

Kommunledningsförvaltningen

Riktlinje

besöksnäring utveckling

Kramfors kommun 2022-2025



Innehållsförteckning

1	Inledning.....	3
1.1	Bakgrund.....	3
1.2	Syfte.....	3
1.3	Relaterade dokument.....	3
1.4	Mål.....	4
1.5	Uppföljning och revidering.....	5
2	Nulägesbeskrivning.....	5
2.1	Reseplaneringar.....	5
2.2	Geografiskt läge.....	5
2.3	Trender.....	5
3	Kramfors prioriterade fokusområden.....	7
3.1	Kompetensförsörjning och företagsklimat.....	7
3.2	Fler och förlängda besöksäsonger med högre besökskapacitet.....	8
3.3	Informationsspridning och synlighet.....	9
3.4	Hållbar samhällsutveckling.....	10

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Framtagandet av denna riktlinje grundar sig i Höga Kusten Destinationsutvecklings (fortsättningsvis HKD) *Strategi 2030 för Höga Kusten*¹ som är ett dokument som pekar ut viktiga strategier för destinationen. Ambitionen är att samla kommunerna i Höga Kusten genom att skapa samsyn och en gemensam inriktning mot framtiden. Att ta fram lokalt förankrade dokument utifrån respektive kommuns förutsättningar är en del i detta arbete. Denna riktlinje beskriver hur Kramfors kommun lokalt ämnar arbeta med att implementera HKDs strategidokument.

Höga Kusten är en av Sveriges snabbast växande destinationer. Platsvarumärket har stärkts och den turistiska statistiken är på uppåtgående. Kramfors kommun slog år 2021 alla tidigare rekord. Antalet gästnätter under året och antalet gästnätter per kommuninvånare slog i höjden. De totala logiintäkterna under 2021 uppgick till 42 327 797 kr vilket är en ökning med cirka 36 % i jämförelse med 2020. Det går således inte att bortse från näringslivets betydelse för den lokala ekonomin och kommunen som helhet.

1.2 Syfte

Syftet med riktlinje är att bidra till uppfyllandet av HKDs mål och utveckla Kramfors kommun i en positiv riktning. De strategiska områden och mål som lyfts anses inte bara ha positiva effekter för besöksnäringen utan också för kommuninvånarna. Riktlinjen syftar också till att skapa förutsättningar för en hållbar utveckling och stärkt besöksnäring.

1.3 Relaterade dokument

Den *Regionala utvecklingsstrategin för Västernorrland 2030*² är ett centralt dokument som dikterar framtida utvecklingspunkter i regionen. Utvecklingsstrategins tre målområden genomsyrar föreliggande riktlinje. Kairos Future rapport om *Kramfors kommun och framtiden*³ har använts som underlag.

Det finns flera dokument som är under tillblivande som har anknytning till innehållet i denna riktlinje. Kommunens *Översiktsplan* ska revideras och förväntas antas under 2024. *Kulturmiljöplanen* och *Tillväxtstrategin* är ytterligare dokument som kommer att ha beröringspunkter med riktlinjen. *Riktlinje för markanvisning*⁴ och kompletterande dokument under uppförande kommer att ha betydelse för kommunens viljeriktning inom olika utvecklingsområden.

¹ Strategi 2030 för Höga Kusten, Höga Kusten Destinationsutveckling

² Regional utvecklingsstrategi för Västernorrland 2020-2030, Region Västernorrland

³ Kramfors kommun och framtiden, Kairos Future, 2020

⁴ Riktlinje för markanvisning, Kommunledningsförvaltningen

I *Översiktsplanen* anges ett antal platser som skall prioriteras vad gäller utveckling av turism och rekreation:

1. Docksta, Skuleberget, Skuleskogen
2. Mjältön
3. Norrfällsviken
4. Vågsfjärden
5. Bönhamn- Barsta- Näsvisen
6. Svartnoralandet- Lövvik- Norafjärden- Norabygden
7. Flogsta- Latberget

Dessa platser berörs på olika vis i Samhällsavdelningens kontinuerliga arbete med att utveckla friluftsliv, rekreativmiljöer och besöksmål. I kommande revidering av *Översiktsplanen* kan listan på områden komma att förändras. Samhällsavdelningen ska i enlighet med gällande *Översiktsplan* planera aktiviteter baserat på de prioriterade områdena.

1.4 Mål

HKD lägger fram följande mål som de fyra kommunerna ska arbeta mot:

- 2030 har turismens omsättning i Höga Kusten fördubblats
- 2030 är Höga Kusten en koldioxidneutral destination
- 2030 är lokalborna besöksnäringens främsta företrädare
- 2030 betraktas vi som internationell toppklass

Kramfors kommuns övergripande mål kopplad till HKDs strategidokument är: **Västernorrlands bästa företagsklimat 2025**. Vi menar att företagsklimat och besöksnäring påverkar varandra i ett symbiotiskt förhållande. Arbetet med att nå till Västernorrlands bästa företagsklimat utgår bland annat från *Malins fyra punkter*⁵. Kommunstyrelsens ordförande har däri fastställt vilka strategiska områden som är prioriterade:

1. Tydligt ledarskap för bästa företagsklimat
2. Bästa tänkbara service
3. Bästa samarbete med företagen
4. Bästa dialog med företagen

Mätbara indikatorer:

- Antalet **gästnätter** har 2025 ökat till 200 000 (+ ca 39 %)⁶ jämfört med 2019
- Antalet **direkt sysselsatta** inom besöksnäringen i Kramfors kommun har ökat med 27 % från 244 (2019) till 310 (2025)

⁵ Malins fyra punkter för Västernorrlands bästa företagsklimat 2025 Kramfors kommun

⁶ Tillväxtverket, Turismstatistik, 2022-03-01

1.5 Uppföljning och revidering

Riktlinjen ska revideras i sin helhet i samband med att den upphör att gälla, 2025. Uppfyllnad av både övergripande mål och indikatorer ska redovisas av resurs på Samhällsavdelningen vid detta tillfälle. Nästkommande riktlinje kommer att gälla 2025-2030, däri kommer nya mål och strategier att behövas tas fram. Aktivitetslistan från föregående riktlinje skall bifogas med information om vilka aktiviteter som genomförts och vilka aktiviteter som eventuellt kräver förlängd tidsåtgång.

Aktivitetslistan revideras årligen av Samhällsavdelningen. I möjligaste mån tillsätts ansvarig kopplad till respektive aktivitet för att underlätta uppföljning.

2 Nulägesbeskrivning

2.1 Reseledning

Höga Kustens landhöjning gör destinationen unik. Kramfors kommun har flera varierade reseanledningar, med sina främsta styrkor i **natur** och **kultur**. Dessa förutsättningar gynnar förutom besökare även de som bor, lever och verkar här.⁷ Högakustenbron, Högakustenleden och Skuleskogens nationalpark är bland de mest välkända besöksmålen. Kramfors kommun erbjuder också häpnadsväckande vyer, historiskt intressanta platser, konst och lokalproducerade hantverk. Mannaminne, Högbonden, Bönhamn och Norrfällsviken är välkända kulturmiljöer som lockar mängder av besökare. I kommunen har dessutom några av Sveriges mest dramatiska skeenden ägt rum: från häxprocesserna på 1600-talet till skotten i Ådalen 1931.

2.2 Geografiskt läge

Kramfors kommun är beläget **Mitt i Höga Kusten** och fungerar som ett nav för destinationen. Dels på grund av Höga Kusten Airport som nås från Kramfors tätort inom 25 minuter, dels i form av landmärket Högakustenbron som utgör en naturligt utgångspunkt. Riksväg 90 förbinder Höga Kustens kommuner och tillsammans med E4 skapas en trafikled till Stockholm och Mälardalen som är en av Höga Kustens prioriterade marknader. SJ och Norrtåg trafikerar järnvägen och förbinder oss med bland andra Destination Sundsvall och Umeå.

2.3 Trender

Omvärldsbevakning av samhällsliga trender som har implikationer för besöksnäringen är viktiga att fånga upp och studera. Om trenderna bemöts strategiskt i ett tidigt skede har de potential att bidra till att destinationen

⁷ Kairos Future, Kramfors kommun och framtiden, 2020

lyfter en nivå till mot 2030. Nedan presenteras ett antal trender som påverkar Kramfors som resmål och som på olika sätt behöver tas hänsyn till.

Målgrupper

HKD pekar ut den **Aktiva naturälskaren** som en prioriterad målgrupp mot 2030. Utmärkande för målgruppen är möjligheter till att uppleva och smaka på naturen. Besökare förväntar sig också komfort och givande, engagerande och lärande resor som kan bidra till den personliga utvecklingen. Detta i en tid där allt fler väljer att lägga pengar på upplevelser, vilket leder till ökade förväntningar på upplevelsernas kvalitet. Natur, hållbarhet och det unika säljer och delas vidare av besökare på deras sociala medier.

En växande trend är en längtan bort från staden. Här finns en stor potential för Kramfors. Trenden kan leda till att fler väljer att flytta till landsbygden. Semestrande storstadsbor kan upptäcka sitt framtida boende i Höga Kusten. Besöksnäring som drivs av besökare som längtar efter landsbygden bidrar till nya arbetstillfällen, ett utökat serviceutbud och rekreativsmöjligheter.

Marknader

De huvudsakliga nationella marknaderna i Höga Kusten är Sundsvall-Östersund-Umeå, Stockholm och Mälardalen. Av de kommersiella gästnätterna utgör cirka 50 % boende på hotell, boende hos släkt och vänner är också vanligt. Den svenska besökaren påverkas främst av rekommendationer från släkt och vänner, därför är det viktigt att värna om våra Kramfors-ambassadörer.

På den internationella marknaden är det Finland, Tyskland och Nederländerna som dominerar.⁸ För Kramfors kommun var år 2021 de största utländska marknaderna Tyskland, Norge, Polen, Nederländerna och Storbritannien. Majoriteten av besöken i Kramfors kommun är inhemska, 2021 var fördelningen 90 % inhemska och 10 % utländska besök.⁹

Hållbarhet i fokus

Besöksnäringen karaktäriseras av allt fler miljömedvetna resenärer. Hållbarhetsprofilering har blivit något som säljer då besökare kommit att ställa allt större krav på hållbara produkter. Här har näringslivet och kommunen ett ansvar att göra det enkelt för konsumenten att välja rätt.¹⁰

I hållbarhetsaspekten ryms förutom besökaren också företagets, miljöns och lokalsamhällets behov. Arbetet med att bromsa klimatförändringarna inkluderar alla och genererar positiva synergieffekter för hela näringslivet. För att fortsätta vara en konkurrenskraftig destination krävs ett aktivt hållbarhetsarbete som förebygger slitage och bidrar till att Kramfors särprägel fortlever.

⁸ Strategi 2030 för Höga Kusten, Höga Kusten Destinationsutveckling

⁹ Tillväxtverket, Turismstatistik, 2022-03-01

¹⁰ Tillväxtverket, Ökat intresse för hållbar turism, 2022-02-28

3 Kramfors prioriterade fokusområden

Resurser på Samhällsavdelningen har inventerat aktiviteter som görs och planeras att genomföras för att främja kommunens besöksnäring. I denna inventering framkom vilka områden som kräver mer uppmärksamhet för att nå uppsatta mål, dessa områden kommer att beröras vidare i nedan avsnitt. Notera att samtliga områden överlappar och är beroende av varandra.

3.1 Kompetensförsörjning och företagsklimat

Koppling till HKDs strategiska områden mot 2030

2. Öka investeringsgraden och locka fler investerare

4. Förenkla och underlätta företagande och entreprenörskap



HKD och Region Västernorrland bland flera, har konstaterat behovet av att säkra och stärka framtidens kompetens inom besöksnäringen. Bristande tillgång på lämplig arbetskraft hindrar företagstillväxt och utveckling. I Kramfors kommun ser vi exempelvis en befolkningsminskning, unga arbetsföra medborgare flyttar ut från kommunen för att söka utbildning eller arbete på annan ort. Ovan problematik vill vi vända.

Kompetensförsörjning är en bred och komplex fråga som går in i många andra ämnesområden. För att generera arbetstillfällen krävs bland annat attraktiva bostäder, skolor av kvalitet, bredband, service och ett föreningsliv. Detta är områden som näringslivet själva nämner som betydande för kompetensförsörjning och i längden ett gott företagsklimat. På detta plan arbetar kommunen och Samhällsavdelningen i synnerhet som möjliggörare, påverkande aktör och investerare. De olika rollerna ger sig uttryck på olika sätt i projekt. Exempelvis arbetar vi nära företag och föreningar, lyssnar av behov och påverkar eller investerar i strategiska frågor.

Kompetensförsörjning och företagsklimat är nära sammanlänkat med kompetensutveckling hos företag. Det kan röra sig om affärsutveckling, digitalisering och kvalitetssäkring. Kommunen har ett ansvar att synliggöra besöksnäringens behov för att på så sätt kunna arbeta strategiskt med att exempelvis tillhandahålla utbildningar.

Samhällsavdelningen arbetar övergripande inom fyra delområden: (1) tillgodose en serviceinriktad myndighetsutövning, (2) skapa tillväxt bland befintliga företag, (3) stärka kompetensförsörjningen, (4) attrahera nya etableringar och utveckla befintliga.

3.2 Fler och förlängda besöksäsonger med högre besökskapacitet

Koppling till HKDs strategiska områden mot 2030

1. Lägereldsorienterad produktutveckling och innovation
9. Fler besökare under hela året



Det kommer flest besökare till Höga Kusten och Kramfors under sommarmånaderna. Fluktuationerna i besöksantal under årets månader är stor och är något som vi önskar att plana ut. Detta skulle resultera i många positiva effekter såsom jämnare inkomstfördelning, affärsmöjligheter och ökad sysselsättningsgrad.

Fritidshusbesökare är en grupp besökare som ofta hamnar utanför den officiella gästnattsstatistiken. De har stor samhällelig påverkan, dels vad gäller konsumtion och utveckling, dels planeringsutmaningar.

Fritidshusbesökarna har en central roll i planeringsinsatser ämnade att bemöta besökskapacitet och förlängda säsonger.

Att förlänga säsongerna och höja besökskapaciteten kommer inte utan utmaningar. Det kräver fler boendemöjligheter som möter olika målgruppers önskemål, att besökare uppmuntras att stanna längre och återvända fler gånger under året. En sådan utveckling har potential att öka turismkronan utan att besöksantalet behöver öka parallellt.

Ambitionen om en högre kapacitet är direkt kopplad till fler och förlängda besöksäsonger. En hög punktvis ökning i besökskapacitet innebär slitage och kräver planering för stora förebyggande åtgärder. Det finns således en vinst i att plana ut besöksantalet och antalet gästnätter över året för att bibehålla en destination av kvalitet. Höga Kusten är en ung destination och det finns därmed möjligheter att styra utvecklingen i ett tidigt stadium.¹¹

Ett led i att utveckla fokusområdet är att eftersträva professionalism och goda samarbeten med näringslivet. Exempelvis skulle fler och förlängda besöksäsonger med en högre besökskapacitet innebära att aktörer behöver förlänga öppettider och det krävs strategisk fysisk planering i form av förbindelser, skyltning och parkering. Sammantaget krävs breda tillgänglighetsskapande och samordnande åtgärder som arbetas fram i ett nära samarbete mellan kommun och näringsliv.

¹¹ Strategi 2030 för Höga Kusten, Höga Kusten Destinationsutveckling
Riktlinje besöksnäring

3.3 Informationsspridning och synlighet

Koppling till HKDs strategiska områden mot 2030 5. Stärk platsvarumärket



Kramfors del och utveckling i Höga Kusten behöver synliggöras genom tydlig kommunikation på kommunägda plattformar. Detta särskilt då det sker mycket i både destinationen och regionen för tillfället. Nya etableringar, investeringar, projekt och besöksmål är under utveckling och måste spridas till omvärlden för att visa vad vi har att erbjuda.

Informationsspridning och synlighet kan ske både digitalt och fysiskt. Det ska vara enkelt för olika människor, oavsett målgrupp eller bakgrund att hitta information om Kramfors och destinationen. Allmän skyltning är ett exempel på fysisk information som kontinuerligt behöver ses över för att tydliggöra och skapa tillgänglighet för våra besökare. För att nå ut krävs språkliga anpassningar av kommunikation som bidrar till att nå såväl nationella som internationella besökare.

Ett platsvarumärke har tagits fram för Kramfors med syftet att sprida ordet, känslan och upplevelsen av vår plats. Platsvarumärket har potential att få än större spridning i informationsmaterial och i samarbeten med näringslivet.

KRAMFORS
MITT I
HÖGA KUSTEN

Vi har som ambition att sprida information om samarbeten som kommunen ingår i med andra kommuner eller externa aktörer. I detta arbete är en viktig pusselbit att hjälpa näringslivets företag att synas i bruset. Det kan handla om marknadsföring av evenemang, investeringar eller öppettider.

3.4 Hållbar samhällsutveckling

Koppling till HKDs strategiska områden mot 2030

8. Hållbarhet i allt

10. Utveckla infrastruktur och öka tillgängligheten

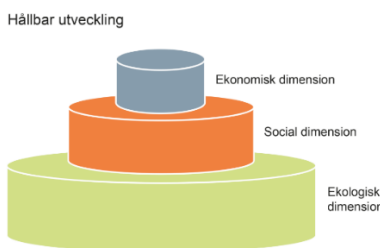


I takt med att destination Höga Kusten växer ställs nya krav på fysiska planeringsinsatser, infrastrukturell omställning och frågor om slitage. Som tidigare nämnts finns en ökad förväntning från besökare på uppvisat hållbarhetsarbete samt att det ska finnas hållbara konsumtionsalternativ vad gäller färd sätt, boendemöjligheter och smakupplevelser.

Arbetet med hållbara transporter och infrastruktur är något som ständigt pågår, etablering av laddinfrastruktur och ortsutveckling är bara några exempel. Dagens utmaning är att omställningen behöver ske snabbare än tidigare då besöksantalet och intresset för Höga Kusten ständigt ökar. Det ställer krav på strategisk planering av den fysiska miljön och en tro på att kommunen kan verka som en proaktiv aktör.

Den psykiska miljön och identiteten är minst lika viktig. I Kramfors är våra ambassadörer viktiga brobyggare för besökare. Vi vill att ambassadörerna ska känna stolthet över destinationen samtidigt som utvecklingsinsatser som görs upplevs gagna dem själva minst lika mycket som näringslivet. Detta i form av infrastrukturella satsningar, fler arbetstillfällen och platser att uppleva.

Klimatförändringarna behöver akut bemötas för att inte riskera effekter som skadar miljö, näring och infrastruktur. Vi måste värna om och bevara världsarvet och alla de besöksmål, service och rekreativmiljöer som är en förutsättning för näringslivets fortlevnad. Förebyggande och strategiska insatser är av prioritet. Hållbarhetsbegreppets tre dimensioner måste beaktas i detta arbete för att tillgodose näringslivets förutsättningar till fortsatt lönsamhet och att kommuninvånarna kan fortsätta att leva, bo och verka i kommunen året om.



Den hållbara utvecklingens tre dimensioner.¹²

¹² Boverket, Förhållningssätt till hållbar utveckling, 2022-03-04

Referenser

Kairos Future, Kramfors kommun och framtiden, 2020

Kramfors kommun, Malins fyra punkter för Västernorrlands bästa företagsklimat 2025

Region Västernorrland, Regional utvecklingsstrategi för Västernorrland 2020-2030

Kommunledningsförvaltningen, Riktlinje för markanvisning, 2022

Höga Kusten Destinationsutveckling, Strategi 2030 för Höga Kusten, 2021

Tillväxtverket, Turismstatistik, (hämtad 2022-03-01)

Tillväxtverket, Ökat intresse för hållbar turism, (hämtad 2022-02-28)