



Härnösands kommun

Besöksnäringstrategi för Härnösands kommun

November 2007

**Strategin bygger på utvecklingsprogrammet "Härnösand 2015".
Universitets-, stifts- och residensstaden vid Höga kusten**

Härnösand är en plats för alla. Här kan människor, företag, föreningar och verksamheter utvecklas och fungera väl tillsammans.

Tillsammans ska vi utveckla och vårda varumärket Härnösand och göra det attraktivt att bo och verka här. Det sker också genom samverkan inom regionen. På så sätt förstärker vi vår arbetsmarknad, skapar bättre kommunikationer och goda förutsättningar för ett expansivt näringsliv. 2015 är Härnösand universitets-, stifts- och residensstaden vid Höga kusten ett välkänt begrepp.



Härnösands
kommun

Innehållsförteckning

Inledning	3
Syfte	3
Övergripande mål	3
Ansvar och roll	4
Härnösands kommun	
Föreningen Destination Härnösand	
Mitt Sverige Turism	
Strategi	4
Profilområden och reseanledning	5
Vattnet och stadskärnan	
Natur och landsbygds miljön vid Höga kusten	
Kultuhistoriska miljöer	
Mötesplatsen – Härnösand	
Destination Höga kusten	6
Hållbar utveckling	6
Nätverk	
Analys	
Projekt	
Statistik	
Evenemang	7
Marknadskommunikation – Tillgänglighet	7

Inledning

Bakgrund

Turism och besöksverksamheten har genom åren bedrivits i olika mer eller mindre samordnade former. Trots den samlade besöksnäringens betydelse för vår lokala utveckling har det varit svårt att få till stånd ett samlat grepp, gemensamma planer och långsiktiga utvecklingsstrategier för besöksnäringen. Detta är inget unikt för Härnösand utan delas av en mängd kommuner i landet.

I och med att en länsstrategi för besöksnäringen blev klar under våren 2007 såg kommunen ett behov av att utforma en egen strategi med hänsyn tagen till att vi ska ingå i ett av tre destinationsområden i Västernorrland, destination Höga kusten.

Uppdraget

Kommunstyrelsen gav under våren 2007 utvecklingsenheten i uppdrag att utforma ett förslag på en besöksnäringstrategi för Härnösand.

Strategidokumentet har därefter utformats under hösten 2007 via ett samarbetsprojekt tillsammans med Föreningen destination Härnösand och andra intresserade kommuninvånare.

Strategi

Besöksnäringen har utvecklingspotential och kan bli en av flera framtidssektorer i kommunen.

Kommunen innehar en central roll gällande utveckling av besöksnäringen. Med genomtänkta insatser och beslut inom en rad områden för att öka konkurrenskraften kan näringen ge arbeten, stärka ekonomin, förbättra serviceutbud och miljön.

En strategisk satsning från både samhälle och entreprenörer kan vara det som gör skillnad i attraktivitet och livskvalitet för både invånare och besökare.

Värdskap

För att ge turister och besökare ett gott värdskap i Härnösand och som gör att viljan att återkomma ökar, berörs kommun, företag och föreningar samt enskilda medborgare som säljer eller levererar varor eller tjänster av strategin.

Resanledning

Att utöka besöksnäringen genom att få fler besökare utanför regionen att komma till kommunen är viktigt men det innebär också att gemensamt skapa goda, vackra, spännande upplevelser och evenemang för besökare från det egna närområdet.

Upplevelser utgör kärnan i turism och besöksverksamhet, och att se och utveckla förutsättningar för olika reseanledningar blir därför en viktig uppgift för både kommunen och näringen i ett organiserat utvecklingsarbete. Detta kräver kunskap om marknaden och om besökarens behov. Kunskapen finns hos organisationer och företag inom turism och besöksnäringen, och ska tas till vara och utgöra basen för kommande strategiska beslut.

Syfte

Härnösand kommuns besöksnäringstrategi syftar till att tydliggöra ansvar, roller och funktioner.

Den framtagna strategin skall vara en vägvisare till de övergripande målen, och följas upp av en handlingsplan för förverkligande av dessa.

Övergripande mål

- Att Härnösand ska ha en hög attraktionskraft som besöksmål, och en långsiktig konkurrenskraftig besöksnäring som bidrar till hållbarhet i alla delar av kommunen.
- Härnösand är en aktiv part i destinationsområdet Höga kusten genom ett välorganiserat samarbete
- Ökad lönsamhet och omsättning av varor och tjänster, för fler arbetstillfällen och fler besökare



Ansvar och roller

Härnösands kommun

Huvudansvaret för kommunens besöksnäring har kommunstyrelseförvaltningen, som med en tydlig organisation, och med kvalificerade medarbetare har ansvar för:

- Utvecklingsarbete av turism och besöksnäring
- Utveckling av prioriterade profilområden
- Turistbyrå och turistinformation
- Kontakter med föreningen Destination Härnösand
- Kontakter med destination Höga kusten och dess intressenter
- Kontakter med Mitt Sverige turism
- Kontakter med företag, föreningar, intressenter
- Kontinuerlig omvärldsbevakning

Föreningen Destination Härnösand

Föreningen Destination Härnösand med ca 70 medlemsföretag är samarbetspartner i frågor rörande utvecklingen av turism/besöksnäringen inom kommunen. Föreningens roll är att driva besöksnäringens frågor och har som syfte att:

- Vara en levande intresseförening med företag, föreningar och organisationer som verkar inom besöksnäringen i Härnösand
- Öka och främja tillväxt och sysselsättning i besöksnäringen
- Som medlem i Destination Härnösand få del av en gemensam, näringsinriktad och kundanpassad satsning på marknadsföring och utveckling av turismbranschen
- Verka för ett förbättrat näringslivsklimat inom turismbranschen i Härnösands kommun
- Samverka med övriga destinationer i Västernorrland på nationella och internationella marknader för att därmed öka attraktionskraften för länet

Destination Höga kusten

Höga Kusten är sedan länge ett väl etablerat varumärke, som ytterligare förstärktes i och med att området utnämndes till världsarv år 2000. Utnämningen till naturvärldsarv ger området utan tvekan världsklassstatus.

Härnösands kommun vill därför tillsammans med Kramfors och Örnsköldsviks kommuner bli en aktiv part i bildandet av Destination Höga kusten.

Mitt Sverige Turism

Mitt Sverige Turism är en ekonomisk förening som ägs av alla kommuner i länet, landstinget och handelskammaren med uppdraget att:

- Ansvara för gemensam marknadsföring av länet enligt rullande 3-årsplan
- Samordna försäljningsinsatser
- Utgöra ett regionalt kontaktorgan mot nationella och internationella organ och myndigheter
- Följa och bevaka utvecklingen inom turismområdet
- Informera och utbilda medlemmar

Strategi

Strategin indelas på följande områden för vilka åtgärds punkter presenteras.

Profilområden och reseanledning

Destination Höga kusten

Hållbar utveckling

Evenemangsverksamhet

Marknadskommunikation – Tillgänglighet



Profilområden och reseanledning

Härnösand är universitets-, stifts-, och residensstaden vid Höga kusten. Härnösand är kommunen med unika miljöer inom handel, natur, kultur, fritid, historia och lärande. Härnösand är metropolen i miniatyr, där människor från hela världen möts. Det internationella arbete som bedrivs har skapat en speciell kombination av mångfald, närhet och öppenhet.

Målet är att utveckla Härnösand till en destination med en identitet som alla kan känna igen och till en plats där besökaren står i centrum.

Balans mellan olika satsningar ska övervägas utifrån kommunens mål, länsstrategi och besöksnäringens behov.

Vattnet och stadskärnan

Härnösands stadskärna ligger vackert inramad av en kuperad natur med broar, stränder, hamnstråk, hav, skogar och sjöar runt om. Stadskärnan erbjuder idag ett brett utbud av shopping, caféer, restauranger, biograf, dans, teater, konst, kultur och musik i alla former för hela familjen. Stadskärnans fortsatta utveckling som ett attraktivt besöksmål ska prioriteras och utvecklas tillsammans med näringen och den centrumutvecklingsgrupp som bildats i kommunen.

En stark profil är också de maritima och kulturhistoriska miljöerna och dess verksamheter i stadsnära miljö. Entreprenörskap och utveckling kring dessa ska uppmuntras.

Natur och landsbygd vid Höga kusten

Möjligheterna till ett varierat friluftsliv och en aktiv fritid i hela Härnösand är stora. Områden för naturturism som har möjlighet att utvecklas vidare är bl.a. Vårdkasens friluftsområde, Smitingens havsbad, Västanaåfallet och vandringsleder mot Höga kusten.

Utvecklingen av naturområden och landsbygd ska ske med stöd av framtagna riktlinjer i kommunens naturvårdsprogram och i samarbete med landsbygdsrådets arbete.

Kulturhistoriska miljöer

Härnösand har ett rikt kulturliv som attraherar både kommuninvånare och besökare. Viktiga resurser är ABM- (Arkiv, Bibliotek och Museer) verksamheterna i kommunen, med bl.a. Landsarkiv, Sambiblioteket, och läns museet Murberget. Tillsammans med dessa verksamheter bidrar också Technichus science center och Hemsö fästning till ett kvalitativt utbud av kulturupplevelser och roligt lärande.

Härnösand har många spår av gångna tiders bosättningar och verksamheter. Forntida boplatser och gravsättningar finns i stort antal. Det odlade landskapet och spår och lämningar från den stora träindustri- och järnbruksepoken är viktiga inslag i vår landskapsbild.

Våra kyrkor och kapell är viktiga kulturmiljöer som vårdas med stort ansvar. Många kända författare och konstnärer bor eller har varit bosatta här. Härnösands kulturhistoriska miljöer ska uppmärksammas och ytterligare tydliggöras i ett kommande kulturmiljöprogram för kommunen.

Mötesplatsen – Härnösand

Härnösand har en möjlighet att profilera sig som den innehållsrika, roliga och lärande mötesplatsen. Historiskt sett har det varit en naturlig mötesplats inte minst på det maritima området, och inom handeln. Staden är också centrum för flera regionala och nationella verksamheter och med detta naturlig värd för många konferenser.

Utveckling och tillkomst av affärsturism och nya mötesplatser ska prioriteras, och entreprenörskap inom befintliga och nya övernattningsmiljöer skall uppmuntras.

Åtgärder:

- I samarbete med näringen utveckla och profilera Härnösand som ett besöksmål med en tydlig identitet
- Stödja och uppmuntra satsningar som ger tydlig reseanledning
- Upprätta en handlingsplan med mätbara mål utifrån profilområden, marknad och målgrupp
- Affärsturismen utvecklas genom att lämpliga mötesplatser, logi och övrig service inventeras och eventuella brister klarläggs i samverkan med besöksnäringen och potentiella kunder.



Destination Höga kusten

Den framtagna utvecklingsstrategin för besöksnäringen i Västernorrland som länsstyrelsens tagit initiativ till, har i ett förslag kring att centrera besöksdestinationer i länet förordat att Härnösands kommun skall ingå i destination Höga kusten. I denna länsstrategi har destinationen avgränsats till Kramfors, Örnsköldsviks och Härnösands kommun.

Det finns ingen allmänt accepterad definition av var den geografiska avgränsningen av Höga Kusten börjar och slutar. Här har destinationen avgränsats till Kramfors, Örnsköldsviks och Härnösands kommun. Kramfors och Örnsköldsvik har under en längre tid samarbetat kring utvecklingen av Höga Kusten som destination, och tillsammans med länsstyrelsen förvaltat världsarvsområdet. Härnösand, som är inkörsporten söderifrån till det egentliga Höga kusten, erbjuder en av Norrlands bästa hamnar i kombination med ett väl utvecklat serviceutbud lättillgängligt för båtburna besökare. I Härnösand finns också besöksmål såsom länsmuseum Murberget och Technichus.

Höga Kusten är i behov av några större aktörer som vid sidan av Mannaminne, Hornöberget med Höga Kustenbron, Skuleskogens nationalpark med det nya naturrummet, Hemsö fästning, äventyrsbadet och nya Swedbank arena kan ge lyskraft åt destinationen.

Liksom i Sundsvall är en fördjupad samverkan mellan de många mindre aktörerna av avgörande betydelse för helheten och utbudet av kvalificerade turistprodukter.

(Ur utvecklingsstrategin för besöksnäringen i Västernorrland.)

Åtgärder:

- Skapa förutsättningar för hållbar utveckling gällande destination Höga kusten genom samarbete både funktionellt och strategiskt med Kramfors och Örnsköldsviks kommuner
- Delta aktivt i gemensamma projekt och aktiviteter

Hållbar utveckling

Hållbarhet

Härnösands kommun ska verka för en positiv hållbar utveckling av besöksnäringen. Målet är att öka värdet av alla varor och tjänster som produceras, som i sig genererar fler företag och arbetstillfällen.

För att uppnå en långsiktigt hållbar utveckling inom besöksnäringen krävs en samverkan mellan de tre olika formerna ekologisk-, ekonomisk och social hållbarhet.

Ekologisk hållbarhet omfattar skyddet av miljön och en hållbar försörjning som ger förutsättningar för upplevelser och rekreation.

Ekonomiskt hållbar utveckling ger genom strategiska investeringar i infrastruktur, utbildning, anläggningar och marknadskunskap är förutsättningar för en långsiktigt lönsam besöksnäring och en långsiktig tillväxt.

Social hållbarhet inom besöksnäringen handlar om förutsättningar som jämställdhet, trygga, mångkulturella och hälsosamma arbetsförhållanden, delaktighet och rimliga inkomster.

För att en långsiktigt hållbar och framgångsrik besöksnäring skall kunna utvecklas krävs också att såväl det offentliga som det privata värdskapet utvecklas och kan leva upp till besökarnas förväntningar och helst överträffa dem.

Nätverk

Entreprenörskap och nätverk av samarbetande företag inom besöksnäringen ska uppmuntras.

Analys

Arbetet ska kännetecknas av lyhördhet och flexibilitet och ske i samarbete med andra organisationer och kommunala partners.

Projekt

Entreprenörer skall ges goda möjligheter till tillväxt och utveckling av sina företag genom uppmuntran till aktivt deltagande i gemensamma utvecklingsprojekt.

Statistik

Turistekonomiska mätningar, marknads- och attitydundersökningar ska följas upp och drivas mot uppsatta mål så vi kan hitta rätt målgrupper och veta vad som efterfrågas, kunskap om trender etc.

Marknadskommunikation – Tillgänglighet

Åtgärder:

- Ha god kunskap om hur lönsamma affärer skapas inom näringen
- Verka för certifieringar och kvalitetssäkring av verksamhet
- Skapa mötesplatser och stimulera bildandet av nätverk av samverkande företag, organisationer och föreningar samt stimulera för projektsamverkan i olika former
- Genomföra turistekonomiska marknadsundersökningar

Evenemangsverksamhet

Härnösands kommun ser positivt på arrangemang som anordnas av företag, föreningar och idrottsklubbar. Externa evenemang höjer attraktionen både för kommunens egna medborgare och tillresta besökare. Kommunen har sedan något år speciella riktlinjer framtagna för ändamålet och olika beredningsgrupper som underlättar för företag och föreningar att söka bidrag, då ansökan endast går till en instans. Viktigt är att arrangemangen uppfyller villkoren genom att ge positiva upplevelser samt medföra PR-mässiga mervärden och attrahera besökare.

Kommunens roll är att:

- Årligen stötta evenemang av lokalt och regionalt och nationellt intresse som uppfyller villkoren i framtagna riktlinjer.

Marknadskommunikation

Marknadsföring av Härnösand skall ske med ett helhetsperspektiv. Den utåtriktade informationen med olika produkter ur besöknäringsperspektiv ska förädlas och kommuniceras i samverkan med representanter från näringen, länsorganisation Destination Höga kusten, kommunala bolag och andra kommunala samarbetspartners. Målet ska vara en kundorienterad marknadsföring med kommunicering både digitalt och analogt av Härnösands som ett attraktivt besöksmål vid Höga kusten.

Tillgänglighet

Kommunen skall verka för att skapa tillgänglighet för alla. Besökare med funktionshinder ska bemötas av ett gott värdskap och tillgång till flertalet attraktionsmål. Tillgängligheten till och inom destination Härnösand ska ske med goda förbindelser via offentliga transportmedel såsom tåg, buss och flyg och med en god infrastruktur. Vägar och leder ska hålla hög klass. Infrastrukturella åtgärder för att skapa genomtänkt skyltning och goda parkeringsmöjligheter ska kontinuerligt ses över, liksom tillgängligheten och budskapen i de olika former av information som tillhandahålls.

Åtgärder:

- Ha en offensiv marknadsföring mot utvalda kundgrupper
- Marknadsföra prioriterade profilområden
- Utveckla informationen och nya gemensamma kommunikationsprodukter i nära samarbete med Örnsköldsvik och Kramfors i dialog med föreningar, företag och gemensamt destinationscentra
- Samordna aktiviteter vid mässor eller andra utvalda marknadsföringsplatser
- Se över infrastruktur och informationskanaler som annonsering och skyltning, m.m., samt verka för en modern teknikanpassad information för att skapa högsta möjliga tillgänglighet



Besöksnäringstrategi för Härnösands kommun tillkom under andra halvåret 2007 i ett samarbete mellan Utvecklingsenheten Härnösands kommun, Föreningen destination Härnösand, andra organisationer, företag och intresserade kommuninvånare.

Härnösands kommunstyrelseförvaltning tackar för det stora engagemanget från alla som deltagit i processen.

Kontakta Härnösands kommun för mer information

Tel: 0611-34 80 00 E-post: kommun@harnosand.se

Jonny Lundin, Kommunalråd
Gungerd Johnsson Grip, Utvecklingsledare



Härnösands
kommun