

# Vaggeryds kommuns arbete med besöksnäringen 2022

## Övergripande

Exempel på Vaggeryds kommuns aktiviteter kopplade till besöksnäringen under året 2021:

- 1 nätverksträff för besöksnäringen (1 mars, digitalt)
- Utbildat och utrustat 12 InfoPoints
- Gett ut 1 kommundidning HÄR med besöksnäringens fokus
- Drivit 1 fototävling för att lyfta friluftslivets år i Vaggeryds kommun
- 5 ungdomar har under sommaren jobbat på Vaggeryds kommun för besöksnäringen
- Drivit besökswebben [www.vaggeryd.se/uppleva](http://www.vaggeryd.se/uppleva) där aktörer kostnadsfritt kan marknadsföra besöksmål och evenemang
- Insatser i Google maps och Tripadvisor – kurser och digitalt synliggörande av besöksmål
- Stöttat arrangörer av evenemang, exempelvis "Swedeses vänner", Rally SM, Draghunds SM, SIS utveckling av Skillingaryds marknad, med mera.
- 1 utvärdering riktad till besöksnäringen
- Driver pågående omarbete av Boivaggeryd.se

## Tryckta material

Besökstidning: Kommunen tog fram en besökstidning som under våren delades ut till alla hushåll i Vaggeryds kommun samt via externa aktörer till turister. Besökstidningen innehöll bl.a. reportage om cykling i kommunen, geocaching som ett sätt att upptäcka nya platser, ett reportage om en familjetur till Åker, samt den alltid återkommande listan med besöksmål i kommunen över mittenuppslagen. Kommundidningen tas fram i samarbete med handelsföreningen Vår Lilla Stad.

Välkomstskyltar: Aktörer inom förenings- och näringslivet fotograferades och skyltades på de välkomstskyltarna som välkomnar till Vaggeryds, Skillingaryds och Hoks samhällen. Syftet är att lyfta oss som bor, lever och verkar i kommunen på ett personligt och lekfullt sätt, enligt kommunens kommunikationspolicy.

Almanackan 2022: Almanackan delas ut till alla hushåll i Vaggeryds kommun och marknadsförs bland annat på besökswebben [www.vaggeryd.se/evenemang](http://www.vaggeryd.se/evenemang) där arrangörer kan lyfta sina aktiviteter. Almanackan tas fram i samarbete med handelsföreningen Vår Lilla Stad.

En ny utskrivbar karta av Höglandsleden/Smålandsleden tas fram, efter önskemål som inkommit från besökare i sommar.

Besökskarta: Föregående års besökskarta av Vaggeryds kommun har använts även 2021. Till 2022 produceras en ny besökskarta.

## Digitala kanaler

[www.vaggeryd.se/uppleva](http://www.vaggeryd.se/uppleva) och [www.vaggeryd.se/evenemang](http://www.vaggeryd.se/evenemang)

Besökswebben ovan har det senaste året fram till dags dato (2021-11-09) haft 22 285 besök.

Vi har drivit korta kurser inom Google maps och Tripadvisor som ett sätt för föreningar och företag att digitalt synliggöra besöksmål i kommunen. Vi har även matat ut saknade besöksmål/attraktioner på dessa kartor, exempelvis vandringsleder, badplatser, grillplatser och naturreservat.

@Mittvaggeryd på instagram har använts av mobila infopoints i sommar för att lyfta lokal besöksnäring och besöksmål

TV-skärm i teaterfoajen

Pågående omarbetning av Boivaggeryd.se

## InfoPoints

Vaggeryds kommun har under 2021 utbildat och utrustat 12 InfoPoints på olika platser i kommunen, varav 1 mobil InfoPoint. Utbildningar hölls i flertalet omgångar under våren, både digitalt och fysiskt.

Följande aktörer var InfoPoints för Vaggeryds kommun 2021:

1. Receptionen i kommunhuset
2. El-agenten
3. Jul-Ljus och Annas café
4. Resort Yxenhaga
5. Stiftsgården Tallnäs
6. Art Gate Glass
7. Götaströms golfklubb
8. Miliseum
9. Vaggeryds bibliotek
10. Hoks naturcamping
11. Hooks herrgård
12. Mobil InfoPoint

Syftet med InfoPoint är att finnas där besökare rör sig naturligt. Vaggeryds kommun ger InfoPointaktören förutsättningar för att besvara enklare turistiska frågor, genom att tillhandahålla utbildning och utrustning. InfoPointsen marknadsförs även via kommunens kanaler (tidning, sociala medier, nyhetsflödet på vaggeryd.se)

## Mobil InfoPoint

2021 välkomnade kommunen 5 ungdomar som under sommaren hade som främsta arbetsuppgift att bedriva mobil infopoint. En person sommarjobbade under hela perioden (10 veckor), och samma person handledde 2 feriepraktiserande ungdomar i 2 omgångar (4 veckor vardera). Följande är ett axplock ur vad ungdomarna åstadkom under sin period:

- Befinna sig på platser där besökare finns (ex. stränder och evenemang) för att kunna svara på enklare turistiska frågor. Ungdomarna är utrustade med en bil och en station som de rigger upp på plats för att synas för besökare.
- Som mobil InfoPoint anordnar ungdomarna småtävlingar både fysiskt och digitalt, exempelvis fysiska tipspromenader och frågesporter på sociala medier. Syftet är för InfoPointsen att bli tillgänglig, skapa aktiviteter, och lyfta den befintliga besöksnäringen
- Ungdomarna besökte Vaggeryds kommuns befintliga besöksmål och InfoPoints, utrustade dem med tryckmaterial och marknadsförde aktörerna på sociala medier

- Ungdomarna använde kommunens stafettkonto @mittvaggeryd som främsta kanal att marknadsföra deras egen service och för att lyfta kommunens besöksmål. Däribland små intervjuer med aktörer i besöksnäringen och små tävlingar för att engagera besökare
- Materialet som ungdomarna samlade har – förutom @mittvaggeryd – även använts för att fylla på Google maps och Tripadvisor

## Årlig utvärdering till besöksnäringen

Kommunen har i år tagit fram en ny enkät med utvärdering riktad till besöksnäringen som talar om hur samarbetet mellan kommun och besöksnäring kan utvecklas framåt. Frågorna i utvärderingen har tagits fram för att vara mätbara, och frågorna är öppet ställda så att de lämnar utrymme för respondenten att både bedöma kommunens befintliga arbetssätt och även ge förslag på alternativa sätt för kommunen att samarbeta med besöksnäringen.

[Utvärderingen går att se i sin helhet i esmaker.se här.](#)

Fyra respondenter har svarat på frågorna enkäten. En respondent lämnade även kommentarer på vissa frågor. Frågor nr. 1-8 är ställda med svarsalternativen 1-5 där 1 är mycket dåligt och 5 är mycket bra, samt svarsalternativet Vet ej.

### 1. Vad är din allmänna uppfattning om kommunens arbete med besöksnäringen i år?

Genomsnitt 1-5: 3,25

Kommentar: "Jag saknar att ni tar på er ledartröjan och samordnar utbudet, t ex genom aktiva paketerbjudanden till föreningar, organisationer, researrangörer mm."

### 2. Hur tillgänglig upplever du att kommunen är i frågor som rör besöksnäring?

Genomsnitt 1-5: 3,5

### 3. I vilken utsträckning tycker du att Vaggeryds kommun bidrar till att synliggöra lokal besöksnäring för invånare i Vaggeryds kommun?

Genomsnitt 1-5: 3,3 (1 vet ej)

Kommentar: "Bor inte inom kommunen, så därför kan jag inte svara på frågan."

### 4. I vilken utsträckning tycker du att Vaggeryds kommun bidrar till att synliggöra lokal besöksnäring för besökare utanför Vaggeryds kommun?

Genomsnitt 1-5: 3,25

Kommentar: "Se kommentar under fråga 1 ovan. Gemensamt för besöksnäringen är små enheter, lite personal och små resurser. Därför är den kommunala stöttningen en förutsättning för att vi långsiktigt skall kunna verka framgångsrikt"

### 5. I vilken utsträckning upplever du att Vaggeryds kommun bidrar till vår plats digitala närvaro?

Genomsnitt 1-5: 3,5

### 6. Hur tycker du att Vaggeryds kommun jobbar med fysiska platser där besökare kan få personlig turistinformation?

Genomsnitt 1-5: 3,25

Kommentar: "Årets säsong märkte vi inte mycket av kommunen på detta området. Jag - och många med mig - saknar den fysiska turistinformationen. Infopoints fungerar till nöds, men kan aldrig fullt ut ersätta denna."

### **7. Tycker du att besökare har tillgång till turistinformation på platser där besökare normalt befinner sig i Vaggeryds kommun?**

Genomsnitt 1-5: 3,5

### **8. Hur upplever du att Vaggeryds kommun möjliggör till samarbete mellan aktörer inom besöksnäringen?**

Genomsnitt 1-5: 3,25

Kommentar: "Se kommentar under fråga 4 ovan. Det är min uppfattning att vi aktörer inte "orkar" med samarbetet och samordningen av detta. Tvingas man prioritera, så går egen verksamhet först."

### **9. Är din verksamhet intresserad av att vara InfoPoint nästa år?**

Svar: Tre av fyra svarade "Ja"

### **10. Är din organisation medlem i Föreningen för Handel & Service i Vaggeryds kommun (Vår Lilla Stad)?**

Svar: Tre av fyra svarade "Ja"

### **11. Vad har varit bra i samarbetet i besöksnäringen?**

Kommentar: "Att kunna träffas så man får ett ansikte på övriga aktörer."

### **12. Vad kan förbättras i samarbetet i besöksnäringen?**

Kommentar: "En mer aktiv ledarroll från kommunens sida."

## **Tjänstepersonernas reflektioner kring utvärderingen**

Fler mätbara och öppet ställda frågor kan ha bidragit till att färre svar inkommit. Enkäten är fortsatt öppen och åtminstone alla InfoPoints uppmanas att lämna in svar. Vi ser det dock som nödvändigt att frågorna är både mätbara och öppna och har därför för avsikt att köra samma utvärdering nästkommande år.

Angående de kommentarer som har inkommit av en respondent i enkäten; Vi ser inte att det idag finns befintliga resurser för att från kommunhåll att vi "samordnar utbudet, t ex genom aktiva paketerbjudanden till föreningar, organisationer, researrangörer mm" och vi ser inte heller att det kan ligga på kommunens ansvar så som organisationen nu är uppbyggd. Däremot kan kommunen skapa förutsättningar för befintligt näringsliv att samverka inom dessa frågor. Ett sätt att göra detta på är att fortsätta undersöka förutsättningarna för besöksmålet Vilda Västra Småland som ett samarbete med grannkommunerna.

## **Tjänstepersonernas reflektioner och ambitioner i samarbetet med besöksnäringen inför kommande år**

Sommarsäsongen har fortsatt präglats av covid-19 men i mindre utsträckning än föregående år då turister och besökare har rört på sig mer. Det finns aktörer som till följd av en förlängd pandemi tvingats lägga ner. Andra aktörer i branschen har mot slutet av sommaren sett ett högt tryck med mycket fullbokningar.

Vi ser fortsatt positivt på konceptet InfoPoints och hoppas kunna tillgodose ett önskemål från Infopointsen till 2022 – nämligen att kunna ses fysiskt och lära känna varandras verksamheter.

Tankar om nästa år:

- Vi har för avsikt att fortsätta undersöka förutsättningarna för att Vaggeryds kommuns besöksnäring är en del av besöksnäringskonceptet Vilda Västra Småland tillsammans med grannkommuner.
- Minst 1 fysisk träff, eller digital vid ev. smittspridning. Ambitionen är att träffen ska bli mer av ett "rundabord"-samtal där dialogen mellan besöksnäringssaktörerna är viktigast på agendan
- 1 bussresa för InfoPoints tidig vår om smittspridningen tillåter. Ev. även öppet för övriga besöksnäringssaktörer, mot en liten kostnad.
- Fortsatt utbilda och utrusta max 11 InfoPoints, plus ev. 1 mobil InfoPoint.
- Vi hoppas på att även nästa sommar få in två ungdomar som under en period om 10 veckor kan driva en mobila infopoint – en sommarjobbare och en feriepraktikant.
- Tillverka och ge ut kommundningen HÄR med besöksnäringssfokus, i samarbete med Vår Lilla Stad
- Tillverka och ge ut besökskarta, i samarbete med Vår Lilla stad
- Skicka ut en utvärdering efter sommarperioden, samma upplägg som utvärderingen 2021
- Fortsatt tillhandahålla service i Google och Tripadvisor till de aktörer som efterfrågar det
- Integrera fler delar inom besöksnäringssarbetet med handelsföreningen Vår Lilla Stad, samt även kommande näringslivsförening Business Vaggeryd
- Fortsatt samarbeta med Kultur och fritidsförvaltningen inom frågor som berör besöksnäringen, då vår lokala besöksnäring i mångt och mycket drivs av det ideella föreningslivet

Vid tangenterna: Simone Kamm, samordnare i näringslivsfrågor