

Utvärdering av samarbetet Stockholm Archipelago

Bakgrund

Under hösten 2012 lades, i samverkan mellan aktörer inom offentlig sektor och näringsliv i Stockholms skärgård, grunden för projektet ”Skärgårdsstrategin – Destinationsutveckling av Stockholms skärgård för internationella marknader”. Projektet var del av en stor nationell satsning på hållbar destinationsutveckling under ledning av Tillväxtverket, där Stockholms skärgård hade valts ut tillsammans med Kiruna, Åre, Vimmerby och norra Bohuslän. Det övergripande målet är att nå en fördubblad besöksnäring och fler internationella besökare till 2020.

Parter i Skärgårdsstrategin var Stockholms stad genom projektägaren Stockholm Visitors Board (numera Visit Stockholm), Länsstyrelsen i Stockholms län, Stockholms läns landsting, skärgårdskommunerna Haninge, Nacka, Norrtälje, Nynäshamn, Vaxholm, Värmdö och Österåker, Skärgårdsstiftelsen, Waxholmsbolaget, Öppen Skärgård, Statens fastighetsverk samt ett antal enskilda företagare.

Projektet löpte från och med oktober 2012 till och med den 30 november 2014. Budgeten uppgick till 20 miljoner kronor.

Fortsättningen på Skärgårdsstrategin blev Stockholm Archipelago (SA). Samarbetet fokuserar på att marknadsföra skärgården som en helhet, för att underlätta för internationella besökare. Parterkretsen är snarlik den i skärgårdsstrategin. Östhammar tillkom som kommunparter så sent som i somras. Öppen Skärgård har gått i konkurs och Statens Fastighetsverk deltar inte längre som parter. Grunden för SA är ett samarbetsavtal som löper i tre år, 2015-2017. Arbetet finansieras av skärgårdskommunerna, landstinget, Skärgårdsstiftelsen och länsstyrelsen.

Tillväxtverket menar att arbetet med Skärgårdsstrategin var en lyckad satsning. Ingen skärgårdsorganisation har tidigare lyckats med att bygga en långsiktigt hållbar struktur och organisation för hur man ska jobba tillsammans med utvecklingen av Stockholms skärgård. Mycket tid och pengar lades i början av projektet på att göra analyser, utveckla mål och förankra dem vilket har underlättat uppstarten av SA.

Stockholm Archipelago

Verksamheten startades formellt upp 1/1 2015 men operativ personal (Sofia Barré) fanns inte på plats förrän i slutet av mars 2015. Det innebär att verksamheten enbart varit igång i 1,5 år. Det finns en styrgrupp och en beredningsgrupp med representanter från parterkretsen. För Österåkers räkning sitter näringslivs- och utvecklingsdirektören i styrgruppen och VD för Visit Roslagen i beredningsgruppen.

Tack vare den stora fokus som varit på konkret marknadsbearbetning tillsammans med en prioritering på journalistresor har viktiga steg tagits för att marknadsföra

Stockholms skärgård för den internationella marknaden. Hittills har fokus varit på den tyska marknaden vilket är i linje med de prioriteringar som Visit Sweden har. Det innebär även större möjligheter till säsongsför längning i Stockholms skärgård eftersom Tyskland oftast har senare semester än Sverige.

Resultat

Fokus har hittills legat på pressresor och besöksresor för utländska turoperatörer, så kallade "famtours" där reseagenter och turoperatörer ges en möjlighet att bekanta sig med resmålet och vad det kan erbjuda.

Under 2016 har genomförts:

- 13 pressresor
- 11 besöksresor för turoperatörer (primärt den tyska marknaden)
- Deltagit i 2 resemässor

Dessutom gjordes en särskild satsning via bokningssidan "Secret Escapes" riktad mot slutkund som blev utsåld.

Under TBEX hade SA 89 bloggare i skärgården (TBEX är världens största nätverksevent för resebloggare, onlinejournalister och andra aktörer inom sektorn).

Under 2015 kom aktiviteterna igång först under hösten. Trots detta genomfördes:

- 8 pressresor
- 4 besöksresor för turoperatörer
- deltagande i en resemässa

Utöver de externt inriktade aktiviteterna har även interna insatser genomförts med utbildningsträffar om exportmognad, informationsmöten om den tyska marknaden för svenska aktörer med mera. Utbudet längs med Nord/sydlinjen var en prioriterad fråga redan i Skärgårdsstrategin. Linjen angör Finnhamn i Österåker. En gemensam skärgårdskarta har tagits fram.

Samarbetets betydelse för Österåker

Visit Roslagen (VR) har i uppstartsskedet prioriterat samarbetet med Stockholm Archipelago i form av webb, möten, visningar, information till Visit Stockholm med mera. SA kompletterar VR:s arbete, framförallt internationellt. Genom samarbetet kan Roslagen marknadsföras och nå ut till en internationell målgrupp på ett helt annat sätt än tidigare. Även SA tycker att Visit Roslagen utgör en viktig samarbetspart. Genom att Roslagskommunerna har kommit relativt långt (jämfört

med de andra skärgårdskommunerna) i sitt arbete med besöksnäringen är det enkelt att kontakta VR och det är möjligt att få hjälp även när tiden är knapp, vilket är ett tecken på exportmognad.

Den nya webben (www.stockholmarchipelago.se) har blivit mer användarvänlig vilket märks i besöksstatistiken. Det är VR som har ansvarat för webben, vilket är en temporär lösning. Till årsskiftet ska beslut om en mer långsiktig webbstruktur fattas. En stor utmaning har varit att strukturen på den lokala organisationen av turismfrågorna skiljer sig åt mellan kommunerna och därmed försvåras leveranser i form av information, bilder och annat material. Det har dock varit till Österåkers fördel eftersom kommunen, via Visit Roslagen, kunnat leverera allt efterfrågat material. En diskussion pågår om vilka företag som ska marknadsföras på webben. Är det enbart de större och mer exportmogna destinationerna som ska lyftas fram eller ska även mindre aktörer lyftas fram som därmed ges en möjlighet att förstå de krav som internationella gäster har?

Vidare innebär SA att det inom ramen för besöksnäringensfrågorna blivit lättare att få kontakt med och kunna påverka regionala aktörer såsom länsstyrelsen, landstinget och Waxholmsbolaget. När alla skärgårdskommuner går samman är vi starkare. Ett typexempel är möten med Waxholmsbolaget för att diskutera olika problem och önskemål gällande tidtabeller, fraktlogistik, biljettförsäljning etc.

VR har noterat ett ökat intresse för skärgården även om den operativa perioden varit kort. Det märks inte minst på turistbyrån då fler och fler efterfrågar turer ut till skärgården, både svenska och utländska besökare.

Framförallt är det några av större destinationerna i Österåker som på olika sätt lyfts fram i SA:s arbete: Wira bruk, Siaröfortet, Domarudden, Nässlingen och Finnhamn. Anläggningarna har alltid varit generösa och samarbetsvilliga när det gäller visningar och journalistbesök, vilket inte alltid är självklart, men det visar också på att det finns en exportmognad som förhoppningsvis kan inspirera mindre verksamheter i kommunen. Samarbetet har hittills resulterat i en rad artiklar och blogginlägg i utländska medier. Vilken effekt visningsresorna kommer att ge är för tidigt att uttala sig om. En första indikation kan komma först i slutet av nästa års sommarsäsong. Genom de olika insatserna har anläggningarna också fått lärdom om vilka krav som ställs från en bredare internationell publik.

De större destinationerna i kommunen uppger att SA är en viktig satsning som på sikt kan ge affärer men att arbetet bedrivits för kort tid för att kunna generera konkreta resultat.

Rekommendationer

Nuvarande avtal gäller under perioden 2015-2017. Diskussionerna kring förlängningen av avtalet har inletts och de flesta kommuner har redan meddelat att de är positivt inställda till en fortsättning. Under nästkommande år kommer frågan om avtalsförlängning att behandlas i de olika kommunerna.

Ett närmare samarbete mellan kommunen och de större destinationerna i Österåker är önskvärt för att kunna identifiera frågeställningar som ska lyftas i det framtida arbetet. En sådan fråga är exempelvis marknadsföring av vandrarhem som boendialternativ. En annan är profileringen av de konferensanläggningar som finns i kommunen.

SA:s styrka är att alla skärgårdskommuner samt den regionala nivån är representerade och har enats om en gemensam målbild. Det skapar en stabil grund, som ibland saknats i tidigare satsningar. Vare sig Österåker som kommun eller en enskild aktör skulle kunna genomföra det arbete som nu görs av SA. De ekonomiska eller personella resurserna finns inte för att långsiktigt kunna bearbeta den internationella marknaden.

Österåkers kommun bidrar under nuvarande avtalsperiod med 150 000 kr/år till SA.