

## Regionstyrelsen

## Regional besöksnäringstrategi för Gotland mot 2030

### Regionalt utvecklingsutskotts förslag till regionstyrelsen för beslut i regionfullmäktige

- Regional besöksnäringstrategi för Gotland mot 2030 antas.

---

#### Sammanfattning

Den nu gällande *Regionala besöksnäringstrategin för Gotland* antogs 2019-02-25. Betydande omvärldshändelser har sedan dess påverkat resandet i stor omfattning och därmed också förändrat förutsättningarna för genomförandet av besöksnäringstrategin både gällande tidshorisont och inriktning. På uppdrag av regionstyrelsen har regionstyrelseförvaltningen under 2022-2024 genomfört en översyn av den *Regionala besöksnäringstrategin för Gotland*. Detta mot bakgrund av den under 2021 antagna regionala utvecklingsstrategin *Vårt Gotland 2040* med tillhörande genomförandeprogram.

Omvärldshändelser och den snabba utveckling som sker inom områden som hållbarhet och teknisk utveckling tillsammans med de lärdomar som implementeringsarbetet bidragit till ställer också krav på en uppdatering som både spetsar till och bygger strukturer för framtidens destinations- och platsutvecklingsarbete.

Översynsarbetet har tydligt kopplat besöksnäringstrategin till prioriteringarna och effektmålen i *Vårt Gotland 2040* och till ett flertal av målen i tillhörande genomförandeprogram. Flera andra regionala och nationella planer och strategier har också koppling till och påverkar utvecklingen inom turism- och besöksnäringen på Gotland.

*Vårt Gotland 2040* säger att Gotland ska vara en kreativ ö med plats för hela livet. Arbetet med en hållbar turism och besöksnäring ska bidra till denna vision. Gotlands ö-läge ställer särskilda krav på hur platsen används för turism och besöksnäring. För fortsatt utvecklingsarbete är det viktigt att utgå från vad Gotland som plats tål och balansera det mot en hållbar tillväxt för Gotlands natur, kultur, människor och djur.

Goda förutsättningar finns för att vidareutveckla en attraktiv och hållbar turism- och besöksnäring på Gotland. Förutom att fungera som en viktig inkomstkälla och jobbskapare, kan denna utveckling öka Gotlands attraktion, leda till ökad inflyttning, ökad skattekraft och bidra till en välmående befolkning.

Under de senaste två åren har översynsarbetet fokuserat på att arbeta igenom den nuvarande strategin utifrån vision, mål och delstrategier. Horisontella perspektiv har lyfts in och utgör viktiga förutsättningar för arbetet framåt. Dessa perspektiv är hållbarhet, platsutveckling, digitalisering och innovation, vilka är bärande element i strategins prioriteringar. Förslag på en uppdaterad vision samt ett flertal nya mål utifrån samtliga hållbarhetsperspektiv har tagits fram. Delstrategierna har spetsats till och två nya delstrategier/fokusområden föreslås: Infrastruktur och service samt Kompetensförsörjning.

Tidsplanen för översynsarbetet är utformad så att beslut i regionstyrelsen samt i regionfullmäktige möjliggörs under Q4 2024. Därefter följer arbete med framtagande av handlingsplaner som föreslås vara treåriga och tas fram i överensstämmelse med genomförandeprogram för *Vårt Gotland 2040*.

## Ärendebeskrivning

### Bakgrund

Den nu gällande *Regionala besöksnäringstrategin för Gotland* antogs 2019-02-25. Strategin tar avstamp i att Gotland ska vara en attraktiv destination året runt för såväl svenska som internationella resenärer. Genom att lägga fokus på internationella resenärer och en exportmogen besöksnäring höjs nivån på Gotlands erbjudande och det ges en tydligare grund att agera utifrån ett helårsperspektiv. Strategin har två horisonter för arbetet. År 2022 ska arbetet ha nått en nivå där Gotland är moget för att på ett hållbart sätt utvecklas framåt. År 2027 är visionen att Gotland ska upplevas som norra Europas mest hållbara och attraktiva resmål.

Gotlands besöksnäring AB (Gotlands förenade besöksnäring, GFB) företrädare för besöksnäringen har haft i uppdrag att implementera stora delar av strategin. Implementeringen är avgörande för att utveckla sektorn och skapa stärkta förutsättningar för hållbar utveckling inom näringen.

För att implementera besöksnäringstrategin och i samförstånd strategiskt driva besöksnäringsspår mot gemensamma mål, utvecklade Region Gotland och GFB en överenskommelse om partnerskap, som reglerades genom ett partneravtal under genomförandet. Med anledning av pandemin förlängdes implementeringsarbetet och därmed också avtalsperioden med två år, 2022-01-01 – 2024-02-29.

För att driva förändringsarbetet framåt och nå de uppsatta målen enligt den regionala besöksnäringstrategin, samt för att på ett mer hållbart sätt utveckla turismen och besöksnäringen på Gotland, har flera projekt och förändringsinsatser genomförts under de senaste åren. Projekten har samverkat och synkat med varandra för att bygga gemensam kunskap och ta till vara på genererade erfarenheter och utveckla dessa vidare.

### Översyn - Regional besöksnäringstrategi för Gotland mot 2030

På uppdrag av regionstyrelsen har det under 2022-2024 genomförts ett översynsarbete av *Regional besöksnäringstrategi för Gotland*. Detta mot bakgrund av den under 2021 antagna regionala utvecklingsstrategin för Gotland, *Vårt Gotland 2040*, med tillhörande genomförandeprogram.

Sedan 2020 har världen genomgått omvälvande händelser såsom Covid-pandemin, Rysslands krig mot Ukraina, energikris och till detta adderas den pågående lågkonjunktur som Sverige befinner sig i. Effekterna innebär en stor samhällspåverkan och mer specifikt även förändringar i människors beteenden, vilket i allra högsta grad påverkar turism- och besöksnäringen.

Den nuvarande regionala besöksnäringstrategin är i stora drag fortfarande relevant. Men med tanke på omvärldshändelser och den snabba utveckling som sker inom områden som hållbarhet och teknisk utveckling, tillsammans med de lärdomar som implementeringsarbetet har bidragit till, ställs nya och tydligare krav på en uppdatering. Denna uppdatering behöver både spetsas till och bygga strukturer för framtidens destinations- och platsutvecklingsarbete.

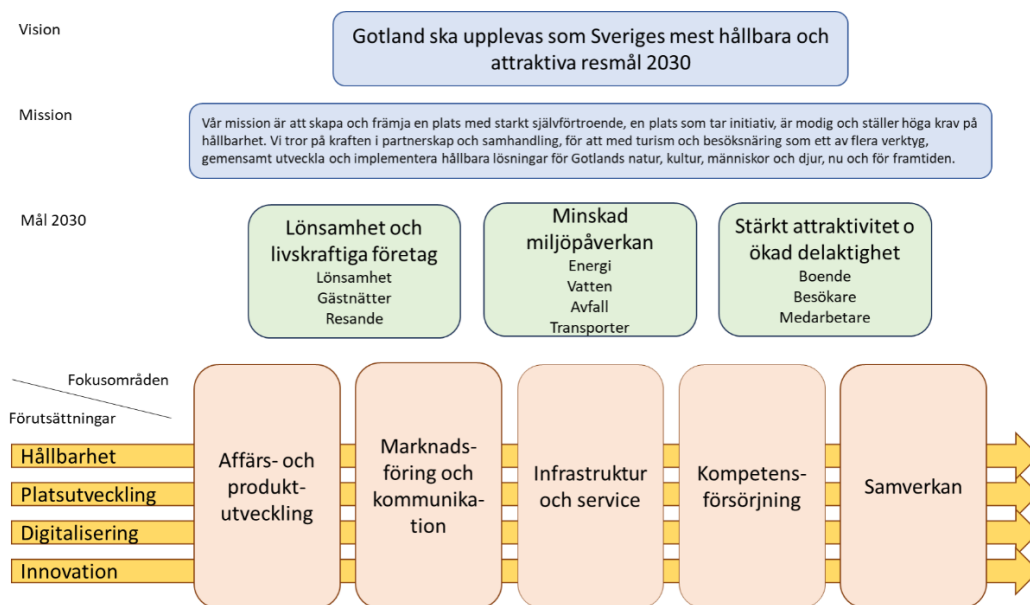
Besöksnäringstrategin kopplas nu tydligare till prioriteringarna och effektmålen i *Vårt Gotland 2040* samt till ett flertal av målen i tillhörande genomförandeprogram. Flera andra regionala och nationella planer och strategier har också koppling till och påverkar utvecklingen inom turism- och besöksnäringen på Gotland. Genom översynen möjliggörs även en tydligare styrning mot och koppling till Agenda 2030, den nationella strategin för hållbar utveckling *Nationell strategi för hållbar regional utveckling i hela landet 2021-2030*, samt det arbete som görs inom Visit Sweden i egenskap av statens nationella turistorganisation med uppdrag att jobba långsiktigt med marknadskommunikation om turistlandet Sverige.

Under det senaste året har översynsarbetet fokuserat på att arbeta igenom den nuvarande strategin utifrån vision, mål och delstrategier. Styrgruppen som tidigare varit kopplad till implementeringen av den nuvarande besöksnäringstrategin har involverats och deltagit aktivt genom hela översynsarbetet. Styrgruppen består av representanter från GFB, Destination Gotland, Swedavia, Länsstyrelsen Gotland, Gotlands idrottsförbund, Gotlands museum och Region Gotland. Dessutom har ett bredare förankringsarbete skett under arbetets gång med flera av Region Gotlands förvaltningar och enheter. Styrgruppen leds av Region Gotland

Parallellt med översynsarbetet sker ett implementeringsarbete av den nuvarande besöksnäringstrategin. Flera projekt och förändringsinsatser genomförs, och utvecklingsarbete pågår inom områden som hållbar affärs- och produktutveckling, kulturarvsturism, kryssningssamverkan, regionalt evenemangsarbete samt framtidens plats- och destinationssamverkan. Breddad samverkan är en nyckel till framgång inom dessa områden.. Dessutom pågår ett transformationsarbete inom Småland och öarna gällande regionernas gemensamma arbete med smart specialisering för de kommande åren. Ett annat projekt som är i startgroparna är "Gotländsk mat och besöksnäring i transformation". Det treåriga projektet är ett samarbete mellan GFB, Gotland Grönt Centrum och Science Park som syftar till att utveckla en innovations- och transformationsarena för och mellan styrkeområdena och att utveckla regionens mat- och livsmedelssystem samt besöksnäringen genom att ge små och medelstora företag verktyg och kunskap för att driva sina verksamheter på ett regenerativt sätt.

Den regionala utvecklingsstrategin *Vårt Gotland 2040* säger att Gotland ska vara en kreativ ö med plats för hela livet. Arbetet med en hållbar turism och besöksnäring ska bidra till denna vision. Gotlands ö-läge ställer särskilda krav på hur platsen används för turism och besöksnäring. Viktigt för fortsatt utvecklingsarbete är att ta utgångspunkt i vad Gotland som plats tål och balansera det mot en tillväxt som är hållbar för Gotlands natur, kultur, människor och djur.

Nedan bild beskriver förslag till struktur och övergripande innehåll för regional besöksnäringstrategi för Gotland mot 2030.



Gotland har goda möjligheter att bli ett av Sveriges mest hållbara resmål. Det övergripande målet för besöksnäringstrategin är att fokusera arbetet så att det stärker Gotlands besöksnäring och samtidigt ökar Gotlands attraktivitet som en plats att besöka. Missionen beskriver vad som behöver göras och levereras på för att nå visionen. De tre övergripande målen fokuserar på ökad lönsamhet och ekonomisk hållbarhet, öka den ekologiska hållbarheten genom minskad miljöpåverkan och ökat fokus på hållbart resande samt att stärka Gotlands attraktivitet som plats att besöka, bo och verka på året runt där delaktighet och ökat samspel mellan boende, verksamma och besökare är av stor vikt i arbetet framåt.

Den nuvarande visionen för den regionala besöksnäringstrategin lyder ”Gotland ska upplevas som norra Europas mest hållbara och attraktiva resmål 2027”. Denna vision har under översynen arbetats igenom och landat i en ny formulering: ”Gotland ska upplevas som Sveriges mest hållbara och attraktiva resmål 2030”. Den starkaste anledningen till omformuleringen ligger i att norra Europa är ett diffust område som är svårt att verka mot och därmed även svårt att följa upp resultat och effekter emot. Dessutom har Sverige sedan tidigare en tydlig, hållbar vision för svensk turism och besöksnäring: ”2030 är Sverige världens mest hållbara och attraktiva resmål byggt på innovation” som för Gotlands del är viktig att tydligare styra mot. Sverige ligger i topp på internationella rankinglistor över världens mest hållbara destination och en ny visionsformulering innebär då att Gotland siktar än högre än tidigare. Att utifrån visionen i översynen även addera en mission syftar till att stärka motivationen och fungera som kompass och prioriteringsgrund för Gotlands gemensamma utvecklingsarbete mot mål och vision.

Målen i den nuvarande besöksnäringstrategin är idag till stor del tillväxtbaserade, i översynen föreslås nu mål utifrån samtliga hållbarhetsdimensioner. Ska Gotland bli ledande inom hållbar turism och besöksnäring krävs ett stort engagemang från alla parter. Företagen, myndigheter, utbildningsväsendet, föreningsliv och civilsamhället måste dra åt samma håll. Samverkan är en avgörande nyckel i detta. Alla aktörer som verkar inom destinationen kan tillsammans få besökaren att vara delaktig i arbetet. Även horisontella perspektiv har lyfts in, de

utgör viktiga förutsättningar för arbetet framåt. Dessa är hållbarhet, platsutveckling, digitalisering och innovation och är bärande element i strategins prioriteringar. Långsiktig hållbarhet är en förutsättning för fortsatt utveckling av besöksnäringen. Turismen ska gynna lokalbefolkningen och skapa jobb lokalt, vara en faktor för hållbar utveckling och ett verktyg för både individers och samhällets välbefinnande. För att vara konkurrenskraftiga framåt behöver Gotland i utvecklingsarbetet växla över från att arbeta med destinationsutveckling till att i större utsträckning lägga fokus på platsutveckling och turismens- och besöksnäringens bidrag till samhällsutveckling, talangattraktion och inflyttning.

Att arbeta med hållbar platsutveckling handlar om att skapa attraktiva platser för besökare, boende, företag och investeringar. Arbetet utgår från den specifika platsens förutsättningar, utmaningar och behov och kräver samsyn, en gemensam målbild och långsiktig samverkan mellan den offentliga sektorn, det civila samhället och det privata näringslivet. En viktig del i arbetet med platsutveckling är också det lokala inflyttandet.

Digitalisering handlar om förmågan att förstärka och förenkla produkter, tjänster och processer inom näringslivet och processer i stödsystemet runt omkring näringslivet med hjälp av digitala arbetsmetoder och verktyg. Aktörernas digitala synlighet och bokningsbarhet är en viktig framgångsfaktor. Innovation är en nödvändighet i den fortsatta utvecklingen av Gotlands turism och besöksnäring. För det enskilda företaget kan det handla om att hitta nya metoder för att utveckla verksamheten likaväl som att hitta nya affärsmöjligheter och nya reseanledningar som blir köpbara produkter för besökaren.

Den nuvarande besöksnäringstrategins sex delstrategier (En hållbar besöksnäring, en tematiskt baserad produktportfölj, tre besöksstråk, utvecklingsmodell för produktägare och leverantörer, samordnad marknadsföring och distribution och Samverkan mellan besöksnäringen, Region Gotland, akademi) som utgår från utmaningar och möjligheter har genomlysts och i översynen landat i förslag om följande fem fokusområden för fortsatt prioritering:

- Affärs- och produktutveckling
- Marknadsföring och kommunikation
- Infrastruktur och service
- Kompetensförsörjning
- Samverkan

Infrastruktur och service och Kompetensförsörjning är förslag på två nya fokusområden som inte ingår i den nuvarande strategin.

**Affärs- och produktutveckling** är en sammanslagning av den nuvarande strategins tre delstrategier; en tematiskt baserad produktportfölj, tre besöksstråk, samt en utvecklingsmodell för produktägare och leverantörer, då dessa är starkt sammankopplade med varandra. Fokusområdet syftar till att stärka näringslivet och arbeta med hållbar kvalitet och paketering året runt. Detta ska bygga på Gotlands befintliga styrkor där t.ex. evenemang och möten är viktiga verktyg för att stärka attraktionskraften. Gotlands besöksnäring består av ett stort antal små och medelstora företag. Det finns stora utmaningar för företagen att kunna utvecklas och växa beroende på inriktning, kunskap, vilja och resurser. Ö-läget och säsongvariationen ställer särskilda krav på bemanning och kompetensförsörjning. Långsiktig lönsamhet är avgörande för att utvecklas och skapa arbetstillfällen året

runt. Detta ger möjlighet att investera i hållbara lösningar för framtiden. Den lokala marknaden är begränsad och verksamhet utanför sommarsäsongen ställer krav på attraktivt innehåll, breddad samverkan och gemensamma marknadsinsatser. Gotland har möjligheter till en ökad turism med fokus på axelsäsongerna. En grundförutsättning är dock att besöksnäringen utvecklas hållbart med hänsyn till både människor och miljö. Detta ställer krav såväl på besöksnäringens företag som på besökaren.

Gotland har ett av Sveriges starkaste platsvarumärken. Ett starkt platsvarumärke är avgörande för turism, hållbar ekonomisk tillväxt och invånarnas engagemang. **Marknadsföring och kommunikation** ska alltid bygga på Gotlands gemensamma platsvarumärke. Vikten av tydligare hållbart fokus i framtidens resande ställer än större krav på tydlighet avseende förhållningssätt och konkret arbete för hållbar utveckling på platser som många besöker. Det finns en stark koppling mellan utveckling av besöksnäringen och attraktionskraften för inflyttning till Gotland. Samtliga aktörer inom besöksnäringen är viktiga i inflyttningsskedjan. Arbete med ett välkomnande värdskap och ett starkt platsvarumärke är en avgörande del i insatserna för att öka inflyttningen till Gotland i enlighet med regionfullmäktiges prioriteringar. De sannolika inflyttarna har ofta besökt Gotland de senaste fem åren. Detta gäller även olika former av företagsetableringar. På detta sätt blir besöksnäringen en hävstång för boendes engagemang runt sin plats, näringslivsutveckling, kommersiell service och samhällsutveckling.

För att nå en internationell publik krävs fortsatt och förstärkt arbete med kvalitet och exportmognad. Detta inkluderar arbete för att nå den internationella resebranschen, både för att inhämta kunskap och kommunicera Gotland som resmål. I en tid när omvärlden står inför stora och snabba förändringar krävs en marknadskommunikation som stärker, överraskar och ger en känsla av trovärdighet. En del i detta arbete handlar om att digitalisera smart. Med hjälp av gemensamma kommunikationssatsningar, samlande budskap och vass spjutspetskommunikation ska Gotland sticka ut, överraska och utmana hur besökare, boende och andra traditionellt ser på platsen. Genom dessa insatser kan Gotland bli en föregångare i hållbar destinations- och platsutveckling.

Platsvarumärket är grunden för en segmenterad och målgruppsanpassad marknadsföring, utifrån teman, reseanledningar och drivkrafter. Det är viktigt att hela tiden hitta, pröva och utvärdera kvalitativa marknadsföringskanaler. För att lyckas är det viktigt att samarbeta över branschgränser och våga testa nya hållbara vägar och dela framgångsrika arbetssätt för platsens bästa. Arbetet framåt behöver ha fokus på att kommunicera hållbart och kommunicera hållbarhet. Kommunikationen ska bidra till att öka medvetande hos besökaren om platsen Gotland. Marknadsföringen ska möjliggöra och stärka besökarens möjlighet att bidra till ett hållbart, omtänksamt och ansvarsfullt besök och platsens framtid.

**Infrastruktur och service** är likt kompetensförsörjning ett nytt fokusområde. Turism bygger på att människor förflyttar sig. God tillgänglighet är viktig för såväl besökare som boende samt verksamma på ön. För Gotland är det avgörande att utvecklingen går mot ett mer klimatsmart resande och destinationsutveckling som än mer på riktigt är hållbart orienterad. Gotland behöver erbjuda fossilfria och mer miljövänliga transporter, både till och från, samt på ön. För att möjliggöra detta krävs satsningar mot ett mer hållbart transportsystem. Många initiativ pågår redan och här ska den gotländska besöksnäringen vara drivande och bidra tillsammans med andra centrala aktörer. För att Gotland ska bli mer tillgängligt för både svenska och internationella besökare behöver förbindelserna med omvärlden utvecklas och

transportsystemen kopplas samman både på nationell och internationell nivå. Detta kräver långsiktig samverkan och relationsbyggande, transportörer och destination emellan. Tillgänglighet handlar också om den digitala infrastrukturen. Besöksnäringens företag väljer att etablera sig där den digitala infrastrukturen är väl fungerande. För besökaren är också den digitala tillgängligheten nödvändig för planering, bokning och genomförande.

För att Gotland ska upplevas som en attraktiv plats att besöka samt bo, leva och verka på, är det centralt att bygga ut infrastrukturen med cykelvägar, vandringsleder, vatten och avlopp, kollektivtrafik, offentliga toaletter m.m. En välfungerande infrastruktur utgör också basen för besöksnäringens produktutveckling och bidrar till mera hållbara och attraktiva livsmiljöer för alla fast boende på Gotland. Turismutveckling och samhällsplanering behöver i större utsträckning gå hand i hand för att fungera som ett effektivt verktyg för plats- och samhällsutveckling. Myndigheter, näringsliv och civilsamhälle behöver kroka arm och ha respekt och samsyn kring nyttjandet av platsen, med platsens bästa för ögonen.

**Kompetensförsörjning**, likt fokusområdet infrastruktur och service, är en ny prioritering i strategin. Det är ett avgörande område för att skapa attraktiva jobb i besöksnäringen. Det handlar både om relevanta utbildningar och att bidra till det livslånga lärandet. Långsiktigt handlar det om att attrahera fler att vilja jobba i och utvecklas vidare inom besöksnäringen. Att ta tillvara och utveckla medarbetarnas förmåga att skapa och förmedla upplevelser samt att utveckla värdskapet blir viktigt för näringens fortsatta utveckling och för att stärka dess attraktionskraft. En annan betydelsefull del i att stärka branschens attraktionskraft är att erbjuda hållbara arbetsvillkor och erbjuda relevanta utbildningar som motsvarar branschens behov.

Arbetet med att utveckla besöksnäringen har tagit stora kliv framåt sedan besöksnäringstrategin antogs 2019. Dels har finansieringskällor synliggjorts och flera lyckade insatser har genomförts som förflyttat Gotland framåt. Detta har stärkt Gotlands position som en hållbar och attraktiv destination. För att kunna ta ytterligare kliv och bli vassare behöver samverkan, samhandling och samordning stärkas när det gäller Gotlands gemensamma destinations- och platsutvecklingsarbete. Gotlands unika situation kräver samverkan som tydliggör uppdrag, roller och ansvar för olika aktörer. Samverkan är också en förutsättning för klusterbyggande inom besöksnäringen och över gränser mot andra branscher. Samverkan behöver stärkas lokalt, nationellt och internationellt. Som en liten ö-region är Gotland beroende av att bygga och ingå i värdeskapande allianser där en stark samverkan lokalt lägger grunden.

Stärkt flernivåsamverkan där nationella satsningar som bidrar till att skapa värde för det lokala och regionala behövs. Det finns även ett behov av att planera för turism utifrån ett bredare perspektiv än tidigare, vilket innebär att samverkan behöver breddas och många gånger involvera fler aktörer på olika nivåer. Gotland har t.ex. under 2024 gått in i ett femårigt samarbetsprojekt med Småland och öarna som handlar om att etablera en samverkansplattform för att påskynda genomförandet av de fyra regionernas strategier för smart specialisering. Syftet är också att identifiera de mest angelägna ambitionerna inom projektets samtliga fem kunskapsområden för att långsiktigt och gemensamt stärka konkurrenskraften inom Småland och öarna. Gotlands förenade besöksnäring samordnar arbetet med att ta fram en utvecklingsagenda inom det utpekade styrke- och kunskapsområdet turism och besöksnäring.

Därtill behöver beslutsfattare på olika nivåer ha en god kunskap om besöksnäringen både för att tydligare kunna koppla samman turism och samhällsutveckling och för att kunna fatta väl underbyggda beslut om fortsatt utveckling. Omvärldsspaning och samverkan kring data, statistik, analys och delning av dessa är en viktig del av kunskaphöjningen för alla inblandade parter.

Under våren 2024 har ett utkast på *Regional besöksnäringstrategi för Gotland mot 2030* skickas ut på remiss, dels till besöksnäringen men också till berörda förvaltningar inom Region Gotlands verksamhet. Följande förvaltningar har svarat på remissen: samhällsbyggnadsförvaltningen, teknikförvaltningen samt kultur- och fritidsavdelningen inom regionstyrelseförvaltningen. Från näringslivet har inga remissvar inkommit. Inspel och förslag på ändringar i inkomna remissvar har arbetats in i strategin. För att möjliggöra beslut i Regionstyrelsen och i Regionfullmäktige under Q4 2024 har förslag till *Regional besöksnäringstrategi för Gotland mot 2030* också processats som infoärende hos Regionstyrelsen under tidig höst.

Parallellt med att *Regional besöksnäringstrategi för Gotland mot 2030* går upp för beslut, genomförs, på uppdrag av regionstyrelsen (RS 2024/891), en utredning gällande hur ett utvecklat destinationsarbete ska organiseras för stärkt attraktionskraft, platsutveckling, kommunikation och samordning för att effektivt nå målen i besöksnäringstrategin och öka antalet boende på Gotland. Detta arbete är tätt sammankopplat och kommer ha påverkan på det kommande handlingsplansarbetet.

Handlingsplansarbetet kommer fortsatt att kräva nära och bred samverkan mellan många parter. Handlingsplanen föreslås vara treårig, och tas fram i överensstämmelse med genomförandeprogram för Vårt Gotland 2040. Under handlingsplansarbetet kommer även målen i den *Regional besöksnäringstrategin för Gotland mot 2030* att arbetas igenom för att bli mätbara. Att koppla finansiering till de insatser och aktiviteter som arbetas fram är av stor vikt för fortsatt genomförande.

### **Bedömning**

Regionstyrelseförvaltningen bedömer att nytt förslag till *Regional besöksnäringstrategi för Gotland mot 2030* bygger de strukturer som är nödvändiga för framtidens destinations- och platsutvecklingsarbete på Gotland.

Den regionala utvecklingsstrategin *Vårt Gotland 2040* beskriver att Gotland ska vara en kreativ ö med plats för hela livet. Arbetet med en hållbar turism och besöksnäring ska bidra till denna vision vilket denna strategi skapar ramar för och sätter riktning mot.

Regionstyrelseförvaltningen bedömer att besöksnäringstrategin nu kopplar an och bidrar till flera av de prioriteringar och effektmål som pekas ut i *Vårt Gotland 2040* samt ett flertal av målen i tillhörande genomförandeprogram.

Besöksnäringstrategin överensstämmer bland annat väl med prioriteringen ”Utveckla attraktionskraften” som syftar till att stärka Gotlands attraktivitetsskapande faktorer och på så sätt bidra till att Gotland är en attraktiv plats att bo, leva, besöka och verka på. Inriktningen i strategin bidrar också till prioriteringarna, ”Stärk och utveckla näringslivet” och ”Stimulera innovation och förnyelse” samt följande mål i genomförandeprogram för *näringslivets förutsättningar och innovation*: ”Innovations- och klustersamverkan ökar mellan regionala och med nationella aktörer”, ”Det finns goda förutsättningar för hållbar platsutveckling i bygder över hela Gotland” och ”Gotlands attraktionskraft är stärkt”.



Dessutom har strategin kopplingar och bidrar till mål i både *Genomförandeprogram för klimat, miljö och energi* och *Kraftsamling för hälsa och ett socialt hållbart Gotland*.

**Beslutsunderlag**

Regional besöksnärringsstrategi för Gotland mot 2030  
Regionstyrelseförvaltningens tjänsteskrivelse 2024-10-10

Regionstyrelseförvaltningen

Stefan Hollmark  
Regiondirektör

**Stefan Persson**  
**Regional utvecklingsdirektör**