



SÖDERTÄLJE KOMMUN Kommunstyrelsen	
2016 -05- 09	
Dnr	Rnr

1 (3)  
15  
KS20160525

**TJÄNSTESKRIVELSE**

2016-05-09

Kommunstyrelsens kontor

## Programförslag till framtidens båt-, bad- och turistort

Dnr: KS 15/206

### Sammanfattning av ärendet

Kommunstyrelsen har givit stadsdirektören i uppdrag att utreda former och nya arbetssätt för att främja Södertälje som en aktiv båt-, bad- och turistort, och utarbeta ett programförslag.

Inom uppdraget skulle redovisas hur Södertälje kommun kan stärka bilden av Södertälje genom ett samordnat informationsarbete med föreningsliv och näringsliv. Dessutom hur Södertälje kommun kan verka för att fler större event och arrangemang förläggs till Södertälje.

Uppdraget utgår från Destination Södertäljes varumärkesanalys.

Programförslaget från Destination Södertälje har involverat såväl flera inom kommunen liksom ett antal företag och föreningar med koppling till turism och evenemang. För att åstadkomma en framgångsrik besöksnäring krävs en stark samsyn och ett nära samarbete mellan kommunen och andra aktörer inom besöksnäringen.

Södertälje har goda förutsättningar att utveckla en stark besöksnäring, och programförslaget anger förslag till utvecklingsarbete i fyra steg inom sex fokusområden som bör bli föremål för fortsatt arbete. Innehåll varje fokusområde liksom förslag till utvecklingsarbetet steg 1-4 redovisas i programförslaget.

### Fokusområden för utveckling

- Kunskap och analys
- Samverkan och strukturer
- Koncept- och produktutveckling
- Evenemangsutveckling
- Information och marknadsföring
- Utveckla unik reseanledning

## Utvecklingsarbete 2016-2017

Utvecklingsarbetet föreslås ske i flera steg.

Steg 1-4, sammanfattning :

*Steg 1* avser i huvudsak

- Kunskap och analys – kommunen medverkar till fördjupad kunskap och verktyg för analyser och utvärderingar
- Samverkan och strukturer – kommunen stärker samverkan internt och externt

*Steg 2* avser i huvudsak

- Koncept- och produktutveckling – kommunen initierar utvecklingsarbete i samverkan med aktörer kring teman, besöksmål och platser
- Tema Båt-/badliv
- Evenemangsutveckling

*Steg 3* avser i huvudsak

- Information och marknadsföring – kommunens stödjer och samordnar information via olika kanaler

*Steg 4* avser i huvudsak

- Utveckling av unik reseanledning – initiera ett strategiskt arbete och bygg vidare på Södertäljes varumärkesplattform

## **Ekonomiska konsekvenser och finansiering**

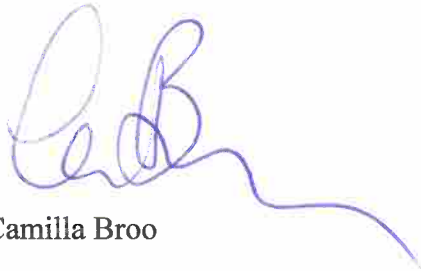
Behov av finansiering utifrån förslagen i programmet för en utveckling av besöksnäring och evenemang i Södertälje ska beaktas i arbetet med mål och budget 2017-2019.

## **Beslutsunderlag**

Kommunstyrelsens kontors tjänsteskrivelse den 9 maj 2016 med programförslag och förslag till handlingsplan.

## **Kommunförvaltningens förslag till kommunstyrelsen:**

1. Kommunstyrelsen ställer sig positiv till programförslagets inriktning och förslag till handlingsplan.



Camilla Broo

Tf Kommundirektör



Karin Voltaire

Näringslivschef

Handläggare: Karin Voltaire  
Näringslivschef  
Destination Södertälje  
Telefon (direkt): 08-523 047 33  
E-post: [karin.voltaire@sodertalje.se](mailto:karin.voltaire@sodertalje.se)

**Beslutet skickas till**

Karin Voltaire  
Akten



Rapport | 2016-05-09

# Program

## Framtidens båt-bad och turistort 2016-2022

# Innehållsförteckning

Inledning och utgångspunkter .....	3
<b>Inledning</b> .....	3
Syfte och uppdrag .....	3
<b>Utgångspunkter</b> .....	4
<b>Turism och besöksnäring i Sverige</b> .....	4
<b>Turism och besöksnäring i Södertälje</b> .....	5
Förslag till program för Södertälje som turist- och evenemangskommun.....	5
Bygg utvecklingen på Södertäljes styrkor .....	6
Fokusområden.....	6
<b>A. Kunskap och analys</b> .....	7
<b>B. Samverkan och strukturer</b> .....	7
<b>C. Koncept- och produktutveckling</b> .....	8
<b>D. Båt – och badliv i Södertälje</b> .....	8
<b>E. Evenemangsutveckling</b> .....	9
<b>F. Information och marknadsföring</b> .....	9
<b>G. Utveckla unik reseanledning</b> .....	9
Slutsatser och fortsatt arbete .....	10

## **Inledning och utgångspunkter**

### **Inledning**

Programförslaget för Södertälje som framtidens båt-, bad- och turistort handlar om hur Södertälje genom ett aktivt och professionellt arbete kan vidareutvecklas som en attraktiv plats för besökare och för evenemang.

Ambitionen i programförslaget har varit att hitta en modern tappning på Södertäljes styrkor och traditioner, att bygga på Södertäljes förutsättningar som besöks – och evenemangsstad med utgångspunkt i dagens situation och med fokus på morgondagens möjligheter.

Södertäljes varumärkesanalys, som bildat underlag till den nya varumärkesplattformen, har utgjort grunden för arbetet. Varumärkesplattformen innehåller tre huvudelement: Positionen: ”Där världarna möts”, Profilbärarna: Industri i framkant, Innovation och Mångkultur och Personligheten: Färgstark, Nyfiken, Urban och Ansvarstagande.

Dagens arbetssätt och strukturer har analyserats, såväl internt inom kommunen som i externa samarbeten med näringsliv och föreningar. Den privata näringsens involvering och drivkraft i utvecklingsarbetet är en förutsättning för att turism – och evenemang skall utvecklas i Södertälje. Kommunens har en stödjande roll och bör främst fokusera på att ge företag och föreningar goda förutsättningar för att utveckla sina verksamheter.

### **Syfte och uppdrag**

Programmet vänder sig till de aktörer inom besöksnäringen som gemensamt utvecklar Södertälje till en attraktiv plats för besökare. Dessa aktörer är kommunen, privata företag liksom föreningar.

Programmet utgår från den näringslivsstrategi 2016-2022 ”Utvecklingskraft i Södertälje” som antagits av Kommunstyrelsen. Näringslivsstrategin utgår i sin tur från Mål och budget liksom från Översiktsplan 2013-2030.

### **Ansvar**

Dokumentansvarig för programmet är Destination Södertälje. Programmet ska åtföljas av en handlingsplan liksom en aktivitetsplan och följs upp i december årligen, i samband med att näringslivsstrategin följs upp.

Implementering av programmet görs genom handlingsplanen och åtföljande aktivitetsplanen.

## Utgångspunkter

### Turism och besöksnäring i Sverige

Tillväxtverket är ansvarig nationell myndighet för turism och besöksnäringsspår och genomför insatser för främjande av turistföretagande och entreprenörskap. Tillväxtverket har också som uppgift att ta fram och sprida kunskap om turismens utveckling i Sverige.

Några av de möjligheter och utmaningar som Tillväxtverket anger för besöksnäringen är att man behöver öka kunskapen om globala trender för att Sverige ska ha chans att hänga med i en föränderlig och hårt konkurrensutsatt global turismindustri.

- Många av de förändringar som sker i besöksnäringen har sin bakgrund i ett förändrat beteende hos konsumenterna och en allt snabbare digitalisering. Utvecklingen går fort och vi behöver utveckla vår kunskap.
- Det finns en stor efterfrågan på fler mogna turistdestinationer, produkter och upplevelser i Sverige. En utmaning är att få hela utvecklingskedjan att fungera, vilket kräver både kompetens och konstruktiv samverkan mellan många aktörer.
- Näringen är starkt beroende av samspelet mellan privata och offentliga strukturer, eftersom besökarnas upplevelser i hög grad byggs kring platser och tjänster som tillhandahålls av det offentliga. Det handlar bland annat om offentliga miljöer, transporter, rekreationsområden och lokal service.
- Besöksnäringens företag omgärdas av ett omfattande regelverk, och ser lagar och myndighetsregler som ett större hinder än genomsnittsföretaget.
- Utvecklingen av turism är utmanande ur ett hållbarhetsperspektiv. Det finns ett stort behov av att arbeta vidare med frågorna.

Säsongvariationerna, som återspeglas i många av turistföretagens upplevda tillväxthinder, är en sedan länge välkänd utmaning inom besöksnäringen. Många gånger är den särskilt kännbar för företag på landsbygd och i glesbygd eftersom kundunderlaget för den grundservice som krävs för destinationens attraktionskraft för boende såväl som besökare, företag och arbetskraft ofta är begränsat.

Tillväxtverket rapporterar och analyserar också utvecklingen av turismen i Sverige.

Utvecklingen visar en stark tillväxt de senaste åren. Tillväxten avser såväl ekonomiskt värde, antal övernattningar som sysselsättningen. Utvecklingen visar också en ökad koncentration till storstadsregionerna. Antalet övernattningar ökade i nästan samtliga regioner i Sverige under 2014 med en total ökning på fem procent vilket är den största ökningen på nästan tio år. Procentuellt var ökningen störst i Stockholms län med 7,6 procent.

## **Turism och besöksnäring i Södertälje**

Det som gäller för besöksnäringen i Sverige i stort enligt ovan gäller i hög grad också för Södertälje. Efterfrågan på mogna destinationer och attraktiva upplevelser som konsumenterna uttrycker, är en viktig fråga för Södertälje, inte minst som en del av huvudstadsregionen.

De säsongsmässiga och strukturella utmaningar som finns i besöksnäringen i Sverige liksom frågor kring hållbarhet, samarbeten och digitalisering är lika relevanta för Södertälje som för andra kommuner i Sverige. Samspelet mellan privat och offentligt är en utmaning som olika kommuner löst på olika sätt. Här måste Södertälje finna strukturer och former som fungerar såväl lokalt i Södertälje som tillsammans med regionala och nationella aktörer utifrån vilken marknadsarena man vill agera på.

Människor dras till platser med positiva associationer. Besöksnäring stärker Södertäljes varumärke och är ytterst viktig för vår egen identitet och känsla för vår plats.

Södertäljes geografiska läge gör att det finns flera regionala samarbeten att vara, eller bli, en del av. Att vara en del av Stockholmsregionen ger stora möjligheter i internationella sammanhang. Att dessutom vara en del av den mer landsbygdsnära regionen i Sörmland med koppling till skärgård, naturupplevelser m.m. skapar i sin tur andra möjligheter.

Södertäljes besöksnäring har en god potential, en potential som ännu inte är fullt utnyttjad. Med starkare strukturer och samarbeten, tydligare mål och ambitioner och en god produkt- och konceptutveckling bör Södertälje kunna ta en större andel av den turism som finns i regionen.

För att fullt ut dra nytta av existerande evenemang, liksom för att attrahera nya, krävs en betydligt starkare samordning mellan kommunen och övriga aktörer, liksom verktyg för analys och utvärderingar.

## **Förslag till program för Södertälje som turist- och evenemangskommun**

Södertälje har stora möjligheter att utvecklas som turist- och evenemangskommun. Detta programförslag lyfter fram några möjligheter till förändrade arbetssätt, ökad kunskap och analys, koncept- och produktutveckling och ett samordnat informationsarbete som tillsammans medverkar till att ge Södertälje bättre förutsättningar att bli en attraktiv plats som attraherar fler besökare.

### **Mål**

Programmet ska i första hand medverka till att uppfylla de mål som satts upp i näringslivsstrategin.

Mål för turismens utveckling i Södertälje (enligt TEM)

- Omsättning: 100% ökning 2014 till 2022 (2014: 731 Mkr)



Indikatorer för den successiva utvecklingen

- Omsättning per år fram till 2022 (TEM)
- Kommersiella övernattningar per år (TEM)
- Dagbesök per år (TEM)

Uppföljningen sker årligen genom TEM, Turistekonomisk mätning

### **Bygg utvecklingen på Södertäljes styrkor**

Södertälje har en lång rad styrkor inom flera områden. Många av dessa kan användas för utveckling av besöksnäringen även om de inte omedelbart är kopplade till turism. Styrkor, och vad Södertälje associeras med, som analyserats i varumärkesarbetet, bör vara vägledande även för utveckling inom besöksnäringen. Exempel på styrkor som framkommit i varumärkesanalysen är:

- En stark industritradition och två världsledande företag inom teknik och innovation
- Ett geografiskt strategiskt läge med närheten till Stockholm
- Stor landsbygd med goda möjligheter till natur- och kulturupplevelser
- En stark position inom ekologisk mat och livsmedel, i hög grad kopplat till Järna
- Tom Tits Experiment som unikt och prisat upplevelsecentrum
- Stadskärnan inkl. utvecklingsprogrammet för ett attraktivt centrum
- Ett aktivt hållbarhetsarbete
- Södertälje kanal samt vatten och skärgårdsmiljö i såväl Östersjön som i Mälaren
- En lång idrottstradition
- Väl etablerade evenemang inom kultur och idrott
- Arenor med mycket god kapacitet
- Södertäljebyrån som etablerad mötesplats och informationspunkt

Enligt programförslaget, är det inom sex fokusområden som det fortsatta arbetet bör koncentreras. Förslag till fortsatta utvecklingsinsatser inom de sex fokusområdena är sammanfattade i handlingsplanen.

### **Fokusområden**

- A. Kunskap och analys
- B. Samverkan och strukturer
- C. Koncept- och produktutveckling
- D. Tema båt-/badliv
- E. Evenemangsutveckling
- F. Information och marknadsföring
- G. Utveckla unik reseanledning

## A. Kunskap och analys

Den statistik och analys om turismens betydelse och utveckling i Sverige som tas fram av Tillväxtverket bygger på metoden Turistsatellitkontot, en internationellt vedertagen metod för att mäta turismens effekter på ekonomin, exporten och sysselsättningen. Satellitkontot mäts på nationell nivå i Sverige. Den övergripande utvecklingen, trender och analyser som görs av Tillväxtverket är i stor utsträckning relevanta för Södertälje. Dock kan satellitkontot inte brytas ned på kommunnivå, varför man lokalt måste använda andra undersökningar och underlag. Beräkningsmetoderna blir inte helt jämförbara men ger en indikation om hur den lokala utvecklingen ser ut i jämförelse med Sverige som helhet. Den metod som används i Södertälje kommun är TEM (turistekonomisk modell), en metod som används av många svenska kommuner. Den mäter ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av turismen inom sex utgiftsposter samt hur många besök och övernattningar som genomförts.

Den utveckling av kommersiella övernattningar som kan utläsas för Södertälje enligt TEM och den utveckling som Tillväxtverket anger för Stockholms län som helhet under 2014 indikerar en motsvarande utveckling för Södertälje som för länet. Det är dock inte helt jämförbara uppgifter varför inga alltför långtgående slutsatser kring detta kan dras. I första hand får Södertälje jämföras med sin egen utveckling enligt TEM.

I Södertälje, liksom i stora delar av Sverige, saknas en bra beräkningsmodell för effekter av evenemang. Evenemang kan betyda mycket för en plats, vad gäller såväl ekonomi och sysselsättning som varumärkesstärkande effekter liksom stolthet och budskap till omvärlden. För att kunna ta ställning till ett evenemangs värde inför en planeringsfas, liksom i en utvärderingsfas, krävs analys- och utvärderingsverktyg som beslutsstöd.

## B. Samverkan och strukturer

De analyser som bl.a. Tillväxtverket gjort under många år visar att en positiv utveckling av turism och besöksnäring är beroende av en stark samverkan mellan aktörerna i "turismsystemet" såväl offentliga som privata aktörer. Framgångsrika besöksmål, destinationer, regioner och länder har nått sin framgång genom att olika typer av aktörer kunnat enas om en gemensam inriktning/vision, klarat att samverka visionärt, praktiskt och finansiellt, och ofta arbetat i nära samverkan med idéburen sektor. Man har även klarat att hitta samverkan över administrativa gränser t.ex. över kommungränser.

För en framgångsrik utveckling av Södertälje som turist- och evenemangskommun krävs motsvarande samverkan, såväl inom kommunens organisation som tillsammans med aktörerna i besöksnäringen, både i och utanför Södertälje. Den privata närings vilja att

utveckla sina verksamheter och erbjudanden, är en förutsättning för framgångsrik samverkan. Kommunen har en viktig stödande roll, framförallt vad gäller att ge förutsättningar för god infrastruktur, väl fungerande service och enkel framkomlighet.

### **C. Koncept- och produktutveckling**

Koncept- och produktutveckling kan ses, och byggas, utifrån flera olika utgångspunkter. De utgångspunkter som används är ofta att man tematiserar de tillgångar man har för att tydliggöra utbudet och för att skapa attraktionskraft. Man kan också utveckla enskilda platser och besöksmål för att ”sticka ut” och utveckla en unik plats som attraherar besökare. Ofta kan man kombinera teman med varandra, koppla dem till starka besöksmål för att skapa nya intressanta produkter och erbjudanden till olika typer av målgrupper. En tematisering behöver nödvändigtvis inte innebära en fysisk produktutveckling utan är ofta ett sätt att förtydliga och synliggöra tillgångar som redan finns.

Eftersom det turistiska erbjudandet i regel är en sammansättning tjänster och produkter från såväl privata aktörer som stat och kommun har det offentliga många gånger en stödande roll också i samordningen av koncept – och produktutveckling, medan de privata aktörernas måste ta en ledande roll i marknadsförings- och försäljningsarbetet.

Södertälje har goda förutsättningar att utveckla såväl starka teman som starka besöksmål.

### **D. Båt – och badliv i Södertälje**

Eftersom uppdraget från Kommunstyrelsen utgick mer specifikt om Södertälje som båt- och badort har dessa teman studerats mer ingående.

Kanalen och områdena längs kanalen i Södertälje är en resurs som skulle kunna utvecklas till en stark besöksanledning. Södertälje har en av Sveriges bästa gästhamnar och omfattande båttrafik, både fritidsbåtar och större fartyg. Maren är en oas mitt i staden. Ett badhus finns alldeles intill kanalen. Promenad- och cykelvägar finns och utvecklas längs hela kanalen. Mälaren runt hörnet har flera starka besöksmål och den långa skärgårdssträckan till Saltsjön erbjuder naturhamnar och möjligheter att äta god mat längs vägen.

Badmöjligheter har en hög attraktionskraft för besökare och Södertälje uppvisar ett stort antal badmöjligheter, såväl i sjöar som längs kusterna och med inomhusbad. Genom att utveckla och synliggöra Södertäljes badmöjligheter kan besöksmarknaden stärkas och fungera som en viktig del i reseanledningen till Södertälje.

Många av Södertäljes besökare sommartid, kommer till staden i fritidsbåtar. Möjlighet till fler lämpliga lägen för småbåtshamnar i anslutning till staden skulle stärka Södertäljes profil som båt – och turistort. En attraktiv infart vattenvägen samt bättre skyltning längs kanalen skulle ytterligare förstärka Södertälje som en attraktiv och gästvänlig båtstad.

#### **E. Evenemangsutveckling**

Södertälje är en plats där många evenemang äger rum, stora som små och inom olika intresseområden. Idag utnyttjas ofta inte evenemangen till sin fulla potential, t. ex för att bidra till ökad besöksnäring eller för att stärka varumärket. Skälen till detta är flera, men framförallt har de olika aktörerna, inkl. kommunen, inte en organiserad samverkan inom evenemangsområdet. Detta leder också till att Södertäljes aktörer inte på ett samlat och offensivt sätt verkar för att fler evenemang förläggs i Södertälje. För att öka antalet stora evenemang i Södertälje krävs nya arbetsformer mellan aktörerna, där resurser, kompetens och finansiering samordnas. Södertälje kommun får varje år ett stort antal förfrågningar från aktörer som vill arrangera olika typer av externa evenemang i staden. Det är då av stor vikt med en effektiv ”mottagarorganisation”, med tydlig struktur, som på ett effektivt sätt kan hantera förfrågningar för att dels bedöma det turistekonomiska värdet av olika evenemang, dels samordna handläggningsfrågor.

#### **F. Information och marknadsföring**

För att öka kunskap och skapa intresse bland potentiella besökare krävs en tydlig och samordnad information om Södertälje som besöksplats. Informationens huvudplattform är webben, där all information om besöksmål, platser, teman och utbud inom ”resa, bo, äta och göra” finns samlat. Den webbplattform som samlar denna information idag är [www.destinationsodertalje.se](http://www.destinationsodertalje.se)

#### **G. Utveckla unik reseanledning**

Avsnitten ovan i programförslaget omfattar utveckling och information om de besöksmål, teman m.m. som idag finns i Södertälje. Med starkare samarbeten och strukturer liksom med tematisering och satsning på samordnad information kan Södertälje stärkas som en attraktiv besöksplats.

Med den stora konkurrens om besökare som finns i Sverige och världen och de allt högre förväntningar som finns bland viktiga målgrupper krävs dock ett stort mått av innovation och nytänkande för att bli riktigt framgångsrik. För att attrahera nya besökare, även internationella, krävs allt starkare reseanledningar. Besökare är kräsna och får ett allt större utbud att välja från. Om en plats ska göra väsentlig skillnad behöver man utveckla en unik attraktion som kan bli motor för hela besöksnäringen i området, en

”wow-faktor”. Tom Tits Experiment är Södertäljes nationellt och internationellt mest kända besöksattraktion och mycket värdefull för att sätta Södertälje på besökskartan.

Inför framtiden finns behov för att överväga vad som kan vara nästa stora besöksattraktion som kan skapa ”wow-faktor” för Södertälje. Varumärkesanalysen som gjorts för Södertälje kan vara bas för ett inledande arbete med att utveckla en unik reseanledning, där Profilbärarna: Industri i framkant, Innovation och Mångkultur kan utgöra fundamentet.

### **Slutsatser och fortsatt arbete**

Södertälje har stora möjligheter att utvecklas som turist – och evenemangskommun. Det geografiska läget mellan storstad, landsbygd och skärgård, ett brett och attraktivt aktivitetsutbud och ett väl etablerat idrottsliv ger bästa förutsättningar. Stärkt samverkan mellan såväl kommunens förvaltningar som mellan kommun och aktörer inom näringen kan möjliggöra denna positiva utveckling för Södertälje. Programförslaget är baserat på kommunens befintliga styrkor och lyfter sex fokusområden för det fortsatta arbetet framåt. Programförslaget som föreslås gälla 2016-2022 åtföljs av en handlingsplan och därefter en mer detaljerad aktivitetsplan för att säkerställa en hållbar utveckling av turism och evenemang i Södertälje



Rapport | 2016-05-09

# Handlingsplan- Utifrån program för framtidens båt- bad-och turistort 2016-2022

# Innehållsförteckning

Inledning .....	3
Syfte och uppdrag .....	3
Förslag till utvecklingsarbete 2016-06-01 – 2017-12-31.....	4
1. Steg 1 .....	5
1.1 Analys och kunskap (A).....	5
1.1.1 Förslag.....	5
Samverkan och strukturer (B).....	5
1.1.2 Förslag:.....	5
2. Steg 2 .....	6
2.1 Koncept – och produktutveckling (C).....	6
2.1.1 Förslag:.....	6
2.2 Tema bad – och båtliv (D).....	7
2.2.1 Förslag:.....	7
2.3 Evenemangsutveckling (E).....	7
2.3.1 Förslag:.....	7
3. Steg 3 .....	8
3.1 Information – och marknadsföring (F).....	8
3.1.1 Förslag.....	8
4. Steg 4 .....	8
4.1 Utveckla unik reseanledning (G).....	8
4.1.1 Förslag.....	8

## Inledning

Denna handlingsplan syftar till att beskriva det utvecklingsarbete som behövs för att nå målen i ”programmet för framtidens båt-bad och turistort”. Programmet löper 2016-2022, medan handlingsplanen har en löptid fram till 2017/2018, för att därefter utvärderas och revideras.

### Fokusområden

Programmet innehåller sex fokusområden som bildar grund för handlingsplanen och för insatser i fyra steg. Dessa fokusområden är:

- A. Kunskap och analys (Steg 1)
- B. Samverkan och strukturer (Steg 1)
- C. Koncept- och produktutveckling (Steg 2)
- D. Tema båt- och badliv (Steg 2)
- E. Evenemangsutveckling (Steg 2)
- F. Information och marknadsföring (Steg 3)
- G. Utveckla unik reseanledning (Steg 4)

### Syfte och uppdrag

Handlingsplanen utgår från programmet Framtidens Båt- bad och turistort 2016-2022. Handlingsplanen tar upp insatsområden och vissa aktiviteter under det första året 2016/2017. Därefter ska handlingsplanen med aktiviteter utvärderas och revideras.

### Ansvar och implementering

Ansvarig för handlingsplanen kopplad till Programmet är Destination Södertälje. Programmet och handlingsplanen ska implementeras genom en mer detaljerad aktivitetsplan som följs upp i december årligen, i samband med att näringslivsstrategin följs upp.

Handlingsplanen med tillhörande aktivitetsplan införlivas med arbetet med att förverkliga kommunens näringslivsstrategi, och inom ramen för samma genomförandeorganisation. . Rapportering sker till styrgruppen för näringslivsstrategin enligt plan och till kommunstyrelsen årligen.



## **Förslag till utvecklingsarbete 2016-06-01 – 2017-12-31**

För att säkerställa en hållbar utveckling av turism – och evenemang i Södertälje, föreslås att arbetet framåt sker stegvis. Bättre analyser och kunskap om nuläge ger ett väl avvägt utgångsläge. Tydligare strukturer för samverkan inom kommunförvaltningen, men också mellan kommun och externa aktörer skapar tydlighet för fortsatt utvecklingsarbete. Strukturerna bör skapas med utgångspunkt i utvecklingspotentialen för redan starka besöksmål runt om i kommunen samt de teman som anses ha störst attraktionskraft dvs. bad-och båtturism, naturturism och idrott och kulturevenemang (Steg 1).

När strukturerna är på plats, finns goda förutsättningar för närings- och föreningslivets aktörer att, tillsammans med kommunen, skapa utvecklingsplaner för såväl platser som teman (Steg2).

Parallellt med det lokala utvecklingsarbetet, kan marknadsförings-och informationsinsatser stärkas och utvecklas (Steg 3).

Som ett sista steg i processen, föreslås att ett strategiskt utredningsarbete påbörjas för att identifiera, föreslå och konsekvensbeskriva Södertäljes nästa stora attraktion (Steg 4).

När alla steg är igång löper de parallellt, dvs. de tidiga stegen bildar bas för de mer operativa insatserna. Planen utvärderas och revideras årligen.

# 1. Steg 1

## 1.1 Analys och kunskap (A)

### 1.1.1 Förslag

*Kommunen medverkar till fördjupad kunskap och analys av Södertäljes besöksnäring genom att stödja framtagandet av*

- a. *undersökningar och analyser om turismens betydelse för Södertälje, potentiella målgrupper och näringens utvecklingsmöjligheter.*
- b. *analysverktyg för att kunna beräkna och utvärdera olika evenemangs värde och effekter för Södertälje och därmed fungera som underlag för prioritering av evenemangsförfrågningar*

## Samverkan och strukturer (B)

### 1.1.2 Förslag:

*Kommunen stärker samverkan och strukturer inom kommunförvaltningen avseende evenemangshantering genom att skapa en intern evenemangsgrupp med representation från berörda kontor, med uppdrag att prioritera och handlägga evenemangsförfrågningar utifrån överrenskomna kriterier.*

*Kommunen stärker samverkan mellan kommunen och besöksnäringen i Södertälje genom att skapa förutsättningar för att*

- a. *ett lokalt utvecklingsarbete på utvalda starka besöksmål i kommunen initieras, där såväl privata aktörer som kommunens egna representanter, gemensamt kartlägger platsens befintliga tillgångar och möjliga utvecklingspotential.*
- b. *aktörer över hela kommunen, som verkar inom specifika teman, t ex inom båt- och badturism, naturturism hållbarhet och kultur samt idrott kan samverka för att utveckla utbudet inom ett givet tematiskt område*
- c. *en strategisk evenemangsgrupp "Evenemang Södertälje" skapas, med representation från kommunen och det privata näringslivets större aktörer med koppling till evenemang. Gruppens övergripande uppgift bör vara att skapa en långsiktig plan för hållbar evenemangsutveckling i Södertälje, inklusive tänkbara finansieringsmodeller.*

*Kommunen stärker samverkan **regionalt och nationellt** med aktörer som skapar ett attraktivt sammanhang för Södertälje t. ex*

- a. med aktörer i Stockholmsregionen, som är en naturlig samarbetsarena, inte minst mot internationella målgrupper*
- b. med aktörer i regionen såsom organisationen Utflyktsvägen/Gröna Kusten, Stockholm Archipelago (ett samarbete mellan sju skärgårdskommuner, SLL och Länsstyrelsen i Stockholm) samt med nationella aktörer inom natur- och kulturupplevelser*
- c. med aktörer i regionen runt Mälaren*
- d. Visit Sweden i de fall där Södertälje medverkar i marknadsföring internationellt*

## **2. Steg 2**

### **2.1 Koncept – och produktutveckling (C)**

#### 2.1.1 Förslag:

*Samverkansgrupperna (steg 1) får i uppdrag att arbeta fram en utvecklingsplan för respektive besöksmål. Följande målsättningar och moment bör vara del av utvecklingsarbetet:*

- a. Kartläggning av platsens huvudsakliga aktörer inom besöksnäringen (enl. Turistkronan: mat, aktiviteter, boende, livsmedel, transport, shopping)*
- b. Resursinventering av platsen resurser (natur, kultur, badmöjligheter, klippor, sandstränder, fiskevatten, vandrings- och cykelleder, teater, musik, konst, museum, service m m)*
- c. Kartläggning av tematiska koncept och produkter*
- d. Reseanledningar*
- e. Målgruppsanalys(t.ex barnfamiljer, gruppresor med buss, konferenser, specifika intressegrupper inom natur, kultur, idrott)*
- f. Platsens varumärke och kopplingar till Södertäljes varumärkesplattform*
- g. Analys av underlag*
- h. Identifiering av utvecklingsmöjligheter, både av platsen och av prioriterade teman*
- i. Skapande av en tidsatt utvecklingsplan*

*Några exempel på starka besöksmål med utvecklingspotential är:*

- a. Södertälje Stadskärna, genom Stadskärneutvecklingsprogrammet och kanalprojektet*
- b. Järna*
- c. Hölö/Mörkö inkl. Oaxen*
- d. Kuststräckan och inseglingen till Södertälje stad*

*Baserat på utvecklingspotentialen för olika besöksmål i kommunen, kan sedan aktörer som verkar inom specifika teman, t ex inom båt- och badturism, naturturism och kultur och idrott vidareutveckla utbudet inom ett givet tematiskt område.*

***Några exempel på tematisering med utvecklingspotential är:***

- a. Vandring, planering av fler vandringsleder pågår*
- b. Naturupplevelser i Södertäljes naturreservat*
- c. Cykling, utveckling av fler möjligheter att uppleva Södertälje kommun på cykel*
- d. Fiske, möjlighet till såväl kustfiske som i sjöar*
- e. Konst, teater, musik*
- f. Historia*
- g. Mat/livsmedel*

## **2.2 Tema bad – och båtliv (D)**

### **2.2.1 Förslag:**

*Tillsammans med berörda aktörer, initierar kommunen ett utvecklingsarbete specifikt fokuserat på:*

- a. Badturism, såväl längs kusterna som i sjöar. Ex Näsets Udde, Bränningstrand, Farstanäs, Bergabadet, MälARBadet och Nya Malmsjöbadet*
- b. Båtturism, med gästhamn i centrum och med många attraktiva tilläggsplatser i såväl Östersjön som i Mälaren*

## **2.3 Evenemangsutveckling (E)**

### **2.3.1 Förslag:**

*Tillsammans med berörda aktörer, initierar kommunen ett utvecklingsarbete specifikt fokuserat på evenemangsutveckling*

- a. Etablera en strategisk grupp med långsiktigt fokus på Södertälje som evenemangskommun, inkl. organisering och finansiering*
- b. Arbeta aktivt med marknadsföring av Södertälje som evenemangskommun till evenemangsarrangörer, för att attrahera fler evenemang inklusive införsäljning av hela Södertäljes erbjudande - platsen, faciliteter, boenden m.m.*
- c. Genom samverkan med berörda aktörer, ta tillvara redan befintliga evenemang, så att de får större genomslagskraft och når fler kommuninvånare och besökare*
- d. Skapa en gemensam evenemangskalender, för att sprida information om kommande evenemang och underlätta samverkan för att utnyttja dess fulla potential*

## 3. Steg 3

### 3.1 Information – och marknadsföring (F)

#### 3.1.1 Förslag

*Kommunen stödjer informations – och marknadsföringsinsatser genom att*

- a. fortsätta utveckla kommunens informationsplattform destinationsodertalje.se samt att utvärdera en tydligare närvaro i sociala medier*
- b. driva och förvalta en evenemangskalender som synliggör evenemang i Södertälje, för föreningar och näringsliv.*
- c. ta initiativ till gemensamma marknadsföringsinsatser tillsammans med privat näring och föreningsliv*

## 4. Steg 4

### 4.1 Utveckla unik reseanledning (G)

#### 4.1.1 Förslag

*Kommunen initierar ett strategiskt arbete för att utifrån varumärkesplattformen föreslå och konsekvensbeskriva en ny attraktiv besöksattraktion i Södertälje för att skapa en unik reseanledning.*