

NU LÄGE



Strategi



**Varumärkes-
plattform**



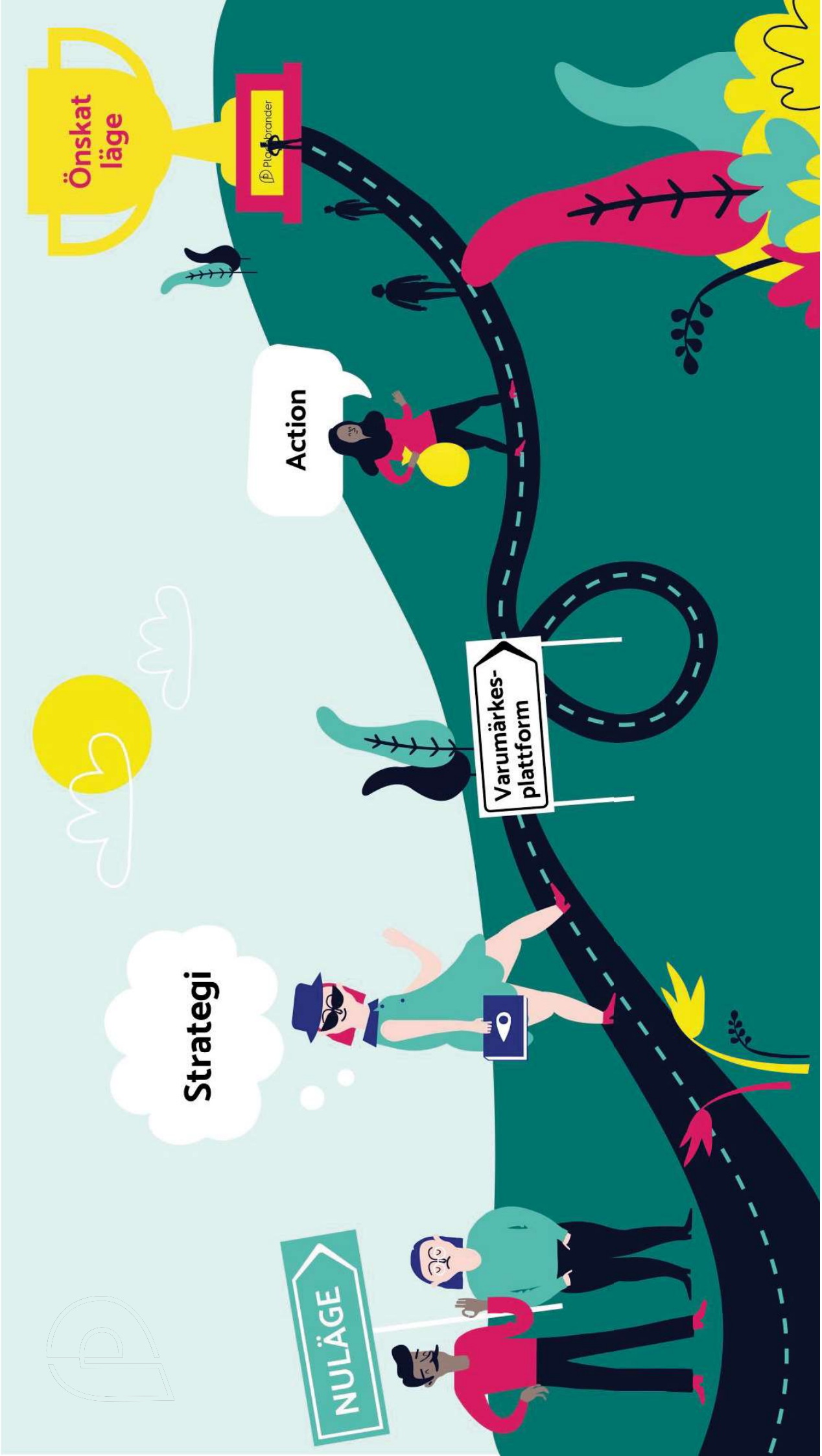
Action



Plattformer



**Önskat
läge**



Vad skapar en attraktiv plats?

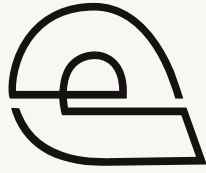
Platsutveckling

Platsmarknadsföring



**Heja
eldsjälarna
och hurrara för
byråkraterna!**

- hur pratar vi om varandra?



Samhandling

Samverkan

Samsyn

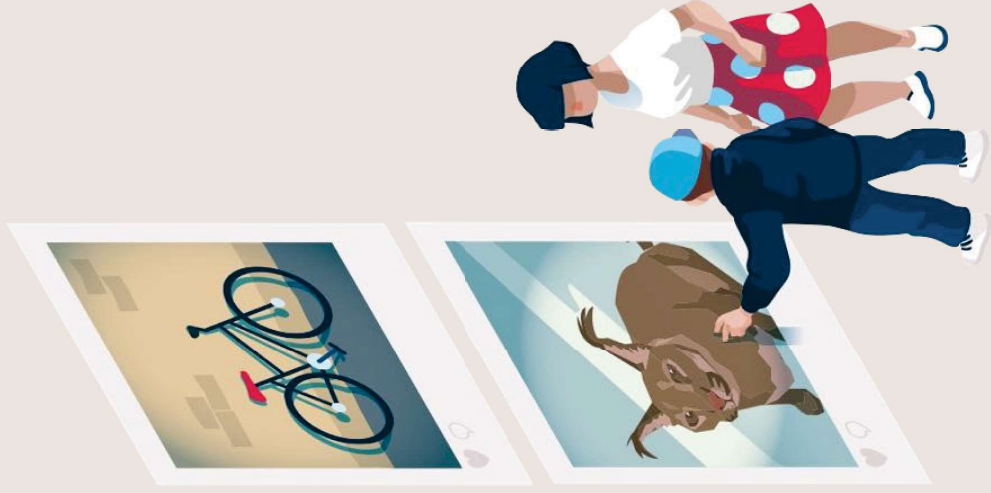
Samtal

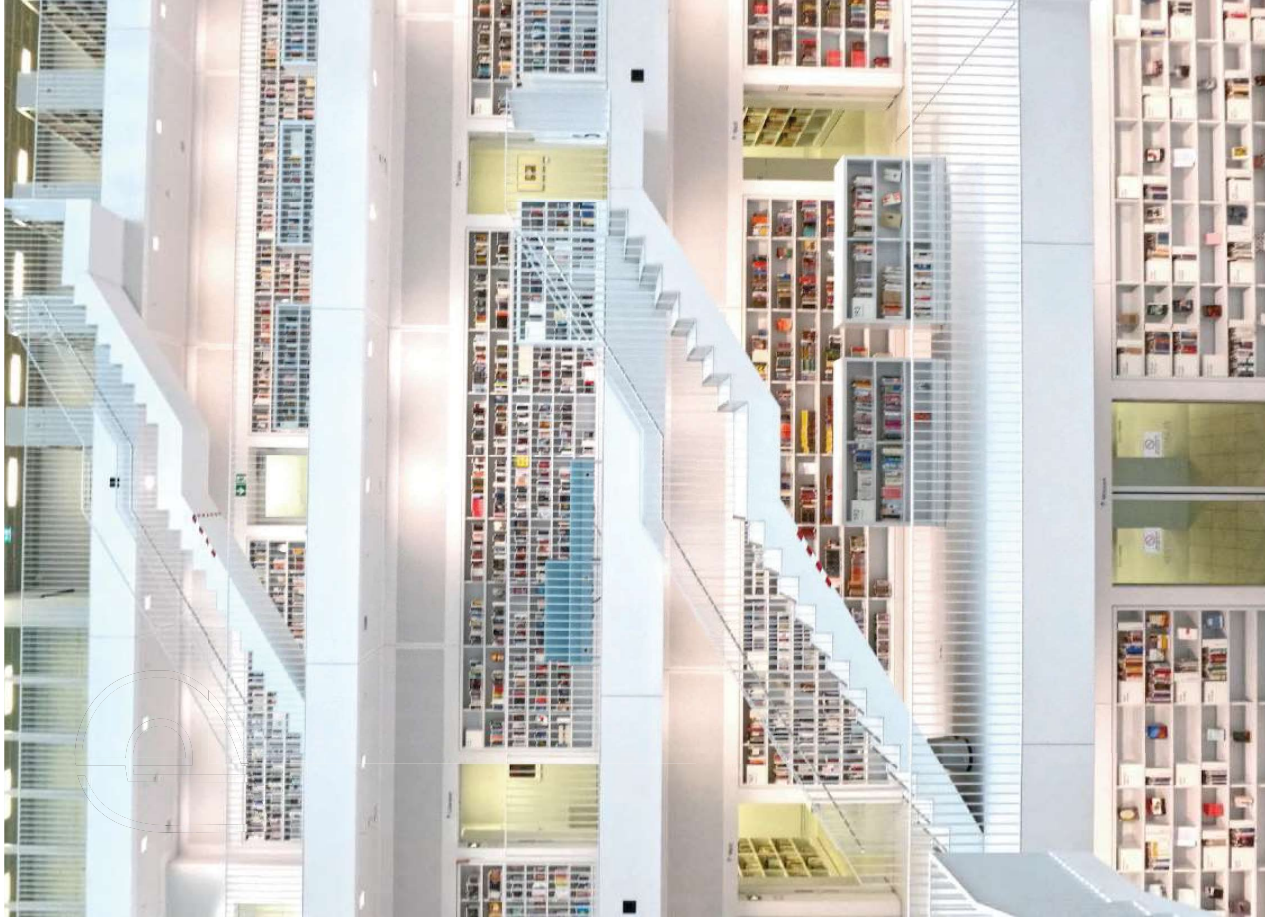
Källa: Samverkanstrappa A.Eriksson



**Vi vill vara
LOCALS!**

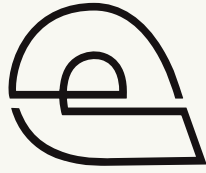
Vikten av att visualisera



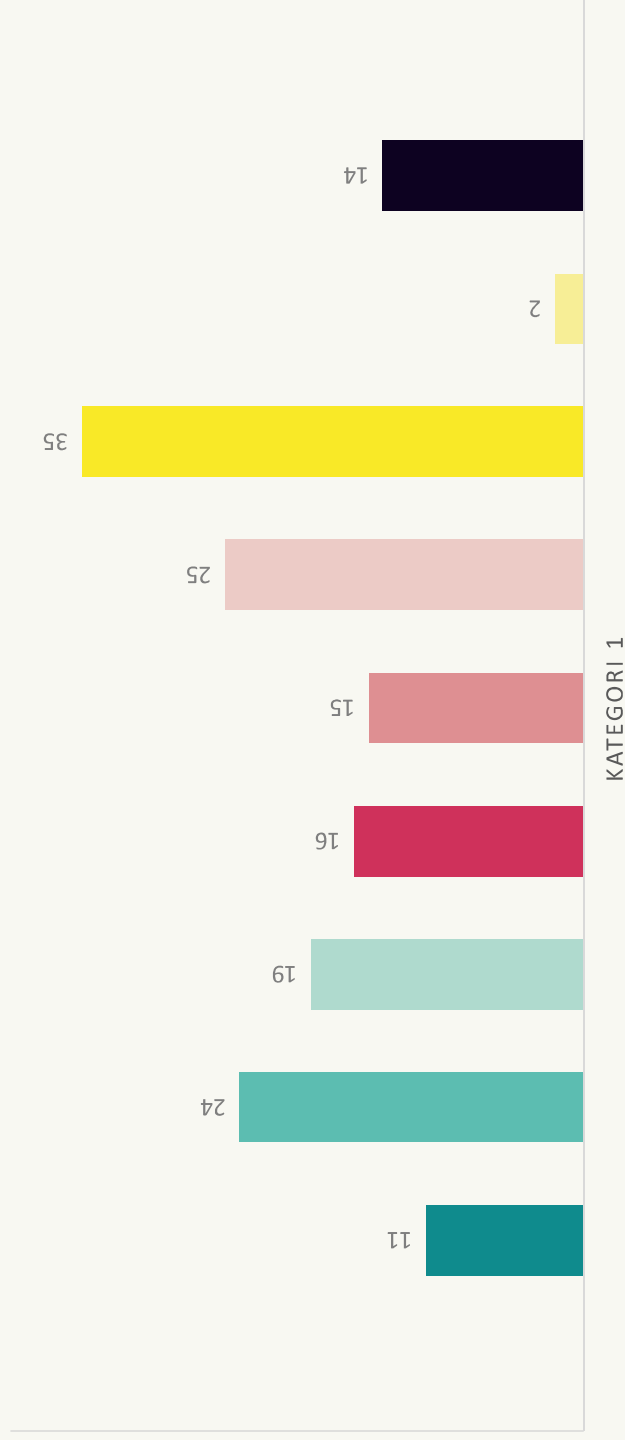
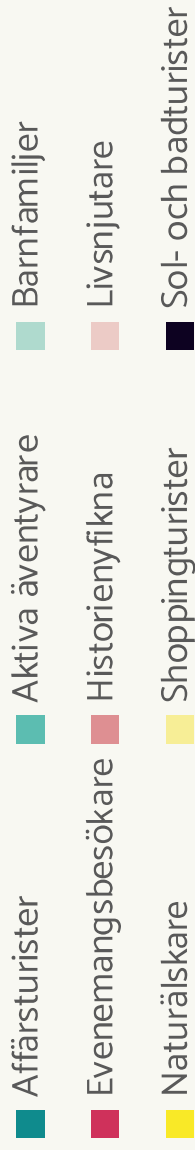


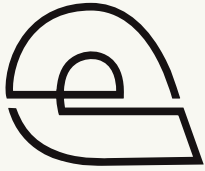
Vad vet vi idag?

- Intressanta målgrupper
- Upplevelseteman (profilbärare)
- Största utmaningarna
- Vad strategin kan göra
- Från workshops
- Andra strategier



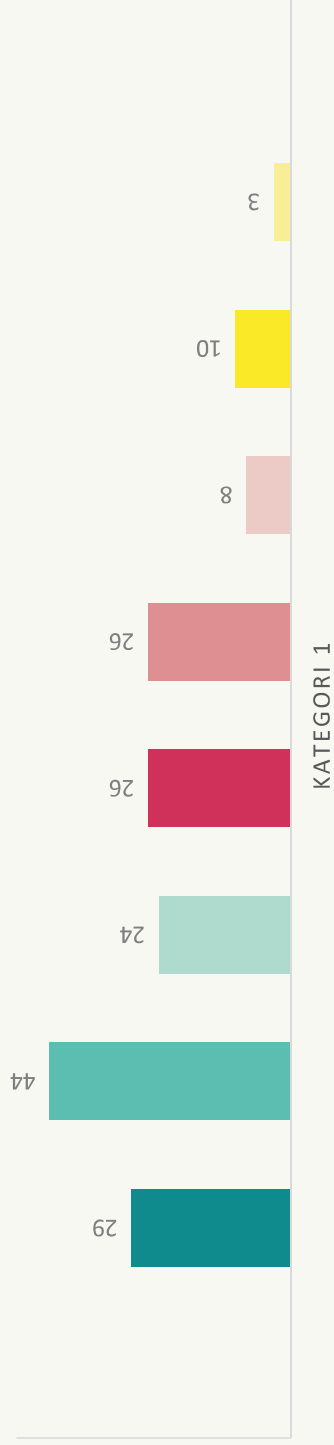
ATTRAKTIVA MÅLGRUPPER INOM 8 ÅR

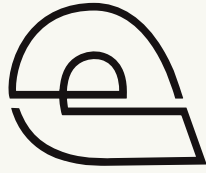




UPPLEVELSETEMAN

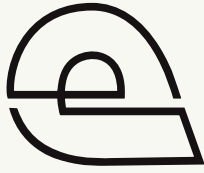
- Familjeaktiviteter
- Skärgård och natur
- Mat, dryck och måltid
- Evenemang inom kultur, musik och idrott
- Kultur och historia
- Sport och hälsa
- Möten och konferenser
- Annat





Största utmaningarna

- Hållbarheten
- Samverkan
- Spridningen över helåret
- Kollektivtrafiken
- Stoltheten
- Vad är bra för platsen?



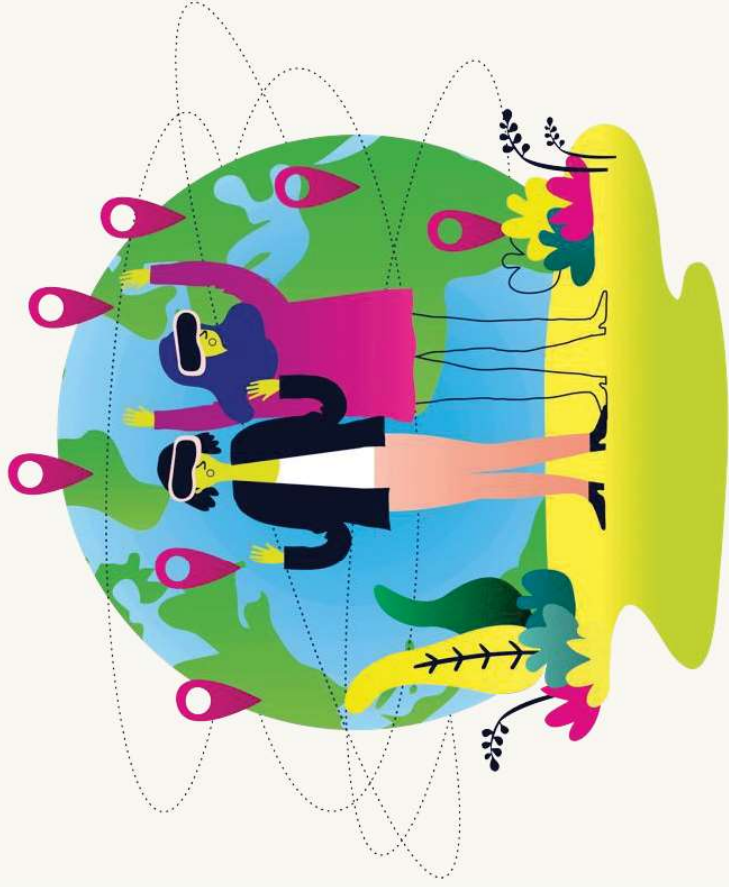
Vad kan strategin göra?

- Öka kännedomen
- Mandat för att prioritera frågorna
- Ge tydlig riktning
- Fler besökare och förenkla för de
- Samverkan
- (En mer hållbar plats)



Det bästa med Blekinge

- 1645
- Kullar och åsar
- Platsen, läget
- Att vi är en oupptäckt fantastisk plats
- Kulturmiljöer (i en bred mening)
- Skärgården
- Bräkne Hoby
- Kusten
- Skärgårdstrafiken
- Engagemanget
- Känslan
- Smultronställena som finns
- Havet - en lisa för själen,
- Litenheten
- Sveriges sydligaste vildmark
- Historian
- Naturen
- Sveriges trädgård
- Klimatet
- Närhet
- Östra skärgården
- Kontrasterna
- Närheten till livskvaliteten



Dröm om framtiden

Ett hållbart Blekinge där många förstår att det som är bra för platsen är bra för ens verksamhet.

Det behövs att fler samverkar och bidrar efter egen förmåga. Att det finns en tydligt utpekad riktning framåt.

Att logistik och kommunikationer är väl fungerande.

Att Blekinge är enat!



Vad ska det offentliga göra

- Skapa förutsättningar för att driva, äga, utveckla besöksnäring.
- Skapa stolthet.
- Övergripande marknadsföring av Blekinge
- Våga utmana byråkratin. Hur kan vi ifrågasätta och utmana. Lagar och regler.
- Koordinering mellan näringen och det offentliga när det gäller marknadsföringen.
- Stora öron, omvärldsbevaka.
- Säkerställa grundläggande funktioner (företsättningarna).
- Underlätta och tipsa om nationella och regionala stödmöjligheter.
- Agera motor i vissa skeden. (Det är inte lönsamt att köra båttrafik till Hasslö, än. Då kan det offentliga gå in och möjliggöra under en period).
- Ge bra service.
- Det offentliga kan ha **en** väg in (en företagslots) i kommunen för att kunna utveckla besöksnäringen. Denna person kan också samordna möten med övriga enheter på kommunen för att underlätta för företagen.
- Förenkla, möjliggöra, effektivisera
- processer.
- Skapa utrymme för utveckling (kapital, infrastruktur, etc)
- ”Kittlet” i det relationella perspektivet.
- Strategi och samordning.
- Ha helikoptervyn
- Utbilda näringen att förstå att man är del av en större helhet. (arbetsmarknad, export, integration, hållbar omställning, ekonomisk tillväxt).
- Vara modiga!

Vad ska det offentliga inte göra

- Inte konkurrera med det privata näringslivet.
- Vara konsekventa i regelutgivning och myndighetsutövning. Detta får ej vara personberoende.
- Inte vara kortsiktiga, utan långsiktiga.





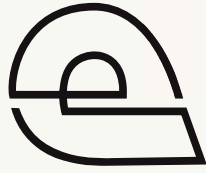
Vad ska det privata göra

- Driva våra verksamheter och utveckla dessa.
- Engagera oss i det som erbjuds (viktigt med samordning).
- Hålla vad vi lovar i vår kommunikation. Leverera på det vi lovar.
- Paketera och utveckla våra tjänster och produkter.
- Ge ett gott värdskap.
- Samverka med andra.
- Marknadsföra våra verksamheter.
- Tjäna pengar och generera skatteintäkter/arbete.
- Anställa folk som betalar skatt
- Erbjud bra tjänster/produkter.
- Produktutveckla
- Proaktivt verka för platsens utveckling. Att vara en del av helheten.
- Vara ambassadörer för hela länet.
- Stå för satsningarna.
- Främja inflyttning.
- Vara specialister på det vi gör.
- Utöka engagemanget utanför turismen.
- Företagen ska ta hand om besökare när de kommer hit.
- Delta i strategiska diskussioner för länets bästa.

Vad ska det privata inte göra

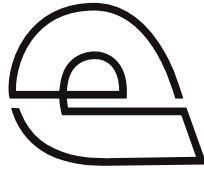
- Se på varandra som konkurrenter.
- Förbise vikten av ett gott värdskap.
- Bryta mot lagar och regler.





Andra relevanta strategiska dokument

- Tidigare strategin för Blekinge
- Nationella besöksnäringstrategin
- RUS – Växtkraft Blekinge
- Smart specialisering – S3
- Barnkonventionen
- Agenda 2030



Vision för Blekinge som besöksnäringdestination:

Blekinge är en unik och hållbar besöksnäringdestination som lockar både nationella och internationella besökare genom att erbjuda en upplevelserik och varierad natur, rik kulturhistoria, högkvalitativa boenden, gastronomiska upplevelser och ett starkt fokus på hållbarhet och digitalisering. Genom att erbjuda en väl samordnad och mångsidig besöksnäring som uppfyller besökarens förväntningar skapar vi en positiv utveckling i regionen med fler arbetstillfällen och ökad ekonomisk tillväxt.