Omvärldsbevakning och analys.....	16

1. Sammanfattning

I juni 2014 beslutade regionstyrelsen att anta det regionala Handlingsprogrammet för Turism för åren 2015-2020. Handlingsplanen för Turism och Friluftsliv bygger helt och hållet på Handlingsprogrammet. Dokumenten har samma mål och Handlingsprogrammet för Turism och Friluftsliv belyser således inte övriga områden i den nyligen antagna regionala utvecklingsstrategin (RUS). Vi har dock valt att i handlingsplanen knyta an till de övergripande mål i RUSen som berör turism och friluftsliv.

Örebroregionen erbjuder stora naturtillgångar och har en mycket bra infrastruktur för bland annat vandring- och cykelleder. Trenden inom besöksnäringen går mer och mer mot att resenärer vill aktivera sig i naturen. Efterfrågan på aktiviteter och bäddar har under senaste åren varit mycket hög, både från nationella och internationella gäster och vi ser ett stort behov av både fler guider, aktivitetsarrangörer och bäddar som erbjuder den standard som marknaden efterfrågar. De senaste åren har besöksnäringen vuxit sig allt starkare och antalet gästnätter har ökat markant i Örebroregionen. Sett till internationella gäster har siffran sedan 2012 ökat med 69 procent under perioden juni-augusti, vilket är den näst högsta ökningen i landet.

De utmaningar som besöksnäringen i Örebroregionen står inför är bland annat; ökad digital kunskap och affärskunskap, ökad bäddkapacitet och anpassning av produkter och tjänster till både nationella och internationella målgrupper. En annan utmaning är att skapa nya produkter för fler säsonger än sommaren (produkter för höst, vinter och vår). Vi behöver även stärka regionens varumärke, produkter och tjänster mot den nationella marknaden. Regionens strategiska läge i landet, med närheten till Stockholm är positivt för besöksnäringen i regionen och inom en radie på 25 mil radie når vi 71 procent av Sveriges befolkning.¹ Vandrings- och cykelleder har en stor potential och har en stark dragningskraft för besökarna och inom regionen finns även två nationalparker, där framför allt Tivedens nationalpark har det starkaste varumärket och flest besökare. Genom att erbjuda kvalitativa friluftaktiviteter och upplevelser samt att bidra till en ökad kunskap och kännedom bland regionens invånare, kan vi öka rörelsen inom befolkningen att semestra på hemmaplan (även kallat hemester).

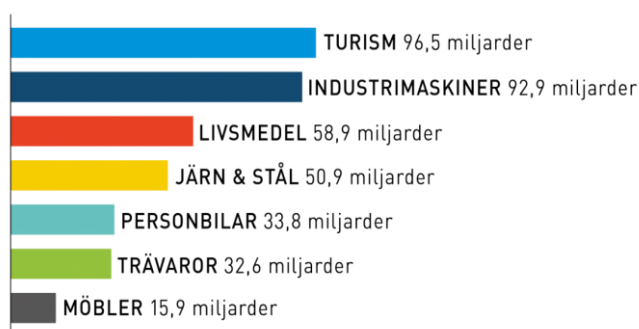
För att möta de utmaningar som besöksnäringen står inför, med bland annat en

¹ SCB

effektivare destinationsutveckling i länet, har Örebroregionens Turismakademi (ÖRTA) skapats. Målsättningen är att kunna erbjuda anpassade kompetens- och utbildningsinsatser till aktörer och entreprenörer. Örebroregionens Turismakademi har tre inriktningsområden för kompetens- och utvecklingsinsatser. Inriktningsområdena har identifierats tillsammans med destinationsgruppen och lyder enligt följande: affärs- och produktutveckling samt digitalisering. Det långsiktiga målet med Örebroregionens Turismakademi är att skapa fler lönsamma och exportmogna företag som genererar fler arbetstillfällen.

2. Bakgrund - Turism och besöksnäring

Turismen är en av basnäringarna i Sverige och är också en av de snabbast växande näringarna. Besöksnäringen sysselsätter en hög andel unga och utrikesfödda. Könsfördelningen är förhållandevis jämn. Turism och besöksnäring är också viktig för landsbygdens utveckling där den skapar möjligheter för människor att bo kvar och hitta sysselsättning och inkomster. Turismens exportvärde, det vill säga utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade med 17,1 miljarder kronor under 2015 och bidrog därmed till att skapa tillväxt i Sverige.²



Figuren visar siffror för turismen som basnäring i Sverige. Källa: Tillväxtverket/SCB

Antalet sysselsatta inom turismen ökar stadigt från år till år. Turismens andel av svensk ekonomi har fortsatt att växa i relation till Sveriges totala export och sysselsättning. Den främsta drivkraften är stark tillströmning av utländska besökare. Figuren nedan visar turismens årsbokslut för 2016³ och figuren på nästa sida visar förändringen av turismens exportvärde fram till 2016⁴.

²² Svensk Turism AB

³ Tillväxtverket

⁴ Tillväxtverket

Turismens årsbokslut 2016



296

miljarder kronor
Turismens totala omsättning



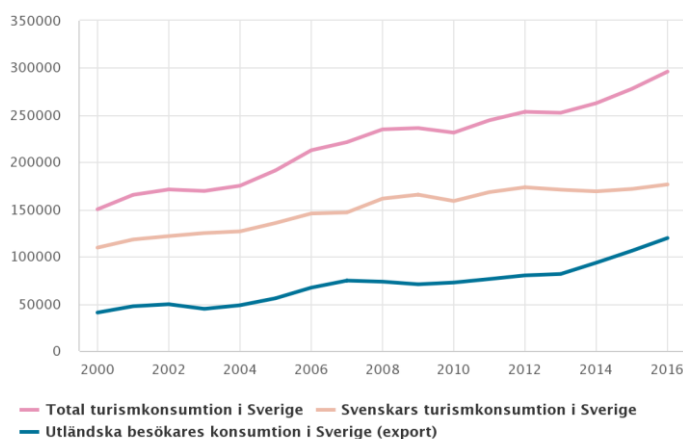
120

miljarder kronor
Turismens exportvärde



169 000

personer sysselsatta
inom turism



2.1 Nuläge för besöksnäringen i Örebroregionen

I juni 2014 beslutade regionstyrelsen att anta det Regionala Handlingsprogrammet för Turism 2015-2020. Antalet gästnätter för 2014 låg på 1 094 653 stycken. Genom riktade satsningar de senaste tre åren på främst aktiviteter som cykel och vandring, har regionen tagit plats som en attraktiv outdoor-region för såväl svenska som utländska besökare. Många utländska gäster besöker vår region för att uppleva naturen. Samarbetet med internationella researrangörer på marknaderna i Tyskland, Nederländerna, Norge och Kina har fortgått och under åren 2012-2017 har antalet utländska gästnätter (mellan juni-augusti) ökat med 69 procent vilket är den högsta ökningen i landet. Under åren 2015-2017 har det bedrivits ett stort turistprojekt och vid projektets slut 2017, har antalet gästnätter sedan 2014, ökat med drygt 15 procent till 1 264 941 gästnätter för helåret. Allra flest av de utländska gästnätterna kommer besökare från Tyskland (367 012 besökare), följt av Norge, Finland och Holland. Majoriteten av gästnätterna har förlagts i Örebro (695 910 gästnätter) följt av Bergslagen (256 132 gästnätter). Vi kan se en tydlig tendens med en växande Asien marknad. Sett till statistiken under

augusti 2017, är besökare från Kina den allra största utländska gruppen (sett till antalet gästnätter) bland hotellen i Örebro.

2.2 Utmaningar inom besöksnäringen i Örebroregionen

De utmaningar som besöksnäringen i Örebroregionen står inför är; öka den digitala kunskapen, öka affärskunskapen, ökad bäddkapacitet och fler boendeanläggningar, anpassning av produkter och tjänster till både nationella och internationella målgrupper samt skapandet av nya produkter för fler säsongerna höst, vinter och vår. Vi behöver även stärka regionens varumärke, produkter och tjänster mot den nationella marknaden. Regionens strategiska läge i landet, med närheten till Stockholm är positivt för besöksnäringen i regionen och inom en radie på 25 mil radie når vi 71 procent av Sveriges befolkning.⁵ Vandrings- och cykelleder har en stor potential och har en stark dragningskraft för besökarna. Inom regionen finns även två nationalparker, där framför allt Tivedens nationalpark har det starkaste varumärket och flest besökare. Genom att erbjuda kvalitativa friluftaktiviteter, upplevelser samt bidra till en ökad kunskap och kännedom bland regionens invånare, kan vi öka rörelsen inom befolkningen att semestra på hemmaplan (även kallat hemester).

För att kunna möta dessa utmaningar och för att bidra till en ökad exportmognad och effektivare destinationsutveckling i länet, har Örebroregionens Turismakademi (ÖRTA) skapats. Syftet är att kunna erbjuda anpassade kompetens- och utvecklingsinsatser till aktörer och entreprenörer, som motsvarar deras egna önskemål och behov.

2.3 Definitionsbegrepp

När vi i dokumentet hänvisar till *entreprenörer* menar vi företagare som bedriver någon form av verksamhet inom besöksnäringen.

Begreppet *aktörer* omfattar såväl entreprenörer som kommuner, destinationer, föreningar, organisationer och andra samarbetspartners.

2.4 Effektivare destinationsutveckling – resultat av turistprojekt

2.4.1 Örebroregionens Turismakademi (ÖRTA)

⁵ SCB

Under turistprojektet under åren 2014-2017 har destinationerna tillsammans med Region Örebro län arbetat fram ett nytt arbetsverktyg för en effektivare destinationens utveckling. Tillsammans har vi skapat Örebroregionens Turismakademi (ÖRTA⁶) som är arbetssätt och verktyg för utvecklings- och kompetensinsatser för aktörer inom besöksnäringen. ALMI Företagspartner är en av våra samarbetspartners som kommer att anlitas, för att göra en kartläggning och inventering av entreprenörernas behov och efterfrågan av kompetensinsatser inom områdena affärs- och produktutveckling samt digitalisering. Insatserna inom dessa tre områden kommer att vara riktade mot de företag som har uppgett att de har en önskan och ett behov insatser inom dessa områden för att utvecklas, i syfte att öka företagets mognadsgrad, skapa bättre förutsättningar till ökad exportmognad (både nationellt och internationellt) bland entreprenörer inom besöksnäringen. Ett samarbete med Länsstyrelsen i Örebro och enheten för landsbygdsutveckling har inletts, där vi gemensamt kommer att genomföra insatser inom de tre områdena inom ÖRTA (affärs- och produktutveckling samt digitalisering).

Syftet med Örebroregionens Turismakademi (ÖRTA) är att:

- Samordna, strukturera och arrangera kompetens- och utvecklingsinsatser för besöksnäringen i Örebro län.

Det övergripande och långsiktiga målet med arbetet med ÖRTA är att:

- Skapa fler lönsamma företag som genererar fler arbetstillfällen.

Syfte och mål med insatserna är att:

- Etablera ett utbildningsprogram som är väl känt inom besöksnäringen i Örebro län, som har en hög andel nöjda användare och som är anpassat efter målgruppens behov och som långsiktigt ökar besöksnäringens mognadsgrad.

2.4.2 Region Örebro läns samarbetspartners

Kommuner/destinationer i Örebro län, Länsstyrelsen i Örebro, ALMI Företagspartner Örebro, Regional Exportcenter Örebro, Handelskammaren Mälardalen, Business Region Örebro (BRO), Business Sweden, Örebro Universitet, Visit Sweden samt övriga regioner i Sverige.

⁶ ÖRTA = Örebroregionens Turismakademi (utveckling- och kompetensinsatser för aktörer inom besöksnäringen i Örebroregionen).

3. Mål enligt Regional utvecklingsstrategi (RUS)

I mars 2018 antogs den Regionala utvecklingsstrategin (RUSen), vilken är förankrad och framtagen tillsammans med regionens alla kommuner. Ett av de övergripande målen för besöksnäringen i RUSen är *Stark konkurrenskraft* och effektmålet till detta övergripande mål är följande:

- Ökad konkurrenskraft i näringslivet
- Ökad nationell attraktionskraft
- Ökad internationell konkurrenskraft
- Ökad innovationskraft
- Förbättrad kompetensförsörjning

Till detta övergripande mål och till flera andra av effektmålen i RUSen, kommer besöksnäringen att kunna bidra med positiva resultat. I RUSen finns även en angiven indikator för besöksnäringen och den lyder enligt följande:

Omsättningen och förädlingsvärdet bland besöksnäringens företag ska öka under åren 2016-2030.

3.1 Strategisk inriktning för besöksnäringen enligt den regionala utvecklingsstrategin

- Öka tillgängligheten och utbudet av upplevelser och arrangemang
- Höj mognadsgraden för små och medelstora företag inom besöksnäringen
- Stärk länets attraktionskraft genom ökad samordning, ökad utveckling av produkter och paketering av besöksmål och besöksattraktioner samt att öka bogningsbarheten.

3.2 Jämställdhet inom besöksnäringen

Besöksnäringen sysselsätter en hög andel unga och utrikesfödda och könsfördelningen är förhållandevis jämn. I regionen drivs många av de mindre företagen av kvinnor och på flera av de större besöksnäringens företag finns kvinnor på ägar-, chefs- och VD-poster. Generellt i Sverige så står kvinnors och utrikesföddas representation i chefspositioner eller som företagsledare inte i proportion till den totala andelen kvinnor och utrikesfödda i branschen.

Besöksnäringen lyfts fram som en förebild när det gäller jämställdhet och integration. Sett till statistiken för Sverige som helhet så finns det fog för detta. 36 procent av alla anställda inom näringen är utrikesfödda jämfört med övriga arbetsmarknadens 14 procent. Vi ser även att sex av tio företag inom besöksnäringen drivs av utrikesfödda.

Turism och besöksnäring är också viktig för landsbygdens utveckling, där den skapar möjligheter för människor att bo kvar och hitta sysselsättning och inkomster. Trenden är att naturturism är starkt på uppgång och många av populära besöksmålen och naturaktiviteterna, hittar vi i de kommuner i regionen som listats som några av landets mest sårbara kommuner.⁷

4. Mål enligt Handlingsprogrammet för Turism

Följande mål nedan finns angivna i både Handlingsprogrammet för Turism 2015-2020 och i denna Handlingsplan. Målen som vi fram till 2020 ska uppnå är följande:

4.1 Utveckla fler reseanledningar i destinationerna i regionen

Tillvägagångssätt för att uppnå målet:

Genom att samordna utvecklingsinsatserna inom ÖRTA, erbjuda insatser inom: affärskunskap, målgruppsanpassning och produktutveckling kommer vi ge förutsättningar till förstärkning av befintliga reseanledningar (både nationellt och internationellt), ökad affärs- och produktutveckling och en ökad rörelse inom befolkningen att semestra på hemmaplan.

I regionens roll ligger samordningsuppdraget för ÖRTA, inkluderat förankring och samordning av kontakten med andra aktörer och samarbetspartners inom Örebro län.

⁷ *Den svenska besöksnäringen – kompetensförsörjning och kompetensbehov.* Tillväxtverkets rapport från 2016

4.2 Utveckla starka exportmogna destinationer som attraherar fler utländska besökare till regionen

Tillvägagångssätt för att uppnå målet:

Örebroregionens Turismakademi (ÖRTA) kommer att möjliggöra en mer jämnt fördelad kompetensnivå bland aktörerna inom besöksnäringen, vilket kommer att bidra till att destinationsutvecklingen blir mer likvärdig i regionen. Tack vare riktade insatser och förankring bland entreprenörer, kommer det nya arbetssätt som ÖRTA bidrar till, att utveckla starka och exportmogna entreprenörer. Med hjälp av utökade kunskaper inom affärs- produktutveckling och digitalisering kan entreprenörerna anpassa befintliga produkter till rätt målgrupp men även utveckla nya produkter och tjänster, som lever upp till den efterfrågan marknaden ställer på produkten eller tjänsten. Detta för med sig att mognadsgraden bland entreprenörerna ökar, både för nationell- och internationell marknad. Region Örebro läns roll är att vara en tydlig samordnande part, kommunernas och destinationernas förlängda arm. Region Örebro län kommer även fortsättningsvis att delta i seminarier och utbildningar om trender, analys och omvärldsspaning. Region Örebro län samordnar sedan i sin tur informationen och kunskapen vidare till aktörer samt bevakar ev. projektutlysningar.

4.3 Stödja utvecklade destinationer så att de kan öka sina volymer

Tillvägagångssätt för att uppnå målet:

Region Örebro län kommer fortsättningsvis att bearbeta och samordna kontakten med det internationella researrangörsledet. Internationella resenärer till vår region skapar förutsättningar till ökade volymer samt goda möjligheter för aktörerna att utvärdera befintliga produkter men även ge förutsättningar till produkt- och tjänstutveckling. På så sätt skapas marknadsorienterade entreprenörer, produkter och tjänster både för nationell- och internationell marknad.

Om entreprenörerna har en önskan att utveckla sin produkt eller tjänst från en nationell till en internationell marknad är det fördelaktigt att utgå från en befintlig produkt/tjänst för den nationella marknaden och därefter anpassa produkten/tjänsten. Genom samarbete inom ÖRTA är tanken att det ska bli enklare för entreprenörerna att få önskad hjälp i detta arbete. Förhoppningen är att ÖRTA, på ett positivt sätt, kommer att bidra till affärs- och produktutveckling både mot en nationell samt internationell marknad.

Inom en 25 mils radie når vi 71 procent av Sveriges befolkning, vilket ger oss goda förutsättningar att öka den nationella rörelsen och öka antalet besökare i vår region. Att aktivt arbeta med att öka semestrandet i Sverige och på hemmaplan bland regionens invånare skulle öka den nationella rörelsen (även kallat svemester) och skapa goda förutsättningar för ökad folkhälsa.

4.4 Få fler nationella och internationella gäster att resa till regionen och ta del av besöksnäringens tjänster och produkter

Tillvägagångssätt för att uppnå målet:

Samarbetet med turoperatörer och researrangörer skapar förutsättningar för ökade volymer av såväl nationella som internationella besökare. För att näringen ska vara attraktiva för den nationella och internationella marknaden, krävs att det finns en ökad mognad bland aktörerna och att deras produkter och tjänster är anpassade efter marknaden. För att vi långsiktigt ska kunna svara upp mot det ökade intresset, från både nationella och internationella marknad, på att turista i Örebroregionen, krävs långsiktiga investeringar i nya marknadsanpassade boenden, fler marknadsanpassade produkter och tjänster för alla säsonger, ökad kompetens och kunskap inom affärs-, produktutveckling och digitalisering samt fler företagare inom aktivitets- och transportbranschen samt inom guideverksamhet. Skulle dessa kvalitetsförbättringar göras, skapas ökade förutsättningarna för regionala och nationella besökare att öka i antal.

5. Uppdrag och rollfördelning

Mellan åren 2012-2017 har det inom Region Örebro län bedrivits diverse turistutvecklingsprojekt, vilket har fått till följd att Region Örebro län under dessa år, haft en operativ roll. Turismutvecklingsprojekten har numera upphört och därför kommer Region Örebro län återgå till en mer samordnande roll, i enlighet med det regionala samordningsuppdraget. Nedan finns vår nya roll samt destinationernas/kommunernas nuvarande roll beskriven.

5.1 Samordning

5.1.1 Internationell samordning

Bakgrund:

Region Örebro län ingår, sedan drygt 10 år tillbaka, i ett partnerskap (kallas för RESA) tillsammans med Visit Sweden. Under åren har utfallet varit gott med en stor ökning av utländska gästnätter, direkt kopplade till projektet RESA⁸. Tack vare partnerskapet får Örebroregionen ta del av kontakter och bearbetning av det internationella researrangörsledet. Örebro län har valt att inrikta sig på utvalda marknader (även kallade prioriterade marknader). Dessa marknader är: de tyskspråkiga- och de nederländska/belgiska marknaderna. I nuläget finns det ett 20-tal upparbetade internationella researrangörer som tecknat avtal med entreprenörer i regionen, som i sin tur får ökad beläggning. Arbetet med internationella researrangörer som säljer resor till vår region genererar å ena sidan ”nya pengar” till vår region men det ställer å andra sidan också krav på entreprenörerna att tillhandahålla en mognadsgrad (på både produkter och tjänster) som motsvarar de internationella researrangörernas krav och förväntningar.

Region Örebro läns roll:

Region Örebro län kommer försättningsvis att bekosta partnerskapet i RESA-projektet, vilket innebär att regionen kommer att vara en del i arbetet med att bearbeta internationella researrangörer och även finnas med i de marknadsföringsinsatser som bedrivs inom projektet. Denna samordning sker i nära samarbete med tjänstemän på kommunerna/destinationerna. Om det uppstår behov av annan finansiering till övriga marknadsföringsinsatser, som ligger utanför Region Örebro läns uppdrag finns möjlighet till diskussion mellan Region Örebro län och övriga parter. På grund av minskad marknadsföringsbudget i samband med turismutvecklingsprojektens

⁸ RESA = Regionalt Europeiskt Samarbete med Arrangörsledet

upphörande, kommer annonser eller andra kostnader som direkt är kopplade till traditionell marknadsföring inte längre att bekostas av Region Örebro län. Bearbetning av den internationella marknaden sker inom ramen för RESA-projektet och har koppling och förankring med arbetet inom det treåriga Charterprojektet.

Destinationernas/kommunernas nuvarande roll:

Ansvariga för säljprocessen gentemot:

- Den enskilde besökaren.
- Nationella och internationella researrangörer och marknader.
- Aktivt arbeta och stötta entreprenörerna med produkt- och affärsutveckling, paketering och andra frågor.

5.1.2 Destinationsutveckling

Bakgrund:

Under 10 års tid har man arbetat på samma sätt inom länet med destinationsutveckling. En del av kommunerna i länet har uttryckt en önskan om att nuvarande arbetssätt och rollfördelning ska utvärderas. Region Örebro län ansvarar för utvärderingen och kommer bland annat att besöka kommunerna för att diskutera behov, önskemål om arbetssätt och målsättningar för framtiden. Dessa möten kommer att vara genomförda till årsskiftet 18/19. Till dess att frågan är utredd, kommer Region Örebro län att fortsätta samordningen av destinationsarbetet på samma sätt som råder idag.

Region Örebro län fortsätter att samordna kunskapsseminarier och inspirationsdagar. Dessa insatser kommer att genomföras under varumärket och inom ramen för Örebroregionens Turismakademi. Region Örebro län kommer även att fortsätta bevakningen av ev. projektutlysningar som kan användas till extern finansiering för exempelvis destinationsutveckling.

Region Örebro läns roll:

Genom tydlig regional samordning, tydlig rollfördelning och långsiktiga strategier kan vi bidra till en effektivare och hållbarare destinationsutveckling i regionen.

Destinationernas/kommunernas nuvarande roll:

- Driver den egna destinationsutvecklingen och har direktkontakt med såväl företag som med besökaren.
- Arbetar närmast marknaderna och ansvarar för sin egen marknadsföring, både mot nationell och/eller internationell marknad.

- Stödjer företag i kompetensutveckling inom ÖRTA och utvärdera och identifierar behov.
- Samverkan med andra kommuner och parter i Örebro län.
- Deltar i mötesforum, kunskapsseminarier och andra regionala insatser.

5.1.3 Bergslagen cycling

Bakgrund:

Regionens roll kommer att vara av samordnande karaktär. Kommunerna kommer även fortsättningsvis att ha huvudmannaskapet för respektive cykelområde, vilket innefattar utveckling av leder och produkter, marknadsföring och underhåll av leder. Region Örebro län har tillsammans med representanter för respektive cykelområde i kommunerna tagit fram en vision och målbild för framtiden. Arbetet har mynnat ut i en skötselplan och en avsiktsförklaring mellan Region Örebro län och respektive kommuner. Regionens roll och uppdrag är att samordna arbetet med webb, sociala medier, informationsmaterial samt representera Bergslagen cycling vid mediefrågor, bevaka utvecklingsfrågor och genomföra omvärldsanalys.

Region Örebro läns roll:

Region Örebro län bidrar till en utveckling där produkten cykel stärks och cykelområden i regionens kommuner blir starka varumärken i sig själva.

Destinationernas/kommunernas nuvarande roll:

- Huvudmannaskap för ledområden (utveckling av leder och produkter, marknadsföring och underhåll).
- Möjligheten att använda upparbetade kommunikationskanaler för Bergslagen cycling samt det gemensamma varumärket i marknadsföring och produktutveckling.
- Möjlighet att använda sig av Bergslagen cyclings kanaler för sociala medier.
- Deltar med representant i mötesforum kring Bergslagen cycling.

5.2 Produktägarskap Friluftsliv

Bakgrund:

Huvudman med ansvar för utveckling och skötsel av Bergslagsleden och kanotlederna. Innehållsansvarig för www.bergsglagsleden.se, sociala medier samt marknadsföring. Med naturen i fokus utveckla regionens friluftsliv – där naturturism, besöksnäring och folkhälsa går hand i hand. Att skapa förutsättningar för upplevelser som tilltalar såväl regionens innevånare som

den nationella och internationella besökaren – i ett levande landskap där hänsyn tas till naturen och människan som lever där. Välskötta, attraktiva och tillgängliga leder är en tillgång för innevanarna i Regionen ur ett friluftslivsperspektiv men även som rehabilitering och återhämtning. Ett steg i utvecklingen under kommande år blir att tillgänglighetsanpassa Bergslagsleden för fler grupper i samhället. Där rörelsehindrade är en grupp men även skolungdom ska prioriteras - folkhälsan börjar redan i skolan. Denna utveckling sker med samverkan internt mellan friluftsliv och Valfärd och folkhälsa. Externt samverkar vi med kommuner och Länsstyrelsen i dessa projekt.

Region Örebro läns roll:

Ett övergripande uppdrag som bygger på att vara en viktig regional part i utveckling av friluftslivet i regionen. Där Bergslagsleden och kanotlederna är en tillgång för länsborna ur ett folkhälsoperspektiv och en reseanledning för besöksnäringen. Bistå destinationerna med kompetens och kunskap i deras marknadsföringsarbete som innefattar Bergslagsleden och kanotlederna.

Destinationernas/kommunernas nuvarande roll:

- Möjlighet att använda sig av varumärket i marknadsföring av Bergslagsleden i sin egen destination/kommun.
- Stötta entreprenörerna i affärs- och produktutveckling kopplat till Bergslagsleden.
- Driver den egna destinationsutvecklingen framåt och har direktkontakt med såväl företag som besökaren.

5.3 Omvärldsbevakning och analys

Bakgrund:

Världen förändras allt snabbare och det gäller att på förhand ha en god insikt i trender och åt vilket håll utvecklingen går. I Region Örebro läns regeringsuppdrag ingår ett samordningsansvar för dessa frågor. Det är av stor vikt att sprida kunskap och erfarenheter från omvärldsbevakning vidare ut till aktörer och entreprenörer, så att de ges goda förutsättningarna att kunna agera strategiskt i en snabbföränderlig värld och bli attraktiva för framtidens resenärer.

Region Örebro läns roll:

Genom att aktivt söka information om trender, analys och omvärldsspaning, deltar i utbildningar och seminarier, bidrar vi uppdaterad och relevant kunskap till aktörer och entreprenörer inom besöksnäringen. Region Örebro län

kommer fortsätta att delta i utbildningar, föreläsningar och externa möten kring frågor som rör trender, omvärldsbevakning, analys och statistik. Vi sprider aktivt kunskapen och erfarenheterna vidare till aktörer och entreprenörerna.

Destinationernas/kommunernas nuvarande roll:

- Deltar i mötesforum, på kunskapsdagar och inspirationsseminarium.
- Aktiv spridning av kunskap till entreprenörer men också inom den egna organisationen.
- Utvärderar löpande statistik för den egna destinationen/kommunen.
- Informationsspridning.