

INNEHÅLL

Inledning	3
Strategiarbete med bred uppslutning	4
Ett levande dokument	6
Vad betyder turismen för Åland?	6
Utvecklingsmöjligheter	7
Målbild	9
Övergripande mål	11
Mätbara mål	11
Landskapsstyrelsens satsningar på turismen	12
Planerade investeringar	14
Landskapsstyrelsens tillgångar med turistiska intressen.....	15
Åtgärder inom ramen för strategin	16
Målgrupp, segmentering och marknadsföring	18
Produktutveckling	19
Natur- & kulturarv	20
Hållbar utveckling	22
Viktiga frågor för turismens framtid.....	23
Förverkligande av strategin	29



Låt oss göra världens största näringsgren till en åländsk specialitet

Turismen brukar kallas världens största näringsgren. Den är av stor betydelse för sysselsättning och välstånd i hela världen, och så även på Åland. Men konkurrensen från omvärlden hårdnar. Turisterna kan välja mellan världens alla resmål. Varför ska de komma hit till Åland?

För att turismen ska bli en både lönsam och hållbar näringsgren som varken sliter onödigt på naturresurser eller tålamod kräver det att vi tar tag i rodret och styr utvecklingen. För det behöver vi en strategi och målsättning som vi kan enas runt.

Därför har landskapsstyrelsen initierat arbetet med att utveckla Ålands turismstrategi. Avsikten är att främja en för Åland både lönsam och skonsam turism, längre säsonger och en bättre regional balans. Vår förhoppning är att den nya strategin ska bidra till en blomstrande turismnäring med ett minimum av negativa bieffekter. Vi vill att människor i så stor utsträckning som möjligt ska komma till vårt vackra Åland för affärer, möten, kultur, idrott och upplevelser. Turisterna ska trivas hos oss och vi med dem.

Ritva Sarin Grufberg
Näringsansvarig landskapsstyrelseledamot

Strategiarbete med bred uppslutning

I mars 2002 tillsatte Ålands landskapsstyrelse en intern referensgrupp som tillsammans med branschens företrädare skulle utveckla en ny turismstrategi för Åland.

Arbetets upplägg presenterades den 15 maj 2002 vid ett välbesökt inspirationsseminarium. Alla intresserade erbjöds möjlighet att delta i strategiprocessen och närmare 50 personer valde att engagera sig i olika arbetsgrupper. Arbetsgrupperna fick på så sätt en bred sammansättning med företrädare för både loginäringen, rederierna, Ålands TuristFörbund, utbildningssektorn, företagssektorn, marknadsföringsbranschen, museiväsendet och landskapsstyrelsen.

Arbetsgruppernas direktiv var att med Ålands turism för ögonen arbeta fram förslag inom områdena målgrupp & segmentering, produktutveckling, natur & kulturarv och hållbar utveckling.

Arbetsgruppernas slutsatser ingick i en mellanrapport som i mitten av november 2002 sändes ut på remiss till turistföretagare, organisationer, föreningar och kommuner. Därpå följde flera remissrundor och revideringar. De remissvar som kom in visar att man i stor utsträckning är ense om analysen och bakgrundsarbetet. Det borgar för ett aktivt deltagande då strategin skall förverkligas.

Den nya turismstrategin godkändes den 22 maj 2003 av Ålands landskapsstyrelse och är ett verktyg för att långsiktigt utveckla turismen på Åland.

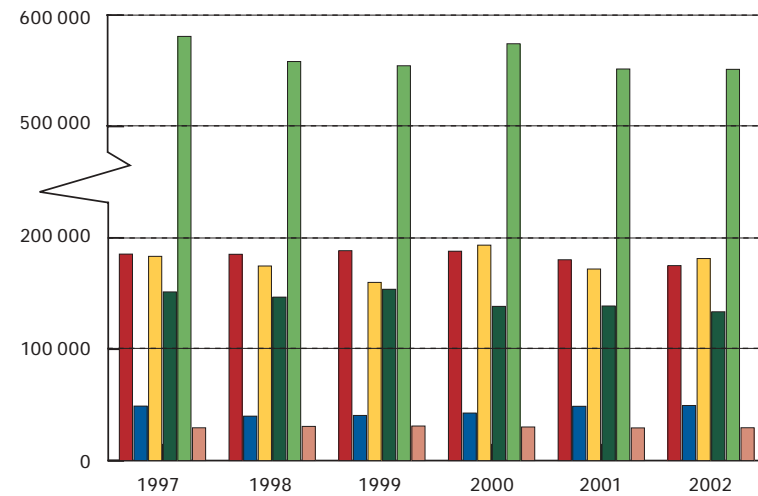


Ett levande dokument

Den nya strategin innehåller många åtgärdsförslag som förverkligade kommer att bidra till ökad lönsamhet i branschen. Åtgärderna som anges i strategin är konkreta, för att motverka att strategidokumentet endast blir en ”hyllvärmare”. Det framtagna strategidokumentet skall dessutom vara ett levande dokument som kontinuerligt följs upp. Uthållighet, delaktighet och ansvarstagande kommer att krävas för att åtgärderna skall kunna förverkligas.

Övernattningsstatistik
(antal gästnätter)

(antal båtnätter)



Vad betyder turismen för Åland?

Den åländska ekonomin är starkt präglad av turistnäringen som i sin tur domineras av passagerartrafiken till havs. Hela turistsektorns förädlingsvärde inklusive sjöfarten uppgick 1998* till cirka 40 procent av Ålands totala BNP. Den landbaserade turismen uppskattades samma år generera cirka 5 procent av BNP.

Under år 2002 övernattade 252 739 gäster i genomsnitt 2,13 nätter på Åland vilket gav 539 587 övernattningar. Till det kan läggas uppskattningsvis cirka 100 000 gästnätter i småbåtshamnarna beräknat på antalet betalda hamnavgifter. Genom turismen har Åland en betydande tjänsteexport i den meningen att varje gäst för in pengar till Åland vid betalning av varor och tjänster.

Den landbaserade turismen är viktig för att bredda det åländska näringslivet. Trots att verksamheterna ofta utgör bisyssla för extrainkomster, till exempel enklare stuguthyrning, sysselsätter den landbaserade turistsektorn cirka 11 procent av den åländska arbetskraften. Här finns stora utvecklingsmöjligheter.

* Undersökningen ”Turismens samhällsekonomiska effekter på Åland”, ÅSUB 1998:7

Utvecklingsmöjligheter

Turismen är en bransch på frammarsch, inte minst i närområdet. Det innebär att Åland som turistmål är utsatt för stark konkurrens. Vi har våra styrkor, t ex vår unika natur och kultur, men också svagheter jämfört med konkurrenterna.

Service och öppettider

Öppettiderna och den korta säsongen har kritiserats hårt. Det gäller både affärer och serviceinrättningar. Längre öppettider flera dagar om året är önskvärt och gör det möjligt att förlänga säsongen. Ingen vill besöka en ort där man möts av stängda dörrar.

Kvalitetshöjning

Standarden på de åländska anläggningarna kritiserats på många håll. Förslag till åtgärder är kvalitetsledningssystem, klassificering och märkning. Ett kvalitetsmärkningssystem gör det möjligt för turisterna att på distans avgöra vilken typ av logi han eller hon köper.

Lönsamhet i branschen

Det tycks på många håll saknas framtidstro och vilja att satsa fullt ut på turismverksamheten. Många företag tycks också ha svårt att genomföra generationsskiftet. Detta bottnar ofta i lönsamhetsproblem. Här behövs åtgärder för att förbättra förutsättningarna.

Arbete i nätverk

Turismföretagen borde arbeta mer i nätverk. Samarbete gör det möjligt för turistföretagarna att skapa intressantare paketeringar, dela på marknadsföringskostnader och utnyttja den gemensamma kapaciteten maximalt.

Lokaltrafik och skärgårdsfärjor

I dag görs för lite för att stimulera turisterna att resa runt på Åland. Genom att göra det enklare att resa med buss och skärgårdsfärjor sprids turismens effekter till landsbygden och skärgården.

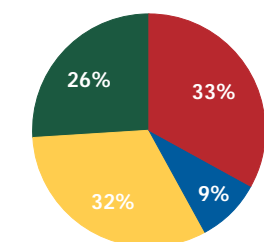
Statistiskt underlag

Statistiken över den åländska turismen är inte tillräcklig. Ett bra statistiskt underlag krävs för att företag och myndigheter ska kunna fatta riktiga beslut.

➤ På Åland finns 63 stugbyar med fler än 4 stugor, 18 hotell, 23 gästhem och pensionat, 16 campingplatser och 20 småbåtshamnar.

Statistik, år 2002

Övernattningar 2001
fördelat enligt logityp





Målbild

12 september 2013

Efter en angenäm båtresa stiger familjen iland på Åland. En skymt av den oändliga skärgården såg de redan från båtdäck men nu börjar äventyret. Det pirrar lite i magen. Så snart de kommit på fast mark känner de sig lugnade av den gästvänliga atmosfären. Några ålänningar nickar leende mot dem.

Precis vid landgången stannar de till vid informationskiosken. Där finns broschyrer och informationstavlor om allt möjligt som man kan göra under veckan. Hur ska de hinna med allt? Upplevelseexpo i Kastelholm, sjörövarutflykt med riktigt segelfartyg, besök på det världsberömda sjöfartsmuseet och Pomern, båtluffning i skärgården, fiskeutflykter och mängder med andra äventyr väntar.

De sätter sig ner vid det intilliggande kaféet och bestämmer sig för att prova den inhemska specialiteten Ålandspannkaka. Medan de bläddrar i broschyrerna noterar de att pannkakan smakar himmelskt men så är den också gjord efter gammalt recept.

– Hm va gott, skulle vi kunna få receptet, frågar kvinnan servitrisen. Det här skulle vara kul att laga hemma.

– Javisst, receptet står redan tryckt på notan. Hoppas ni kommer att trivas på Åland.

– Det gör vi säkert. Det kunde inte ha börjat bättre. Phu, det är varmt för att vara i september.

– Ni kanske ska börja med att åka ut i den åländska skärgården några dagar. Där är det svalare. Havet fläktar. Det finns pensionat, bed & breakfast och stugor, både tre- och fyrstjärniga, på alla de större öarna. Dessutom åker ni gratis med bussar och färjor bara ni köper Ålandspasset.

– Det låter som en utmärkt idé. Vilken tur att vi lämnade bilen hemma. Vi kanske kan hyra båt när vi kommit ut på någon vacker ö. Vad säger ni om det barn?

Sedan de betalat och tackat för de goda råden går familjen till bokningsterminalen vid informationskiosken och så kan äventyren börja.



Övergripande mål

Landskapsstyrelsens övergripande mål för turismen på Åland är att Åland skall ha hög attraktionskraft, turismnäringen skall vara långsiktigt hållbar samt verka över hela Åland.

Attraktionskraften, summan av beståndsdelarna

Attraktionskraften hos en destination är summan av alla dess beståndsdelar; innefattande utbudet, kvaliteten, naturen, service, öppettider och den allmänna bilden av samhället. En destination med hög attraktionskraft säljer sig själv.

Hållbar turism, en förutsättning

I begreppet hållbar turism ingår ett ansvarstagande för naturen, kulturen och den sociala miljön. Här ingår också lönsamhet för företag som satsar långsiktigt. Prissättning, paketering och säsongsförlängande initiativ är viktiga faktorer för att skapa förutsättningar för lönsamhet utan att destinationen överexploateras.

Regional spridning, angelägenhet för hela Åland

Genom att bland annat verka för bättre kommunikationer och lokala arrangemang, skapas förutsättningar för att turismens positiva effekter sprids geografiskt över hela Åland.

Mätbara mål

För att Åland skall ha framgång inom turismen krävs en fortlöpande utveckling av näringen och landskapsstyrelsen ställer därför upp följande kvantitativa mål:

- Den landbaserade turistsektorns förädlingsvärde uppgår till 63 miljoner euro år 2010. Det innebär en ökning med i genomsnitt 5 procent per år (35 miljoner euro år 1998*).
- Turisterna stannar i genomsnitt tre nätter på Åland år 2010 (2,1 nätter år 2002).
- Övernattningarna fördelas jämnare över året och högsäsongen är längre.

Längre vistelsetid per gäst ger stor effekt på antalet gästnätter. Exempelvis övernattade varje gäst i genomsnitt 2,13 nätter på Åland år 2002 vilket gav 539 587 övernattningar. Om gästerna istället stannade 3 nätter skulle det totala antalet övernattningar öka med 40 procent till 758 217 gästnätter.

Målsättningarna kan verka högt ställda med tanke på osäkerheten för den åländska ekonomin som helhet, konkurrensen från Estland och sjöfartens förutsättningar. Strategin i sin helhet bör dock tillsammans med planerade investeringar leda till att den landbaserade turismens förädlingsvärde växer i högre takt än ekonomin i övrigt.

Turism är människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än för ett år för fritid, affärer eller andra syften.

World Tourism Organisation

Landskapsstyrelsens övergripande mål för turismen på Åland är att Åland skall ha hög attraktionskraft, turismnäringen skall vara långsiktigt hållbar samt verka över hela Åland.

* Undersökningen "Turismens samhällsekonomiska effekter på Åland", ÅSUB 1998:7

Landskapsstyrelsens satsningar på turismen

Ålands landskapsstyrelse gör årligen satsningar på turismnäringen. Bland annat beviljas medel till Ålands TuristFörbund för att organisationen skall marknadsföra destinationen Åland och även bedriva turistinformation. Ålands landskapsstyrelse ansvarar också för att det går att utbilda sig, på Åland, inom turism på gymnasialstadie- och högskolenivå. Satsningar på kulturell verksamhet och på att trafik- och transportnät fungerar är exempel på sådant som har betydelse för såväl lokalbefolkning som turister.





Planerade investeringar

Ålands landskapsstyrelse har även gjort flera större investeringar av engångskaraktär som avser ge turistiska effekter. Sådana investeringar är exempelvis byggande av olika idrottsanläggningar och museum. Under de närmaste åren kommer landskapsstyrelsen bidra till att följande investeringar kan genomföras:

- **Kultur- och kongresshus i Mariehamn (KK-huset)**

KK- huset kan tidigast stå färdigt i slutet av 2006. Totalkostnaden beräknas till ca 12,6- 16,8 miljoner euro.

- **Golfbana i Finström**

Landskapsstyrelsen kommer att ta fram en detaljplan och projekteringsunderlag inför anläggandet av en golfbana i Finström. Landskapsstyrelsen kan dessutom, om behov finns, bistå med motsvarande finansieringsstöd som givits till andra golfbanor.

- **Idrotts- och motionscentrum i Godby**

Idrotts- och motionscentret planeras bestå av idrottshall (befintlig), simhall, ishall och skidtunnel. Landskapsstyrelsen har beslutat att för anläggandet av simhallen kan beviljas ett bidrag om 80 procent av en högsta godtagbar kostnad om 4 205 000 euro, det vill säga högst 3 360 000 euro.

- **Ålands Sjöfartsmuseum i Mariehamn**

Arkitekttävlingen för en utbyggnad av Ålands sjöfartsmuseum resulterade i cirka 215 bidrag från olika länder. I maj 2003 utsågs det vinnande förslaget och detaljplaneringen kan vidta. Ett förverkligande av utbyggnaden är aktuellt först efter att Kultur- och kongresshuset färdigställts.

Landskapsstyrelsens tillgångar med turistiska intressen

Ålands landskapsstyrelse äger och förvaltar flera fastigheter som är eller kan bli turistiska attraktioner. Enbart museibråan ansvarar för ca 150 byggnader i landskapet, därtill finns det 22 landskapsägda fastigheter med fornminnesområden och 30 fornminnesområden som landskapet har åtagit sig att vårda. De landskapsägda museernas samlingar inkluderar arkeologiska fynd, konstverk och etnologiska föremål. Inom landskapets vatten finns dessutom ett antal intressanta vrak. De samhällsägda naturreservaten omfattar 1 158 hektar land och 7 935 hektar vatten.

Landskapsstyrelsen inleder en diskussion om vilka egendomar som kan bli tillgängliga för besökare. Vidare kan man även undersöka om det finns andra landskapsägda tillgångar som kunde användas även av turismnäringen så som skolor, sjukhus osv.



Åtgärder inom ramen för strategin

Strategin är indelad i fem prioriterade målområden för vilka konkreta åtgärdsförslag har utvecklats. De fem områdena är målgrupp, segmentering och marknadsföring, produktutveckling, natur och kulturarv, hållbar utveckling och viktiga frågor för turismens framtid. Varje åtgärd beskrivs i korthet och en ansvarig instans nämns. Att vara ansvarig betyder i första hand att man ansvarar för att arbete med åtgärden inleds. Det operativa arbetet kan sedan ligga på någon annan.





1. Målgrupp, segmentering och marknadsföring

Åtgärd: Målgrupper och marknader

Landskapsstyrelsens bedömning är att barnfamiljer, seniorer, golfare, sportfiskare, idrottsgrupper samt mötes- och affärsresenärer tillsvi-dare är våra viktigaste målgrupper. Grannländerna, och i synnerhet närområdena, bedöms vara våra viktigaste marknader. För att nå ut till övriga geografiska marknader krävs selektiv marknadsföring och nischprodukter. Det är dock branschen som skall ta fram målgrup-perna och segmentera marknaderna.

Ansvarig: Ålands TuristFörbund, i samarbete med de kommersiella aktö-rerna

Åtgärd: Beslutsunderlag, statistik och analyser

Forskning och datainsamling om Ålands besöksgrupper samt analys av trender och marknader i våra närområden behövs kontinuerligt. Vi behöver säkerställa att vi ökar vår kunskap om vår omvärld, marknad och våra konkurrenter. Statistikuppgifterna om den åländska turis-men upplevs inte som tillräckliga.

Landskapsstyrelsen och Ålands TuristFörbund upphandlar tillsam-mans en undersökning om turismens ekonomiska betydelse av ÅSUB. Undersökningen utförs under 2003. Den ger även svar på hur mycket olika besöksgrupper betyder för den åländska ekonomin, hur mycket de konsumerar på Åland samt under resan till och från Åland. Sam-tidigt ses statistikfrågorna över. Om de befintliga statistiska uppgif-terna är tillräckligt omfattande, behöver man se över hur de samman-ställs och presenteras. Statistiken ska i framtiden kunna ge svar på om strategin har framgång.

Ansvarig: Ålands landskapsstyrelse (näringsavdelningen) och ÅSUB

Åtgärd: Profilering av Åland

En tydligare profil och en varumärkesstrategi för Åland utarbetas av Ålands TuristFörbund under 2003. Marknadsföringsorganisationen Ålands TuristFörbund fokuserar på profilering och att skapa köpin-tresse. Alla trycksaker som informerar om eller säljer Åland bör för-ses med en enhetlig logotype så att mottagaren/köparen lär sig känna igen Åland. Även Ålands landskapsstyrelse behöver ta ställning till sin egen grafiska profil och i vilka sammanhang man skall använda den turistiska profilen/logotypen.

Ansvarig: Ålands TuristFörbund

Åtgärd: Kunskapen om Åland

Med ökad kunskap väcks ett intresse för att besöka Åland. Därför utarbetas informationsmaterial som kan användas av de kommersi-ella aktörerna med syfte att höja den allmänna kunskapen om Åland, självstyrelsen och dess symboler.

Ansvarig: Ålands landskapsstyrelse

2. Produktutveckling

I arbetet med att utveckla produkter skall man i första hand prioritera helheter där aktiviteter och attraktioner stärker varandra. Det för-utsätter samarbete mellan företag och andra med kunden i centrum. Utveckling av befintliga produkter samt nätverksbyggande och pake-tering förespråkas.

Åtgärd: Produktutvecklingsnätverk

Mötesplatser för samarbete inom turistbranschen t.ex. mellan säljare/förmedlare och företag/producenter har efterlysts. Inom dessa nät-verk kan efterfrågade produkter tas fram eller utvecklas och befint-liga produkter kan börja säljas via etablerade kanaler.

Ansvarig: Ålands TuristFörbund

Åtgärd: Paketering

Stimulera branschen genom kurser och rådgivning att arbeta med paketering runt gästen. Ett nätverk av företagare kan tillsammans erbjuda gästen kompletta paket där logi, mat, öppettider, rekreation och transporter fungerar väl tillsammans.

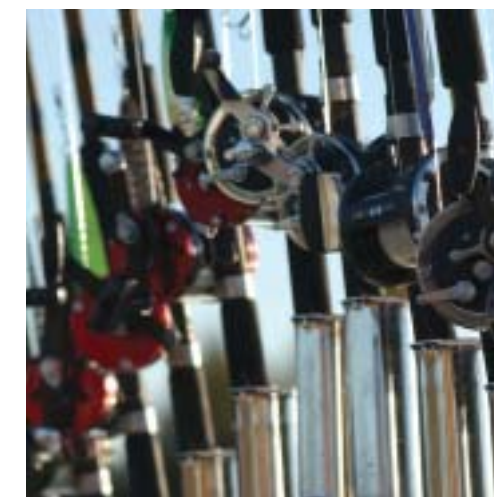
Projektägare: Ålands TuristFörbund

Resurs: Högskolan på Åland; hotell- och restaurangprogrammet

Åtgärd: Evenemangsråd

Ett evenemangsråd ska tillsättas. Rådets uppgifter är att rekomen-dera stöd till arrangörer samt till viss del samordna och tidsplanera evenemang. Evenemangsrådet kan även användas som remissinstans och ge sitt utlåtande om huruvida evenemangen överensstämmer med Ålandsprofilen.

Ansvarig: Näringsavdelningen





Åtgärd: Evenemang med regional spridning

Genom att utveckla ett profilbärande evenemang per kommun, stärks kommunernas attraktionskraft. Vikingamarknaden i Saltvik, Geta Poesi och visa i Geta, Lövökongressen i Vårdö, Lappofesten i Brändö, Visor så in i Norden i Kumlinge och Franciskanerdagarna på Kökar finns redan. Andra evenemang som med fördel kan arrangeras utanför Mariehamn är seglarregatta, dansgala, idrottsevenemang och fisketävlingar.

Ansvarig: kommunerna, föreningar, Företagsam skärgård, projektgrupper

3. Natur- och kulturarv

Åtgärd 1: Prioriterade sevärdheter

Arbetsgruppen har valt ut 40 platser eller miljöer som anses lämpliga att utveckla vidare för turistiska satsningar. En utgångspunkt har varit geografisk spridning och tillgänglighet. En förstudie behövs i vilken man utreder vidare vilka sevärdheter som skall prioriteras samt vilka insatser och resurser som krävs. Förstudien skall sedan resultera i en projektplan.

Ansvarig: Turistsekreteraren med museibyran och miljöbyran

Åtgärd 2: Utveckling av prioriterade sevärdheter

De sevärdheter som skall prioriteras behöver bl.a. utvecklas med enhetlig skyltning, iordningsställande av till exempel p-platser, toaletter och sophantering samt informationsmaterial. I utvecklingen bör även tillgänglighetsaspekterna tas i beaktande. Enhetlig utformning bidrar till kvalitetsupplevelsen. Möjligheterna att över Internet boka guidade turer och inträdesbiljetter till sevärdheterna skall utredas. I synnerhet bör förmedlare ges tillgång till ett sådant bokningsförfarande. Natur- och kulturturistiska informationssatsningar föreslås i första hand ske längs vältrafikerade vägar och farleder.

Ansvarig: Turistsekreteraren med turismgruppen inom förvaltningen

Åtgärd 3: Paketering av sevärdheter

Turistiska leder och sevärdheter sammanbinds med information, gärna utgående från olika teman. En satsning på såväl land- som sjöleder (bil, buss, cykel, båt) kan sammanbinda områden med varandra. Landvägarna kan bidra till att förstärka turism inom vissa områden på fasta Åland. En satsning på särskilda sjöleder kan bidra till att förstärka turismen i skärgården och profilera dessa områden i landskapet.

Ansvarig: Ålands TuristFörbund och näringen

Resurser: Turistsekreteraren, museibyran och miljöbyran

EXEMPEL PÅ UTVECKLINGSBARA HELHETER

Utveckling av befintliga produkter förespråkas. Nedan nämns några exempel på utvecklingsbara helheter och förslag på projektägare. I många fall kommer det an på näringen att utveckla produkterna.

Exempel Kastelholmsområdet

Kastelholmsområdet med slottet, Jan Karlsgården, golfbana, gästhamn, stugby, arboretum, vandringsled, snigelsafari, Fastersby gård, Ribacka, Kungsgården och olika aktiviteter bedöms som ett mycket utvecklingsbart område.

Projektägare: Sunds kommun och museibyran

Exempel Sjökvarteret

Sjökvarteret har etablerat sig som ett område som på ett bra sätt blandar fartygsbyggartraditioner, musik, kultur och aktiviteter eller evenemang med betoning på sjöfart. För att utveckla området, och för att göra åländska produkter mer lättillgängliga, byggs en saluhall för åländska specialiteter.

Projektägare: stiftelsen för Sjökvarteret och Ålands Producentförbund eller föreningen Skärgårdssmak

Exempel Eckerö-området

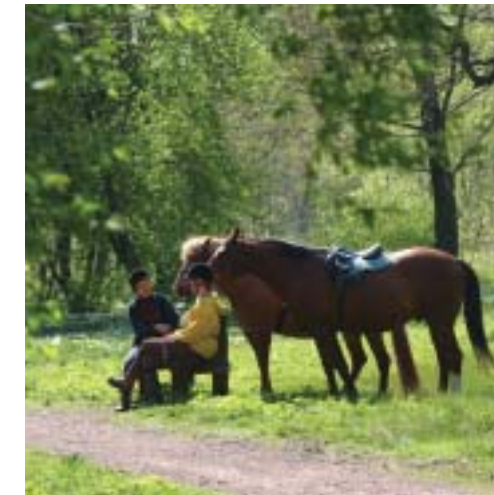
Området kring Ålands jakt- och fiskemuseum med småbåtshamn, restaurang, logi, butik och viltsafari har redan idag många besökare. Eckerö har dessutom Eckeröhallen, golfbana och det imponerande Post- och tullhuset samt marknaden som arrangeras varje vecka under högsäsong.

Projektägare: stiftelsen för Ålands Jakt och Fiskemuseum/ Eckerö kommun

Exempel Skördefesten

Skördemarknaden började arrangeras av Ålands Landsbygdscentrum som en lokal marknad för att sälja åländska produkter. Den visade sig vara intressant även för turister och utvecklas 2003 genom att företagare håller ”jouröppet” ute på landsbygden under en höstkväll. Upplägget är ett bra exempel på hur man inom ett nätverk kan göra gemensamma satsningar.

Projektägare: Ålands Landsbygdscentrum





Åtgärd 4: Landskapsrum

Landskapsrum, dvs. utrymmen med information om naturen och kulturen i området och med service för besökare, iordningsställs längs de trafikleder (bil, buss, cykel och båt) som turisterna färdas utmed. Landskapsrummens verksamhet skall stöda de sevärdheter som prioriterats. Grundidén är att inreda landskapsrum i redan befintliga byggnader, och i särskilt känsliga miljöer är en sådan lösning att föredra.

Landskapsrummen föreslås bilda ett nätverk. De hålls samman genom ett gemensamt grafiskt program, webbplats på nätet, kursverksamhet, besöksstatistik, marknadsföring, öppettider som är kundpassade, kurser för kompetensutveckling och kvalitetssäkring.

Följande platser har hittills ansetts som lämpliga för landskapsrum: Ålands Jakt- och Fiskemuseum (Eckerö), Ålands museum med Ålands konstmuseum (Mariehamn), Degerby (Föglö), Karlby (Kökar), Skärgårdsmuseet (Brändö), Hermas (Enklinge), Rödhamn (Lemland), Bomarsund/Prästö och Kastelholm (Sund).

Ansvarig: Turistsekreteraren samt museibyran

4. Hållbar utveckling

Åtgärd: Miljöledningssystem

Ett miljöledningssystem för åländska turistföretag utformas, förslagsvis enligt ett vedertaget system. En analys av företagets intresse och val av tyngdpunkt görs inledningsvis. I ett ledningssystem ingår information, utbildning och uppföljning.

Parallellt analyseras nuläget för att kartlägga vilka föroreningskällor som finns inom turismen. Föroreningskällorna rangordnas enligt storleken på utsläpp. Därefter beräknas kostnaderna för att rena respektive utsläpp. Utgående från nulägesanalysen kan man göra de investeringar i miljöförbättrande åtgärder som ger bästa avkastning på satsat kapital.

Man skall också sträva till att så små miljöproblem som möjligt uppstår. En organisation för utbildning, rådgivning och handledning behöver skapas/utses bland befintliga aktörer.

Ansvarig: Turistsekreteraren

Resurs: Miljöbyran, ATF, Agenda 21, Ålands Natur och Miljö, Ålands teknologiceentrum

Åtgärd: Information om miljölagstiftning och bestämmelser

Lagstiftningen om avloppsvattenbehandling kommer att skärpas. Informationen till turistföretagarna måste göras på ett tydligt sätt och gärna även åtföljas av rådgivning. Lagstiftning kan senare även komma att reglera andra hot mot miljön.

Ansvarig: Miljöbyran

Resurs: Turistsekreteraren

Åtgärd: Information om allemansrätten

En tydligare skriftlig formulering av den åländska allemansrätten behövs, eftersom turisterna inte vet hur vår allemansrätt skiljer sig från den svenska och finska. Miljöbyran tar fram en text som kan användas i turistbroschyrerna. Informationsmaterial om den åländska allemansrätten behöver också finnas för lokalbefolkningens behov, särskilda broschyrer kan göras för det ändamålet.

Ansvarig: Miljöbyran

Åtgärd: B7-samarbete

För Åland har vattenkvaliteten avgörande betydelse, både för att locka turister till vår övärld och för att ge befolkningen god livskvalitet. Ålands Landskapsstyrelse kommer att föreslå ett B7-samarbete kring "Vattenkvalitetens betydelse för turismen på de sju östersjö-öarna". Samarbetet syftar till att nå en övergripande samsyn i frågan, och utifrån den skall konkreta projekt drivas för att minska nedsmutsningen av Östersjön.

Ansvarig: Näringsavdelningen

Resurser: Miljöbyran, Vattenskyddsföreningen, Mariehamns stads miljöchef

5. Viktiga frågor för turismens framtid

Åtgärd: Kompetensutveckling

Behovet av fort- och vidareutbildning i turismbranschen skall utredas. Utifrån kartlagda behov skapas kurser. Kurserna erbjuds sedan till turistföretagen.

Ett annat sätt att utveckla kompetensen är genom praktisk forskning. De studerande på högskoleprogrammet kan på uppdrag av företagen utföra kundundersökningar, göra upp marknadsplaner, arbeta med ekonomistyrning och så vidare.

Ansvarig: Högskolan på Åland; programmet för hotell- och restaurangservice





Åtgärd: Kompetensnätverk

Fyra arbetsgrupper skapas kring högskolans lärare inom turism, hotellkunskap, restaurang och företagande. Varje arbetsgrupp består av ett antal företag som av lärarna får det stöd och den kunskap de behöver. Inom gruppen utbyts erfarenheter. Om behov finns kan även de andra skolorna/programmen inom högskolan engageras.

Ansvarig: Högskolan på Åland; programmet för hotell- och restaurangservice

Åtgärd: Åland = god service

Förslagsvis erbjuds utbildning i service inom ramen för alla yrkesutbildningar i landskapets skolor, antingen som separata kurser eller som läroämne. Kundbemötande är viktig kunskap för alla – även för dem som inte kommer att arbeta inom turismen. Inom begreppet service kan även frågor om öppettider, tillgänglighet, utbud o.d. diskuteras.

Ansvarig: Utbildnings- och kulturavdelningen i samarbete med programmet för hotell- och restaurangservice

Åtgärd: Kvalitetshöjning

För att företagarna skall lära sig att arbeta systematiskt med kvalitetshöjande åtgärder introduceras ett kvalitetsledningssystem. Först görs en nulägesanalys av företagets intresse och val av tyngdpunkt. Det kan bli aktuellt att utgå från något befintligt kvalitetssäkringssystem. I ett ledningssystem ingår information, utbildning och uppföljning. En organisation för utbildning, rådgivning och handledning behöver skapas/uteses bland befintliga aktörer.

Ansvarig: Turistsekreteraren, ATF

Resurs: Högskolan på Åland; programmet för hotell- och restaurangservice

Åtgärd: Klassificering och märkning

Det finns ett behov av klassificering och märkning av anläggningar och företag i branschen. Utformandet av ett klassificeringssystem för åländska hotell, gästhem, pensionat, vandrarhem samt bed & breakfast skall initieras. Möjligheterna att koppla eventuell miljömärkning och tillgänglighetsmärkning till samma klassificeringssystem behöver utredas. Ett ställningstagande behövs om huruvida Åland skall ha särskild märkning för miljövänliga och tillgängliga företag.

Inom logibranschen har stugornas klassificeringsnormer nyligen setts över och uppdatering kommer att göras kontinuerligt. Campinganläggningarna har även de en relativt ny klassificering som uppdateras. Inom restaurangbranschen är det Skärgårdssmaks märke som visar på god kvalitet – likaså används Skärgårdssmak för hantverk, livsmedel och råvaror.

Ansvarig: Ålands TuristFörbund och näringen

Åtgärd: Auktorisering av guider

En utredning av guideverksamheten på Åland görs under 2003. Guider kan inte ersättas av enbart skriftlig information. De är viktiga för helheten och väcker aptit för upplevelsen. Idag utförs auktoriseringen av Finlands guideförbund, på uppdrag av Ålands guideklubb. Utredningen skall ge överskådliga svar på hur guideverksamheten fungerar idag samt närmare granska hur auktoriseringen går till. Utredningen skall också svara på vad det skulle innebära om landskapsstyrelsen var uppdragsgivare för auktoriseringen, eller enbart en part i auktoriseringen.

Guideförmedlingarna behöver eventuellt också vara auktoriserade. Särskilda utbildningsprogram och auktoriseringar kan behövas för fiske-, jakt- och dykguider.

Ansvarig: Turistsekreteraren

Åtgärd: Turism för alla

Arbetet ”Turism för alla” inom Nordiska Ministerrådet har aktualiserat behovet av information om vilka anläggningar m.m. som är tillgängliga för personer med funktionsnedsättning. Turism med lika möjligheter för alla innebär nya besöksgrupper och ökade intäkter.

Inledningsvis görs en kartläggning av vilka anläggningar och platser som är tillgängliga för alla. Därefter kan arbetet med att klassificera/märka dessa påbörjas. I arbetet med att tillgängliggöra Åland i den här bemärkelsen är rådgivning och utbildning ytterst viktigt.

Ansvarig: Turistsekreteraren, Ålands handikappförbund

Resurs: ATF, Högskolan på Åland; programmet för hotell- och restaurangservice

Åtgärd: Öppet på Åland

I bakgrundsanalysen har öppettiderna kritiserats hårt. Det gäller både turistföretagens, butikernas och övriga serviceinrättnings öppettider under dagarna samt under året.

För att stimulera till längre öppettider inleds en kampanj där goda exempel från andra orter lyfts fram på föreläsningar och i artiklar. Vikten av bra öppettider skall betonas i olika sammanhang.

Ansvarig: Ålands Köpmannaförening och ATF

Åtgärd: Turistinformationskontor

Ansvar för säsongsbaserade turistinformationskontor övertas av ATF och främjas fortsättningsvis av landskapsstyrelsen. ATF får i samråd med kommunerna/branschen avgöra på vilka strategiska platser informationskontor behövs. Kommunerna bör finansiera minst 50 procent av kontorens kostnader.

Ansvarig: Ålands TuristFörbund och Näringsavdelningen

Det finns över 70 auktoriserade Ålandsguider och tillsammans kan de guida på 12 olika språk
Ålands Guideklubb

Undersökningar visar att personer med funktionshinder, tillsammans med resällskap, utgör en stor potentiell marknad för turist- och reseindustrin. Ungefär 10 % av EU:s totala befolkning (37 miljoner människor), har något funktionshinder.

Jaquelin Westcott, EU kommissionens turismenhet



Åtgärd: Lokaltrafiken

Lokaltrafiken, det vill säga busstrafiken och skärgårdsfärjorna, är viktig för turismens utveckling. En väl fungerande lokaltrafik är ett viktigt steg mot en hållbar utveckling.

För att tydliggöra tillgången till lokaltrafiken utreds möjligheterna att införa ett "turist-pass". Passet skulle fungera som en biljett som är giltig flera dagar, och som berättigar innehavaren till fritt antal resor med skärgårdsfärjorna och bussarna. För "turist-passet" uppbärs en avgift som förslagsvis skall gå till miljöanpassning av färdmedlen.

Skärgårdsfärjorna utgör ett attraktivt alternativ till de stora passagerarfartygen - i synnerhet för turister från finska fastlandet som har för avsikt att enbart vistas i den åländska skärgården. Att turlistorna fastställs så sent att man inte kan informera om dem i god tid är till stor nackdel för turismen i skärgården. Turlistorna skall från och med 2003 vara klara senast i mitten av december.

Ansvarig: Skärgårdsnämnden, trafikavdelningen och Ålandstrafiken

Åtgärd: Lagändring gällande fiske från land

Åland är det enda "land" i Norden som har ett generellt förbud mot fiske från land under tiden 15.4–15.6. Som orsak anges att fåglarnas häckning inte skall störas. I andra länder har man istället valt att enbart ha särskilda fågelskyddsområden. Idag fiskas öring från land under perioden december–mars och Åland har ett gott rykte som gör att det skulle vara lätt att förlänga säsongen, i synnerhet under den period då öringsfiske i allmänhet är bäst, april–maj.

Möjligheten att göra en lagändring gällande fiske från land utreds. Om man tillåter fiske från land även under perioden 15.4–15.6 endast längs fasta Ålands stränder så bevaras skyddet av fåglar som häckar på holmar.

Ansvarig: Näringsavdelningen, fiskeribyran

Åtgärd: Attitydförändring

Ökad kunskap bland lokalbefolkningen och beslutsfattarna om turismens betydelse är avgörande för att strategin skall få genomslagskraft! Därför inleds en kampanj för att ålänningarna skall få ökad insikt, kunskap och engagemang för destinationens/resmålets utveckling.

Ansvarig: Turistsekreteraren





Förverkligande av strategin

Turismstrategin är ett verktyg för att långsiktigt utveckla näringen och turismen som fenomen på Åland. Landskapsstyrelsen, näringen och Ålands TuristFörbund delar ansvaret för att förverkliga strategin. I vissa fall kan ansvaret ligga på andra parter så som kommuner, organisationer och föreningar. Delaktighet och ansvarstagande är viktigt för att åtgärderna skall kunna förverkligas.



ROLLFÖRDELNING

De kommersiella turistföretagen

- produktion och försäljning av turisttjänster
- produktutveckling
- tillhandahåller statistikunderlag
- bör ge feedback till Ålands TuristFörbund och till Landskapsstyrelsen

Branschorganisationen Ålands TuristFörbund

- marknadsför destinationen Åland
- profilering av Åland
- sporrar företagarna till produktutveckling
- sköter turistinformationskontor
- bearbetar och analyserar statistik

Myndigheten Ålands landskapsstyrelse:

- förvaltar/äger natur- och kulturresurser som är en viktig ingrediens i Ålandsbilden
- ansvarar för utbildningsinsatser
- uppdragsgivare för statistikproduktionen
- myndighetssamarbete/internationellt samarbete
- beviljar stöd till Ålands TuristFörbund, enskilda företag och föreningar
- gör insatser och investeringar med turistiska effekter
- initierar lagstiftning, regelverk etc. (även ändringar i befintliga)
- ser till att infrastrukturen fungerar, vilket bidrar till destinationens attraktionskraft

Näringsavdelningens roll i implementeringen av strategin blir bland annat att driva arbetet i samordningsgruppen samt i den interna turismgruppen. Näringsavdelningen kommer också att koordinera vissa projekt och aktiviteter av löpande karaktär samt att bevaka turismen på nordiskt och europeiskt plan genom att delta i samarbetsgrupper på myndighetsnivå.

Näringsavdelningen handlägger även myndighetsärenden i form av lån och bidrag till branschen samt ansvarar via ÅSUB för turiststatistiken i landskapet.

En **samordningsgrupp** tillsätts för att följa upp strategiarbetet på en övergripande nivå och har möjlighet att lägga fram nya åtgärdsförslag vid behov. På så vis hålls strategidokumentet levande. Gruppen skall bestå av representanter från näringen och medlemsorganisationer.

En **turismgrupp inom landskapets förvaltning**, med representanter från alla avdelningar, tillsätts med uppgift att lyfta och koordinera ärenden som berör turismen för att nå samsyn.

Ålands TuristFörbund (ÅTF) fokuserar sitt arbete på försäljning, profilering och marknadsföring av turistdestinationen Åland, i kombination med produktutveckling och koordination av branschen. ÅTF utgör också branschens representant i olika frågor gentemot myndigheter och andra samarbetspartners. ÅTF ansvarar för marknadsföringen av de byggnader, platser och miljöer som landskapsstyrelsen äger eller förvaltar och som är turistiskt intressanta.

För att ÅTF skall kunna arbeta mer långsiktigt och med bättre framförhållning föreslår näringsavdelningen att budgetbeskedet ges för treårsperioder.

Ålands Handelskammare och projektet **Företagsam Skärgård** är viktiga resurser då det gäller rådgivning till företag.

Mer information om turismstrategin och de aktuella projekten får du på www.ls.aland.fi/naring

Turismnäringen berör många olika samhällssektorer, vilket ställer extra stora krav på samordning och samverkan för att resultat skall uppnås

