



# **Verksamhetsplan 2018**

**Gotlands Besöksnäring**

## Innehållsförteckning

<b><i>Vår bakgrund - fram till idag</i></b> .....	<b>3</b>
<b><i>Vår vision</i></b> .....	<b>3</b>
<b><i>Vårt uppdrag - vår verksamhetsidé</i></b> .....	<b>3</b>
<b><i>Våra övergripande mål</i></b> .....	<b>4</b>
<b><i>Våra medlemmar</i></b> .....	<b>4</b>
<b><i>Övergripande aktivitetsplan 2018</i></b> .....	<b>4</b>
<b><i>Företrädarrollen</i></b> .....	<b>6</b>
<b><i>Ekonomi och budget</i></b> .....	<b>7</b>
<b><i>Budget 2018</i></b> .....	<b>8</b>
<b><i>Kommunikation</i></b> .....	<b>9</b>

## Vår bakgrund - fram till idag

Ur askan efter Gotlands Turistförening likvidation 2011 bildades föreningen Gotlands Förenade besöksnäring (GFB) för att samla den Gotländska besöksnäringen. 2015 bildade föreningen ett bolag, Gotlands Besöksnäring AB med vinstutdelningsbegränsning (svb) för att bedriva sin verksamhet. Detta bolag är till 100 % ägt av den ideella föreningen. I föreningens stadgar finns en konstruktion så att alla olika storlekar på besöksnäringens företag finns representerade in i den ideella föreningen.

Besöksnäringen är en allt viktigare näringslivsgren för Gotland som region. De senaste årens besöksiffror och statistik visar på detta. Det är inte längre så att turismen eller våra besökare kommer under endast juni, juli och augusti. Vi har genom infrastukturella- och marknadsmässiga satsningar fått en året runt turism som växer sig allt starkare främst på hösten och våren.

I oktober 2015 anställdes Monica Frisk som verksamhetsledare där styrelsen fungerade som supportorganisation till verksamhetsledare. Under perioden 2015 – 2017 har bolaget ansökt om 1+1 medel för att kunna utveckla sin verksamhet (totalt 2,2 mkr). Under 2016 inleddes ett samarbete med Mässgruppen och det betyder att bolaget idag hanterar deras ekonomi och deltar i styrgruppen. Under 2017 lades ett stort arbete ner på projektansökningar inom "Hållbara Gotland" något som även fortsatt under 2018. Februari 2018 dubblerades antalet anställda när Matz Bengtsson började som ny verkställande direktör för bolaget. Monica Frisk fortsätter som verksamhetsledare med fokus på marknadsaktiviteter, kompetensutveckling, besöksnäringens strategi och kryssningsturism.

## Vår vision

Att vara ett av världens mest attraktiva resmål!

## Vårt uppdrag - vår verksamhetsidé

Gotlands besöksnäring ska samla, utveckla och driva besöksnäringens frågor så att medlemmarna upplever medlemsnytta och att besöksnäringen som helhet ökar såväl i omsättning som i betydelse för hela Gotland.

### Fokusområden:

#### 1. *Destinationsmarknadsföring*

- Varumärket Gotland
- Destinationsutveckling
- Profilerings

#### 2. *Företräda besöksnäringen*

- Aktör gentemot politik
- Gemensam röst mot Länsstyrelse och region
- Trafik och transporter, Infrastruktur, städ, toalett
- Kommunikation

#### 3. *Mötesplatser*

- Nätverkande
- Informationsspridning
- Arrangera 2 besöksnäringdagar per år

- Frukostmöten
- Digitalt, sociala media etc.

## Våra övergripande mål

- Öka antalet besökare med 20 % fram till 2020. Från 888.000 till 1 miljon.
- Öka antalet internationella besökare fram till 2020. Från 97.000 till 120.000.
- Öka antalet direkta medlemmar till 100.

## Våra medlemmar

Idag har föreningen drygt 70 direkta medlemmar samt ytterligare ca 40 indirekta medlemmar genom kluster. Det är vår ambition att öka antalet medlemmar de närmaste åren och målet är 100 direkta medlemmar.

För att säkerställa att vi jobbar med rätt frågor och för att få värdefulla synpunkter och idéer är det prioriterat att vi under året träffar så många som möjligt av våra medlemmar.

Det är också viktigt att vi hela tiden ser till medlemsnyttan. Därför kommer vi också att se över om vi kan erbjuda ytterligare innehåll och värden i medlemskapet.

## Övergripande aktivitetsplan 2018

### **Besöksnäringsdagar**

Under året kommer två besöksnäringsdagar att genomföras. Det första i samband med årsmötet den 11 april med temat "Vart är vi på väg" och den andra under hösten.

### **Frukostmöten**

Vi fortsätter med att bjuda in till frukostmöten med jämna mellanrum. Syftet med dessa är att träffas och nätverka och ge möjlighet till ökad kunskap inom specifika områden kopplade till de projekt vi arbetar med. Några av dessa frukostmöten bör göras i samverkan med Tillväxt Gotland.

### **Gotland året runt**

Gotland året runt är ett s.k. 1+1-projekt finansierat av Region Gotland genom regionala tillväxtmedel. Projektet syftar till att stärka destinationsmarknadsföringen av Gotland som besöksmål året runt. Inom projektet planeras möten, utbildningar och samverkansaktiviteter med den lokala näringen och nationella aktörer. Inom detta projekt ingår också konkreta marknadsföringsinsatser genom mässgruppens arbete och ett näringslivssamarbete med Visit Sweden i Norge.

### **Gotland Cruise Network**

Gotland Cruise Network är en trepartssamverkan mellan Region Gotland, Copenhagen Malmö Port och representanter från det gotländska näringslivet.

Nätverket syftar till att skapa förutsättningar för att utveckla Gotland till, genom aktivt samarbete med alla relevanta aktörer, en väl fungerande och hållbar kryssningsdestination samt att Gotlands näringsliv och invånare upplever kryssningsturismen positivt och att det bidrar till Gotlands tillväxt. Målen uppnås genom aktiv samverkan mellan de olika parterna i form av nätverksmöten, workshops, studiebesök, utbyte med aktörer inom kryssningsindustrin mm.

Nätverket har styrgrupps- och projektmöten månatligen under året. Nätverket är också medarrangör vid invigningen av kryssningskajen söndagen den 29 april med aktiviteter hela dagen. På förmiddagen för inbjudna gäster och från kl. 14:00 för allmänheten.

### **Cruise Gotland 3.0**

Cruise Gotland 3.0 är ett projekt inom ramen för Hållbara Gotland och är nära knutet till Gotland Cruise Network. Projektet skapar möjligheter att stärka ovanstående insatser ytterligare samt att initiera olika samverkansprojekt som exempelvis affärsutveckling, utveckling av säljmaterial mm. Projektet löper från 2017 – 2019 med möjlighet till förlängning.

Projektet ska öka företagets kunskap kring marknadens efterfrågan samt produkt- och tjänsteutveckling för internationella dagsbesökare. Projektet syftar även till att öka kunskapen om själva kryssningsindustrin och dess kommersiella mekanismer.

Under året planeras också säljmöten med rederier, kryssningskonferenser och mässor i USA, Ryssland, Portugal och Spanien.

### **Mässgruppen**

Mässgruppen är en samverkan mellan tjugoåtta aktörer inom Gotlands besöksnäring som genom gemensam finansiering medverkar på 15 – 20 mässor årligen. Mässorna äger rum både i Sverige och i utlandet, då främst i Danmark, Norge, Finland och Tyskland. Syftet med arbetet är att öka kännedomen om Gotland på de olika marknaderna och att tillsammans verka för ett ökat resande till Gotland. Gotlands Besöksnäring och Destination Gotland ansvarar för samordningen av Mässgruppens arbete. Mässgruppens arbete ingår i projektet Gotland Året Runt.

Mässgruppen kommer att medverka på följande mässor under 2018:

1. Reiseliv, Oslo 12-14 jan
2. Matka, Helsingfors 18-21 jan
3. Konfexmässan, Stockholm 21-22 jan
4. Resemässan i Linköping 27 jan
5. Resemässan i Norrköping 28 jan
6. Reisen, Hamburg 7-11 feb
7. ITB, Berlin 7-11 mars
8. Exploremässan, Stockholm 9-11 Mars
9. Konferensmessa Oslo 12 mars
10. Cykelmässan, Stockholm 16-18 mars
11. Seniorsmässan, Göteborg 27-29 mars
12. Seniorskryssning, 21-22 april
13. Outdoor Live, Kungsträdgården 19-20 maj
14. Grillmässan, Stockholm 25-27 maj
15. Nordea Masters, Göteborg 16-19 aug
16. Konfex i Göteborg, 18-19 september
17. Seniorsmässan, Stockholm 2-4 oktober

## **Visit Sweden Norge**

2017 startade ett samarbete med Visit Sweden i Norge. Syftet med samarbetet var att öka kännedomen och kunskapen om Gotland och Gotlands besöksnäring i Norge genom marknadsföring, exponering och PR aktiviteter i valda kanaler. Målet var att skapa synlighet på den norska marknaden och öka antalet gästnätter och besök till regionen.

Även om det är tidigt att mäta utfallet så ser vi att insatserna var motiverade. Planen är att fortsätta samarbetet ytterligare ett år då Norge är en prioriterad marknad.

## **Besöksnäringstrategin**

På uppdrag av Region Gotland har Svensk Destinationsutveckling tagit fram ett förslag till besöksnäringstrategi för Gotland. Detta förslag skall ut på remiss under våren för beslut senare i år.

I strategin pekas GFB ut som den naturliga samarbetspartnern för Region Gotland när det kommer till implementeringen av strategin. Det är ett viktigt arbete och vi ser fram emot att tillsammans med Region Gotland påbörja detta samarbete.

## **Business Intelligence**

GFB har lämnat in en ansökan om projektmedel för en satsning på att ta fram relevanta besöksdata för näringen. Som det ser ut idag kommer denna ansökan inte att godkännas. Det är vår övertygelse att besöksnäringen är i behov av en gemensam plattform som kan leverera relevant statistik och vi kommer att söka nya vägar för att kunna genomföra ett sådant utvecklingsarbete.

## **Yrkehögskolan**

I linje med regionala och lokala strategier för besöksnäringens utveckling och kompetensförsörjning har Gotlands besöksnäring under 2017 aktivt verkat för att få till stånd en besöksnäringutbildning inom ramen för yrkehögskolan (Yh). Yh-utbildningen Affärsutvecklare Besöksnäring har utformats i nära samarbete med representanter för besöksnäringen på Gotland och YrkesAkademiens Yrkehögskola. Utbildningen beviljades i slutet på januari 2018. Genom en ledningsgrupp bestående av branschföretag, utbildningsanordnaren och det offentliga skolväsendet pågår under vår/sommar 2018 ett arbete med att förbereda och implementera utbildningen som startar den 10 september. Utbildningen är en 2-årig nätbaserad distansutbildning med fysiska träffar.

## **Företrädarrollen**

Inom företrädarrollen skall vi bl.a. vara en aktör gentemot politik, Länsstyrelse och Region Gotland. I rollen som företrädare för besöksnäringen är vi bl.a. engagerade inom:

- Näringslivsrådet
- Trafikrådet
- Gröna Näringarna (Hushållsningssällskapet, LRF m.fl.)
- Länsstyrelsen
  - Hållbarhet
  - Besöksplatser
  - Vattenfrågan
- Uppsala Universitet Campus Gotland
- Gotland Cruise Network

## Ekonomi och budget

Finansieringen av vår verksamhet är idag riskabel då den bygger på en mindre medlemsavgift till föreningen och en serviceavgift till vårt aktiebolag. Totalt budgeterat för medlems- och serviceintäkter för 2018 är 430 tkr. För att vi skall kunna genomföra vår verksamhetsplan betyder det att vi är beroende av projektmedel. Det är mycket viktigt att vi under året fortsätter att verka för en hållbar finansiering av vår verksamhet.

I dagsläget har vi endast ett godkänt projekt (Cruise 3.0), men har goda förhoppningar om att få en 1+1-ansökan godkänd inom kort. Den sistnämnda ansökan gör dock att våra medlemsavgifter blir intecknade i detta projekt då en förutsättning för projektet är att vi har egna medel i samma storlek som beviljade projektpengar.

Projektpengar betalas alltid ut i efterskott mot redovisade kostnader vilket innebär att vi alltid måste vara mycket försiktiga med vår likviditet. Vidare så är vi bundna till att genomföra projekten helt enligt plan vilket innebär att vi har små möjligheter att göra aktiviteter utanför projektens ramar.

Därför är det mycket viktigt att vi fortsätter arbetet med att rekrytera fler medlemmar till föreningen och jobbar med ökad medlemsnytta för våra medlemmar. Vår förhoppning är att vi genom vårt arbete skall göra att ambassadörskapet för GFB stärks vilket i sin tur skulle öka intresset från fler inom näringen att bli medlemmar.

Finanseringsmodell bygger på en grundavgift till föreningen och serviceavgift till verksamheten.

- Medlemsavgift till föreningen är 500 kr/år
- Serviceavgiften betalas till aktiebolaget enligt följande modell:

○ Omsättning 0-2 mkr	1 000 kr/år
○ Omsättning 3-5 mkr	2 000 kr/år
○ Omsättning 6-10 mkr	5 000 kr/år
○ Omsättning 11-15 mkr	7 500 kr/år
○ Omsättning 16-20 mkr	10 000 kr/år
○ Omsättning 21-30 mkr	15 000 kr/år
○ Omsättning +30 mkr	25 000 kr/år

## Budget 2018

### Intäkter tkr:

Projekt Gotland Året Runt (1+1)	1 000
Projekt Cruise 3.0	2 044
Årsavgifter medlemmar	430
Årsavgifter Mässgruppen	500
Årsavgifter Gotland Cruise Network	150
Extern finansiering Visit Sweden - Norge	300
<b>Summa intäkter:</b>	<b>4 424</b>

### Kostnader tkr:

#### Projekt Gotland Året Runt

Projektledning och lokaler	-800
Köpta tjänster, möten m.m.	-300
Projekt Visit Sweden - Norge	-400
Mässor (Mässgruppen)	-500
<b>Totalt Projekt Gotland Året Runt</b>	<b>-2 000</b>

#### Projekt Cruise 3.0

Projektledning	-1 256
Säljbesök, konferenser, mässor	-360
Informationsmaterial, redovisning	-125
Lokala aktiviteter	-390
Administration	-63
<b>Totalt Projekt Cruise 3.0</b>	<b>-2 194</b>

Övriga kostnader	-40
Kostnader Mässgruppen utanför projekt	-140

**Budgeterat resultat 2018: 50**



## Kommunikation

Under året kommer en ny hemsida att lanseras. Den kommer att skapa förbättrade möjligheter för oss i den löpande kommunikationen. Våra officiella kommunikationskanaler beskrivs här nedanför.

- **Hemsida**
  - [gotlandsbesoksnaring.se](http://gotlandsbesoksnaring.se)
  - [gotlandsbesoksnaring.com](http://gotlandsbesoksnaring.com)
  - [gotlandcruisenetwork.com](http://gotlandcruisenetwork.com)
- **Nyhetsbrev till medlemmar**
  - [info@gotlandsbesoksnaring.se](mailto:info@gotlandsbesoksnaring.se)
- **Facebook**
  - [facebook.com/gotlandsfo](https://facebook.com/gotlandsfo)