

## Åland – en hållbar och attraktiv besöksdestination

**Landskapsregeringen har beslutat ingå avtal med Visit Åland r.f. om marknadsföring av resmålet Åland, destinationsutveckling och turistinformation för tiden fram till 31.12.2021. För år 2019 beviljas 1.340.000 euro.**

Visit Åland r.f. har en central roll att verka för och synliggöra Åland som en hållbar och attraktiv besöksdestination. Arbetet tar avstamp i Turismstrategin och Utvecklings- och hållbarhetsagendan för Åland. Uppdraget att marknadsföra destinationen stöder utvecklingsmål 5 *Attraktionskraft för boende, besökare och företag* och destinationsutvecklingen stöder utvecklingsmål 7 *Hållbara och medvetna konsumtions- och produktionsmönster*.

De turismrelaterade målen är att öka antalet anlända övernattande gäster till Åland, öka den landbaserade turismens förädlingsvärde, att företagen arbetar mer hållbart och rapporterar detta eller certifierar verksamheten.

Destinationsmarknadsföring, utveckling av destinationen Åland och turistinformation är de centrala delarna i verksamheten. Genom att söka partnerskap i genomförande av aktiviteter, både med branschen på Åland och internationella turismaktörer samt satsa på digitala tjänster förstärker Visit Åland insatserna och utgör en viktig samarbetspart för besöksnäringen.

Utmaningarna i branschen består av att anpassa erbjudandet enligt ändrade konsumentbeteenden där kunden är alltmer välinformerad, digital, tidspressad, bekväm, värderingsdriven och inspirationssökande enligt Svenskt Handels bedömning år 2018 vilket långt överensstämmer med trendanalyser för besöksnäringen. Visit Åland initierar utvecklingsarbete och produktutveckling som bedrivs framförallt i nätverk med engagerade företag.

Ett nytt inslag i resultatavtalet är att Visit Åland tar ansvar för hållbarhetscertifiering av företag enligt Green Key och Blue Flag och allmänt driver på utvecklingen mot en hållbar destination. Fram till utgången av år 2021 tas ett samlat grepp om marknadsföring och kommunikationen av MatÅLAND i samarbete med producenter, distributörer och andra intressenter. Förutom att marknadsföra livsmedel producerade på Åland görs den åländska matupplevelsen till en reseanledning. Arbetet bygger vidare på de långsiktiga insatser som har gjorts för att höja kvaliteten, lönsamheten och konkurrenskraften för livsmedelsproducenter och förädlare. Kommunikationen ska ske i linje med den hållbara livsmedelsstrategin som utarbetas för Åland.

Den synlighet som destinationsmarknadsföringen ger Åland gynnar inte bara besöksnäringen. Det har stor betydelse för Åland som attraktiv bosättningsort, gör Åland känt för affärskontakter och stärker ålänningarnas stolthet. Besöksnäringen är ett fönster som öppnar för andra kontaktytor, ger internationella erfarenheter och skapar ett underlag för ett gott utbud av tjänster året runt på Åland.

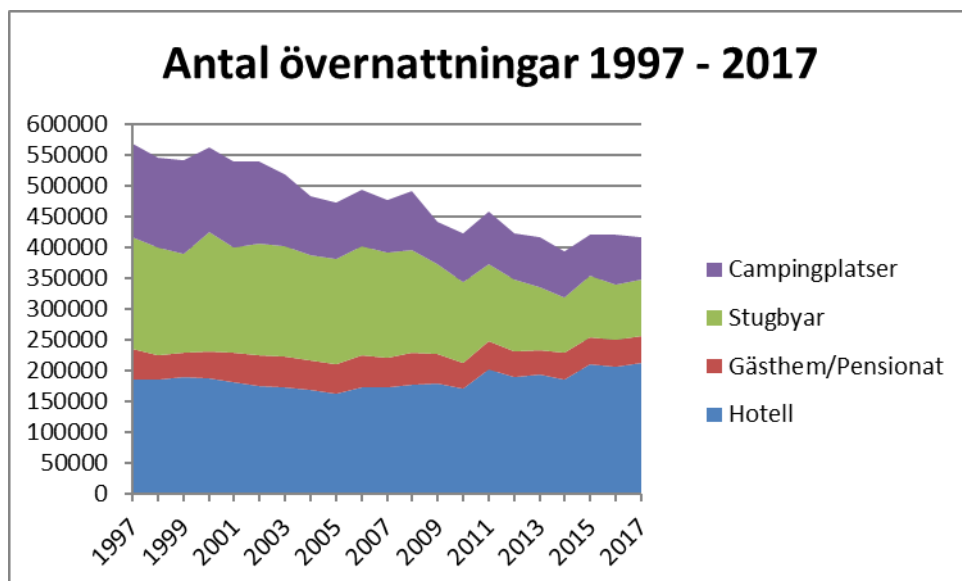
*”Vårt arbete med Storföretagsgruppen (de 15 största företagen) är värdefullt för att hitta gemensamma metoder och strategier för att rekrytera kompetenser till Åland. Vår stora utmaning är att vara intressanta för inflyttning så att tillräckligt många gör Åland till sitt livsval. Visit Åland och Åland Living (AMS) är båda viktiga aktörer i nätverket som arbetar för ökad attraktionskraft”* enligt näringsminister Camilla Gunell.

Undersökningen gällande turismens samhällsekonomiska betydelse för Åland, som görs vart femte år, ger ett gott underlag som kompletterat med årliga nationalräkenskaper och månatliga hotellövernattningar samt diskussioner med branschen ger en lägesbild och visar branschens utveckling. I mars färdigställs 2018-års undersökning.

Den senaste studien från år 2013 visade att den landbaserade turismen utvecklades bättre än turismen totalt och än den åländska ekonomin som helhet trots att antalet övernattningar minskade. Det visar att volym inte är det enda svaret på ekonomisk tillväxt.

Förklaringarna till att stugbyarna har tappat övernattningar är bl.a.:

- antalet förmedlingsbara stugor har minskat kraftigt under de senaste åren
- denna trend kommer också att fortsätta eftersom flera större stugbyar står inför ett generationsskifte samt är i behov av renovering
- hur folk bokar och reser har radikalt förändrats. En och tvåveckors hyror har ändrat till kortare vistelser. Ofta en långweekend eller enstaka nätter.
- de stugor som håller hög klass ser däremot ut att klara sig bättre. Därav också en högre omsättning per övernattande turist.



I samordningsgruppen för Turismstrategin för Åland 2012 - 2022 med medlemmar från landskapsregeringen, Visit Åland r.f., Ålands Näringsliv r.f., Mariehamns stad och Högskolan på Åland bereds en uppdatering av gällande turismstrategi och en identifiering av hur arbete ska bedrivas för att bekräfta turismens ställning som basnäring. Under våren görs en utbudsanalys som tillsammans med branschanalysen som gjordes under år 2018 kompletterar den stora samhällsekonomiska undersökningen. I mars lanseras varumärkesplattformen som är fri att användas av alla och som baseras på ett grundligt förarbete.

### Organisering av destinationsmarknadsföringen

Landskapsregeringen överförde redan i slutet av 1980-talet finansieringen av den operativa marknadsföringen av destinationen Åland från landskapsenheten byrån för turistärenden till dåvarande Ålands Turistförening sedermera Ålands Turistförbund r.f. och numera Visit Åland r.f. dvs till turismföretagarnas egen branschförening. Utgångspunkten var att de som var bäst lämpade att driva på utvecklingen och marknadsföringen av destinationen Åland är de som har mest att vinna på en rätt marknadsförd turismprodukt. Stödet regleras i avtal och arbetet bedrivs i enlighet med de strategier som är aktuella samt genom löpande uppföljning i olika former. Visit Åland r.f. tillämpar relevanta regelverk om t.ex. offentlig upphandling vid inköp av tjänster. Under perioden med nuvarande resultatavtal 2019 - 2021 kommer Visit Ålands verksamhet att utvärderas inför följande avtalsperiod.

Näringsminister Camilla Gunell betonar långsiktig förutsägbarhet om vilka förutsättningar som gäller för det åländska näringslivet.

*Ytterligare information ges av näringsminister Camilla Gunell eller avdelningschef Linnéa Johansson +358 (0)18 25000.*