



## SAMMANFATTNING TURISMSTRATEGI SKARABORG

Skaraborg har stora och unika värden i form av ett vackert och varierande naturlandskap, ett imponerande kulturarv och två av Europas största insjöar sammanbundna med Göta Kanal, den kanal som utgör vattenvägen mellan Sveriges två största städer.

*Sammantaget; Skaraborg är en levande landsbygd med en stor potential för besöksnäringen.*

Enligt Skaraborgs Kommunalförbunds verksamhetsplan ska förbundet inom ramen för fokusområdet "Ett livskraftigt och hållbart näringsliv" aktivt verka för att stärka besöksnäringen i Skaraborg.

Styrelsen för Skaraborgs Kommunalförbund beslutade i september 2007 att tillsätta en politisk styrgrupp med fem förtroendevalda med uppdrag att utarbeta ett strategiskt mål-dokument för besöksnäringen i Skaraborg.

*Styrgruppen består idag av Charlotte Nordström (ordf.), Ulf Eriksson, Irene Karlsson, Kjell Sjölund och Lars-Åke Bergman.*

I januari 2008 fastställdes ett första inriktningsdokument;

Strategisk inriktning för utveckling av besöksnäringen i Skaraborg.

Det strategiska inriktningsdokumentet har följande övergripande målformulering:

*"Turism- och besöksnäringen ska inom en 5-årsperiod vara den procentuellt mest expansiva näringen i Skaraborg, vilket ska resultera i en ökad omsättning och ett ökat nyskapande inom branschen, ett ökat antal besökare samt en ökad befolkningstillväxt."*

Skaraborgs Kommunalförbunds styrelse beslutade den 19 december 2008 att ställa sig bakom styrgruppens förslag till målsättning om att till år 2015 fördubbla omsättningen inom turismnäringen; från 1,7 miljarder kronor (2007) till drygt 3 miljarder kronor (2015).

Sedan projektstarten i januari 2009 har Västsvenska Turistrådet genom Klara Börjesson som projektledare tillsammans med flertalet kollegor haft uppdraget att leda utvecklingsarbetet. I augusti anställde Skaraborgs Kommunalförbund Torbjörn Lindstedt som destinationsutvecklare i Skaraborg, han kommer tillsammans med Västsvenska Turistrådet, kommunerna och besöksnäringen verka för att nå målsättningen för Skaraborg.

Under hösten 2010 har en arbetsgrupp tillsatts för att på så vis involvera kommunerna mer aktivt i den implementerings- och genomförandefas som nu projektet går in i. Arbetsgruppen består av representanter från kommunchefgruppen (ordförande), näringslivschefgruppen, turistchefsnätverket, Västsvenska Turistrådet och Skaraborgs Kommunalförbund (sekreterare). Arbetsgruppens roll är att vara en yta för diskussion i framtagandet och genomförandet av projektplanen för 2011, samt svara för att information sprids i respektive nätverk av tjänstemän.

I januari 2011 fastställs projektplan och ansvarsfördelning för det kommande året.

## SYFTE & MÅL MED PROJEKTET

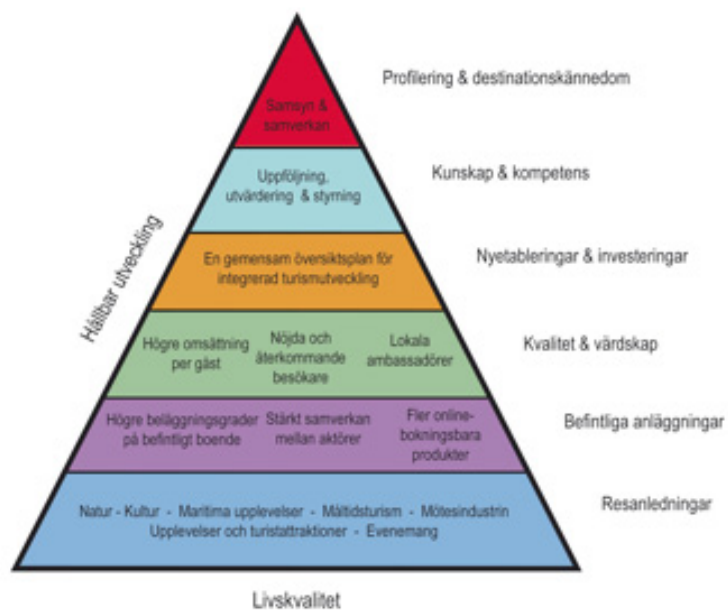
”Projektet syftar till att skapa förutsättningar för att Skaraborg år 2015 skall ha närmare fördubblat sin turistiska omsättning från 2007 års nivå och då uppbära en årlig omsättning på 3 miljarder kronor”.

Det destinationsutvecklingsarbete som nu pågår syftar till att tillvarata nuvarande förutsättningar samt finna nya möjligheter till turistisk utveckling, som kan skapa ytterligare tillväxt och lönsamhet.

Utvecklingsarbetet av en destination kan beskrivas som ett gigantiskt pussel där de olika bitarna bygger helheten. Ett antal insatsområden har identifierats men därmed inte sagt att fler kan tillkomma eller falla ifrån under resans gång. Utmaningen ligger i att finna samarbetsformer och medvetenhet i olika kommunala beslut om hur dessa påverkar helheten, dvs den gemensamma utvecklingen av Skaraborg.

Västsvenska Turistrådet har under 2009-2010 haft i uppdrag att leda detta utvecklingsarbete.

## Insatsområden



I det följande presenteras insatsområden nämnda i destinationsutvecklingsmodellen ovan, vilka alla syftar till att stödja turismstrategiarbetet i Skaraborg:

## PROFILERING OCH DESTINATIONSKÄNNEDOM

”Jordnära upplevelser i det ursprungliga Sverige” sammanfattar värdegrunden för besöksnäringen i Skaraborg.

Destinationsutvecklingen påverkas av ett stort antal faktorer. Viktigt för kundupplevelsen är det lokala värdskapet - detta förutsätter en bred förankring av destinationens värdegrund.

Kommunikationsföretaget Stylt Trampoli AB, har under 2009 på uppdrag av projektet, tagit fram den turistiska visionen för de femton kommuner som utgör Skaraborg.

För att kunna utveckla en trovärdig, relevant och för potentiella besökare attraktiv bild behövde man givetvis grundligt undersöka Skaraborg ur ett turistiskt perspektiv. Detta skedde dels genom skrivbordsundersökningar där man granskade broschyrer, hemsidor, artiklar och annat material som producerats för att marknadsföra området. Dels genom att verkligen se och uppleva området, dess attraktioner samt mat- och boendebud ur ett besökarperspektiv.

Genom drygt ett hundra studiebesök skaffade arbetsgruppen sig en förstahandsbild av de viktigaste attraktionerna i respektive kommun. Utöver studiebesöken runt om i Skaraborg har man också haft möten med politiker, tjänstemän, turistchefer och entreprenörer från samtliga femton kommuner. Slutligen ordnade Stylt en halvdags ”hearing” med företrädare för inom vart och ett av specialistområdena; Näringsliv, Historia, Natur samt Kultur.

Under 2010 formulerades ett ”destinationsmanifest” avsett att bli vägledande i destinationens profilutveckling. I destinationsmanifestet är de värderingar formulerade, som förväntas vara bärande för destinationen Skaraborg.

Destinationsmanifestet syftar till:

- att skapa en gemensam värdegrund för destinationens samtliga aktörer.
- att skapa stolthet över den egna bygden.
- att stärka det lokala värdskapet.
- att bilda utgångspunkt för destinationens turismutbud, dess utformning och dess utvecklingsriktning.
- att ligga till grund för Skaraborgs kommande profilering.

Den 28 januari kommer destinationsmanifestet att lyftas upp och stadfästas i förbundsstyrelsen för Skaraborgs Kommunalförbund.

Under senhösten 2010 har en dialog förts med turistchefsgruppen avseende möjligheten att utveckla och profilera webbportalen [www.skaraborg.nu](http://www.skaraborg.nu) med utgångspunkt från den värdegrund som är framtagen. Vidare finns tankar på att bilda ett redaktionsråd och portalen skall även framgent ägas och uppdateras av Skaraborgskommunerna.

## KUNSKAP OCH KOMPETENS

I Skaraborgs "omvärld" pågår samtidigt viktiga processer som stödjer det lokala destinationsutvecklingsarbetet. Ett sådant exempel är regeringens satsning på Sverige som Matland. Skaraborg har här unika möjligheter att ta del av dessa nationella insatser via Västsvenska Turistrådets strategiska satsning på affärs- och produktutveckling inom Måltidsturism.

Ett förslag till utveckling av ett kunskapscentrum runt måltidsturism har arbetats fram under 2010. Kunskapscentrat ska vara en samverkansplattform för akademien och näringslivet. Från akademin ska föreslås två primära partners; SLU i Skara och Handelshögskolan i Göteborg. Verksamheten föreslås bestå av tre centrala delar; branschriktad kunskapsutveckling, längre utbildningar som en fil.kand.utbildning (3 år) samt forskning.

### *"Innovationscentrum Skaraborg"*

Planering av en gemensam plattform för det framtida turismutvecklingsarbetet i Skaraborg med syfte att skapa förutsättningar för ett kunskaps- och kompetensnav för det framtida turismutvecklingsarbetet i Skaraborg. Den turistiska utvecklingen måste säkerställas inför framtiden, likaså samarbetet över kommungränserna samt att förutsättningar skapas för en positiv utveckling av besöksnäringen och dess konkurrenskraft.

Plattformen med arbetsnamnet "Innovationscentrum Skaraborg" bör ha koppling till "Nationell strategi för besöksnäringen" och det blivande nationella kvalitets- och hållbarhetssystemet Hållbar besöksnäring. Vidare bör den gemensamma plattformen ta sin utgångspunkt i arbetet med Besöksnäring i fysisk planering och det tänkta Kunskapscentrum för måltidsturism.

### *Statistik och analys*

Kunskap och lärande är en förutsättning för att kunna utveckla en destination i den riktning som önskas. Genom att utifrån ett marknadsperspektiv självkritiskt granska sin destination kan möjligheter belysas och brister identifieras.

Under 2009 och 2010 har följande undersökningar genomförts:

**Skaraborg ur ett Sverige-perspektiv** – en studie genomfördes i maj 2009 mha Resurs AB/Sifo där ca 2000 svenskar intervjuades per telefon avseende attityder och kännedom om resmål och destinationer i Skaraborg. Studien visade att Göta kanal och Skara Sommarland är kända för många svenskar, dock saknar de allra flesta svenskar en association till området. Slutsatsen är att det finns en stor möjlighet att skapa en tydligare bild av Skaraborg.

**Attitydundersökning bland Skaraborgarna** med övergripande syfte att kartlägga och analysera kommuninvånarna i Skaraborgs inställning till den tänkta turismsatsningen och inte minst till turismen som den ser ut idag. Rapporten visar att 84 % av skaraborgarna är uttalat positiva till en ökad turismsatsning och ett stärkt samarbete över kommungränserna. Vidare önskade man sig bättre kommunikationer, fler aktiviteter och bättre logimöjligheter. Skaraborgarna tror på turism som tillväxtmotor, samarbete över kommungränserna och sin egen roll som värdar för besökande. Turismens Utredningsinstitut genomförde undersökningen på uppdrag av Västsvenska Turistrådet under våren 2009.

**En tillväxtanalys** som genomfördes under 2009 bland 120 småskaliga boendeanläggningar i Skaraborg visar att hela 63 % upplever en ökad tillväxt och att den då rådande lågkonjunkturen inte hade påverkat negativt. Fler danskar och norrmän märktes liksom tyskar och holländare. Få företag är idag miljö- eller kvalitetscertifierade medan allt fler är köpbara online. Företagen har en god framtidstro. Lättnader i form av förenklad tillståndsgivning, ökad samverkan, mer marknadskunskap och kvalitetsinsatser tror företagen är viktiga och avgörande faktorer för en fortsatt utveckling.

Utifrån tillväxtanalysen av de befintliga boendeanläggningarna har ett antal insatsområden identifierats där det finns behov av en kompetenshöjning hos företagen.

Västsvenska Turistrådet har månadsvis brutit ner och sammanställt **inkvarteringsstatistik** för Skaraborg för de femton ingående kommunerna samt gör årsvis turistekonomiska beräkningar för Västsvetige och Skaraborg. Regelbundet genomförs även en mer ingående besöksanalys i Skaraborg (senaste undersökningen gjordes 2008). Materialet är viktigt av flera anledningar. För att kunna lägga planer och strategier för den framtida turistiska utvecklingen inom regionen krävs kunskap om hur den befintliga turismen ser ut och fungerar samt vilka omvärldsfaktorer som påverkar.

## NYETABLERINGAR OCH INVESTERINGAR

För att strategiskt och långsiktigt kunna utveckla turismen i Skaraborg är det nödvändigt att de turistiska frågeställningarna behandlas i kommunernas översiktsplanering. Men det krävs också ett samarbete över kommungränserna. En utveckling av besöksnäringen i den omfattning som avses kommer att medföra fysiska anspråk i form av bebyggelse och annan infrastruktur som måste tydliggöras i planeringen och avvägas mot andra intressen. Målsättningen är ökade investeringar i turistisk infrastruktur med incitament för nyetablering respektive kvalitetsutveckling av befintliga anläggningar, attraktioner och miljöer där turismens behov och marknadsförutsättningar beaktas.

Arbetet med en Vägledning inleddes i slutet av 2009 och utmynnade i en handbok i hur de turistiska frågeställningarna kan behandlas och processas i översiktsplaneringen; **Besöksnäring i fysisk planering – en vägledning**. Vägledningen färdigställdes i oktober 2010 och är framtagen i ett samarbete mellan Västsvenska Turistrådet, Länsstyrelsen i Västra Götaland, Skaraborgs Kommunalförbund med Skövde, Lidköpings, Götene, Skara och Falköpings kommuner.

### *Utveckling småskaligt boendekoncept på landsbygden*

Det ökande intresset för att uppleva natur och levande kultur ställer krav på boendet som något mer än en plats för övernattning och vila. Nyinvesteringar måste vara på rätt nivå samt också på rätt plats, för att kunna tillvarata landskapets särdrag i syfte att förstärka upplevelser och destinationens profil. Dessutom finns flera andra aspekter att beakta inte minst hållbarhet ur både ett ekonomiskt såväl som socialt och miljömässigt perspektiv. Skaraborg har behov av utökad boendekapacitet men samtidigt måste investeringarna vara väl genomtänkta. En ambition för 2011 och framåt är att finna ett konceptboende som harmonierar med värdegrunden och områdets fysiska förutsättningar och som också tilltalar en marknad, både nationell och internationell.

Under 2010 initierades ett arbete som syftar till att utveckla ett koncept för kommersiellt kvalitativt boende som kan inspirera till såväl investeringar som nyetableringar i olika former av hotell, Bed & Breakfast etc. Detta arbete kommer att presenteras i en inspirations- och lärobok med arbetsnamnet "Lodge i kulturlandskap" vilken skall kunna bidra till att få Västsveriges företag och entreprenörer att satsa på småskaligt boende på teman som till exempel fiske, vandring, klättring. Skaraborg och Bohuslän är pilotområden. Boken ska ligga klar år 2011.

Inför 2011 kommer ett projekt att diskuteras vilket skulle innefatta en fortsättning på Besöksnäring i fysisk planering med koppling det utvecklings- och investeringsbehov som finns när det gäller boende som är anpassat efter målgruppernas efterfrågan och Skaraborgs värdegrund.

## KVALITET OCH VÄRDSKAP

Under 2010-2014 driver Västsvenska Turistrådet en nationell pilotstudie inom projektet Hållbar besöksnäring. Målsättningen är att utveckla ett förslag till ett permanent kvalitets- och hållbarhetssystem för hela Sveriges besöksnäring. Det är ett stort och banbrytande arbete att skapa en integrerad märkning för kvalitet och hållbarhet. Skottland och Nya Zeeland har funnit sina lösningar, men inget av dessa system är direkt tillämpbara i Sverige. Syftet är att utarbeta ett nationellt kvalitets- och hållbarhetssystem med utgångspunkt från gästens och marknadens krav och som ger affärsnytta till företag samt skapar en attraktiv och hållbar destination.

Som ett första led i pilotstudien besöktes ett 50-tal företag i Västsverige i juni 2010 inom kategorierna småskaligt boende, aktiviteter och sevärdheter, med syfte att bli kvalitetsgranskade av Visit Scotlands rådgivare enligt den skotska modellen. I Skaraborg omfattades piloten av 9 boendeanläggningar och 4 kultursevärdheter. En direkt återkoppling gavs till företagen vid besöken.

Arbetet har sedan fokuserat på framtagande av kriterier för boendeanläggningarna och då i första steget det småskaliga boendet, ex Bed & Breakfast, pensionat och värdshus med boende. De svenska kriterierna kommer att testas efter årsskiftet. I november testades olika boendeformer samt deras definitioner på 12 boendeanläggningar i Skaraborg. Syftet var att samla upp företagens synpunkter och behov. Att ha en öppen dialog med näringen är en grundförutsättning för att lyckas i utvecklandet av Sveriges framtida kvalitets- och hållbarhetssystem för besöksnäringen.

## BEFINTLIGA ANLÄGGNINGAR

Via kommunens licens i den virtuella turistbyrån [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com) kan företagen marknadsföra sig mot Sverige och världen. Turistorganisationerna i Skaraborg, med stöd av Västsvenska Turistrådet, verkar sedan 2005 för att verksamheter i hela destinationen kontinuerligt skall arbeta med och vara självgående i samverkansplattformen Basetool, samt att verksamheterna skall vara bokningsbara via bokningssystemet City Break.

För närvarande pågår en Danmarkskampanj där bl a 44 företag i Skaraborg ingår. Förutom den grundinvestering som Västsvenska Turistrådet gör i kampanjen har en riktad insats gjorts för Skaraborg. Västsvenska Turistrådet har under 2010 växlat upp och dubblat företagens investering i kampanjen. Under hösten har dessutom ett pilotarbete startats med ett tiotal företagare i Göta kanal-området avseende framtagande av en gemensam marknadsplan.

Alla kommuner i Västsverige har en licens i Basetool vilken ger företagen rätt att delta kostnadsfritt. Vidare har Västsvenska Turistrådet upparbetat ett ramavtal avseende City Break vilket innebär att företagen kostnadsfritt kan vara bokningsbara online. Företagen betalar en provision på 1,9 % till systemägaren Visit Technology vid genomförd bokning.

Turistorganisationerna kommer att ta fram en plan för det kommande arbetet med de befintliga företagen samt en målsättning för 2011.

## RESEANLEDNINGAR

För att skapa turistekonomisk tillväxt, måste en destination ha starka resanledningar. Ju mer unikt, desto längre är man beredd att resa, men det är få förunnat att ha något helt unikt på destinationen. Det är lika viktigt att hitta kombinationer av attraktioner och upplevelser som tillsammans skapar ett intresse.

Exempel på stödjande insatser som görs inom turismstrategiarbetet avseende följande områden: natur, kultur, evenemang, måltidsturism och mötesindustri;

## NATUR

Inom Reseanledningar Natur drivs för närvarande inga specifika projekt inom Turismstrategi Skaraborg. Dock är i vissa fall naturturism och kulturturism tätt sammanlänkade med varandra. Vid sidan om projektet pågår emellertid en rad olika projekt med inriktning på naturturism.

Under 2010 har en affärsplan utarbetats för naturturism i Västra Götalandsregionen.

---



## KULTUR

### *Attraktivitetsanalys kulturresmål*

En attraktivitetsanalys av kulturresmål i Skaraborg genomfördes 2010 av Turismens Utredningsinstitut. Syftet var att utvärdera 12 kulturresmål i Skaraborg avseende kännedom och attraktionskraft, samt att ge underlag för att bedöma deras utvecklingspotential och vad som behöver förbättras/förändras. Genomgång av analysen med workshop hölls den 7 december dit företrädare för de tolv besöksmålen var inbjudna.

### *Omgestaltning Varnhems klosterområde*

Alltsedan hösten 2009 och på initiativ från Västsvenska Turistrådet har ett förslag till omgestaltning av området kring Varnhems klosterkyrka utarbetats och förankrats. Förslaget innefattar bland annat trädgårdsanläggningar, vägar, nytt skyltprogram och återställande av den sjö som ursprungligen funnits på platsen.

På Länsstyrelsens inrådan har även ett förslag till lösning på området som omfattar utgrävningsplatsen på gravkullen tagits fram där tankar kring ruinens framtida "luftrum" presenteras. Omgestaltningsprojektet finansieras av Regionala utvecklingsnämnden, Länsstyrelsen, Skara kommun och Skaraborgs Kommunalförbund. Redovisning av projektet sker under våren 2011.

En presentation har även gjorts för Trafikverket avseende ett idékoncept om en "Kulturens rastplats" i nära anslutning till Varnhem, utmed väg 49. För att kunna genomföra detta projekt förs dialog mellan kommunerna, regionen och Trafikverket.

## EVENEMANG

Evenemang bidrar till ett ökat resande. De attraherar besökare inte bara från dess närområde, utan även från övriga delar av landet, och i vissa fall även från utlandet. Dessutom kan evenemang tydliggöra destinationens innehåll. En analys av evenemang i Skaraborg genomfördes under 2010 med syfte att klarlägga vilka evenemang som idag bidrar till en hög omsättning och attraktivitet, samt även att klarlägga eventuella luckor och nya möjligheter. Evenemangen skall även bidra till att stärka Skaraborgs övergripande profil "Jordnära upplevelser i det ursprungliga Sverige".

Under 2010 genomfördes en evenemangssamverkan med koppling till arenorna i Lidköping, Götene, Skövde, Trollhättan och Vänersborg. Initialt besöktes respektive kommun där flera intressenter och representanter deltog. Syftet var att skapa en bild av behov såväl som intresse. Därefter har aktiviteter genomförts utifrån kommunala företrädares önskemål.

## MÅLTIDSTURISM

Skaraborg med sin bördiga landsbygd, sina sjöar och vattendrag, samt sina starka historiska och kulturella traditioner, har alla förutsättningar att bli ett starkt utvecklingsområde för måltidsturism, och i förlängningen för en aktiv satsning på kvalitetssäkrat, småskaligt kommersiellt boende med egen profil.

Utan tillgång till måltider och boende har turismen på en destination mycket begränsade möjligheter att bli långsiktigt lönsam. Alltså är måltiden och övernattningsmöjligheterna kommunicerande kärnl, där måltiden är lockelsen och övernattningen den faktor som bidrar till merförsäljning och ökad lönsamhet, nya företag och nya jobb på landsbygden.

Under hösten genomfördes bland annat en inspirationsresa i Skaraborg med Smaka på Väst-sverige med studiebesök hos producenter samt besök på en kontaktmässa för krögare och producenter. Totalt finns 6 stycken Mersmaksrestauranger i området, och fler är intresserade av att ansluta sig. Lokalproducerat i Väst verkar bland annat för att få krogarna i Västsverige att använda mer lokalproducerade råvaror.

Boken om regional måltidsturism i Västra Götaland beskriver och definierar olika måltiders innehåll och syften samt beskriver måltidens roll i destinationsutveckling. Boken med dess metoder och modeller skulle kunna bli användbara verktyg för det fortsatta arbetet i Skaraborg.

Under 2010 har en ansökan avseende ett kunskapscentrum för måltidsturism skrivits fram – se insatsområde Kunskap och kompetens. Beroende på ansökans beviljande startar utbildningen hösten 2012.

## MÖTESINDUSTRI

I dokumenten för den regionala utvecklingsstrategin för Västra Götalandsregionen framhålls att regionen bör stärka sin roll inom internationella och nationella möten. Göteborg är den ort i länet som har den starka marknadspositionen i ett nationellt perspektiv, men även regionen i övrigt har stor potential att attrahera möten inom ett flertal kunskaps- och branschsegment genom sin spetskompetens inom flera områden.

Affärsutvecklingsområdet "Mötesindustrin", med Västsvenska Turistrådet som projektägare, arbetar strategiskt för att utveckla regionen till en stark mötesdestination. Uppdraget omfattar delregionerna/kommunalförbunden Fyrbodal, Sjuhärad och Skaraborg, vilka är delaktiga i finansieringen av projektet.

Insatser i Skaraborg sker i enlighet med plan för utveckling av mötesindustrin med utgångspunkt från högskoleorten Skövde. Satsningen på mötesindustrin i Skaraborg har hittills givit 14 gånger insatt kapital.

**10 December 2010**

*Västsvenska Turistrådet*

---

## BEGREPPSNYCKEL

**Basetool:** Basetool, som även benämns "samverkansplattformen", ligger bakom [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com) och är det verktyg som används för att administrera företagens produktblad. I Basetool finns också möjligheten att kommunicera med andra aktörer inom turismnäringen i Västsverige samt att ta del av information, utbildningsmaterial m m som finns upplagt i den så kallade "Turismakademin". Inloggningsuppgifter krävs för att få tillgång till Basetool.

**Besökare:** Begreppet "besökare" ansluter till begreppet "turism" (se turism). Tre krav ställs för att en resenär ska räknas som besökare:

- Resan ska gå till en plats utanför resenärens vanliga omgivning.
- Den sammanlagda vistelsetiden ska vara i högst ett år.
- Huvudsyftet med resan ska vara annat än att utöva lönearbete som betalas av någon på platsen.

**Besöksnäring:** Besöksnäringen är i princip all konsumtion som är direkt kopplad till resandet, inklusive affärsresande och dagsbesök. Besöksnäringen i sig är inte någon egen bransch. Det är ett samlingsbegrepp som utgörs av summan av de verksamheter i olika branscher (t.ex. flyg-, hotell-, och resebranschen samt att också handeln inkluderas) som är riktade till och konsumeras av människor när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning. Begreppen turism- och turistnäring förekommer även.

**Citybreak:** Citybreak är ett webbaserat bokningsystem. Ett avtal krävs för att medverka. Genom avtalet kan företagen kostnadsfritt vara bokningsbara online genom att koppla sitt produktblad (se produktblad) i Basetool till den onlinefunktion som finns på portalen [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com). Med hjälp av Citybreak kan företagen bl.a. administrera sina bokningar, sin tillgänglighet och sina priser samt ha tillgång till sin kunddatabas, rapportera direkt till SCB och ha tillgång till en bokningsfunktion på den egna hemsidan m m. Bokning sker genom att kunden bokar en produkt/ett paket på [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com) alt. företagets hemsida. Betalning av produkt/paket sker då kunden är på plats. En prestationsbaserad provision på 1,9 % utgår till systemägaren Visit Technology Group.

**Produktblad:** En sida där ett företag, en produkt, ett paket och/eller ett evenemang presenteras på [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com). Administreras genom Basetool. Se även Basetool.

**Produktutveckling:** Att jobba med produktutveckling kan innebära flera saker. Det kan dels handla om att ett företag förbättrar en befintlig produkt, t.ex. genom att utveckla sitt värde skap, genom att man utvecklar helt nya produkter inom ramen för sin verksamhet eller börjar sälja paket i samverkan med andra aktörer.

**Smaka på Västsverige:** Smaka på Västsverige är ett övergripande varumärke för kvalitets-säkrade måltidsprodukter och måltidsupplevelser i Västra Götalandsregionen. Inom varumärket ryms producenter, gårdsbutiker och krogar där de senare består av de certifierade Västsvensk Mersmaksrogarna. Smaka på Västsverige finns tillgängligt i utvalda butiker samt mässor och events. Varumärket ägs av Västsvenska Turistrådet och Lokalproducerat i Väst. Se även

Västsvensk Mersmak.

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

**Den turistekonomiska omsättningen** utgörs av den konsumtion turister genererar i samband med vistelsen i ett specifikt område; exempelvis Mariestad, Töreboda och Karlsborgs kommuner. Den turistekonomiska omsättningen hänger samman med antalet besökare, andel tillresta besökare, konsumtion per person och dygn samt turistens vistelselängd i kommunen.

**Västsvensk Mersmak:** Västsvensk Mersmak är ett kvalitetsutvecklingsprogram för krogar i Västra Götalandsregionen. Krogarna går, efter en uttagningsprocess, en utbildning vilken resulterar i en certifiering. Certifierade Mersmakskrogar ges möjlighet att medverka vid events, mässor och dylika aktiviteter. **www.vastsverige.com:** Den officiella hemsidan för Västsverige med alla dess undersidor, kommuner och temasidor. Här har turisten möjlighet att söka information utifrån sitt intresseområde och boka boende/paket/aktiviteter online. [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com) hade sammanlagt 4 000 000 besökare under 2009. Går även under namnet Virtuella Turistbyrå.