

Hållbarhetsstrategi för Visit Skellefteå

Inledning

Hållbarhetsstrategin för Visit Skellefteå knyter an till utvecklingsstrategin Skellefteå 2030 och de långsiktiga övergripande hållbarhetsmålen för platsen, se bilaga 1. Strategin beskriver hur besöksnäringen och destinationsbolaget ska utvecklas fram mot 2030 för att bidra till de övergripande målen för platsen. Utvecklingen ska vara hållbar och med Skelleftebornas bästa i fokus, och tar sin utgångspunkt i visionen *"En hållbar plats för en bättre vardag"*.

Skellefteå är en hållbar plats som tar ansvar för framtida generationer. Här finns en drivkraft och vilja att ständigt utvecklas och vi gör det med respekt för vår miljö, våra människor och våra tillgångar. Skellefteå växer med nya kompetenser, företag och industrier som säkrar framtidens jobb och välfärd. Vårt samhälle är inkluderande och tar tillvara alla individers olikheter. Tillsammans skapar vi en attraktiv plats.

Skellefteå erbjuder en bättre vardag för alla. Närhet och enkelhet gör att livspusslet går ihop. Här knyts landsbygder och stad samman och erbjuder både lugn, natur, utbud och puls. En stark välfärd och växande arbetsmarknad skapar trygghet, framtidstro och spännande utvecklingsmöjligheter. I Skellefteå välkomnas alla in i vår gemenskap där tillit, mod och öppenhet går hand i hand.

Ingångsvärden till strategin

Hållbarhetsstrategin arbetades fram under våren 2021. För att identifiera och prioritera viktiga fokusområden och aktiviteter till hållbarhetsstrategin har följande ingångsvärden varit centrala:

- Utvecklingsstrategin Skellefteå 2030, samt dialogmöten inför revidering.
- Intressenters synpunkter och input från näringen (dialog med företag, organisationer och kommunen genom olika referensgrupper och projekt).
- Medarbetares och styrelsens kunskaper om verksamhetens påverkan, både positiv och negativ (arbetsmöten och strategiseminarium).
- Omvärldsanalys av viktiga branschfrågor, nationellt och internationellt.
- De 17 Globala målen och dess delmål.
- Fyra grundprinciper för en hållbar besöksnäring i Västerbotten.
- GSTC-analysen av Skellefteå som destination.
- Ägardirektiv, affärsidé, kärnvärden och vision samt styrelsens övergripande mål.
- Regionala utvecklingsstrategin 2020–2030 för Västerbotten samt processen med den regionala besöksnäringstrategin för Swedish Lapland (kommer hösten 2021).

Stor samhällsomvandling

Skellefteå står inför en enorm samhällsomvandling, som inte skådats i Sverige eller Europa i modern tid. Under de närmaste decennierna beräknas antalet invånare att öka med upp emot 20 000, vilket är omvälvande för en kommun med knappt 73 000 invånare (2020). Detta skapar utmaningar – men framför allt stora möjligheter för oss som destination.

Skellefteå är något av ett centrum för den gröna omställningen i Europa. Här byggs just nu Northvolt Ett, den största fabriken för gröna batterier och Skellefteå erbjuder bra förutsättningar för en hållbar destination med tillgång till 100% förnybar energi, närhet till naturen samt företag och forskning som ligger i frontlinjen när det gäller återvinning, automation, elektrifiering och hållbart byggande i trä.

Destinationens attraktivitet kommer att vara en av de avgörande faktorerna för att vi ska lyckas locka kompetens och arbetskraft till Skellefteå. Besöksnäringen är därför en viktig del av samhällsutvecklingen och destinationsbolaget ett verktyg för utveckling och tillväxt.

För att vi ska nå de övergripande målen Skellefteå 2030 och den övergripande visionen ska Visit Skellefteå bidra med följande verktyg och insikter:

- Ökad samverkan och samhandling lokalt och regionalt.
- Stärka Skellefteås attraktivitet och utvecklingen mot ett mer hållbart resmål.
- Vara innovativa och nyttja ny teknik och nya kanaler.
- Förbättrad tillgänglighet.
- Ett levande, äkta och ärligt Skellefteå.

Hur angriper vi uppdraget?

Marknadsföring av platsen Skellefteå är grunden och all vår verksamhet och allt vi gör syftar till att stärka bilden av Skellefteå och attrahera besökare, invånare och investeringar. Vi har hela tiden den attraktiva platsen i åtanke när vi kommunicerar med våra prioriterade målgrupper. Vi arbetar också med att utveckla Skellefteås attraktionsfaktorer och reseanledningar.

Skellefteå är motorn i Skellefteåregionen och för att hålla en stark tillväxt i framtiden är vi beroende av investeringar och att människor vill bosätta sig här. Besöksnäringen är väl etablerad men har en stor utvecklingspotential, framför allt när det gäller nyinvesteringar och att utveckla fler starka reseanledningar. Vi har lång erfarenhet av att arbeta med möten och är också starka inom evenemang, men vi behöver växa ytterligare på ett hållbart sätt. Med Sara Kulturhus och The Wood Hotel kommer Skellefteå att utvecklas som kultur-, mötes- och evenemangsstad. Med en stark identitet, hållbarhet i fokus och ett mångsidigt utbud kommer Skellefteå att ta allt större plats på såväl den nationella som internationella spelplanen.

Kärnvärden

Med ledorden **modiga, värdeskapande och engagerade** angriper vi uppdraget. Dessa utgör tillsammans med platsvarumärkets kärnvärden; modigare idékraft, hållbarare livskraft, närmare mångsidighet och ärligare öppenhet, vår grundläggande attityd som ska lyfta Skellefteå in i framtiden. Vi är en plats där alla bidrar.

Vision

En hållbar plats för en bättre vardag - Tillsammans får vi fler att välja Skellefteå.

I Skellefteå ges idéerna plats. Vi är stolta över vårt förflutna och står starka inför framtiden. Vi är den nya industrins växtplats, och en plats där människor utvecklas och trivs och dit besökare vill återvända gång på gång. En hållbar plats, där allt är möjligt och vi får det att hända tillsammans!

Affärsidé

Att stärka förutsättningarna för våra ägare att göra fler och bättre affärer genom att öka Skellefteås attraktivitet i omvärlden.

Visit Skellefteå ska långsiktigt utveckla och marknadsföra Skellefteå som en hållbar plats. Tillsammans med kommunens marknadsenhet ska vi bygga och bibehålla Skellefteås positiva image och maximera platsens attraktionskraft genom kreativ och effektiv kommunikation.

Arbetsätt och fokusområden

Samverkan är grunden för vårt arbete. Vi ska leda destinationens utveckling genom samverkan och kunskap. Vi arbetar nära lokala, regionala och nationella partners. På det lokala planet är våra ägare, dvs medlemsföretagen och kommunen våra viktigaste samarbetspartners. Regionalt har vi ett nära samarbete med destinationerna i Swedish Lapland och i Västerbotten. Nationellt ingår vi olika nätverk inom respektive affärsområde.

Vi har strategiskt valt ut **fem fokusområden**:

- Generellt stärka bilden av Skellefteå som en hållbar plats genom att dela nyheter och berättelser om Skellefteå med världen.
- Marknadsföra och utveckla en attraktiv stadskärna och hållbar handel.
- Marknadsföra och destinationsutveckla hållbar privatturism.
- Få människor att mötas genom upplevelser, möten och evenemang.
- Stötta processer kopplade till inflyttning och investeringar.

Hållbarhetsmål och hållbarhetsstrategier Visit Skellefteå

Visit Skellefteås arbete ska leda till hållbar tillväxt och bidra till att stärka bilden av destinationen Skellefteå.

1. Miljö och klimat

Vi ska göra miljömässigt omsorgsfulla val och visa omsorg om hav och natur.

2. Välkomnande och inkluderande

Vi ska erbjuda en välkomnande, inkluderande och tillgänglig destination.

3. Ansvarsfull ekonomi och rättvisa villkor

Vi ska verka för en diversifierad och hållbar näring till gagn för alla som bor i Skellefteå.

4. Bestående positiva effekter

Vi ska vara en positiv förändringskraft i ett växande Skellefteå genom attraktivitet och värdskap men också genom digitalisering och innovation.

Visit Skellefteå arbetar efter **tre bolagsövergripande hållbarhetsstrategier** som alla bidrar till att stärka varandra och destinationen:

- Vi ska vara en förebild och inspiratör i det vi gör och har rådighet över.
- Vi ska motivera och utmana handels- och besöksnäringens företag och andra samarbetspartners att utvecklas i en hållbar riktning.
- Vi ska hjälpa invånare och besökare till hållbar konsumtion av destinationens utbud av varor och tjänster.

Kvantitativa mål och nyckeltal

Målbild 2030

Ambitionen är att besöksnäringen i än högre grad ska bidra till Skellefteås utveckling de kommande åren. Det gäller såväl sysselsättningseffekter som att stärka destinationens varumärke och därigenom dess attraktivitet, för både besökare och skelleftebor, nya som gamla.

Besöksnäringen i Skellefteå har goda förutsättningar att växa hållbart. Vi har möjlighet att ta emot fler besökare, utan att riskera överturism. Vi är en till ytan stor destination som gör det möjligt att sprida besökare mellan stad, natur och skärgård. Målet är att vi ska nå en turistekonomisk omsättning på 2 miljarder SEK 2030 (+67% jmf med 2019) och kunna erbjuda ett varierat utbud av hållbara upplevelser och ha livskraftiga och välmående besöksnäringens företag som vill, kan och vågar.

Hållbarhetsmål 2025

Ekonomiska mål

- 1,5 miljarder SEK i turistekonomisk omsättning enligt TEM 2025.
- 500 000 kommersiella gästnätter enligt SCB.

Miljömässiga mål

- >25 hållbarhetsanalyserade företag enligt GSTC (Västerbotten Experience).
- Topp 20 enligt GDSI
- Minst två större publika evenemang utan engångsartiklar genomförda.

Sociala mål

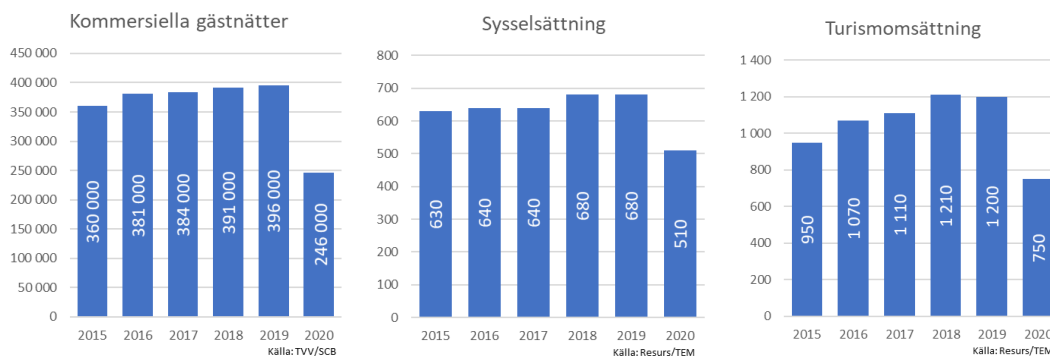
- Goda medlemsrelationer enligt medlemsundersökning som genomförs vartannat år:
NKI>8 gällande god medlemsdialog.
NKI>8 gällande om man upplever att medlemskapet ger ett mervärde.
NKI>8 gällande om man rekommenderar andra att bli medlem.
- Attraktiv arbetsgivare enligt medarbetarundersökning som genomförs vartannat år:
NMI>8 gällande arbetsglädje.
NMI>8 gällande känslan att vi är ett team som jobbar tillsammans.
NMI>8 gällande rätt kompetens i förhållande till arbetsuppgifter.

Attraktivitets mål

- Ökad attraktivitet som resmål enligt undersökningen Resa i Sverige:
Topp 30 vilken stad/plats man spontant tänker på när man hör "resa i Sverige" samt ett NPS på >10 2025.
- Årets stadskärna 2025.

Nyckeltal och indikatorer

Nyckeltalen och indikatorerna för besöksnäringen i Skellefteå består av kvantitativa mätpunkter där kommersiella gästnätter, sysselsättning och turismomsättning är de tre viktigaste.



Strategiska utmaningar framåt

Handeln och besöksnäringen, liksom hela Skellefteå, står inför en tid av stora utmaningar i fråga om en snabbt växande befolkning, internationalisering, digitalisering, förändrade köpbeteenden och omvälvande innovationer. Lägg därtill klimatutmaningen och effekterna av Covid-19.

Hur växer vi hållbart?

Flera destinationer i Europa har fått problem med för många turister. Skellefteå har möjlighet att ta emot betydligt fler besökare än i dag, men tillväxten måste ske hållbart och får inte komma i konflikt med vår omgivande miljö och natur eller med oss som lever och verkar här. Att väga olika intressen för att vi ska nå det långsiktiga målet och visionen om en hållbar plats för en bättre vardag är en svår och viktig uppgift framåt.

Internationalisering och kompetensförsörjning

Fler internationella besökare, medvetna resenärer och en ökad efterfrågan på upplevelser, varor och tjänster av hög kvalitet ställer också nya och högre kompetenskrav på besöksnäringens aktörer. Samtidigt har näringen tappat kvalificerad arbetskraft i spåren av Covid-19, vi ser att få stannar inom näringen och att för få söker till de branschrelaterade utbildningarna. Detta är ett hot mot tillväxten och en stor utmaning.

Tillgänglighet till och inom destinationen

Redan före Covid-19 var tillgängligheten till Skellefteå en stor utmaning. Vi saknar persontrafik med tåg och utmanas av en begränsad tillgänglighet med flyg, och en hög prisbild. Lägg därtill att flyget innebär en stor klimatmässig utmaning som måste hanteras. Skellefteås geografiska läge gör dock att flyget är en del av vår kollektivtrafik och kommer fortsätta vara av största betydelse för tillgängligheten till destinationen.

Även tillgängligheten mellan olika besöksmål behöver förbättras. Idag är besökare allt för beroende av egen bil för att kunna ta sig runt på destinationen, vilket inte är hållbart i framtiden.

Skellefteå ska upplevas som en hållbar, trygg och säker destination

På grund av Coronapandemin har besöksnäringen på nationell och global nivå hamnat i ett läge med nya utmaningar kopplat till trygghet och säkerhet. Hållbarhetsfrågan har accelererats och kommit att bli en hygienfaktor inom såväl privatturism som möten och evenemang. Även om många faktorer kopplade till pandemin ligger utom vår kontroll måste vi följa och analysera läget i omvärlden, fortsätta att vara lyhörda, snabbfotade och vidta de åtgärder vi råder över.

Digitalisering och förändrat beteende

Internationalisering, digitalisering och ett förändrat beteende skapar, i kombination med ökade krav på hållbarhet och miljöhänsyn, nya möjligheter och stora utmaningar. Hur stor plats kommer digitala möten och events ha i framtiden? Vilka affärsmodeller, produkter och kompetens behövs? Den fysiska handeln utmanades redan innan pandemin av e-handeln. Vilken roll kommer fysiska butiker att ha i framtiden? Hur ser affärsmodellen ut? Hur utvecklas våra stadskärnor?

I dagens splittrade medieklimat gäller det dessutom att skapa kommunikation som är mobil, social, autentisk och "always on". Detta kräver en marknadsstrategi som bygger på ständigt innehållsskapande och digital närvaro. Framgångsrik marknadsföring sker där besökarna/kunderna finns och det är inte nödvändigtvis i destinationens egna kanaler. Dessutom utmanas branschen hela tiden av nya aktörer och innovativa lösningar, som AirBnb och liknande.