

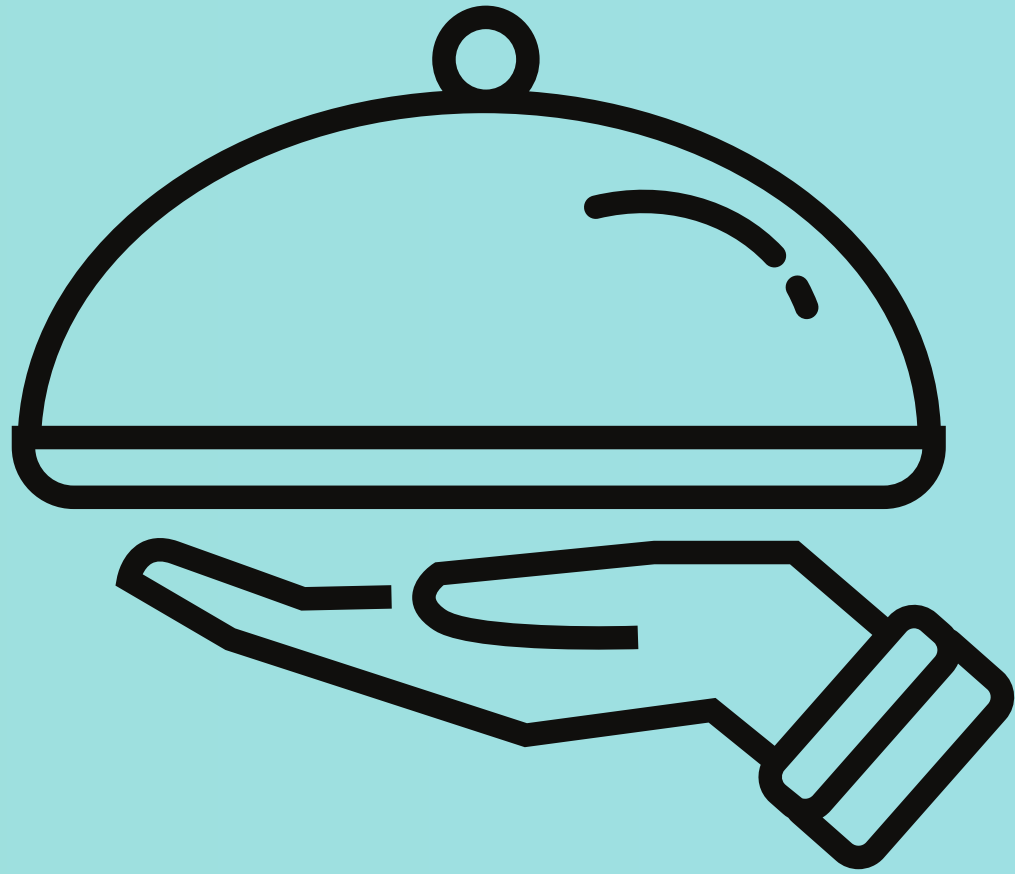
# WORKSHOP

Reseplaneringar, Hållbarhet och Unga



# RESEANLEDNINGAR





Lokal samverkan

Användning av lokala  
produkter och livsmedel

- » **Stärk samarbetet mellan lokala producenter, restauranger och besöksnäring.**
- » **Lyft fram Blekinges lokala produkter i menyer, event och storytelling.**
- » **Vikten av att skapa fler event kopplade till lokal mat och säsongsupplevelser.**
- » **Samarbete med Coop, Naturum och andra aktörer lyftes som möjlig väg.**
- » **Betona hållbarhet, närhet och kvalitet i kommunikationen.**



Unika produkter och producenter i Blekinge som borde synas mer



**Behov av samlad marknadsföring av Blekinges små producenter.**



**Samarbete mellan hotell, restauranger och gårdar för att skapa upplevelsepaket.**



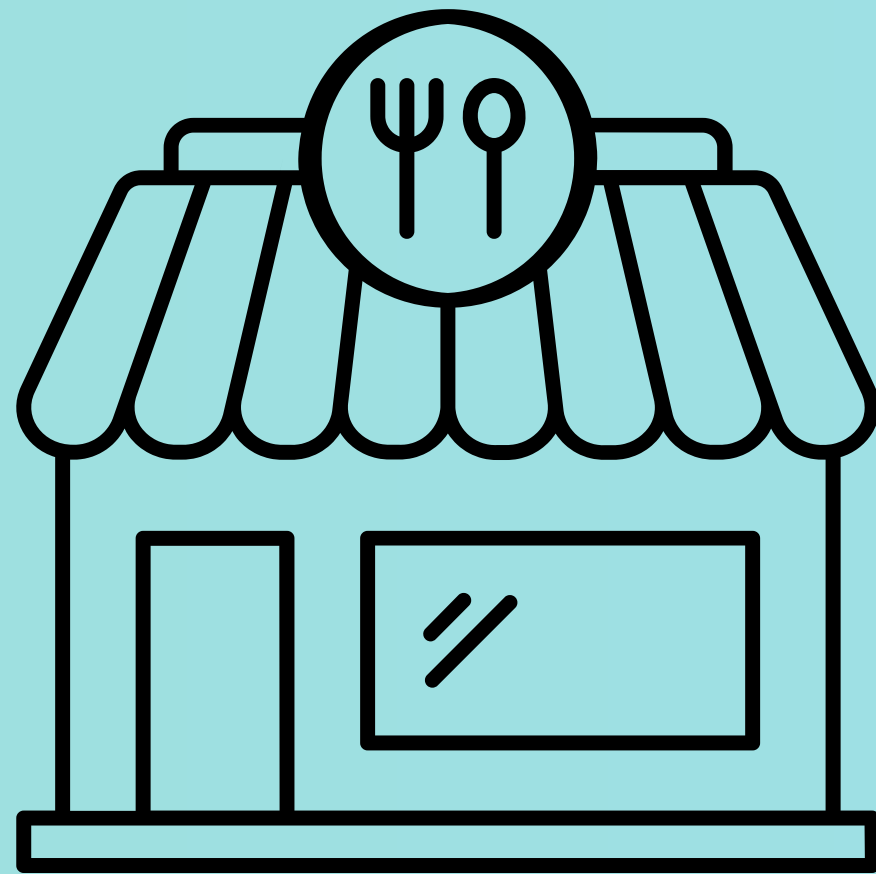
**Tydligare digital närvaro och enklare sätt att hitta producenter online.**



**Förläng säsongen genom "rullande teman" – exempelvis skördetid, vårmät, sommarfester.**



**gemensam kanal via Visit Blekinge där lokala producenter lyfts fram.**



Samverkan för att höja  
kännedomen om restauranger  
i Blekinge

## Reseanledningar

- » **Öka samverkan mellan restauranger, hotell och aktivitetsföretag.**
- » **Skapa fler gemensamma kampanjer och temaveckor, t.ex. "Smaka Blekinge".**
- » **Utveckla nyheter under året – varierade menyer, säongsaktiviteter, öppet längre.**
- » **Viktigt att uppdatera öppettider och synlighet i digitala kanaler.**
- » **Tidsbrist och digitala kunskapsluckor hos småföretag ses som hinder.**
- » **Digital plattform eller nätverk mellan restauranger efterfrågas.**





Aktiviteter, event och erbjudanden som gör företag attraktiva året runt

- » **Fler samarbeten mellan företag och föreningar kring lokala aktiviteter.**
- » **Skapa årsplan för evenemang så aktörer kan samverka och planera gemensamt.**
- » **Nyheter och variation lockar återkommande gäster.**
- » **Förläng säsongen genom temapaket, exempelvis vintervandring, höstlovshelger, vårmarknader.**
- » **Gemensam paketering i olika prisklasser breddar målgruppen.**



Skapa berättelser om mat och kultur som lockar gäster att besöka Blekinge



**Berättelser om människor, platser och traditioner engagerar.**



**Synliggör Blekinges matkultur, både genom text, bild och film.**



**Mat- och kulturupplevelser bör lyftas som en reseanledning i sig.**



**Koppla ihop gårdar, hantverkare och restauranger i storytelling.**



**Förslag: koncept "Smaka på Blekinge" med guidade smakresor och evenemang.**

# HÅLLBARHET

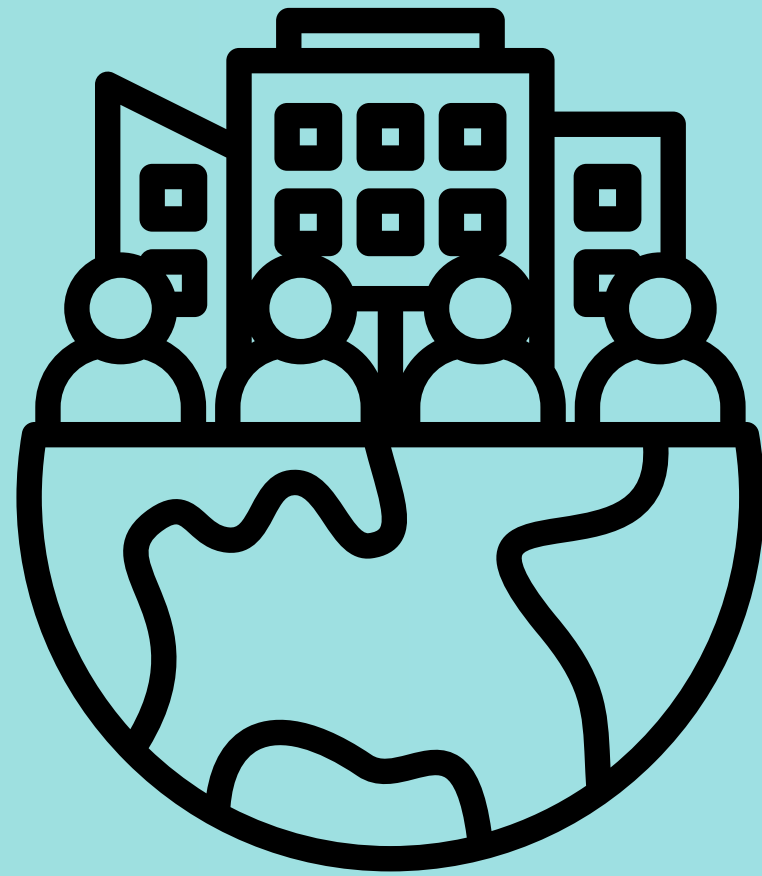






Främja hållbara färdssätt på resa hit och inom Blekinge

- » **Förbättra tillgången till kollektivtrafik mellan besöksmål.**
- » **Tydligare information om hur man kan resa hållbart till och inom regionen.**
- » **skapa paketresor och kommunikationskampanjer om hållbara färdssätt.**
- » **Behov av samordning mellan region, kommuner och transportaktörer.**
- » **Hinder: tidsbrist, resurser, ekonomiska prioriteringar.**



Integrera social hållbarhet i hela verksamheten



**Fokusera på delaktighet, inkludering och mångfald i verksamheten.**



**Lyft fram lokala kunskapsbärare och eldsjälar.**



**Stärk mötet mellan generationer – skapa sociala kontaktytor.**



**Viktigt att förstå ungas behov och skapa nya sociala rum där de inkluderas.**



**Hinder: tid, språk, kultur och ekonomi.**



Bidra aktivt till platsen där verksamheten drivs



**Företag kan bidra till platsutveckling genom lokala samarbeten.**



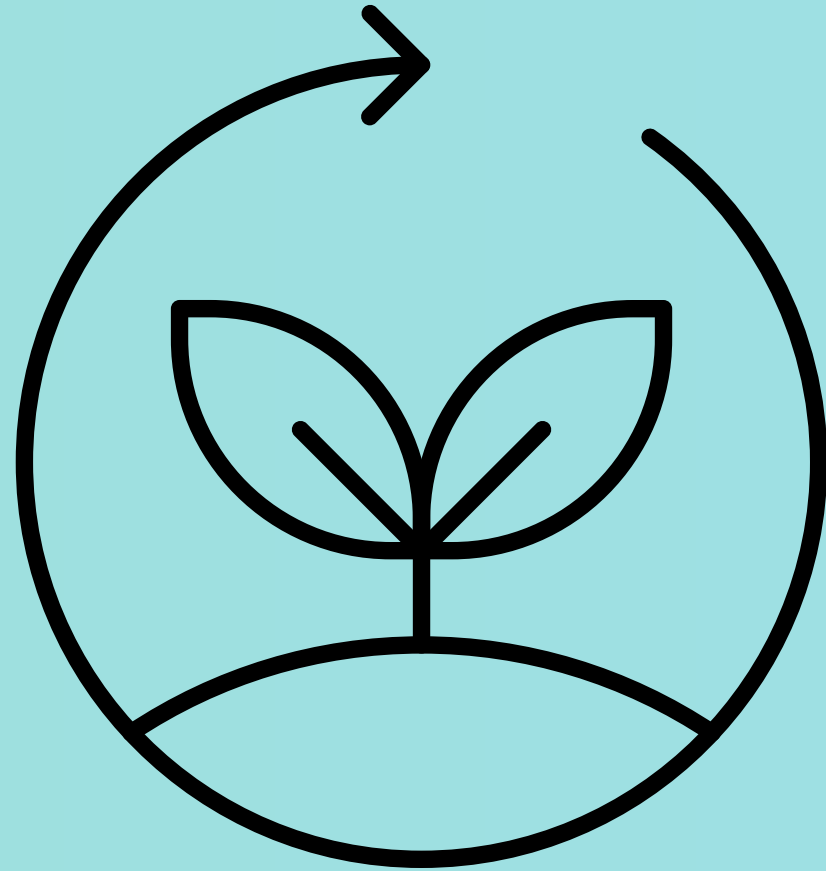
**Involvera skolor, utbildningar och ideella aktörer.**



**Initiativ där företag investerar i sin närmiljö stärker lojalitet och stolthet.**



**“Ambassadörskap” som koncept kan användas även inom hållbarhetsarbete.**



Spara energi, vatten och  
avfall



**Praktiska  
hållbarhetsåtgärder  
efterfrågas, särskilt inom  
boende- och  
restaurangsektorn.**



**Tydliga riktlinjer, stöd  
och nätverk för  
kunskapsdelning  
behövs.**



**Delning av goda exempel  
kan inspirera fler företag.**



## Kommunicera hållbarhet



**Hållbarhetskommunikation ska vara ärlig, enkel och konkret – undvik “greenwashing”.**



**Skapa gemensamt språk kring hållbarhet för hela regionen.**

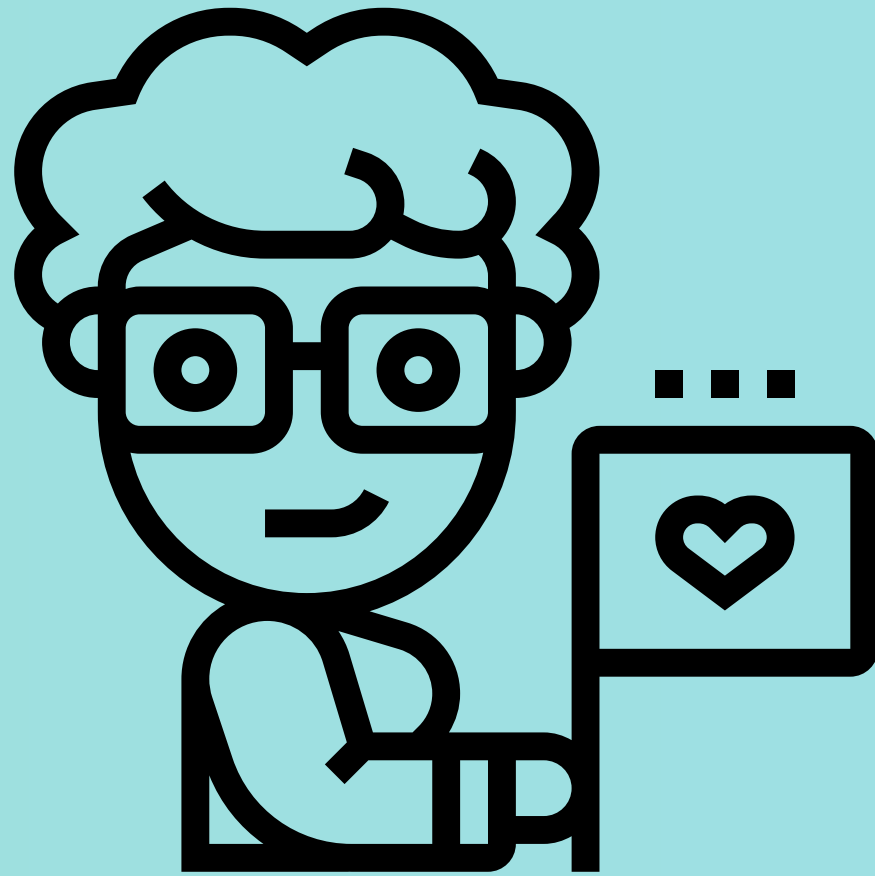


**Fler behöver bli bättre på att berätta muntligt och på plats, inte bara online.**



**Fler behöver bli bättre på att berätta muntligt och på plats, inte bara online.**



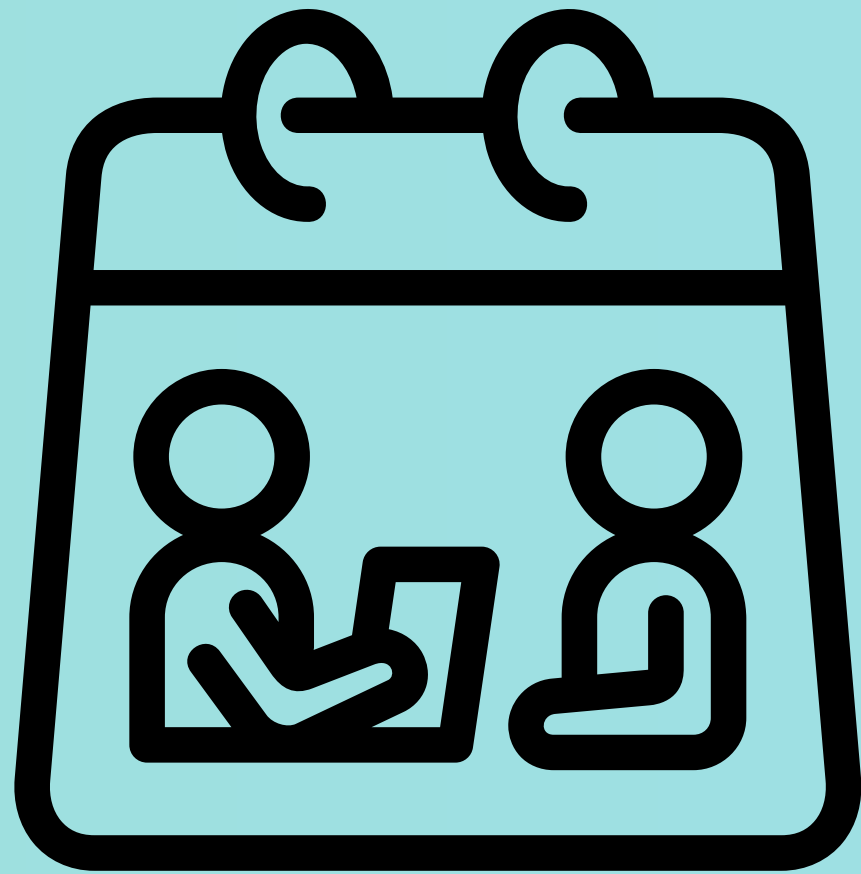


Ambassadörskap och stolthet  
hos lokalbefolkningen

- » **Involvera invånare i turism och platsmarknadsföring.**
- » **“Biosfärambassadör” – utbildning ses som ett bra exempel – fler liknande koncept önskas.**
- » **Lokal stolthet är nyckeln till långsiktig hållbarhet och utveckling.**
- » **Skapa utbildning och stöd för att inspirera fler att bli platsambassadörer.**

# UNGA





Locka fler unga till att besöka föreningar och företag

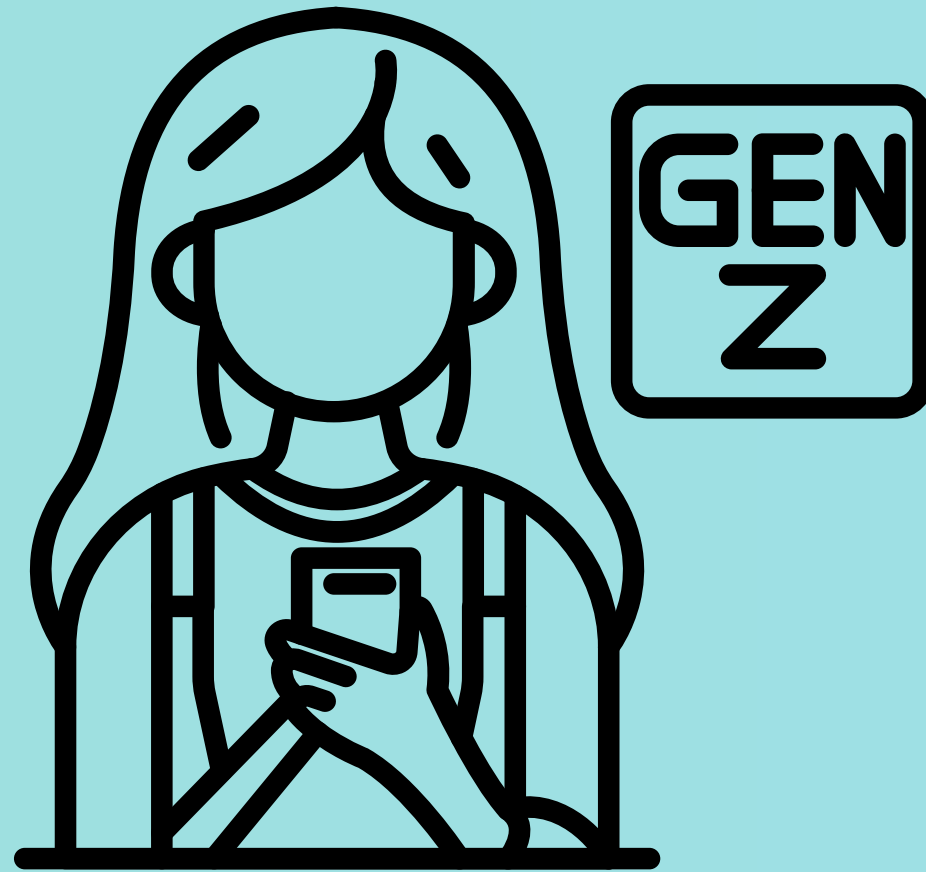
- » **Unga vill delta, inte bara konsumera – ge dem ansvar och uppdrag.**
- » **“Challenge Blekinge” – förslag på tävlingskoncept med utmaningar runt länet.**
- » **Använd TikTok och visuellt innehåll – Facebook/Instagram når inte längre de yngre.**
- » **Skapa fysiska mötesplatser med aktiviteter där unga trivs.**
- » **Betona det personliga mötet – relationer är viktiga för engagemang.**





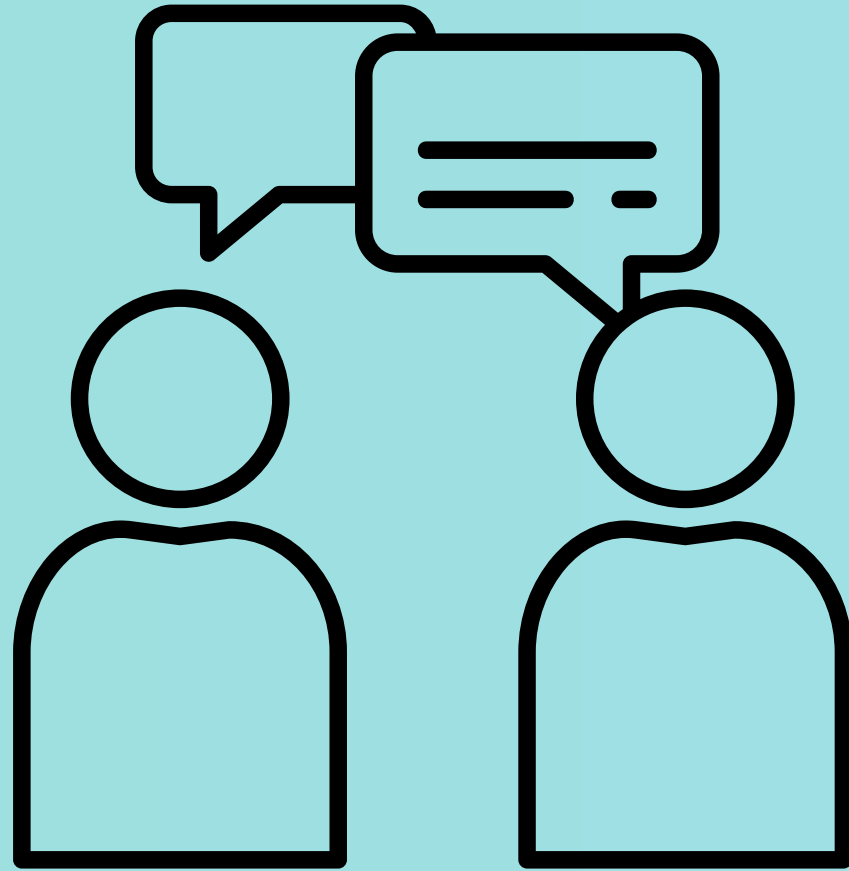
Unga i Blekinge idag:  
beteenden, behov och  
attityder

- » **Många unga flyttar, få återvänder – fler karriärvägar behövs.**
- » **Unga efterfrågar framtidstro och möjligheter att påverka.**
- » **Blekinge behöver fler miljöer där unga kan mötas och skapa.**
- » **Skolan och näringslivet bör samarbeta för att synliggöra möjligheter i regionen**
- » **Ungas engagemang ökar när de känner sig sedda och behövda.**



Skapa nya engagerande  
upplevelser och aktiviteter för  
Generation Z

- » **Generation Z söker upplevelser som känns äkta, delbara och personliga.**
- » **Storytelling, digitala guider och interaktiva aktiviteter lockar.**
- » **Företag kan knyta till sig unga genom praktik, volontärinsatser eller idéutveckling.**
- » **Mer samverkan mellan skolor, företag och kommuner efterfrågas.**
- » **Hinder: unga upplever ibland att vägarna till jobb och karriär är otydliga.**



Kommunikation som når fram till unga



**Kommunikation ska vara snabb, rak och visuell.**



**Viktigt att finnas på plattformar där unga faktiskt är – TikTok, YouTube, Discord.**



**Kombination av digitala och fysiska möten fungerar bäst.**



**Ambassadörskap bland unga kan inspirera andra och skapa stolthet.**



**Ökad dialog mellan generationer stärker förtroendet.**



Koppla nuvarande upplevelser  
till Generation Z

- » Anpassa befintliga aktiviteter till yngre målgrupper.
- » Skapa workshops, event och sociala möten som känns relevanta.
- » Samarbeta med skolor och fritidsverksamheter för att testa nya koncept.
- » Unga vill medskapa – låt dem bidra till utformningen av upplevelser.

# SAMMANSTÄLLNING

## Reseplaneringar

- » Stärk samarbetet mellan lokala producenter, restauranger och evenemang.
- » Gemensam marknadsföring och digital synlighet för små producenter.
- » Skapa paket och temaveckor som förlänger säsongen.
- » Storytelling om mat, kultur och människor – t.ex. konceptet Smaka på Blekinge.

## Hållbarhet

- » Förbättra hållbara färesätt och samordning mellan transportaktörer.
- » Integrera social hållbarhet – delaktighet, inkludering och möten mellan generationer.
- » Företag kan bidra till platsutveckling genom lokalt engagemang.
- » Tydliga riktlinjer, stöd och nätverk för kunskapsdelning behövs.
- » Ambassadörskap och lokal stolthet stärker långsiktig hållbarhet.

## Unga

- » Unga vill delta och påverka – skapa plats för medskapande.
- » Använd TikTok och visuellt innehåll för att nå Generation Z.
- » Samarbeta med skolor och fritidsverksamheter för nya koncept.
- » Utveckla autentiska, interaktiva upplevelser som känns meningsfulla.
- » Bygg framtidstro genom jobb, praktik och tydliga karriärvägar.