



Föreningens verksamhetsplan för 2019

2018 var ett viktigt år i föreningens utveckling. Vårt namnbyte signalerade ett bredare omfamnande av turistisk verksamhet i svensk natur, och vi har klivit fram som den självklara nationella företrädaren för natur- och ekoturism. En förändring som skapar både möjligheter och utmaningar.

I takt med att omgivningens insikt om betydelsen av vår del av branschen ökar, blir trycket större på vår lilla organisation. Det är många som vill ha saker av oss. Åsikter, kunskaper, inspel. Tid. Att vi upplevs som allt mer relevanta för utvecklingen av svensk besöksnäring är naturligtvis i grunden positivt, men det gör också att behovet av att prioritera blir än större. Vi behöver, mer än någonsin, springa på rätt bollar.

I en organisation med begränsade resurser blir det viktigt att periodisera fokus på olika insatsområden. Vi har jobbat länge med ett stort fokus på påverkansarbete och lobbying, och under 2018 också landat två stora framgångar med den sänkta momsen på naturguidningar och tillkomsten av den nationella strategin för naturturism. Utan att helt släppa greppet om påverkan av de stora frågorna går förslaget till verksamhetsplan 2019 ut på att förskjuta fokus till de förenings- och företagsnära frågorna.

Följande avskalade förslag till verksamhetsplan är ett försök att kortfattat peka ut områden att fokusera våra insatser på under 2019.

Föreningen

• Medlemsvärvning

Vi har nu en modern fungerande administration för hantering av våra medlemmar, med betalningsfunktionalitet kopplat till vår hemsida. Det gör att vi kan skapa kampanjer på ett helt annat sätt än tidigare. Under 2019 börjar resan mot att engagera fler än 400 av de (kanske) 10.000 naturturismföretag vi gissar finns i landet.

• Paketerad och prissatt kunskapsförsäljning

Det ökade intresset för vår erfarenhet och kompetens är en affärsmöjlighet för oss. Den bör vi ta vara på. Att ta fram modeller för prissättning av våra tjänster, och att paketera föreläsningar, workshops och annat branschen efterfrågar kan bidra till våra intäkter, samtidigt som det skapar kontakter och stärker vårt varumärke. Speciellt borde paketerade lösningar kopplat till den nationella strategin för naturturism kunna vara ett (men långt ifrån det enda) gångbart tema.

• Projekt - pågående

Vi har pågående projekt (6 Pilotinstaser, Turism på annans mark och IDAN) som vi naturligtvis behöver fokusera på att ta till mållinjen, och också leverera så goda resultat som möjligt kring. Flera av projektinsatserna kommer också att kunna vara av långsiktig betydelse för föreningens utveckling.

- **Projekt - nya**

Vi behöver hitta projektpengar till nya, spännstiga och för föreningen långsiktigt konstruktiva projekt. Nya vindar blåser och positiva samtal förs med flera bidragsgivande organisationer.

Märkningen

- **Nature's Best 2.0**

För NB handlar det om att komma ut på banan igen, efter ett onödigt långt depåstopp, med nya däck och bränsle i tanken. Vi behöver få upp farten, med ett mer genomtänkt, tidsenligt och robust system som levererar en bättre produkt och ger fler märkta företag.

Även här har vi skaffat oss bättre förutsättningar än tidigare, med en ny hemsida, en suverän styrman (Pär) och ytterligare en kompetent resurs (Danne Jonasson), som bidrar i arbetet. Vi har också projektpengar som kan användas för jobbet. Med hjälp av de något ljummare vindar som börjar blåsa kring föreningen ser vi att 2019 är året då det vänder uppåt för Nature's Best. Halleluja!

Eftersom prioriteringar handlar om att välja bort blir inte den här listan längre än så. Naturligtvis finns det fler saker vi kommer att jobba med och fler frågor vi kommer att hantera under året.

Uddevalla, Bohusläns hufvudstad, 2018-12-06

Joakim Hermanson,
Generalsekreterare