

**Till:**

**Rektor Johan Sterte**

Luleå Tekniska Universitet  
Johan.Sterte@ltu.se

**Prefekt Monica Johansson**

Institutionen för konst, kommunikation och lärande  
Luleå Tekniska Universitet  
[Monica.Johansson@ltu.se](mailto:Monica.Johansson@ltu.se)

**Kopia till:**

**Professor Hans Gelter**

Institutionen för konst, kommunikation och lärande  
Luleå Tekniska Universitet  
[Hans.Gelter@ltu.se](mailto:Hans.Gelter@ltu.se)

## **Skrivelse angående utbildning Upplevelseproduktion**

Swedish Lapland Tourism är en näringslivsstyrd organisation och samverkansplattform som företräder besöksnäringen i Norrbottens län samt Skellefteå kommun. Swedish Lapland används som destinations- och platsvarumärke i marknadsföringen av Sveriges nordligaste destination.

### **Besöksnäringen utveckling**

Turismen i världen växer och under de senaste 20 åren har den internationella turismen ökat med 110 %. Enligt UNWTO – United Nation World Travel Organisation pekar prognosen på fortsatt tillväxt med tre procent årligen fram till år 2030. För Swedish Laplands del innebär denna utveckling stora möjligheter.

Besöksnäringen har växt sig allt starkare i Sverige och regionen och är idag en viktig basnäring gällande tillväxt och sysselsättning. Turismens exportvärde, dvs. utländska besökares konsumtion i Sverige, är högre än exportvärdet för både personbilar (37,6 mdkr) och järn- och stålindustri (57,1 mdkr). Ett värde som genom åren ökat.

Tillväxten i besöksnäringen på destinationen Swedish Lapland har varit enorm. Mellan åren 2000 till 2010 ökade omsättningen med 74 %, till 4,1 miljarder och antal årsverken med 93 %. Idag sysselsätter näringen i regionen drygt 3 600 personer.

### **Framtida potential och utveckling**

Besöksnäringen i Sverige har satt som mål att fördubbla omsättningen till år 2020. Swedish Lapland och alla destinationer i regionen ställer sig bakom detta och målet är att fördubbla näringens omsättning från 4,1 miljarder år 2010 till 8,2 miljarder till år 2020.

Potentialen för fler gäster in till destinationen Swedish Lapland är mycket stor. Enligt Visit Swedens nya och fördjupade målgruppsanalys för 2013 planerar 71 % av den globala resenären med Sverigeintresse att åka till Sverige inom de närmsta tre åren. Utifrån ländermarknader har målgruppen rankat vilken av 9 olika regioner i Sverige som man helst vill besöka. Destinationen Swedish Lapland placerar sig i absoluta toppen på merparten av dessa marknader.

## Kompetensförsörjning och utbildning – för tillväxt i näringen

I den regionala turismstrategin för destinationen Swedish Lapland pekas kompetensförsörjning ut som ett horisontellt kriterium som ska prioriteras inom alla de fem strategiska insatsområdena; turistisk infrastruktur, affärsutveckling, innovativ produktutveckling, marknadsföring och kommunikation samt smart specialisering, som identifierats för att skapa förutsättningar för tillväxt i destinationen och nå målet om fördubblad omsättning.

I likhet med andra basnärings är det avgörande för besöksnäringen att det finns akademiska utbildningar som ger spetskompetens inom området. En viktig del i utveckling av destinationen Swedish Lapland är att säkra kompetensförsörjningen inom besöksnäringen i regionen. Tillgång till rätt sorts kompetens, utifrån företagets behov, skapar innovations- och tillväxtmöjligheter.

Swedish Lapland Tourism har identifierat att insatser behöver göras för att öka näringens attraktionskraft som arbetsgivare. Detta sker i samband med att näringen växer, men Swedish Lapland Tourism kommer också verka för att specifika åtgärder genomförs eftersom företagen vittnar om att det blivit svårare att rekrytera och många anser att det råder brist på branschkompetens personal.

Swedish Lapland Tourism önskar utveckla samarbetet med Luleå Tekniska Universitet och utbildningen Upplevelseproduktion. Besöksnäringen i regionen har sedan tidigare ett gott samarbete med utbildningen där flertalet studenter haft uppdrag åt företag. Ett exempel är det traineeprogrammet som Sparbanken Nord finansierar inom vilket även Swedish Lapland Tourism kommer att ta emot en trainee-student med start september 2014.

Som företrädare för besöksnäringen kommer Swedish Lapland Tourism att verka för att skapa partnerskap med utbildningen med inriktningen att turistföretagen blir intressanta arbetsgivare för de studenter som utbildar sig inom området. Detta kan bidra till att skapa en attraktiv näring med ökad kompetens men också en än mer attraktiv utbildning och dessutom en region som kan tilltala unga och talang.

Vår önskan och förhoppning är att Luleå Tekniska Universitet även fortsättningsvis kommer prioritera utbildningen Upplevelseproduktion och åtgärda de brister som påvisats.

**2014-08-19**

**/ Erica Mattsson**

Destinationsutvecklingsstrateg

Swedish Lapland Tourism

erica.mattsson@swedishlapland.com

+46 (0)70-388 60 25

[www.swedishlaplandtourism.com](http://www.swedishlaplandtourism.com)

[www.swedishlapland.com](http://www.swedishlapland.com)