



# Destinationsstrategi Roslagen 2030

**Ett styrmedel för hållbar destinationsutveckling**

# Innehållsförteckning

Inledning	3
Arbetet bakom strategin	4
Omvärldsanalys	6
Roslagens målgrupper	8
Vision Roslagen 2030	11
Målområde 1	14
Målområde 2	18
Målområde 3	22
Målområde 4	25
Roslagens ledmotiv	28
A. Levande landsbygd	29
B. Berikande bruk	32
C. Spännande småstäder	36
D. Skiftande skärgård	39
Samarbete & rollfördelning	43
Vägen mot Vision Roslagen 2030	46

## Version 1.0

Dokumentet kommer att uppdateras över tiden. En aktuell version av Destinationsstrategi Roslagen 2030 finns att hämta [här](#).

---

## Kontaktuppgifter

### Norrtälje kommun

Torkel Andersson  
Utvecklingsstrateg  
0176-711168

[E-post](#)

### Östhammars kommun

Lisa Karm-Togo  
Destinationsutvecklare  
0173-86278

[E-post](#)

### Österåkers kommun

Kristina Eineborg  
Näringslivs- och utvecklingsdirektör  
0736-252153

[E-post](#)

## Externa processledare

Per Ekman, Tendensor | 0707-449980 | [E-post](#)

Laila Gibson, Gibson Consulting | 0767-872798 | [E-post](#)

# Inledning

Välkommen att ta del av Destinationsstrategi Roslagen 2030. Strategin spelar en viktig roll för att besöksnäring, kommuner, civilsamhälle och destinationsbolag ska kunna samarbeta för en hållbar utveckling av Roslagen som attraktiv och konkurrenskraftig besöksdestination.

Det här dokumentet innehåller en framtidsvision för Roslagen som visar ett önskvärt tillstånd år 2030. Vägen dit presenteras genom fyra målområden och fyra ledmotiv. Av strategin framgår också önskvärda samarbetsformer och en tydlig rollfördelning mellan aktörerna.

Roslagen har ett bra utgångsläge! Här finns en kreativ besöksnäring och ett pärlband av genuina natur- och kulturupplevelser i både inland och skärgård. Närheten till Sveriges mest befolkningstäta regioner och Sveriges största flygplats är en styrka för Roslagens företag och föreningar. Mycket är ännu outvecklat och därför pekar strategin på en rad utvecklingsmöjligheter att ta tillvara - med varsam hand.

En viktig uppgift för Destinationsstrategi Roslagen 2030 är att beskriva hur framtidens besökare kan tas om hand och hur aktörerna i Roslagen kan möta de förändringar som sker i samhället. Genuina natur- och kulturupplevelser efterfrågas i allt högre utsträckning och allt fler vill vara fysiskt aktiva på fritiden. Dessutom blir fler nyfikna på att hitta spännande och hållbara upplevelser i närheten av där man bor. Sammantaget är Roslagen väl rustat för att möta en sådan framtid.

Pandemin har i skrivande stund haft en stor inverkan på stora delar av besöksnäringen. Även om många aktörer i Roslagen har klarat utmaningen väl så återstår ett hårt arbete för många företag att komma åter på fötter. Tidshorisonten i Destinationsstrategi Roslagen 2030 överbryggas pandemin med god marginal. Därför är det naturligt att fokus läggs på långsiktiga möjligheter för Roslagen som besöksdestination.

Tack alla ni som bidragit till Destinationsstrategi Roslagen 2030! Utan era idéer och kunskap hade strategin inte kunnat tas fram. Nu väntar ett gemensamt arbete där alla kan hitta sin roll för ett starkare och än mer upplevelserikt Roslagen till gagn för såväl besöksnäring, våra besökare och för alla som bor och verkar i Roslagen.

# Arbetet bakom strategin

En bred analys och dialogprocess ligger till grund för framtagandet av Destinationsstrategi Roslagen 2030. Det gör den starkt förankrad hos destinationens intressenter som besöksnäringen, destinationsbolaget och kommunernas politiker och tjänstepersoner. Processen har letts av en arbetsgrupp med tjänstepersoner från de tre kommunerna i Roslagen med stöd av processledarna Laila Gibson och Per Ekman på Tendensor.

## **Följsamhet med övrig samhällsutveckling**

Ett avstamp har gjorts i existerande styrdokument och strategier. Allt för att Roslagen som besöksdestination ska hänga väl ihop med samhällsutvecklingen i sin helhet. Hit räknas kommunala styrdokument som översiktsplaner, kommunstrategier, tillväxt- och näringslivsstrategier. En hållbar destinationsutveckling innebär att såväl invånares som besökares behov och önskemål kan tillgodoses.

## **En involverande idéprocess**

Under våren 2021 har en lång rad dialogmöten arrangerats för att klargöra viljeinriktning och lyssna på den kunskap de inblandade aktörerna besitter. Entreprenörer i besöksnäringen och föreningsrepresentanter har deltagit liksom politiker och tjänstepersoner från de tre kommunerna Östhammar, Norrtälje och Österåker. En serie öppna frågor har tjänat som en röd tråd genom processen.

## **Omvärld och trender**

Människors värderingar och efterfrågan på besöksupplevelser förändras över tiden. Framtiden tillhör de besöksdestinationer som kan förstå och ta tillvara på förändringar som sker och utveckla en hållbar besöksupplevelse. Trenderna som observerats återges i strategin och de har spelat en stor roll för inriktningen i Destinationsstrategi Roslagen 2030.

## **Analys av Roslagens förutsättningar**

Den kunskap som finns om dagens besökare till Roslagen har tagits tillvara. Det handlar om tillgänglig statistik om dagens besökare till Roslagen och om de insikter om besökarnas behov och beteende som finns hos destinationens aktörer. Under den dialogprocess som drivits har Roslagens förutsättningar stått i fokus.

## **Dialog med den omgivande regionen**

Besökaren bryr sig sällan om gränser och därför har Roslagen allt att vinna på samarbete med den omgivande regionen. Kontakter har tagits med Region Uppsala, Region Stockholm och med Stockholm Archipelago. Det är tydligt att Roslagen ingår i en stark regional satsning på besöksnäringen inför framtiden. Viktiga synergier finns att utforska med Stockholm Archipelago, till exempel i form av en gemensam målmarknad.

### **Destinationsrådet och destinationsbolaget**

Ledning och personal i destinationsbolaget Visit Roslagen har givit tydliga inspel till destinationsstrategin. På samma sätt har det nybildade Destinationsrådet kunnat bidra med viktiga medskick och de har precis som destinationsbolaget och kommunerna tjänat som remissinstans för Destinationsstrategi Roslagen 2030.

### **Digitala enkäter och diskussionsforum**

Allmänheten har kunnat ge sin syn på Roslagen med dess unika kvaliteter och möjligheter genom en öppen enkät på kommunernas sidor. En riktad enkät skickades också ut till ungdomar för att deras perspektiv ska tas med i strategin.

### **Tre kommunala handlingsplaner**

Destinationsstrategi Roslagen 2030 innebär en gemensam resa för kommunerna i Roslagen och för den samlade besöksnäringen. För att respektive kommun lättare ska hitta sin roll och för att kunna prioritera utvecklas särskilda handlingsplaner för respektive kommun.

# Omvärldsanalys

En kraftsamling för att utveckla Roslagen som besöksdestination ligger helt rätt i tiden! Roslagen har många värden som allt oftare efterfrågas i dagens samhälle: närheten till storstäder i kombination med natur, spännande kultur och engagerade lokala krafter.

Destinationsstrategi Roslagen 2030 bör bygga på kunskap om Roslagens utgångsläge och omvärld för att kunna staka ut vägen framåt. Var står Roslagen idag och vilka olika faktorer påverkar färdplanen? En analys har därför gjorts av rapporter och forskning om turism och samhällsutveckling. Aktörerna i Roslagen har involverats i tolkning av slutsaterna.

Analysen har omfattat tre delar: samhällsförändringar både internationellt och nationellt som på olika sätt påverkar besöksnäringen och destinationer, förändring som pågår i den omgivande regionen samt planer för Roslagen och de tre kommunerna Norrtälje, Östhammar och Österåker. Utifrån resultatet har en rad skeenden pekats ut som är särskilt viktiga för Roslagen.

## Trender som påverkar Roslagen

- **Sökandet efter genuina upplevelser.** Besökarens strävan efter autentiska, genuina och individuella upplevelser ökar. Det äkta och personliga slår kopierat och massproducerat. Det ställer större krav på Roslagen att ta tillvara sin historia och kultur för att särskilja destinationen från övriga. Det kan göras genom att utveckla utbudet av närproducerad mat och matupplevelser, gårdsbutiker, kulturutbud, evenemang och unika boenden.
- **Intresset för natur- och kulturturism ökar.** Naturen blir en allt viktigare reseanledning för miljontals svenskar och utländska besökare till Sverige. Människors motiv för att söka sig till naturen är ofta avkoppling, socialt umgänge och att utöva olika aktiviteter som vandring, cykling eller paddling. Intresset för naturupplevelser väntas öka ytterligare. En röd tråd är det växande intresset att ta del av lokal kultur och historia, en utveckling som gynnar Roslagen i allra högsta grad.
- **Förändrade besöksmönster.** Människor åker på fler och kortare vistelser över året och en tydligt ökande efterfrågan på "hemester" kan ses. Det gäller att skapa möjligheter för fler att ta del av naturen, såväl i skärgården som på fastlandet och då utgå från efterfrågan på komfort och tillrättalagda upplevelser och tillgänglighet. När det gäller möten så kan Roslagen erbjuda kvalitativa och naturnära alternativ till konferenser i storstäderna.
- **Platser spelar en viktig roll.** Regioner, städer och besöksdestinationer lägger allt större vikt vid att utveckla sin attraktivitet och sin särart. Platser blir också viktiga arenor för att klara omställningen till ett hållbart samhälle. Ur människors perspektiv spelar den egna platsen en fortsatt viktig roll för identitet och livskvalitet. Roslagen bör

identifiera sig som en livsmiljö snarare än en besöksdestination.

- **Besökardialog i förändring.** Det digitala landskapet har drastiskt förändrat spelreglerna för hur besöksdestinationer kan marknadsföras och säljas. Besökarnas egna rekommendationer och berättelser hamnar i fokus. Destinationens aktörer bör vara närvarande i de kanaler och de forum som besökarna väljer. Besökarnas önskemål om dialog och delaktighet går att möta med digitalisering före, under och efter vistelsen.

### **Insatser för att möta förändringarna**

För att möta förändringarna i omvärlden introduceras här en rad insatser som tillsammans bidrar en förmåga att förändras över tiden.

- **Digitalisera mera** - se digitaliseringen som en möjlighet att bygga relationer med besökare och för att forma en god besöksupplevelse i Roslagen. Digital teknik kan koppla samman traditioner och storytelling med nutiden och den kan göra Roslagen mer tillgängligt för både boende och besökare.
- **Verka tillsammans** - samverkan och delaktighet blir än viktigare när omvärlden blir mer föränderlig och svåröverskådlig. Ett medvetet gränsöverskridande samarbete krävs i Roslagen som sträcker sig över två län, tre kommuner och som har en mångfald av företag och föreningar i ett väldigt varierande landskap.
- **Dialog med besökaren** - i arbetet med att utveckla Roslagens utbud och tillgänglighet är det också viktigt ständigt lära om besökarna och involvera dem i destinationens utveckling. De insikter som växer fram måste snabbt omsättas till praktisk handling. I allt högre utsträckning behöver fokus riktas mot särskilda grupper, som till exempel ungdomar eller besökare med särskilda intressen.
- **Skapa resiliens** - Roslagen måste rusta för framtiden och klara möta en värld med snabba förändringar. Det kan göras genom en medveten satsning på hållbarhet och genom att klara balansen mellan att exploatera och bevara. Roslagen måste utvecklas varsamt och respektfullt. Besökarnas förväntningar måste balanseras med lokalbefolkningens behov och med företagens utvecklingsidéer.

# Roslagens målgrupper

För att utveckla Roslagen som besöksdestination gäller det att känna besökarna och deras föränderliga behov och vanor över tiden. Genom att göra tydliga målgruppsval kan marknadsföringen av Roslagen bli intressant för mottagaren och hållbara kundrelationer kan etableras. Målgruppsvalet spelar en viktig roll för alla destinationens aktörer: besöksnäringen, destinationsbolag som kommunerna.

## **Naturintresserade som primär målgrupp**

Roslagen attraherar varje år en lång rad besökare med vitt skilda och intressen och reseanledningar. Den gemensamma faktorn för många av dem är sökandet efter stimulerande naturupplevelser. Det gäller såväl fritidsresenärer som de som besöker Roslagen för möten och konferenser.

I det här avsnittet introduceras idén om naturintresserade som en primär målgrupp för Roslagen som besöksdestination. Visit Sweden pekar ut gruppen som särskilt viktig för att attrahera internationella besökare till Sverige och den stämmer väl med dagens svenska och utländska besöksströmmar till Roslagen (länk Visit Sweden). Gruppen naturintresserade innefattar nyfikna upptäckare, vandrare, paddlare och cyklister. Alla är de viktiga för Roslagens resa mot 2030.

De kulturella upplevelserna spelar en viktig roll för många naturintresserade. En vandring genom Roslagen blir mångfalt mer berikande genom att upptäcka historiska besöksmål och genom möten med människor som bor här. Det som är äkta och autentiskt för Roslagen blir viktigt att förstärka och lyfta fram.

## **Roslagenbor och fritidshusägare**

En viktig målgrupp för besöksnäringen är Roslagenborna. En hållbar utveckling av Roslagen som besöksdestination förutsätter att de behov som externa besökare har balanseras med invånarnas krav och förväntningar på en attraktiv och väl fungerande livsmiljö. Just detta behandlas i flera avsnitten i destinationsstrategin.

I Roslagen finns dessutom 35 000 fritidshus vilket är en ovanligt stor koncentration. Fritidshusägarna spenderar alltmer tid i Roslagen och de blir, tillsammans med övriga besökare till fritidshusen, alltmer aktiva upplevelsekonsumenter. Fritidshusägarna tillför många värden till Roslagen och de bör ses som en viktig målgrupp för destinationen och som intressenter i Roslagens hållbara samhällsutveckling.

## **Intressebaserade grupper**

En fördel i den digitala världen är att destinationen kan möta besökaren med skraddarsydd information och att utgå från personliga intressen. Ur besökarens synvinkel är det naturligt att utgå från motiv och intresse när man söker information och väljer resmål. Sannolikt än mer så i framtiden. För Roslagen blir det viktigt att kartlägga och bygga relationer med de intressegrupper som passar Roslagens förutsättningar.



En sådan intressegrupp är båtfolket. Människor som söker sig till Roslagens skiftande skärgård för segling, paddling och för natur- och kulturupplevelser i överlden. Båtfolket utgör ett tydligt exempel på hur en intressegrupp kan vara föremål för en träffsäker och intresseväckande marknadsföring från Roslagen. Och för skärgårdens besöksnäring och samhällsutveckling spelar målgruppen en viktig roll.

### **Den starka närmarknaden**

Roslagen finns i direkt anslutning Uppsala - Stockholmsregionen som är Sveriges mest befolkningstäta och snabbast växande region. Inom två timmars radie finns en stor mängd naturintresserade människor som har Roslagen kvar att upptäcka.

Insikten om den starka närmarknaden kan förenkla valet av marknadskanaler men inte ersätta naturintresset som tema och relationsbyggare. Besökare från närregionen är ofta dagsbesökare och ett viktigt mål är att få dem att övernatta och upptäcka mer i Roslagen.

### **Idrottsbesökare**

En växande grupp av besökare kommer till Roslagen för idrott: tävlingar, turneringar och andra arrangemang för barn, ungdomar och vuxna. Roslagens alla föreningar spelar en viktig roll för att förverkliga det värdskap och den kvalitet som förväntas av den här målgruppen.

För att utveckla idrottsturismen i Roslagen krävs ett ökat samarbete mellan föreningar, besöksnäring, kommuner och civilsamhälle. Precis som andra grupper av besökare vill idrottsbesökare ofta uppleva mer av Roslagen under sin vistelse.

### **Möten och konferenser**

Många av Roslagens besökare kommer för möten och konferenser. I Roslagen finns en lång rad anläggningar för såväl stora som små möten och den gemensamma nämnaren är möjligheten till en naturnära vistelse. Möten i Roslagen kan göras mer upplevelserika genom att de fyra ledmotiven i destinationsstrategin blir naturliga inslag i mötesupplevelsen.

Roslagen har en potential att växa som mötesdestination genom att existerande anläggningar utvecklas hållbart och att nya aktörer ser dagens ljus. I den här strategin tas behovet av ökad boendekapacitet upp och också den är en nyckel till fler och bättre möten i Roslagen.

### **Den utländska besökaren**

Roslagen har en stor potential att attrahera fler utländska besökare. Stockholm är den dominerande destinationen för utlandsgäster till Sverige och för de grupper som stannar längre blir Roslagen med dess skärgård och naturupplevelser intressant. Gruppen har förväntningar på engelskspråkig information och på lättillgängliga och samtidigt genuina natur- och kulturupplevelser. Många utlandsbesökare har stor köpkraft och är beredd att betala extra för lite guldkant. Utlandsmarknaden kräver marknadsföring som sker i samverkan med andra aktörer i regionen.

### **Lärande om besökarna**

Besökarnas föränderliga behov och vanor bör ständigt utforskas och diskuteras. Slutsatserna bör ligga till grund för produktutveckling och av förbättringar av tillgänglighet och service. Det viktiga är att slutsatserna snabbt omvandlas till praktisk handling. Undersökningarna kan genomföras av besöksnäringen, destinationsbolaget eller av kommunerna. Resultaten bör delas och diskuteras i Destinationsrådet.

Vad efterfrågar besökarna? Hur tar de sig runt i Roslagen och vilka aktiviteter och tjänster konsumeras. Vilka problem möter besökaren på under sin vistelse och vilka förslag till förbättringar ha de? Hur vill de använda den nya tekniken? Det är exempel på frågor som bör vara i fokus. Notera att svaren kan variera mycket beroende på vilken intressegrupp vi undersöker.

Det finns fler grupper att intressera sig för. Ungdomar har särskilda förväntningar på upplevelser och miljöer. Funktionsnedsatta har särskilda behovsbilder som behöver tillgodoses.



## Vision Roslagen 2030

Vision Roslagen 2030 ska göra det möjligt att arbeta för en gemensam framtidsbild. Den berättar om ett framtida tillstånd då Roslagen lyckats med sina ambitioner som samlad besöksdestination.

**År 2030 har Roslagen tagit plats bland de mest lyskraftiga och omtyckta svenska destinationerna. Roslagen har vunnit besökarnas hjärta för sina rika natur- och kulturvärden och för ett oöverträffat välkomnande.**

**År 2030 arbetar alla aktörer i Roslagen på ett hållbart sätt och tar tillvara de unika värden som finns i Roslagen till gagn för invånare, besökare och framtida generationer.**

**Roslagen kan år 2030 erbjuda en rad unika och engagerande upplevelser som utvecklats med besökare i alla åldrar som utgångspunkt och deras olika intressen, drömmar och behov.**

**Resan mot 2030 präglades av ett gränsöverskridande samarbete och ett kreativt entreprenörskap. Vi lyckades göra det som tidigare framstod som omöjligt.**

## Målområden

Visionen för Destination Roslagen 2030 är indelad i fyra strofer som var och en har sitt målområde.

- 1. Ett långsiktigt varumärkesbyggande:** Roslagen ska utvecklas till en lyskraftig destination med ett starkt varumärkesbyggande som innebär att destinationens unika värden och kvaliteter förstärks och kommuniceras.
- 2. Ett hållbart Roslagen.** Hållbarhet är vår gemensamma röda tråd: en strävan efter en destinationsutveckling som bidrar till ett mer hållbart samhälle.
- 3. En upplevelserik destination.** Roslagens upplevelser och tillgänglighet ska formas utifrån besökarnas föränderliga behov och i samverkan mellan offentliga, privata och ideella aktörer i Roslagen.
- 4. En stark besöksnäring.** Roslagen ska vara en förtroendefull destination med en stark besöksnäring som agerar tillsammans i utvecklingsfrågor. Allt som görs utgår från den gemensamma visionen.

Varje målområde är indelat på följande vis:

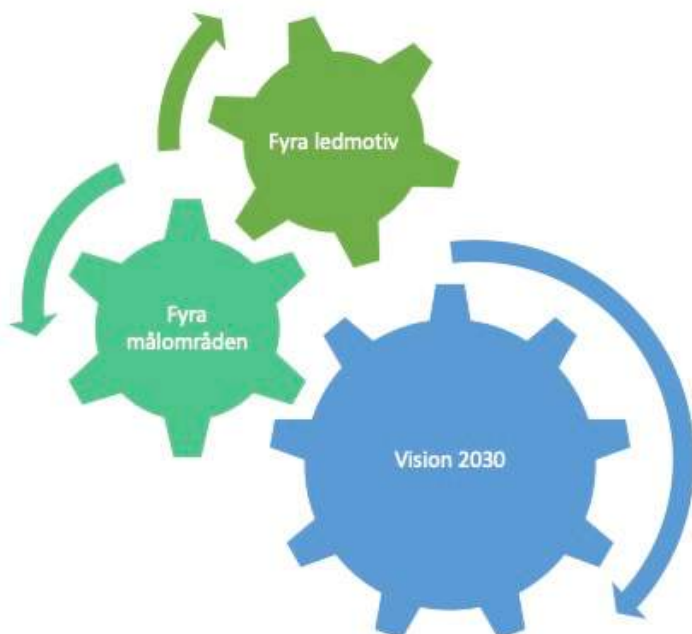
- **Inledning** - en allmän beskrivning av målområdet, hur det kopplar an till stroferna i visionen för Destination Roslagen 2030 och på vilket sätt målområdet är viktigt för Roslagen.
- **Målbilder 2030** - ett önskat läge och de effekter som ska eftersträvas i arbetet med att implementera destinationsstrategin. Exempel på mätningar och statistik som kan användas för att följa upp arbetet och kunna avgöra om det går åt rätt håll. Underlag för att göra justeringar i insatserna.
- **Insatser** - gemensamma satsningar på vissa åtgärder för att få de önskade effekterna och uppnå målbilderna. Ett ansvar för alla besöksnäringens aktörer, utifrån den rollfördelning som föreslås i strategins avslutande kapitel.

## Roslagens fyra ledmotiv

En lika viktig del av Destinationsstrategi Roslagen 2030 är de fyra ledmotiven som åskådliggör de tematiska upplevelseområden som Roslagen har att erbjuda. *Levande landsbygd, Berikande bruk, Spännande småstäder och Skiftande skärgård.*

Ledmotiven är baserade på geografiska områden i Roslagen som ger destinationen en spännande karaktär. De ligger också i linje med de fyra hörnplattorna i varumärkesplattformen för Roslagen (Visit Roslagen, 2019). Ledmotiven presenteras i detalj efter målområdena.

## Destinationsstrategins tre delar



*Figur 1: Destinationsstrategins tre delar*

# Ett långsiktigt varumärkesbyggande

## Målområde 1

Strofen i visionen som kopplar till varumärke lyder:

*2030 har Roslagen tagit plats bland de mest lyskraftiga och omtyckta svenska destinationerna. Roslagen har vunnit besökarnas hjärta för sina rika natur- och kulturvärden och för ett oöverträffat välkomnande.*

Den inledande strofen i visionen visar tydligt att Roslagens besöksnäring har höga ambitioner om ett välkänt och uppskattat Roslagen, både i regionen och i övriga Sverige. En viktig förutsättning för att lyckas med det är att besöksupplevelsen i Roslagen är äkta och minnesvärd. Först då kommer Roslagens besökare att berätta entusiastiskt för andra om sina upplevelser i Roslagen.

Men utöver det finns allt att vinna på ett målriktat och välorganiserat varumärkesbyggande som involverar alla destinationens aktörer. Ett sådant arbete innebär att insikter om Roslagens besökare tillvaratas och att en stark varumärkesbyggande berättelse kommuniceras konsekvent. Sist men inte minst handlar också om att utveckla Roslagen på ett sätt som vårdar och tillvaratar Roslagens särart och icke-kopierbara natur- och kulturvärden.

I det här målområdet presenteras strategiska mål och insatser som tillsammans leder oss mot ett sådant varumärkesbyggande. Destinationsrådet är det naturliga forum där varumärket Roslagen har sin hemvist och ägarskap. Aktiva insatser från kommuner, besöksnäring och destinationsbolag är nödvändiga.

### **Vad menar vi med ett platsvarumärke?**

En stark idé om vad som gör platsen unik och attraktiv - idag och i framtiden. Varumärket visar hur platsen skiljer sig från andra och vilket värde den tillför människor.

### **Varumärket Roslagen - förr och nu**

Namnet Roslagen har en anor från 1400-talet men är för den svenska befolkningen kanske mest förknippad med visornas värld. "I Roslagens famn på den blommande ö" är den inledande strofen i Calle Schewens vals av Evert Taube.

Idag är det Roslagen den gemensamma benämningen för Österåker, Norrtälje och Östhammars kommuner i all besöksorienterad kommunikation. I fokus står de

upplevelsevärden och det utbud som området har att erbjuda en besökare. Men det bör poängteras att Roslagen normalt avser ett större geografiskt område än de tre kommunerna, inte minst Vaxholm.

Destinationsbolaget fyller rollen som den drivande kraften för att stärka varumärket i omvärlden och för att sälja destinationen till nationella och internationella besökare. Det är angeläget att nu uppnå ett bredare samarbete på destinationen för att nå varumärkesmålen för 2030.

2018 togs en varumärkesplattform fram som tjänar som stöd när Roslagen ska kommuniceras. Ett viktigt inslag i varumärkesplattformen är Roslagens fyra hörnpelare som ligger i linje med de nya ledmotiven som presenteras i den här destinationsstrategin. En varumärkesmätning genomfördes 2018 som ger svar på vilka associationer och förväntningar människor i omvärlden har på Roslagen som plats. Havet och skärgården dominerar av naturliga skäl och i övrigt finns få negativa inslag i undersökningsresultatet.

Ett strategiskt mål är att Roslagen ska 2030 ha tagit plats som en av de mest kända och omtyckta svenska destinationerna. Det saknas i skrivande stund en mätning av hur Roslagen står sig i konkurrens med kända besöksdestinationer som Österlen, Bohuslän och Gotland. Det kan med goda skäl antas att Roslagen än så länge inte tillhör familjen av Sveriges topplista av lyskraftiga besöksregioner.

### **Framtidens varumärkesbyggande för platser och destinationer**

Destinationer blir alltmer medvetna om värdet av ett starkt och målmedvetet varumärkesbyggande. Ett sådant syftar till att bygga förtroendefulla relationer byggs med valda målgrupper och till att Roslagen klarar sig väl när besökaren väljer mellan olika destinationer. Varumärket ska ses som ett samlat styrmedel för att utveckla och kommunicera destinationen utifrån dess särskilda styrkor och kvaliteter. Alltså är varumärkesbyggande mer än platsmarknadsföring.

### **Partnerskap för Roslagens varumärkesbyggande.**

Ett effektivt och koordinerat varumärkesbyggande förutsätter ett gott samarbete. Ansvaret för varumärkesbyggandet ligger hos destinationsrådet. Rådet bör årligen sätta upp mål och riktning för varumärkesbyggandet och dessutom aktivt följa upp resultat och effekter. En särskild varumärkesgrupp kan tjäna som stöd.

Varumärket Roslagen bör användas och kommuniceras aktivt av såväl kommuner, destinationsbolag som av besöksnäringen. Kommunerna bör eftersträva att varumärket Roslagen hittar en roll i deras samlade platsmarknadsföring. Destinationsbolaget är genom sin roll som marknadsföringsorganisation en viktig användare av varumärket Roslagen i den löpande marknadsföringen av destinationen.

### **Målbilder 2030 - varumärket Roslagen**

*Övergripande mål:* Roslagen ska utvecklas till en lyskraftig destination med ett starkt varumärkesbyggande som innebär att destinationens unika värden och kvaliteter förstärks

och kommuniceras.

### **A. Roslagen ska 2030 ha tagit plats som en av de mest kända och omtyckta svenska destinationerna.**

Indikatorer:

- Nationella kännedoms- och attitydundersökningar.
- Jämförelsedestinationer och indikatorer ska utses.

### **B. En stark lokal identitet och stolthet hos människor i Roslagen.**

Indikatorer:

- SCB medborgarundersökning.
- Lokala kvantitativa och kvalitativa undersökningar.

### **C. Fullt nöjda besökare till Roslagen, i linje med varumärkets löften.**

Indikatorer:

- Besökarundersökningar.
- Direktdialog med besökarna, fysiskt och i sociala media.

### **D. Ett väl positionerat varumärke inom de fyra ledmotiven.**

Indikatorer:

- Nationella kännedoms- och attitydundersökningar.
- Besökarundersökningar (nöjdhet inom respektive ledmotiv).

## **Insatser - varumärket Roslagen**

### **1. Stärk Roslagens varumärkesbyggande platsmarknadsföring**

För att nå målbilden om en plats bland de mest kända svenska destinationerna krävs en väl utvecklad platsmarknadsföring som leder till mätbara resultat och effekter.

Destinationsbolaget spelar en nyckelroll i det arbetet och måste därför ha ett tydligt uppdrag samt tillräckliga resurser och kompetens för att klara uppgiften. Vidare bör besöksnäringen i Roslagen kommunicera Roslagen som samlad destination i sina egna kanaler. Också de tre kommunerna bör införliva marknadsföring i av Roslagen i sin marknadsföring och kommunikation.

### **2. Stärk det lokala engagemanget för Roslagen och den lokala identiteten**

Varumärket Roslagen blir inte starkare än den bild som människor som bor i Roslagen har av sin hemregion. Att utveckla en stark regional identitet är därför en prioriterad målbild. Roslagen kan tillföra känslan av historia, naturvärden och sammanhållning. En viktig del i strategin är att skapa positiva möten mellan invånare och besökare samt att tillvarata invånarnas egna berättelser, bilder och tips om sevärdheter. Det handlar också om att klara balansen mellan besökarens behov och krav och de som Roslagenborna själva har.

### **3. Verka för en hög grad av nöjdhet hos besökarna till Roslagen**



Besökarens upplevelse av sin vistelse i Roslagen ligger till grund för berättelser och omdömen ges, inte minst online. Det leder oss till slutsatsen att Roslagens varumärkesbyggande måste inbegripa ett ständigt undersökande av besökarens upplevelser och behov. Utifrån slutsatserna som dras måste alla aspekter av besöksupplevelsen vidareutvecklas aktivt. Det undersökande arbetet bör bedrivas av såväl av destinationsbolaget, kommunerna som av besöksnäringen. Destinationsrådet bör ta del av och diskutera de rön som framkommer.

#### **4. Positionera Roslagen inom de fyra ledmotiven (landsbygden, bruken, småstäderna och skärgården)**

De fyra ledmotiv som presenteras i Destinationsstrategi Roslagen 2030 bör ges en central plats i Roslagens destinationsutveckling och marknadsföring. Besökarens upplevelse måste formas aktivt inom respektive ledmotiv och marknadsföringen bör utgå från besökarens specifika intressen inom ledmotiven. Men helheten - Roslagen som samlad besöksupplevelse - får inte gå förlorad när enskilda upplevelser kommuniceras.

# Ett hållbart Roslagen

## Målområde 2

Strofen i visionen som kopplar till hållbarhet lyder:

*År 2030 arbetar besöksnäringen i Roslagen på ett hållbart sätt och tar tillvara de unika värden som finns i Roslagen till gagn för invånare, besökare och framtida generationer.*

En medveten satsning på omställningen till hållbara destinationer är avgörande för framtidens turism och besöksnäring. Människor kommer i allt högre utsträckning att förvänta sig att kunna göra hållbara val när gäller resor och vistelser, både på fritiden och i arbetet. Besöksnäringen behöver kunna visa upp lösningar som bidrar till den nödvändiga omställningen till ett fossilfritt samhälle.

### Hållbarhet för Roslagen som destination

I Roslagen finns särskilt känsliga naturmiljöer, värdefulla kulturarv och landskap, som belastas ett stort tryck från många besökare sker under en begränsad tid på året. Hållbarhet är ett tydligt perspektiv i Region Stockholm, Region Uppsala och i kommunernas planer, men mindre tydligt i Roslagens besöksnäring och destinationsutveckling. Det är därför viktigt att Destinationsstrategi Roslagen 2030 sätter hållbarhet i första rummet så att en medveten satsning på en hållbar besöksnäring tar form.

### De globala målen

Hållbar utveckling i besöksnäringen kan kopplas till de Globala målen på olika sätt. Destinationsstrategin för Roslagen fokuserar främst på Mål 11 och Mål 12.

- *Mål 11 "Hållbara städer och samhällen"* där målsättningen är att göra städer och bosättningar inkluderande, säkra, motståndskraftiga och hållbara. Här har framför allt det offentliga ett stort ansvar i att bidra till delmål som att tillgängliggöra hållbara transportsystem för boende och besökare, att skydda natur- och kulturarv, att verka för inkluderande och hållbara samhällen och att *"främja positiva ekonomiska, sociala och miljömässiga kopplingar mellan stadsområden, stadsnära områden och landsbygdsområden genom att stärka den nationella och regionala utvecklingsplaneringen"*.
- *Mål 12 "Hållbar konsumtion och produktion"* beskriver vikten av att säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster. En ökad satsning på produktion av tjänster och upplevelser som inom besöksnäringen är ett sätt att bidra till att förändra vårt sätt att producera och konsumera. Detta är ett steg på vägen, men upplevelser och service är inte per automatik hållbara. Detta globala mål innehåller också delmål inom områden som besöksnäringen kan föregå med gott exempel,

som hållbar förvaltning och användning av naturresurser, minska mängden matsvinn och avfall, inspirera till hållbara livsstilar och skapa verktyg för att mäta besöksnäringens hållbarhet.

### **Ett positivt bidrag**

Det finns olika sätt för Roslagens besöksnäring att bidra till en hållbar destination och ett hållbart samhälle. Destinationsstrategin för Roslagen utgår från denna proaktiva syn på förhållandet mellan hållbarhet och besöksnäring. Ambitionen är att besöksnäringen i Roslagen ska *bidra* till ett mer hållbart samhälle. Med detta menas att Roslagens besöksnäring blir en del av lösningen på ett framtida hållbart samhälle, inte att besöksnäringen ses som ett problem som orsakar negativa effekter.

En hållbar besöksnäring omtalas ofta i termer av vikten av aktörers enskilda ansvar genom att bland annat minimera negativa miljöeffekter och inte bidra till så kallad "överturism". Detta är naturligtvis ett viktigt sätt att arbeta med hållbarhet, men kan uppfattas som relativt defensivt. Arbetet med en hållbar destinationsutveckling handlar om en förändring, en process för ett annat sätt att skapa tillväxt, utveckling och livskraft. Det är något som görs tillsammans, det är föränderligt och beror på ett geografiskt sammanhang. Hållbar destinationsutveckling handlar om mer än bara en ambition att förändra världen till det bättre och består av en rad små processer som tillsammans på olika sätt bidrar till att säkerställa både dagens och framtida behov på platsen där utvecklingen sker.

### **Målbilder 2030 - hållbarhet i Roslagen**

*Övergripande mål:* Hållbarhet är vår utgångspunkt, en strävan efter en destinationsutveckling som bidrar till ett mer hållbart samhälle.

För detta område har fyra målbilder tagits fram, en mer övergripande och en för de tre aspekterna av hållbarhet. Dessa beskriver i korta drag effekterna som ska uppnås med arbetet inom ramen för destinationsstrategin, samt ger exempel på hur dessa kan mätas.

#### **A. En besöksnäring som på ett tydligt sätt bidrar till ett hållbart Roslagen och inspirerar till en hållbar livsstil.**

Indikatorer:

- Besöksundersökningar och regelbundna uppföljningar bland företag och föreningar i besöksnäringen.
- Lära av goda exempel: omställningsåtgärder i företag och organisationer.

#### **B. Miljömässigt - hållbara upplevelser och ökat resande med kollektiva och miljövänliga transporter till och inom Roslagen.**

Indikatorer:

- Statistik över omställningscheckar och andra bidrag och investeringar i miljömässiga förbättringar bland aktörer.
- Antal miljömärkningar i besöksnäringen.

- Mätningar över nyttjandegrad av kollektiva transporter.

### **C. Ekonomiskt - Året runt-verksamheter inom besöksnäringen i Roslagen och ökad andel lokalt ägande.**

Indikatorer:

- Statistik över antal företag som bedriver året runt-verksamhet inom besöksnäringen i Roslagen.
- Statistik över antal besöksnäringföretag registrerade i Roslagen.
- Företagsbarometer och liknande.

### **D. Socialt - en besöksnäring som speglar Roslagens identitet och botten i en ömsesidig respekt mellan besöksnäring och boende.**

Indikatorer:

- Statistik över antal lokala samverkansprojekt med koppling till besöksnäringen i Roslagen.
- Attitydmätningar bland lokalbefolkning.

## **Insatser - ett hållbart Roslagen**

### **1. Öka kunskap och kompetens kring hur besöksnäringen än mer kan bidra till ett hållbart Roslagen.**

Här behövs nulägesanalyser, omvärldsbevakning och utbyte av erfarenheter. Privata, offentliga och ideella aktörer som arbetar med Roslagens besöksnäring kan uppmuntras att lyfta fram goda exempel och konkreta åtgärder. Det blir en inspiration till hur varje aktör kan arbeta praktiskt med omställning till ett mer hållbart arbetssätt, utifrån sina förutsättningar och anpassat till sin verksamhet.

### **2. Miljömässigt - medveten satsning på miljömässigt hållbara upplevelser och transporter till och inom Roslagen.**

Ett viktigt arbete under de kommande åren blir att göra både gemensamma och enskilda insatser för att minimera påverkan på miljön från Roslagens besöksnäring, utifrån hela värdekedjan. Det handlar om att ge besökaren möjlighet till miljövänliga alternativ före, under och efter resan och att fler delar av verksamheter blir miljövänliga.

### **3. Ekonomiskt - förbättra möjligheterna för året runt-verksamheter och lokalt ägande.**

En gemensam satsning på säsongsförlängning och utökat utbud under hela året, gör att fler aktörer inom besöksnäringen kan stå bättre ekonomiskt rustade, även vid perioder med mindre omsättning. Här behövs också ännu tydligare stöd från det offentliga och ökade kunskaper bland investerare och andra finansiärer om besöksnäringens potential och vikten av lokalt ägande.

### **4. Socialt - stärka den lokala identiteten som genomsyrar utbudet i Roslagens besöksnäring och öka samverkan mellan besöksnäring och boende.**

Satsningar som beskrivits ovan, på hållbara upplevelser året runt ger en ökad konkurrenskraft. Den kan ytterligare förstärkas med unika upplevelser, som än mer bygger

på Roslagens identitet och kultur. Här behöver de boende involveras i besöksnäringen på ett naturligt sätt, genom dialog och aktiviteter. Gör alla stolta över livet i Roslagen och låt besökarna få vara en liten del av det.

# Ett upplevelserikt Roslagen

## Målområde 3

Strofen i visionen som kopplar till upplevelser och tillgänglighet lyder:

*Roslagen kan år 2030 erbjuda en rad unika och engagerande upplevelser som utvecklats med besökare i alla åldrar som utgångspunkt och deras olika intressen, drömmar och behov.*

En destination är en plats för upplevelser. En plats som ger besökaren ett välkommet avbrott i vardagen och som ger minnen för livet. En upplevelserik plats har inte bara en dragningskraft för besökare utan är också en plats där människor vill leva och bo.

I det här målområdet pekas särskilt på behovet av att forma tydliga reseanledningar till Roslagen utifrån besökarnas specifika intresseområden. Det handlar såväl om natur- och kulturupplevelser som shopping och evenemang. Besökarens upplevelse av vistelsen i Roslagen kommer också i stor utsträckning påverka av tillgängligheten i form av tillgång till tjänster, information och transportmöjligheter.

### **Roslagens reseanledningar**

Roslagen värdesätts för sitt småskaliga men rika utbud av natur- och kulturupplevelser. Det mångfacetterade utbudet gör dock att Roslagen som destination kan upplevas som spretig och lite svår att ta sin an, särskilt som förstagångsbesökare. Bredden i utbudet är ändå en styrka för att ha många ben att stå på och locka olika typer av besökare.

Det ligger en utmaning i att våga vara unik och lyfta fram några specifika karaktärsdrag som är mer kända. Som destination är det ändå viktigt att visa upp några fyrtorn som besökaren kan styra mot för att också upptäcka allt annat som finns att uppleva på destinationen. Något behöver fånga de potentiella besökarnas intresse så att de går vidare och söker mer information. Därför behövs satsningar på tydliga tips, råd och paketering:

- Vad rekommenderas till en besökare i Roslagen olika tider på året - för dagsbesökare och övernattande?
- Vad ska man inte missa som förstagångsbesökare till Roslagen?
- Vad finns det för nyheter för den som varit i Roslagen förut?

Roslagen behöver en kombination av fasta besöksmål, evenemang (återkommande och nya) och paketerade upplevelser för att ha tillräckliga reseanledningar.

## Tillgänglighet i Roslagen

Inför 2030 behöver Roslagen stärka sin tillgänglighet inom alla tre följande områden:

- **Besökarservice och värdskap.** Mottagandet av besökaren och värdskapet före, under och efter besöket är en viktig del av tillgängligheten i Roslagen. Det handlar om intresseväckande information om orten och dess historia, besöksmål och evenemang. Roslagen är till ytan en stor geografisk destination med en komplexitet som våra besökare behöver hjälp att förstå. Därför bör servicen vara anpassad utifrån de prioriterade målgrupperna. Bra kartor och enkla bokningssystem bidrar också till en god tillgänglighet. Det gäller att hitta rätt kombination av digital information och personlig service. Mänskliga möten bidrar till en god besöksupplevelse.
- **Infrastruktur för besökare.** För att besökarna ska kunna ta del av upplevelseutbudet behövs också tillgänglighet i form av en turistisk infrastruktur. Med det menas allt från boendemöjligheter, leder för cykel och vandring, rastplatser, parkeringsplatser, skyltar till bryggor och hamnar. Sammantaget spelar infrastrukturen en roll för besökarens möjlighet att uppleva alla delar av Roslagen. I utvecklingen av den turistiska infrastrukturen måste hänsyn tas till grupper av människor med olikartade behov.
- **Smidiga transporter.** Ett tillgängligt Roslagen har också ett fungerande transportsystem som gör det enkelt att ta sig hit och ta sig runt, i såväl inland som skärgård. Transporterna behöver tydligt matcha resmönster hos olika typer av besökare, olika tider på året. Roslagen sträcker sig över flera administrativa gränser och det kan behövas flera transportslag för besökaren att nå sitt slutmål. Därför blir det viktigt med helhetssyn i utvecklingen av transportlösningar.

## Målbilder 2030 - upplevelserikt Roslagen

*Övergripande mål:* Besökarnas upplevelser och Roslagens tillgänglighet ska formos utifrån ett långsiktigt förhållningssätt och i samverkan mellan offentliga, privata och ideella aktörer i destination Roslagen.

### A. Ett rikt utbud av hållbara aktiviteter och lärorika kulturupplevelser som levandegör Roslagens dåtid, nutid och framtid.

Indikatorer:

- Besöksundersökningar.
- Mätningar bland besöksnäringens aktörer om förändringar i utbudet.
- Antal bokningsbara paket och aktiviteter online.

### C. Värdefulla evenemang året runt inom idrott, kultur och övriga intressen.

Indikatorer:

- Antal återkommande och nya evenemang i Roslagen.
- Evenemangsundersökningar utifrån miljömässiga, ekonomiska och sociala effekter.

### D. Upplevelserik shopping med lokalanknytning och inspirerande möten.

Indikatorer:

- Handelsindex.

- Undersökningar om mötesindustrins utveckling och effekter i Roslagen.

## **E. En enkel och tillgänglig destination att besöka med inspirerande kommunikation och bra besökarservice.**

Indikatorer:

- Undersökningar av resmönster och nyttjande av transportmedel.
- Besökarundersökningar.
- Medieanvändning bland besökare och mätningar av marknadskanaler.

### **Insatser - upplevelserikt Roslagen**

#### **1. Paketering - fasta besöksmål och evenemang, inkludera lokal mat och dryck.**

Vision Roslagen 2030 visar ett framtida Roslagen med upplevelser för besökare i alla åldrar, utifrån deras drömmar, behov och intressen. Det förutsätter att aktörerna har god kunskap om varandras utbud i Roslagen för att kunna skapa paket. Det förutsätter också en lyhördhet och god kunskap om besökarnas önskemål. Digitaliseringen kan bidra till att förstärka själva besöksupplevelsen. Platsbaserade digitala upplevelser som förstärker det utbud som finns kan också ge stora möjligheter att berätta om Roslagens historia och kultur.

#### **2. Inspirerande kommunikation och bra besökarservice.**

En gemensam satsning behövs i Roslagen för att hitta fram till rätt kombination av digital och personlig information och service. För att kunna bli en hållbar destination i världsklass, året runt, är det därför viktigt att fortsätta välkomna besökare till Roslagen, oavsett preferenser och digitala förkunskaper, med såväl personliga möten som med tydlig digital information och målgruppsanpassade upplevelser. Detta bidrar även till goda relationer samt en god service till våra aktörer och kommuninvånare på ett och samma ställe. Dialogen med besökare ska utvecklas, före, under och efter resan. Vilken information behöver olika typer av besökare i de olika faserna av besöket? Varumärkesplattformen för Roslagen är den gemensamma utgångspunkten för all kommunikation av Roslagen.

#### **3. Utvecklad infrastruktur för besökare.**

En gemensam satsning och översyn av leder för naturbaserade aktiviteter behövs. Detta kan bland annat innehålla en tydlig prioritering av vilka leder som ska lyftas fram och hur drift, underhåll och information ska skötas. En strategisk utveckling av nya leder och tillhörande service behövs också. För att göra Roslagen än mer tillgänglig och öka möjligheterna att ta emot fler övernattande besökare behövs även en ökad kapacitet på olika typer av boende, såsom hotell, ställplatser och campingar.

#### **4. Smidiga transportlösningar.**

För Roslagen som destination behövs också ett samarbete över administrativa gränser för att hitta smidiga lösningar på transporter till och inom Roslagen. Besökarperspektivet måste inkluderas för att säkerställa möjligheterna till ett enkelt och hållbart resande. Såväl offentliga som privata aktörer behövs för att möjliggöra bättre transportlösningar, inte minst med ny teknik. Det finns ett stort värde i kunskapen om hur resmönster och beteenden hos besökare förändras.



# En stark besöksnäring

## Målområde 4

Strofen i visionen som kopplar till besöksnäring lyder:

*Resan mot 2030 präglades av ett gränsöverskridande samarbete och ett kreativt entreprenörskap. Vi lyckades göra det som tidigare framstod som omöjligt.*

Roslagen har ett rikt utbud av småföretag och entreprenörer som tillsammans formar den samlade upplevelsen för besökaren. Utan en stark och växande besöksnäring stannar Roslagen och för att nå vår vision om 2030 spelar den en avgörande roll.

Flera faktorer blir nu viktiga för att besöksnäringen ska kunna växa hållbart. Företagare som vill utveckla sin verksamhet behöver ges de bästa av förutsättningar och särskilt viktig är tillgången till kompetent arbetskraft. Företagen kan också behöva nätverkande, rådgivning och riskvilligt kapital för att klara utvecklingsresan. Sist men inte minst måste företagens kontakt med kommunerna i tillståndsfrågor fungera smidigt eftersom företag i besöksnäringen ofta känsliga för störningar och avbrott.

Nya företagare behövs i besöksnäringen och därför måste det vara attraktivt att starta och driva företag på i Roslagen. Därutöver behöver Roslagen attrahera investeringar från aktörer i omvärlden, något som bör vara föremål för ett organiserat investeringsfrämjande arbete där kommunerna bör vara drivande.

Besöksnäringens förmåga till innovation och förändring sätts också i fokus i det här målområdet. Det är omställningen till ett hållbart samhälle, digitaliseringen och förändrade beteenden hos besökarna som driver på förändringstakten. Många av utmaningarna måste besöksnäringen tackla tillsammans i Roslagen och med omgivande samhälle.

### **Besöksnäringen i Roslagen idag**

Den småskalighet och variation som präglar Roslagens besöksnäring är en styrka att bygga vidare på inför framtiden. Det faktum att det råder en avsaknad av större dragare och dominerande aktörer betyder att besöksnäringen behöver kunna jobba tillsammans för att forma och marknadsföra tydliga reseanledningar till Roslagen. Såväl företag, föreningar som kommuner behöver vara engagerade.

Besöksnäringen är väl representerade i de fyra ledmotiv som presenteras i den här besöksnäringstrategin - levande landsbygd, berikande bruk, spännande småstäder och skiftande skärgård. Men det behövs mer samarbete mellan aktörerna och starkare kopplingar mellan olika branscher, såsom gröna näringar, kultursektorn och besöksnäringen.

När besökare övernattar i Roslagen stärks förutsättningarna för en hållbar ekonomi i besöksnäringen. Men utbudet av boendemöjligheter för besökarna är i skrivande stund en akilleshäla. För att lösa problemet krävs nyetableringar och en utökad kapacitet i befintliga anläggningar. En ökad boendekapacitet i Roslagen är en tydlig framgångsfaktor för att nå Vision Roslagen 2030.

### **Föreningar och Roslagenbor som del av besöksnäringen**

Utan civilsamhället stannar Roslagen som besöksdestination. Det lokala engagemang som finns för bygdens historia, kulturliv och samhällsutveckling är en nyckel till en hållbar destinationsutveckling. Roslagens alla hembygds- och intresseföreningar verkar för att bevara och tillgängliggöra Roslagens kulturarv.

Civilsamhället bör alltså ses som en viktig pusselbit i den samlade destinationsutveckling. Därför bör hembygds- och intresseföreningar ges goda förutsättningar att bedriva sin verksamhet hållbart. Föreningarnas samverkan med övrig besöksnäring och med destinationens övriga aktörer kan med fördel vidareutvecklas.

### **Värdet av gränsöverskridande samarbete**

Alltmer i Roslagen behöver göras tillsammans. Behovet av gränsöverskridande samarbete är därför en röd tråd i Destinationsstrategi Roslagen 2030. Roslagen behöver en övergripande vision och gemensamma idéer om hur aktörerna ska möta besökarna och det behövs tydliga insatsområden att fokusera på. En kultur behöver växa fram som främjar samarbete i besöksnäringen och där man lär av varandra och vågar testa nytt.

Under 2021 formas ett destinationsråd som fungerar som ett sammanhållande ledarskapsforum för Roslagen som knyter samman besöksnäring, kommuner och destinationsbolaget. Det är i skrivande stund få destinationer som har kompletterat sitt destinationsbolag med liknande forum, vilket innebär en konkurrensfördel för Roslagen. I stycket om Rollfördelning beskrivs samarbetsformer och ansvarsområden tydligare.

### **Målbilder 2030 - växande besöksnäring**

*Övergripande mål:* Roslagen ska vara en förtroendefull destination med en stark besöksnäring som har en samsyn i utvecklingsfrågor. Allt som görs utgår från den gemensamma visionen.

#### **A. En hållbar och växande besöksnäring i Roslagen.**

Indikatorer:

- Nyföretagandestatistik.
- Besöksnäringstatistik.

#### **B. Goda förutsättningar för innovation i all destinations- och produktutveckling.**

Indikatorer:

- Kvalitativa uppföljningar.

#### **C. Att besöksnäring och besökaren ges ett tydligt utrymme i samhällsutveckling.**

Indikatorer:

- Kvalitativa uppföljningar.

#### **D. En effektiv kompetensförsörjning till besöksnäringen.**

Indikatorer:

- Arbetsmarknadsstatistik.
- Kontinuerliga behovsanalyser.

### **Insatser - växande besöksnäring**

#### **1. Skapa förutsättningar för en växande besöksnäring.**

Besöksnäringen i Roslagen bör synliggöras som en möjlighet för nya företagare och för externa investerande aktörer. Företag och entreprenörer som vill växa hållbart måste ges de förutsättningar som krävs i form av kompetens och kapital. Det investeringsfrämjande arbetet för att attrahera kapital och investeringar bör vidareutvecklas i dialog med omgivande regionala aktörer. Kommunernas handläggning av ärenden som rör företagets utvecklingsfrågor måste vara effektiv och kundorienterad, inom ramen för den lagstiftning som gäller. En sund rollfördelning mellan kommuner och besöksnäring bidrar till ömsesidigt förtroende över tiden.

#### **2. Stärk förutsättningarna för innovation i all destinations- och produktutveckling.**

Besökarnas resmönster och behov förändras snabbt och det medför stora krav på besöksnäringens förmåga till omställning och innovation. En öppen, experimenterande och lärande kultur eftersträvas i Roslagen som understödjer nytänkande och innovation. Särskilda insatser bör vidtas för att företag i ökad utsträckning ska utveckla och paketera upplevelser tillsammans. Sist men inte minst bör besöksnäringen knytas bättre till innovationsstödssystemet i form av företagsrådgivning, inkubatorer och tillgängligt riskkapital.

#### **3. Ge besöksnäring och besökaren ett tydligt utrymme i samhällsutveckling.**

Turism och besöksnäringen bör ges särskild hänsyn i regional och kommunal samhällsplanering. Besökarens perspektiv och behov bör aktivt lyftas in vilket besöksnäringen kan bidra med i olika dialogprocesser. Av särskild vikt är besöksnäringens behov av fungerande infrastruktur och effektiva transporter, såväl i skärgården som i övriga Roslagen. De tre kommunerna i Roslagen bör ha höga ambitioner när det gäller friluftsområden, centrum- och utemiljöer, cykelvägar och egna besöksanläggningar. Allt för ett mer upplevelserikt Roslagen till gagn för såväl besökare som invånare.

#### **4. Forma effektiv kompetensförsörjning till besöksnäringen.**

Roslagens besöksnäring är i stort behov av kompetenta och välmotiverade medarbetare för att växa hållbart. Kontinuerliga kompetensanalyser måste göras för att klargöra de ständigt föränderliga behoven i alla delar av besöksnäringen. En handlingsberedskap och flexibilitet bör finnas i utbildningssektorn för att möta behoven. Samarbeten kan behöva formas med andra regioner i Sverige eller utlandet för att hitta rätt kompetens till besöksnäringen. En hög attraktivitet i Roslagens som livsmiljö bidrar till en effektiv kompetensförsörjning i besöksnäringen.

# Roslagens ledmotiv

Det strategiska arbetet med att utveckla Roslagen som destination har fyra ledmotiv.

- 1. Levande landsbygd**
- 2. Berikande bruk**
- 3. Spännande småstäder**
- 4. Skiftande skärgård**

Kombinationen av dessa ledmotiv ger Roslagen sin unika karaktär som destination. Alla fyra har sina möjligheter och utmaningar och olika utvecklingsområden. Här ligger fokus på några särskilt viktiga utvecklingsområden för de första åren inom ramen för den här strategin. Urvalet baseras på tongivande trender i besöksnäringen, förändringar i efterfrågan och beteende bland besökare, naturliga förutsättningar i Roslagen och engagemang och vilja att satsa.

Ledmotiven är valda utifrån Roslagens naturliga geografi och för att också stimulera till samverkan över administrativa gränser, dvs i nord-sydlig riktning. Detta är ett komplement till den samverkan som finns och utvecklas inom de tre kommunerna i Roslagen. Strategin utgår därmed från ett brett perspektiv på Roslagen och lyfter fram att just kombinationen av skärgård, bruken, städerna och landsbygden är viktig. De fyra ledmotiven hänger också i stora drag samman med varumärkesplattformen för Roslagen och de hörnstenar som lyfts fram där.

Förhoppningen är att alla verksamma inom besöksnäringen i Roslagen ska känna en tillhörighet till någon eller några av ledmotiven, även om inte verksamhet bedrivs i alla geografiska områden i Roslagen. De utvecklingsområden som lyfts fram i strategin omfattar dock inte allt utbud som finns i Roslagen, utan är några utvalda utifrån det förankringsarbete som har bedrivits för att ta fram denna strategi. Insatser som görs inom dessa utvecklingsområden, kommer att stärka hela destination Roslagen.



# En levande landsbygd

## Ledmotiv 1

*År 2030 har Roslagen en levande och upplevelserik landsbygd, med besökare och besöksnäring som tar gemensamt ansvar för en hållbar utveckling.*

## **Inledning**

Ledmotivet Levande landsbygd spelar en stor roll för Roslagens samlade karaktär som besöksdestination och för de besökare som vill ha en aktiv och engagerande vistelse i Roslagen. Med landsbygd menar vi här framför allt fastlandet i Roslagen utanför de *spännande småstäderna*. Det är tre önskvärda effekter som eftersträvas:

- Ett rikare utbud av aktiviteter och upplevelser i Roslagen som kommer såväl besökare som invånare till gagn.
- En växande besöksnäring som kan ge värdefulla jobbtillfällen för människor som vill bo och verka på Roslagens landsbygd.
- De natur- och kulturresurser som finns i Roslagen kan tillvaratas och tillgängliggöras genom en hållbar och balanserad turism.

## **Roslagens goda förutsättningar**

Roslagen är väl positionerat för att möta ett växande intresse för natur- och kulturturism vilket kan bidra till en mer levande landsbygd i Roslagen. I grunden finns goda naturliga förutsättningar men det kommer att krävas ett aktivt samarbete för att lyckas fullt ut.

Områden och leder för cykel, vandring och andra aktiviteter behöver vidareutvecklas och göras mer tillgängliga. En sammankopplad infrastruktur, uthyrning och service för den aktiva besökaren behövs över hela Roslagen. Sist men inte minst måste nya digitala möjligheter tillvaratas kontinuerligt för att lyfta såväl besöksinformation som besöksupplevelse.

## **Balans för hållbar utveckling**

Den ökande strömmen av människor som söker sig ut i naturen kan medföra bestående avtryck i naturen. De flesta av besökarna till Roslagen vill göra rätt och det finns stora möjligheter att hjälpa besökarna att agera hållbart, både när det gäller deras rörelser i naturen och när det gäller konsumtion, renhållning, hygien och avfall. Den hållbara besöksupplevelsen bör göras till ett gemensamt ansvar för besökaren, besöksnäringen och kommunerna. I synnerhet bör markägarna ges en särskild plats i samarbetet eftersom natur- och kulturturismen tydligt påverkar deras villkor.

## **Utvecklingsområden**

Här tas en serie utvecklingsområden för ledmotivet Levande landsbygd upp. Notera att det utöver cykel och vandring också finns andra aktiva naturupplevelser såsom paddling och båtliv som tas upp i Skiftande skärgård.

### **a) Cykling i Roslagen**

Cykelturism lyfts fram som en prioriterad möjlighet i Destinationsstrategi Roslagen 2030. Områden och leder behöver utvecklas med besökarens samlade upplevelse i fokus.

Cykelleder bör knyta samman olika delar av Roslagen och tillgängliggöra de fyra ledmotiven i den här destinationsstrategin. Cykelleder för stigcykling och mountainbike

behöver utvecklas med hänsyn till cyklisternas varierande fysiska förutsättningar och det ska vara enkelt att välja rätt nivå. Såväl nya cykelleder behöver liksom en kvalitetsutveckling av existerande leder. Roslagens kultur och historia behöver synliggöras för cyklisten så att den blir ett berikande inslag i cykelupplevelsen.

Besöksnäring och kommunerna behöver samarbeta för att forma en infrastruktur för cykling i form av besöksinformation, måltider, övernattninng och service. Det behövs tydliga planer för drift och underhåll samt en klar rollfördelning.

### **b) Vandring, kanot och ridning i Roslagen**

Få aktiviteter har så låga trösklar som just vandring. Roslagen har fina förutsättningar för en givande vandringsupplevelse med vandringspärlor som Roslagsleden, Blå leden, Vikingaleden, Upplandsleden och de olika naturreservaten.

I takt med att intresset för vandringsupplevelser blir större så ökar också besökarnas förväntningar på leder, service och information. Det ska vara möjligt för besökaren att vandra och konsumera hållbart och det ska vara enkelt att hitta rätt och ta sig runt. Därför krävs en medveten utveckling av vandringsupplevelser där besöksnäring, markägare, kommunerna och andra berörda aktörer bör vara delaktiga.

Även den växande efterfrågan på kanot kan behöva mötas. Roslagen har förutom sin kuststräcka även sjöar och vattendrag som kan vidareutvecklas till attraktiva paddlingsleder för olika grupper. Infrastrukturen för kanotisten som innefattar uthyrning, kurser, boende och information bör ständigt utvecklas.

Möjligheterna till ridning i Roslagen kan också stärkas. Det finns kunniga aktörer som erbjuder ridning med häst & vagn eller islandshästar samt en rad aktiva ridklubbar. För att utveckla Roslagen som besöksdestination för ridintresserade kan aktörerna behöva mötas och hitta gemensamma vägar framåt.

Möjligheten till övernattninng är viktigt för att få besökarna att stanna längre. Naturnära boenden efterfrågas ofta och det kan inbegripa allt från vindskydd till bed & breakfast.

### **c) Kulturupplevelser**

En tredje utvecklingsinsats för ledmotivet Levande landsbygd är utveckling av kulturlivet och kulturupplevelser i vid bemärkelse. Ett rikt utbud av konst, musik, evenemang och kulturella besöksmål är en viktig besöksanledning till Roslagens landsbygd och det bidrar till en rik livsmiljö för människor som bor i området. För att lyckas måste kreativa näringar knytas närmare andra aktörer i besöksnäringen för att forma och marknadsföra kulturupplevelser.

Ett lika viktigt perspektiv är att se Roslagens kultur och historia som en del av besökarens vandrings- eller cykelupplevelser. Då kan besökaren lära känna Roslagen bättre och det möter ett växande intresse för att lära mer. I planeringen av leder och områden kan historiska och kulturella besöksupplevelser lyftas fram.



# Berikande bruk

## Ledmotiv 2

*Som juveler i den levande landsbygdens krona finns Roslagens Vallonbruk och andra bruksmiljöer. År 2030 är dessa oslipade diamanter omsorgsfullt rustade och upplevs som berikande kulturmiljöer.*



## **Inledning**

Liksom leder för naturbaserade aktiviteter kan bruken ses som en ryggrad på Roslagens fastland. De har stora möjligheter att fortsätta att utvecklas som starka besöksmål var för sig men också tillsammans och komplettera varandra. Utmaningen för bruken ligger till viss del i att både bevara och nyttja dem som kulturmiljöer, besöksmål och lokalsamhällen. I detta arbete blir det viktigt att än tydligare lyfta fram vilka likheter och skillnader bruken har. Det ökar attraktionskraften hos var och ett av bruken och blir till än starkare reseanledningar – att besöka fler än ett bruk.

Bruken och bruksmiljöerna fyller också en viktig funktion som "skyltfönster" för andra natur- och kulturupplevelser i Roslagen. Kombinationen natur och kultur blir ett ännu starkare kort och kan locka de som besöker Roslagen främst för naturen att också ta del av kulturmiljöer och vice versa. Genom att paketera upplevelser både för privatpersoner och grupper med möjligheter att skraddarsy sitt besök, finns det möjlighet att få fler övernattande besökare i Roslagen – med bruken som dragare. Tydliga temaresor kan utvecklas där bruken kopplas ihop som ett pärlband, med möjligheter att vandra eller cykla, åka bil eller kollektivt mellan bruken och övernattningar och måltidsupplevelser.

Det finns också goda möjligheter att locka besökare från andra länder än Sverige med tydlig information på andra språk och att sätta in bruken i ett sammanhang och berätta om dess betydelse ur ett historiskt perspektiv. Det är dock viktigt att inte ta för givet att begreppet vallonbruk eller storheten i bruksmiljöerna i Roslagen är känt för många andra besökare, särskilt inte de utländska eller de som har mindre kunskap eller intresse för svensk historia och brukens betydelse. Det behöver finnas en tydlig samsyn kring hur varumärket och berättelsen om bruken ska användas och lyftas både regionalt, nationellt och internationellt.

## **Utvecklingsområden**

Nedan presenteras några viktiga utvecklingsområden för ledmotivet Berikande bruk. Varje bruk har naturligt nog sina respektive enskilda utmaningar och möjligheter, därför ligger fokus i denna strategi på utvecklingsområden som är gemensamma. Detta är ett levande dokument och utvecklingsområdena kan komma att ändras över tid, utifrån behov.

### **a) Kulturmiljöerna**

Bruken som besöksmål omfattar ett större geografiskt område än en del andra typer av besöksmål som kan bestå av enstaka byggnader. För Roslagens bruk blir det viktigt med en omsorgsfull satsning på dem som kulturmiljöer, då det är en stor del av attraktionskraften. Brukens byggnader, miljöer och landskap bör hanteras både utifrån ett förvaltnings- och ett nyttjandeperspektiv. I den regionala kulturstrategin för Region Uppsala finns särskilt uttalat Vallonbrukens betydelse och en strategi för att ta tillvara brukens potential ska i skrivande stund tas fram. Även om den ska gälla för vallonbruken i Uppland, kan den tjäna som ett viktigt verktyg för bruksmiljöer i hela Roslagen, i kombination med denna destinationsstrategi.

I satsningen på bruken som attraktiva kulturmiljöer som besöksmål behöver också utbudet av mat och logi stärkas. De utgör en viktig grund för att utöka andelen övernattande

besökare som bidrar till den lokala ekonomin. Det är också en förutsättning för att kunna paketera bruken med andra upplevelser. En tydlig satsning på måltidsupplevelser med mycket närproducerade råvaror bidrar ger ytterligare en anledning till att besöka bruken med omnejd.

### **b) Aktiviteter vid bruken**

Utöver att förvalta och utveckla byggnader och kulturlandskapet kring bruken, behövs en fortsatt satsning på att fylla bruksmiljöerna med spännande och lärorika aktiviteter för besökare i alla åldrar. För att historia ska bli tillgänglig och attraktiv för en bred grupp är det viktigt att levandegöra brukens historia och öka lusten till lärande med olika pedagogiska grepp.

Här är ett bra tillfälle att dra nytta av all ny teknik som digitaliseringen har burit med sig. Bruken är utmärkta platser att fylla med spännande storytelling. Bygg vidare på människors nyfikenhet och förkärlek för utmaningar, skattjakter, uppdrag, lek och spel som verktyg för att lära mer om historia och kultur och berika fler besökares vistelse i Roslagen. En digitalisering där ny teknik nyttjas som passar bruken och deras miljöer kan locka nya målgrupper och man kan på ett naturligt sätt få in en lärandeaspekt, särskilt bland barn. Det kan vara lösningar som kan användas året runt, av såväl lokala skolklasser som besökande barnfamiljer eller vid generationsbesök av mor- och farföräldrar och deras barnbarn.

Det kan vara en utmaning att utveckla för olika grupper, att involvera barn och ungdomar och att börja använda ny teknik och pedagogik. Här är det viktigt med en öppenhet och att involvera fler personer i utvecklingen av bruken som besöksmål. Ta hjälp av unga besökare och lokala skolklasser till exempel, uppmuntra till nya idéer och använd dem som testpiloter. Att koppla in fler aktörer som kan bidra med aktiviteter och idéer är ett sätt att säkra generationsväxlingen och förstärka de ideella krafterna. Ju fler som engagerar sig i bruken, i olika åldrar, desto mindre sårbar blir verksamheten och risken för att kunskap försvinner minskar.

### **c) Kurser & konferenser**

I en hållbar utveckling av Roslagens bruk som besöksmål finns stora vinster ur ett socialt perspektiv där bruken kan berika kunskapen om lokalhistorien och öka stoltheten bland invånare för den unika resurs som bygden har. Till detta kommer en stor möjlighet att även ökad hållbarhet ut ekonomiskt perspektiv och bidra till den lokala ekonomin.

Då behövs en fortsatt utveckling av ett brett utbud av kurser och möjligheter till konferenser året runt på bruken. Kurserna bidrar till att locka fler intressestyrda målgrupper och kan utformas än mer utifrån de olika brukens profil och inriktning. Utöver besök av skolklasser är detta ett bra verktyg för att förstärka exempelvis vår- och höstsäsongen. Fler kurser som erbjuds är också en möjlighet att utöka antalet aktörer som engagerar sig och kan nyttja bruken som levande miljöer.

Bruken kan också förstärka sin position som mötesplatser och berika genom sina kreativa miljöer. Här kan fördelarna med att samlas i det lilla formatet lyftas fram, att erbjuda

tydliga och spännande alternativ till storstadens anonyma konferenslokaler. Bruken blir då mötesplatser med fler dimensioner, med närheten till ett historiskt perspektiv, med närproducerad mat och möjligheten till kombination av kultur- och naturupplevelser, även för affärsresenärer.

Liksom för fritidsbesökarna, behöver deltagarna på kurser och konferenser tillgång till bra mat och logi. Det är en förutsättning för att kunna locka till mer än dagsbesök. I sökandet efter "det genuina" med en tydlig lokal koppling, även inom mötesindustrin, har bruken en stor potential att kunna erbjuda detta.



# Spännande småstäder

## Ledmotiv 3

*Roslagens småstäder spelar år 2030 en viktig roll som upplevelserika platser och som broar mellan skärgård och fastland. De har utvecklats till än mer livfulla, trygga, tillgängliga och intresseväckande orter.*

## **Inledning**

Ledmotivet Spännande småstäder kan framstå som lite oväntat med tanke på de starka naturvärden som präglar Roslagen som besöksdestination. De varumärkesmätningar som gjorts visar att människor ofta får skärgård och hav på näthinnan när de tänker på Roslagen.

Besökarna till Roslagen besöker påtagligt ofta någon av småstäderna för att shoppa, äta och för att uppleva folkvimlet. Några av besökarna har en konkret reseanledning till småstaden som till exempel ett evenemang eller ett enskilt besöksmål. Det finns också besökare som ser småstaden som ett välkommet stopp på resan genom Roslagen för vidare färd ut i till skärgården eller inlandet.

Norrtälje och Åkersberga, Östhammar och Vaxholm är viktiga servicenoder i Roslagen. Men även andra orter både vid kusten och i inlanden är viktiga pusselbitar i besökarnas upplevelser. Samhällena i Roslagen har goda förutsättningar att utveckla en särpräglad småstadskaraktär utifrån sina egna unika förutsättningar.

Småstäderna (kommuner och besöksnäring) behöver investera i attraktionsfaktorer och kvaliteter som efterfrågas av morgondagens besökare: småskalig shopping och genuina måltidsupplevelser, en tilltalande stadsbild med goda mötesplatser samt möjligheten att delta i det lokala vardagslivet. Kvaliteterna kommer såväl invånare som besökare till gagn. Det behövs en helhetsorienterad platsutveckling som tillgodoser alla människors behov.

## **Besökarperspektivet**

På flera svenska besöksdestinationer hamnar besökarens intressen ibland i konflikt med de behov som människor som lever och bor på platsen har. Potentiella konfliktytor finns inom flera områden: användning av ytor i stadsmiljön, trafik och parkering, renhållning och även hur offentliga medel ska prioriteras.

I Destinationsstrategi Roslagen 2030 är hållbar samhällsutveckling en röd tråd och en sådan förutsätter att lokalbefolkningens behov tillgodoses samtidigt som Roslagen utvecklas som besöksdestination. I flera fall överensstämmer behovsbilder hos besökaren och med Roslagenbornas. Ett exempel är att besökarna möjliggör ett upplevelseutbud i Roslagen som inte hade funnits utan dem.

Ett besökarperspektiv måste lyftas in i samhällsutvecklingen där staden och dess miljöer formas. Hur tar man sig enkelt in i staden och hittar rätt som ny besökare? Vilket intryck får människor som kommer till vår stad? Hur kan den lokala kulturen lyftas fram och göras tillgänglig? Hur väl stämmer utbudet i staden med det som faktiskt efterfrågas av våra besökare?

## **En gränsöverskridande platsutveckling**

En modern syn på utveckling av stadskärnor och stadsmiljöer innebär att stadens olika aktörer jobbar tillsammans i förtroendefulla samarbeten om både helheten i staden och i avgränsade fysiska områden. I dialogen involveras exempelvis invånare, butiksinnehavare,

fastighetsägare och stadsutvecklare. Liknande arbetssätt finns redan i de tre kommunerna i Roslagen men de kan fördel vidareutvecklas för att nå målbilderna inför 2030.

Destinationsbolaget, besöksnäringen och kommunernas näringslivsutvecklare kan bidra med viktiga besökarperspektiv i platsutvecklingen. Intervjuundersökningar med besökare och besöksstatistik bör användas aktivt.

### **Utvecklingsområden**

Varje småstad och ort i Roslagen för unika förutsättningar. Men det finns en fyra områden mot vilka kommunerna och besöksnäringen i Roslagen behöver rikta fokus på när det gäller Spännande småstäder.

#### **a) Sociala mötesplatser**

Stadsmiljön fyller i allt högre utsträckning rollen som social mötesplats. Särskild vikt bör läggas vid att utforma goda mötesplatser i stadsmiljön så att människor vill stanna upp och vistas en längre stund. Mötesplatser skapar värde för både boende och för besökare och bidrar också till att möten mellan de båda grupperna sker. Evenemang spelar en särskilt viktig roll i sammanhanget och det tas upp i ett särskilt avsnitt.

#### **b) Kulturella upplevelser**

Utan kultur tappar Roslagen mycket av sin dragningskraft. Allt från konst, design, musik och teater till graffiti och poetry slam gör Roslagen till en levande plats och till en berikande besöksupplevelse. Kulturarrangemang har också en potential som reseanledning till Roslagen för särskilda intressegrupper och för en bred publik.

#### **c) Upplevelserik shopping**

E-handel har skapat stora utmaningar för centrumkärnor och butikshandel och pandemin har medfört ytterligare utmaningar. Roslagens besökare är en möjlighet för butikshandeln inför 2030 eftersom de särskilt efterfrågar småskalig shopping med utbud av lokalproducerade varor och genuina måltidsupplevelser. Såväl befintliga aktörer som nya kan ta tillvara på en sådan utveckling.

#### **d) Portar för vidare resa i Roslagen**

Besöksdestinationer med en stor geografi som Roslagen har en god anledning att se var besökarna ansamlas. En sådan plats är i våra småstäder och därför bör orterna stärkas som utgångspunkter för båttrafik och för resor till Roslagens kust och inland. Tydlig besökarinformation kan spela en viktig roll just i Roslagens småstäder så att besökaren enkelt kan hitta rätt i Roslagen utifrån egna motiv och intressen.



# Skiftande skärgård

## Ledmotiv 4

*Skärgården i Roslagen 2030 är en unik värld av öar, kust och hav som erbjuder hållbara upplevelser året runt, i alla skiftande väder. Skärgården är lätt att besöka och den präglas av en stark samverkan mellan besöksnäring och boende.*

## **Inledning**

En positiv utveckling av utbud och service i skärgården är en stark pusselbit i byggandet av varumärket Roslagen. Som har nämnts tidigare i strategin är Roslagen främst förknippad med skärgården och havet. En tydlig fortsatt satsning på skärgården blir en naturlig del av arbetet att utveckla Roslagen som destination.

Det är bra för Roslagen att dra nytta av att associeras med något positivt, men det kan också bli en utmaning i längden om alltför mycket exponering leder till ett överutnyttjande i känsliga miljöer. Det kan leda till negativa effekter på naturen och det sociala livet i skärgården. Skärgården ska utvecklas som en stark och hållbar plats i Roslagen i sig själv, men kan även nyttjas som dragplåster och skyltfönster för andra produkter som blir reseanledningar olika tider på året.

Genom att visa på möjligheter att kombinera upplevelser i skärgården och på andra platser i Roslagen, kan besökare spridas ut geografiskt och över året. Att visa upp och utveckla ett brett utbud ökar Roslagens så kallade resiliens, det vill säga att vara mindre sårbar och ha flera ben att stå på. I det här fallet genom att ta emot fler besökare, nå fler besökare i alla åldrar, med olika reseanledningar.

För att besökare överhuvudtaget ska kunna ta del av det fina utbudet i Roslagens skärgård behöver transporter och tillgänglighet utvecklas. Särskilt för en komplex geografi som en skärgård kan vikten av tillgänglighet inte betonas nog mycket. Tillgängligheten är en stor och viktig nyckelfråga som idag upplevs som en flaskhals för besök och utveckling av skärgården som besöksmål. Det är ett viktigt perspektiv som behöver genomsyra de utvecklingsområden som presenteras för skärgården i denna strategi. Utvecklingsarbetet kring tillgänglighet beskrivs också i kapitlet Målområde 3 - Ett upplevelserikt Roslagen.

## **Samverkan över gränserna**

Aktörer behöver hitta tydlig samsyn över administrativa och organisatoriska gränser för att kunna dra åt samma håll i långsiktiga frågor som tillgänglighet, hållbar utveckling och näringslivsfrågor. Ett bra exempel idag är Stockholm Archipelago som bildar en god grund för strategiskt utvecklingsarbete. Även samarbeten med andra platser med skärgårdar i Sverige och i övriga Östersjön kan utvecklas till exempel inom marknadsföring på internationella marknader.

## **Utvecklingsområden**

I denna strategi fokuseras på några viktiga områden för utveckling av besöksnäringen när det gäller ledmotivet Skiftande skärgård. En utgångspunkt har varit de strategiska fokusområden som bland annat finns utpekade i den befintliga skärgårdsstrategin för Stockholmsområdet.

### **a) Naturupplevelsen**

Naturen är skärgårdens stora attraktionskraft. Det ökade intresset för vistelse i natur gör att Roslagens skärgård har möjlighet att bli en drömdestination för många. Det blir naturligt med en fortsatt satsning av fler möjligheter att uppleva skärgårdens natur året runt. Det



behöver dock vara en gemensam utveckling, utifrån en samsyn på vikten av ett respektfullt nyttjande av den känsliga naturen.

En del i den hållbara utvecklingen för skärgården blir att främst fokusera på ett rörligt friluftsliv som arrangeras av professionella företag och föreningar med stor kunskap om naturbaserad turism. Då finns det också möjlighet att ha mer överblick över var besökare befinner sig, hur många de är, vad de gör och styra bort från känsliga områden och minimera aktiviteter som stör. I paket och aktiviteter som bokas genom entreprenörer kan också ett lärandeperspektiv utvecklas. Ju mer en besökare lär sig om den naturmiljö hon befinner sig i, desto större chans att hennes besök inte påverkar naturen negativt. Detta ger också de lokala entreprenörerna större ekonomiska möjligheter att bedriva och utveckla sin verksamhet året runt.

I utvecklandet av sätt att uppleva skärgårdens natur blir det också viktigt att sträva efter fler och längre säsonger med aktiviteter året runt. Det bildar underlag för fler företag som kan vara verksamma i skärgården. Här behövs innovativa lösningar, utveckling av befintliga produkter och paket tillsammans med innovativa kombinationer som passar trender och förändrade behov hos nya generationer av besökare.

Roslagens skärgård har ytterligare en styrka i närheten till storstäderna. Det blir viktigt att utveckla kommunikationen detta. Här kan man lyfta möjligheten att uppleva storslagna naturupplevelser i en natur nära storstäderna, antingen som alternativ för den som vill söka sig bort från staden utan att åka långt (för närmarknaden) eller för de som kombinera storstad och skärgård (särskilt för utländska besökare där båda delarna blir reseanledningar).

## **b) Skärgårdskulturen**

Roslagens skärgård har också en stor styrka i sin spännande historia och nutida lokalkultur. Utvecklingsarbetet för skärgården som destination bör också präglas av ökade möjligheter för besökare att lära om och uppleva skärgårdskulturen. För de som inte har levt och verkat på öar eller vid en kust blir det otroligt fascinerande att få lära sig mer om livet i skärgården i nära möten. Det finns ett ökat intresse för att kombinera natur och lokalkultur på resor och där har Roslagens skärgård med sitt maritima kulturarv en stor konkurrenskraft. Det bidrar också till att öka den sociala hållbarheten. Samma slutsatser kan dras som när det gäller naturen; ju fler besökare förstår om livet i skärgården, desto mer kan man se det som lokalsamhällen att ha respekt för och inte enbart som en arena för den egna upplevelsen.

Hållbarhet blir ett naturligt nyckelord för Roslagens skärgård, det är som sagt särskilt viktigt i känsliga miljöer som skärgården, både ur ett miljömässigt och ett socialt perspektiv. Ökade kunskaper om besökare och besöksmönster, positiv styrning genom zoner och fler och längre säsonger samt en stark samverkan blir viktiga verktyg. Boende, deltidsboende och fritidshusägare och besöksnäringens aktörer blir alla viktiga parter i att utveckla en ännu bättre sammanhållning. Med gemensamma krafter kan man också bli en än starkare röst kring exempelvis viktiga frågor som lokal service och

transporter och hur skärgårdskulturen både kan vara del av en besökares upplevelser och en vardag för boende.

### **c) Båtlivet**

En särskild profil och styrka för skärgården är möjligheten till båtliv. I Roslagens skärgård finns stor potential och att utveckla förutsättningarna för ett njutbart och hållbart båtliv. Det blir viktigt att ta fram handlingsplaner för utveckling av service, information och utbud för besökare på olika sätt vill uppleva skärgården från vattnet. Även här är samverkan över gränser viktigt och ett tydligt samspel och rollfördelning mellan privata och offentliga aktörer, som kan agera utifrån ett besökarperspektiv.

Ett viktigt verktyg blir att hitta innovativa lösningar för att knyta samman öar och kust via vattnet. Omvärldsbevakning nationellt och internationellt av lösningar på andra destinationer med mycket båtliv kan ge inspiration till nya idéer och åtgärder. Även om just Roslagens skärgård har unika drag som sin lokala kultur, så finns det utmaningar och förutsättningar som delas med andra skärgårdar och ö-baserade destinationer som kan inspirera till ökad tillgänglighet och ett enklare båtliv.

# Samarbete & rollfördelning

För att Roslagen ska nå vision och målbilder för år 2030 krävs ett gott samarbete mellan besöksnäringen, kommunerna, destinationsbolaget och andra viktiga aktörer. Som ledstjärna för samarbetet finns den gemensamma destinationsstrategin.

En tydlig rollfördelning förenklar samarbetet. Det behöver vara tydligt hur man som aktör kan bidra till den gemensamma destinationsutvecklingen och vem som ansvarar för olika frågor. För att rollfördelningen ska fungera krävs respekt för varandras roller och en öppen kommunikation.

Med start 2021 etablerades Roslagens Destinationsråd som ett övergripande forum för samarbete mellan destinationens aktörer. Rådet kommer att spela en viktig roll för samarbete i Roslagen och för att gemensamma möjligheter och utmaningar ska kunna fångas upp.

Här redogörs för rollfördelningen mellan aktörerna: besöksnäringen, destinationsbolaget, kommunerna och destinationsrådet. Den omgivande regionen tas också upp.

## **Besöksnäringen**

Besöksnäringen ansvarar för att utveckla sina egna företag utifrån drömmar och mål. Deras roll på destinationen är att ge besökaren hållbara och minnesvärda upplevelser med en god kvalitet och ett gott värdskap.

Både företag och föreningar i besöksnäringen utvecklar och marknadsför sina erbjudanden till destinationens målgrupper på egen hand och även tillsammans med andra. Företag och föreningar ansvarar även för att utveckla samarbetet mellan varandra. Besöksnäringen förväntas också spela en aktiv roll i destinationens samlade utveckling genom sin medverkan i destinationsrådet.

## **Destinationsbolaget**

Roslagen har en viktig resurs i det gemensamma Destinationsbolaget. Bolagets roll är att utveckla, marknadsföra och sälja turistbaserade tjänster och produkter i Roslagen. Därmed är bolaget en kraft för att stärka varumärket Roslagen på en nationell och internationell marknad. Destinationsbolaget har en viktig funktion i att ge inspirerande information och service till besökare och främja ett gott värdskap. Bolaget ska också vara en mötesplats för besöksnäringen och bidra till dess kompetensutveckling. Visit Roslagen är det nuvarande destinationsbolaget och uppdraget konkurrensutsätts löpande.

## **Kommunerna**

De tre kommunerna Östhammar, Norrtälje och Österåker fyller i sin roll som samhällsutvecklare en nyckelroll för Roslagen som besöksdestination; både genom att utveckla och tillgängliggöra besöksupplevelser och genom sin myndighetsutövning där kontakt med besöksnäringen sker. För att lyckas i rollen krävs en medvetenhet i politik och i verksamheter om att besöksnäring och turism spelar en stor roll för hållbar utveckling

och för formandet av en upplevelserika och attraktiva lokalsamhällen. Lika viktigt är en medvetenhet om besöksnäringens speciella villkor och utmaningar.

I kommunens roll att utveckla Roslagen som besöksdestination ingår (baseras på rapport från SKR och Visita):

- **Samhällsplanering**  
Att tydligt lyfta in turism och besöksnäring i översiktsplanering och samhällsutveckling. Ett besökarperspektiv handlar ofta om tillgänglighet och att upplevelsekonsumtion ska ges plats.
- **Myndighetsutövning**  
Att säkerställa att lagar och regler för besöksnäringen efterlevs; serveringstillstånd, bygglov, brandtillsyn och miljötillsyn. En hög servicenivå i handläggningen är viktig.
- **Tillhandahålla god kommunal service**  
En god kommunal service som rastplatser, vatten- och sophantering, cykel- och vandringsleder, ställplatser för husbilar mm är en förutsättning för nöjda besökare en väl fungerande besöksnäring.
- **Destinationsutveckling**  
Kommunen ska delta aktivt i Destinationsrådet tillsammans med besöksnäring och destinationsbolaget. Behov hos såväl medborgare som besökare ska tillgodoses. Kommunerna axlar ett långsiktigt perspektiv i samhälls- och destinationsutveckling.
- **Etableringsfrämjande**  
Att attrahera och möjliggöra företagsetableringar inom besöksnäringen som stärker det samlade utbudet i Roslagen. Det görs genom framförhållning i samhällsplanering och genom ett aktivt etableringsfrämjande arbete.
- **Platsutveckling; lokalsamhällen, stadskärnor och handel**  
Kommunerna tillhandahåller i varierande omfattning egna verksamheter som utgör själva reseanledningen eller som spelar en viktig roll i upplevelsen. Det kan handla om allt från museum, offentlig konst, konsthallar, egna evenemang, till mötesplatser, parker, idrottsanläggningar och natur- och kulturområden.

Denna platsutveckling av lokalsamhällen, stadskärnor och handelsområden kan tillsammans med näringsens och civilsamhällets initiativ bidra till en upplevelserik vistelse och en hållbar utveckling.

### **Destinationsrådet**

Destinationsrådet består av representanter för besöksnäringen, politisk ledning i de tre kommunerna i Roslagen samt destinationsbolagets ledning. Vägledande för rådets arbete är Destinationsstrategi Roslagen 2030. Arbetet ska präglas av ett lärandeperspektiv, där

både de deltagande parternas kunskap används liksom omvärldsbevakning inom viktiga teman för Roslagen.

Rådet har följande roller:

- Att påvisa möjligheter och utvecklingsbehov hos Roslagen som besöksdestination.
- Att efter varje kalenderår värdera hur det gångna året har gått och att utifrån slutsatserna föreslå förändringar inför kommande period.
- Att främja en öppen och konstruktiv dialog mellan besöksnäring, kommunerna och destinationsbolaget.
- Identifiera och besluta om utvecklingsinsatser och i förekommande fall medfinansiering.

### **Den omgivande regionen**

Det finns en rad samarbetspartner, nätverk och organisationer som påverkar Roslagen som besöksdestination. Det handlar om Vaxholms kommun, Region Uppsala, Region Stockholm, de båda Länsstyrelserna, Stockholm Archipelago, stödsystemet kring entreprenörer och intresseorganisationer inom det civila samhället. En regelbunden kontakt med dessa aktörer behövs för att utveckla Roslagen som destination.

# Vägen mot Vision Roslagen 2030

## **En gemensam framtidsbild**

Destinationsstrategi Roslagen 2030 ger Roslagens alla aktörer en gemensam framtidsbild att arbeta för. Den visar vad som behöver göras av aktörerna tillsammans för klara resan dit under hållbara former.

## **Destinationsrådet som Roslagens strategiska forum**

Ett första naturligt steg för att starta resan mot 2030 är att Destinationsrådet fullt ut tar sig an strategin som sitt huvudsakliga styrmedel för utveckling av Roslagen som besöksdestination. Det är också viktigt att Roslagens alla aktörer som utgör destinationen, utgår från visionen och de målbilder som presenteras.

Avsnittet *En god rollfördelning* som beskrivs i det här dokumentet ger en god vägledning. Vad kan göras av var och en och vad kan vi göra tillsammans för att uppnå visionen för 2030?

## **Kommunala handlingsplaner**

Den övergripande destinationsstrategin för Roslagen kompletteras av kommunala handlingsplaner som visar hur Östhammar, Norrtälje och Österåkers kommun kan utvecklas som besökskommuner i Roslagen. De bör ha ett kortare perspektiv och visa konkreta åtgärder som ska genomföras, för att uppfylla målbilderna.

## **Till sist**

På vägen till 2030 kommer det med all sannolikhet att utvecklas många nya verktyg och lösningar som besöksnäringen kan anamma. Det kommer också uppstå möjligheter i omvärlden som vi i skrivande stund inte kan förutse. Fokus på hållbarhet, digitalisering och tillgänglighet måste bestå.

Strategin är ett levande dokument och kommer att behöva uppdateras under perioden fram till 2030. En aktualitetsprövning föreslås genomföras år 2025. I samband med den kan Roslagens aktörer göra en genomlysning av vad som åstadkommit och klargöra hur arbetet ska se ut de resterande åren fram till 2030.