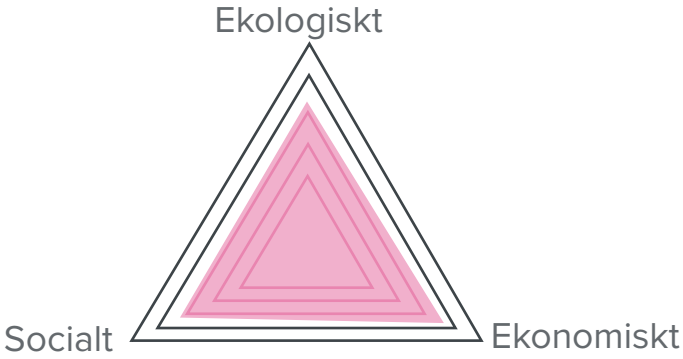
HÅLLBARHETSINDEX 2022

Västervik



HÅLLBARHETSPROFIL VÄSTERVIK 2022

Utvecklingsresan – En analys som hjälper företag att ställa om.

UTVECKLINGS RESAN

EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden

VÄSTERVIK FRAMÅT

OM UNDERSÖKNINGEN

Genomförande, branschsegment och resultat

Snabbanalysen genomfördes under november 2022 och besvarades av 95 besöksnäringsföretag i Västerviks kommun fördelade på stad, landsbygd och skärgård. Bakom undersökningen står Västervik Framåt AB genom projektet
Den hållbara gästupplevelsen.

De branschsegment som omfattas är;

- Restaurang/Kafé
- Boende*
- Konferens
- Aktiviteter*/Besöksmål

Resultatet ger en övergripande bild och en fingervisning av hur destinationens hållbarhetsarbete ser ut, på en grundläggande nivå.

* Snabbmat, snabbmatskedjor och föreningsdrivna aktiviteter så som exempelvis golfbanor och padelbanor deltog inte i undersökningen, ej heller föreningsdrivna ställplatser.

KONTAKT

Läs mer på
vastervikframat.se/utvecklingsresan

PETER GÖRANSSON
Företagsrådgivare
0490-875 09
peter.goransson@vastervik.com

JAKOB FRANZÉN
Turismansvarig
0490-875 11
jakob.franzen@vastervik.com

HÅLLBARHETSINDEX – EN DEL AV UTVECKLINGSRESAN

Hållbarhetsindex är en del av Utvecklingsresan som är framtagen av Västervik Framåt i samarbete med marknadsundersökningsföretaget Research One med syfte att få en samlad bild av och bidra till en hållbar utveckling inom besöksnäringen i Västerviks kommun. Modellen är en del av projektet ”Den hållbara gästupplevelsen” som delfinansieras av Europeiska regionala utvecklingsfonden.

EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden

VÄSTERVIK FRAMÅT

HÅLLBARHETINDEX 2022

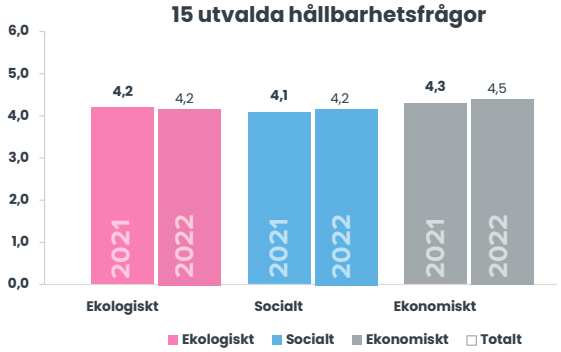
Resultat – Västervik

OM Hållbarhetsindex är en snabbanalys baserad på resultatet från 15 påståenden kopplade till hållbarhetsaspekterna ekonomisk-, social- och ekonomisk hållbarhet.

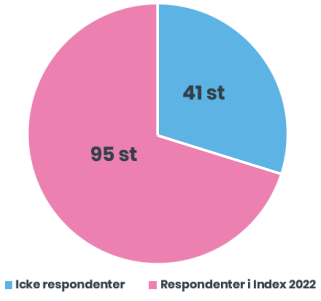
Resultatet är en självskattning av de egna verksamheterna på destinationen Västervik där respondenten fått svara mellan 0–6 hur väl påståendet stämmer överens med företagets verksamhet idag.

Resultatet ger en överblicksbild av nuläget för destinationens hållbarhetsarbete idag och genererar ett mätbart hållbarhetsindex för ett företags hållbara utveckling över tid.

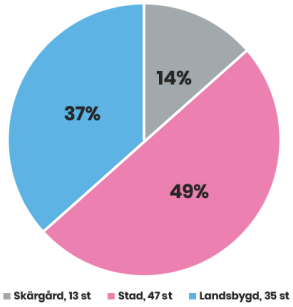
Hållbarhetindex – Västervik 2022
15 utvalda hållbarhetsfrågor



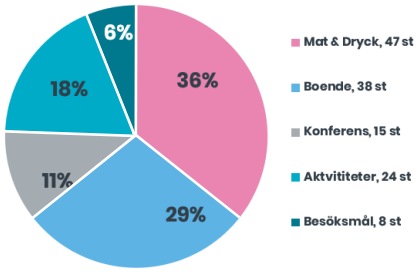
Antal företag, totalt 136 st



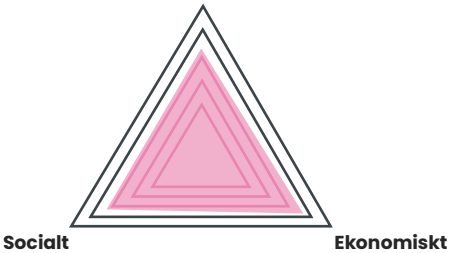
Geografisk fördelning



Branschfördelning



Hållbarhetsprofil – Västervik 2022



FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

• Totalt, besöksnäringen	136 företag
• Deltagande i Index 2022	95 företag
• Antal verksamheter*	132 verksamheter
• Undersökningsperiod	November 2022
• Undersökningsmetod	Digital snabbanalys
• Undersökningens omfattning	15 påståenden

Utveckling 2022

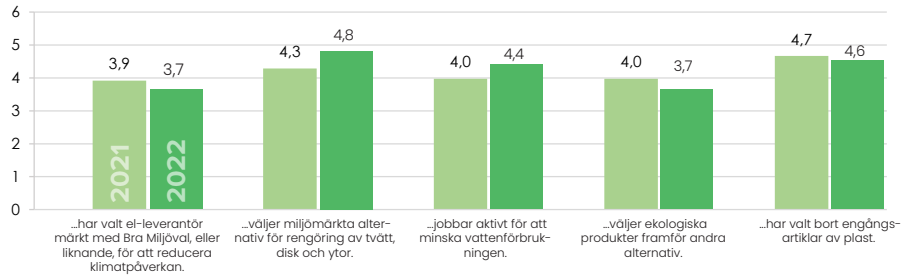
• Antal nya	15 st.
• Antal tappade	12 st
• Antal återkommande	77 st

**Ett företag kan omfattas av flera olika branscher, till exempel ett Hotell som även har en restaurang och konferens.*

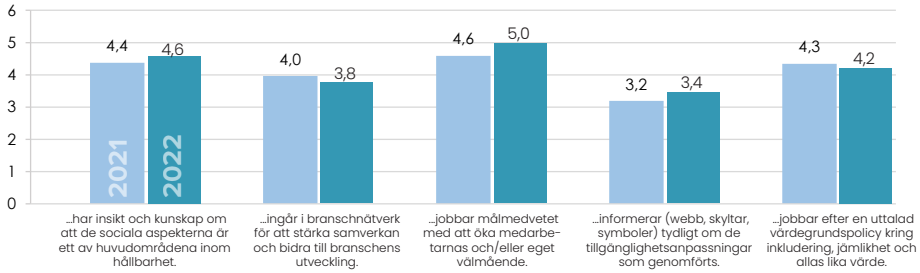
KOMMENTAR Årets analys har en ännu högre svarsprocent än 2021 (70%) en ökning med 32 responderande verksamheter med en god fördelning både geografiskt över hela kommunen och med en bra täckning över alla branscher inom besöksnäringen på destinationen. Svarsfördelningen visar att man generellt sett svarar högt, på de svarsalternativ man idag arbetar med, på majoriteten av alla påståenden. Detta visar på en positiv inställning till hållbarhetsfrågor. Vi ser en marginell ökning inom segmenten social och ekonomisk hållbarhet och att man över alla områden generellt sett svarar högt på sitt hållbara arbete. Den största ökningen i jämförelsen mellan de två undersökningarna ligger inom det ekonomiska perspektivet kopplat till att man ser vikten av en ekonomisk buffert vid oväntade händelser i sin verksamhet. Inom det ekologiska perspektivet ser vi en fortsatt stor utvecklingspotential inom områdena ”valet av elleverantör märkt bra miljöval” och ”väljer ekologiska alternativ framför andra alternativ” där man till och med minskat i jämförelse med föregående år. I de följdfrågor som ställdes i 2022 års analys kopplat till rådande läge i omvärlden kan tänkas att dessa har ett samband med varandra.

ANALYSEN

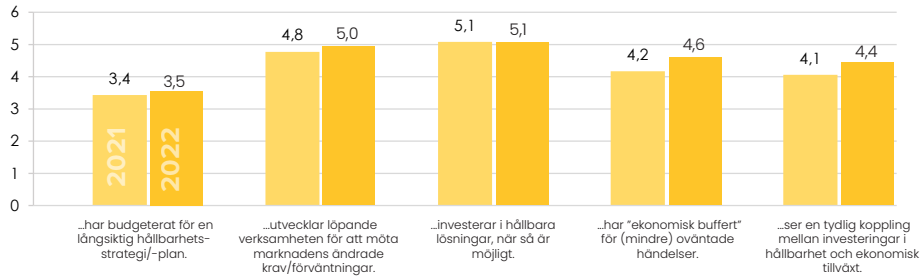
Det ekologiska perspektivet



Det sociala perspektivet



Det ekonomiska perspektivet



OM

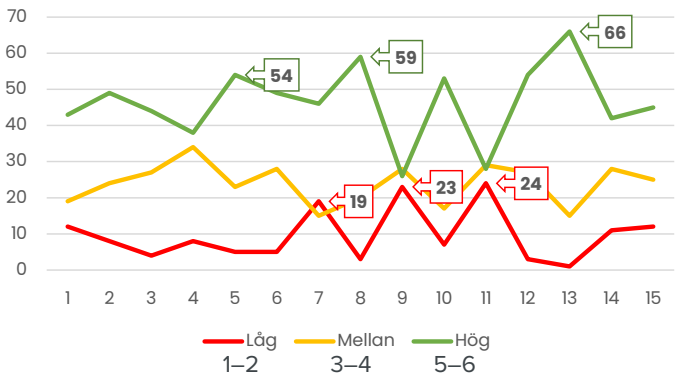
Alla påståendena i snabbanalysen är av en allmän karaktär för en enkelhet i sin självskattning för att skapa en så rättvis snabbanalys med tillhörande index som möjligt för destinationen.

En lika fördelning mellan de olika aspekterna inom hållbarhet tillämpades med 5 påståenden per område, ekonomiskt, ekologiskt eller socialt.

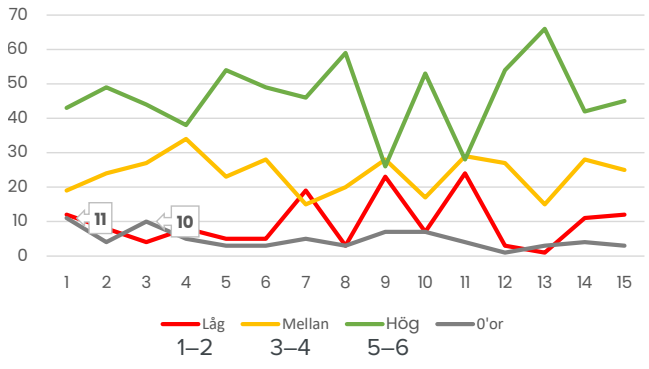
Svarsalternativ mellan 1–6, där 1–2 sammanslaget visar på en hög utvecklingspotential och där 5–6 tyder på en redan väl utvecklad hållbar verksamhet.

Varje påstående kunde även graderas med svarsalternativ 0 om påståendet inte är tillämpligt i verksamheten idag.

Svarsfördelning, Trend



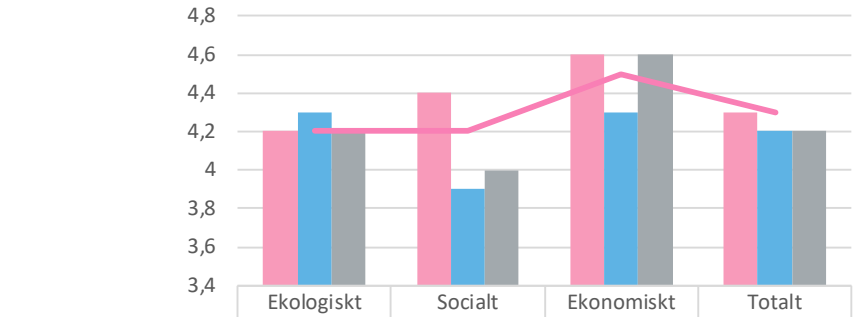
Svarsfördelning: "Kan inte påverka"



OM

Trenddiagrammen visar hur svarsalternativen fördelats ut per påstående. I resultatet är svarsalternativ 1+2, 3+4 och 5+6 sammanslagna till indikatorerna låg, mellan och hög. Svarsalternativ 0 innebär att påståendet inte är tillämpligt i verksamheten idag.

GEOGRAFISK FÖRDELNING



	Ekologiskt	Socialt	Ekonomiskt	Totalt
Staden	4,2	4,4	4,6	4,3
Landsbygd	4,3	3,9	4,3	4,2
Skärgård	4,2	4,0	4,6	4,2
Destination totalt	4,2	4,2	4,5	4,3

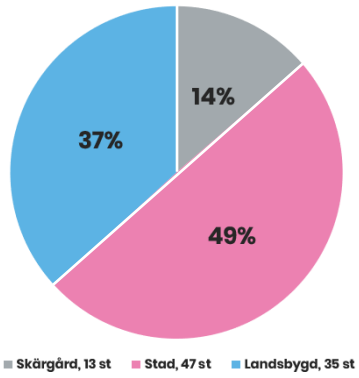
Staden Landsbygd Skärgård Destination totalt

OM

Jämförelse utifrån geografisk fördelning visar om det generella resultatet för besöksnäringen i stort har några märkbara skillnader utifrån geografiskt läge.

Uppdelningen baseras på var företaget har sin verksamhet och har delats in de geografiska kategorierna stad, landsbygd och skärgård.

Geografisk fördelning



Utveckling över tid

	Eko 2021	Eko 2022	Soc 2021	Soc 2022	Ekon 2021	Ekon 2022
Staden	4,4	4,2	4,4	4,4	4,4	4,6
Landsbygd	3,9	4,3	3,8	3,9	4,2	4,3
Skärgård	4,2	4,2	4,1	4,0	4,2	4,6
Destinationen, total	4,2	4,2	4,1	4,2	4,3	4,5

Staden Landsbygd Skärgård Destinationen, total

KOMMENTAR – GEOGRAFISK FÖRDELNING Hela analysen har jämn fördelning utifrån Stad, Landsbygd och Skärgård som är jämförbar med hur fördelningen på hela destinationen totalt ser ut. Resultatet visar att svarsfördelningen skiljer sig ganska markant åt beroende på om respondenten är ett företag i staden på landsbygden framför allt kopplat till det ekologiska och sociala aspekterna.

Totalt sett så ligger stadens resultat betydligt högre än både landsbygden, skärgården och det totala resultatet för destinationen, medan landsbygdsföretagen ligger betydligt lägre än för destinationen totala inom samtliga tre områden.

Påståendena som rör den ekonomiska hållbarheten är det område där det geografiska läget (jämfört med destinationen) är minst påtaglig. Företagen i skärgårdens svar ligger i paritet med destinationen som helhet inom alla tre hållbarhetsaspekter.

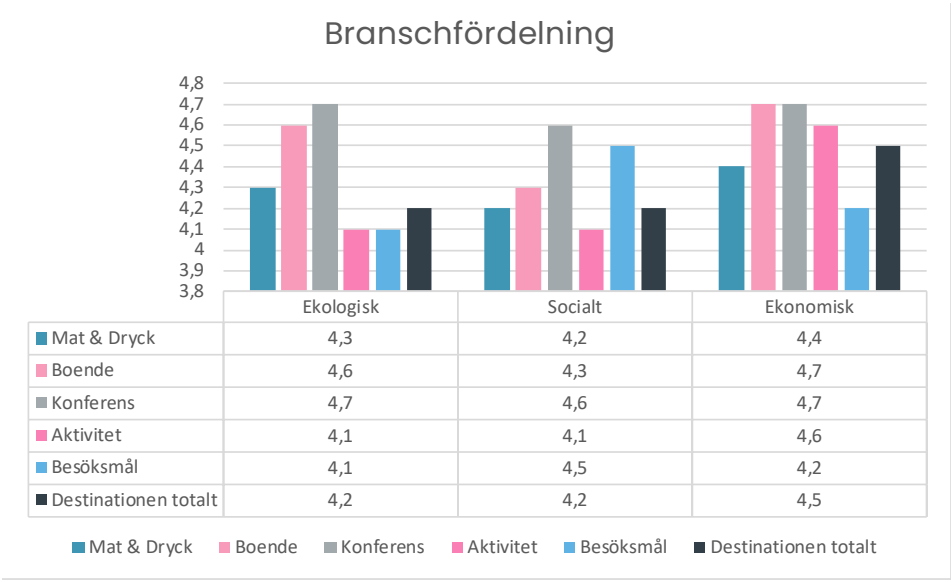
BRANSCHFÖRDELNING

FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

Uppdelningen med utgångspunkt i branschtillhörighet gör det möjligt att jämföra resultatet nedbrutet på ytterligare en nivå. Hur ett företag kategoriserats baseras på hur företaget kryssat i ”bransch” i analysen.

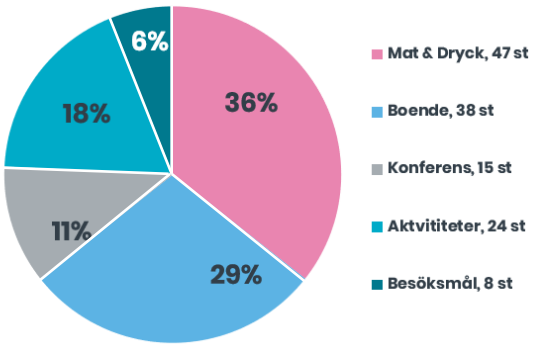
Ett företag kan tillhöra olika branscher, exempelvis kan ett hotell även ingå i bransch boende, konferens och restaurangen om den fyllt i det i sin snabbanalys.

Resultatet visar om det finns skillnader i resultatet baserat på vilken bransch det responderande företaget tillhör.



	Ekologisk	Socialt	Ekonomisk
Mat & Dryck	4,3	4,2	4,4
Boende	4,6	4,3	4,7
Konferens	4,7	4,6	4,7
Aktivitet	4,1	4,1	4,6
Besöksmål	4,1	4,5	4,2
Destinationen totalt	4,2	4,2	4,5

Branschfördelning



Utveckling över tid

	2021 Ekologiskt	2022 Ekologiskt	2021 Socialt	2022 Socialt	2021 Ekonomiskt	2022 Ekonomiskt	2021 Total	2022 Total
Mat & Dryck	4,2	4,3	4,1	4,2	4,3	4,4	4,2	4,3
Boende	4,6	4,6	4,5	4,3	4,5	4,7	4,5	4,5
Konferens	4,7	4,7	4,8	4,6	4,8	4,7	4,7	4,7
Aktivitet	3,5	4,1	3,9	4,1	3,9	4,6	3,9	4,3
Besöksmål	4,4	4,1	4,4	4,5	4,4	4,2	4,4	4,3
Total	4,2	4,2	4,1	4,2	4,3	4,5	4,2	4,3

Mat & Dryck Boende Konferens Aktivitet Besöksmål Total

KOMMENTAR – BRANSCHFÖRDELNING

Branschens fördelning i analysen har god täckning för hela destinationen där Mat & Dryck är det i undersökningen största segmentet sett till antalet respondenter och där besöksmål och konferens är de två minsta områdena. Analysen visar att det generellt sett utifrån hållbarhets-aspekterna har en ganska liten påverkan vilken specifik bransch ett företag tillhör jämfört med destinationens totala resultat och där endast ”aktivitet” är den bransch som ligger något lågt. ”Boende” och ”konferens” är de två branscher som sticker ut och ligger något över destinationen som helhet framförallt kopplat till de ekologiska och sociala aspekterna.

BRANSCH & LÄGE

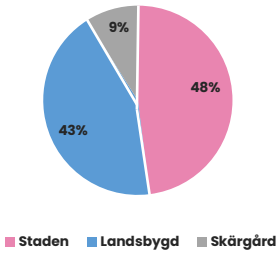
Jämförelsediagram

	Stad	Landsbygd	Skärgård	Stad	Landsbygd	Skärgård	Stad	Landsbygd	Skärgård
	Boende & Konferens			Mat & Dryck			Aktivitet & Besöksmål		
Ekologiskt	4,6	4,6	5,1	4,2	4,0	4,7	4,4	3,5	2,9
Ekonomiskt	4,7	4,6	4,4	4,2	4,2	3,8	4,6	3,6	3,8
Socialt	4,6	4,6	4,3	4,2	4,4	4,4	4,5	4,2	4,4

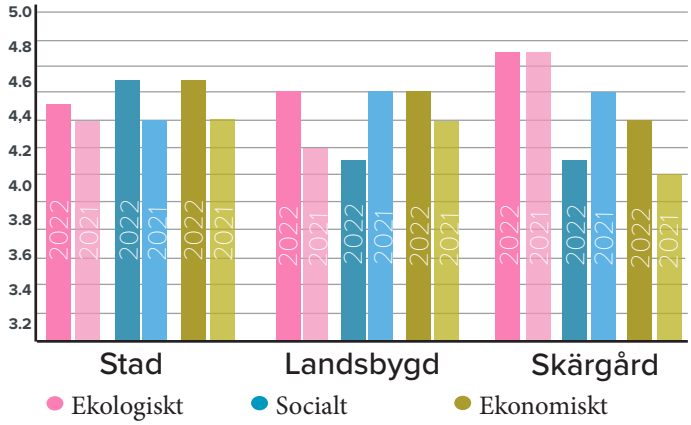
Ekologiskt Ekonomiskt Socialt

Geografisk fördelning

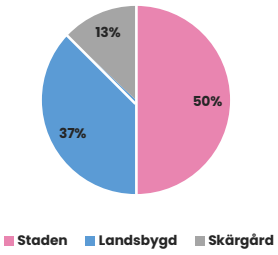
Mat & Dryck



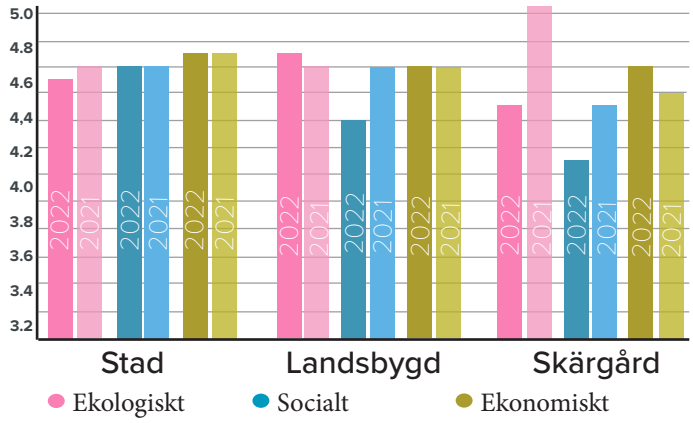
Bransch: Mat & dryck



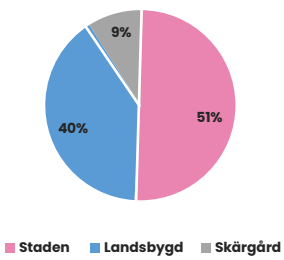
Boende & Konferens



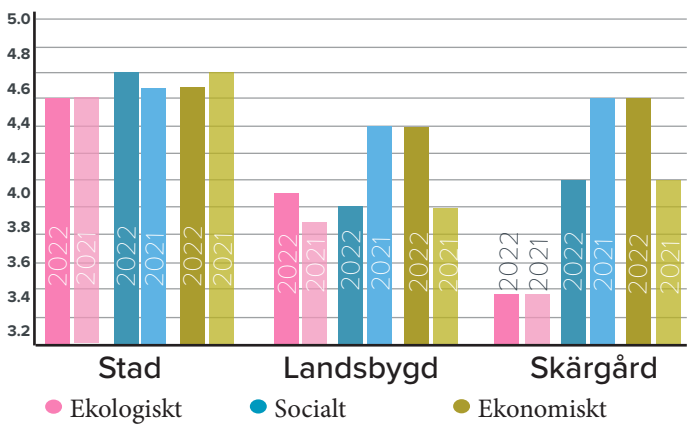
Bransch: Boende & Konferens



Aktivitet & Besöksmål



Bransch: Aktivitet & Besöksmål



OM

Att jämföra resultatet utifrån flera aspekter ger en ökad möjlighet att på en mer detaljerad nivå jämföra resultaten mot varandra.

Resultat kan jämföras på branschnivå men även genom att jämföra samma bransch utifrån sitt geografiska läge, landsbygd, stad eller skärgård.

KOMMENTAR – BRANSCH & LÄGE

Analysen bryter ner resultatet i både branscher och jämför dem även mot dess geografiska läge.

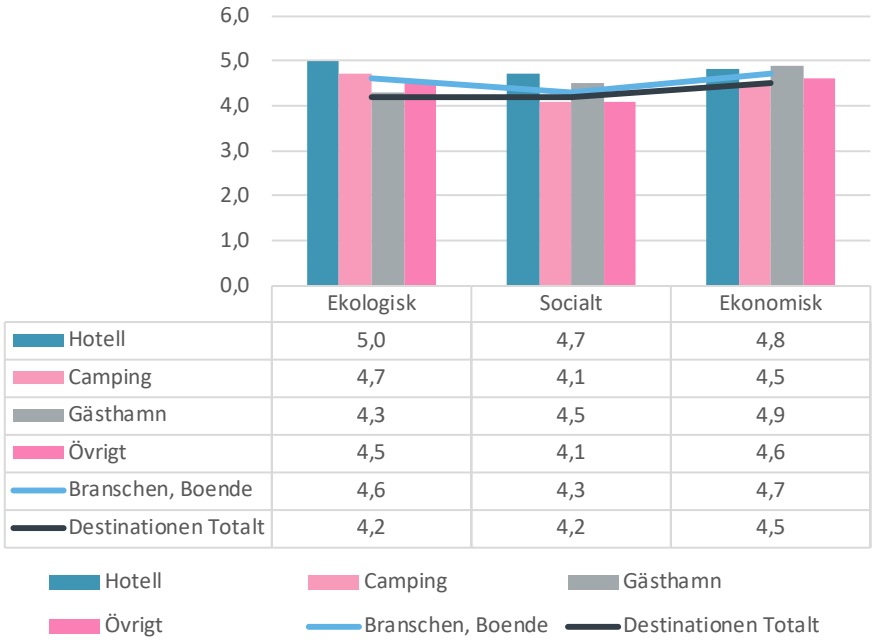
Här blir det mer påtagligt att de olika branscherna och deras geografiska läge visar skillnader i resultatet på påståendena.
Den bransch som i denna jämförelse har de största svängningarna inom de olika aspekterna är segmentet Aktivitet & Besöksmål och då framför allt kopplat till de Ekologiska och Ekonomiska aspekterna.

Den hållbarhetsaspekt som tycks ha minst påverkan av bransch och läge är den sociala aspekten och den aspekt som har största skillnaderna är den ekologiska beroende på både bransch och läge.

BRANSCH

Boende – Boendetyp

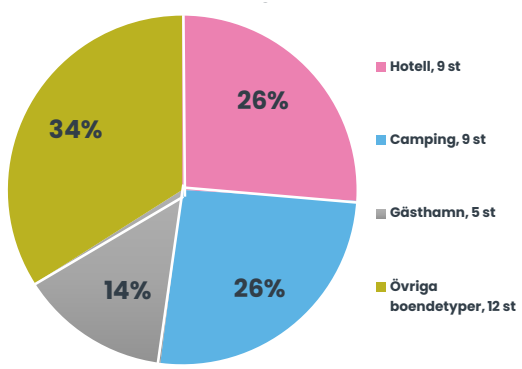
Aspekter i jämförelse med branschfördelning – BOENDETYP



	Ekologisk	Socialt	Ekonomisk
Hotell	5,0	4,7	4,8
Camping	4,7	4,1	4,5
Gästhamn	4,3	4,5	4,9
Övrigt	4,5	4,1	4,6
Branschen, Boende	4,6	4,3	4,7
Destinationen Totalt	4,2	4,2	4,5

OM UNDERSÖKNINGEN
Inom branschsegmentet boende var svarsfrekvensen hög inom en rad tydliga boendetyper vilket skapade möjlighet att bryta ut resultatet på ytterligare en nivå, typ av boende.
Detta skapar möjligheten att jämföra och se hur resultatet på destinationen skiljer sig jämfört med bransch, boendetyp och om det geografiska läget för den specifika boendetypen har skillnader i resultat jämfört med destinationen.

Branschfördelning – BOENDETYP



Utveckling över tid 2021-2022

	2021	2022	2021	2022	2021	2022
	Ekologisk		Socialt		Ekonomisk	
Hotell	4,8	5,0	4,7	4,7	4,5	4,8
Camping	4,3	4,7	4,9	4,1	4,8	4,5
Gästhamn	4,7	4,3	4,9	4,5	4,8	4,9
Övrigt	4,7	4,5	4,1	4,1	4,5	4,6
Branschen, Boende	4,6	4,6	4,5	4,3	4,5	4,7
Destinationen Totalt	4,2	4,2	4,1	4,2	4,3	4,5

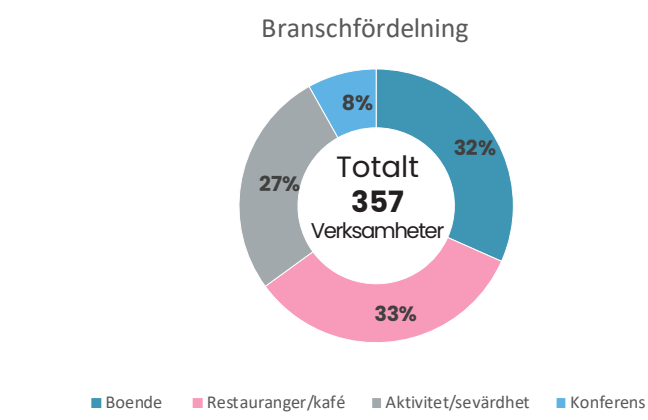
Hotell Camping Gästhamn Övrigt Branschen, Boende Destinationen Totalt

KOMMENTAR – BOENDETYP Analysen visar att branschen boende generellt sätt ligger högt över destinations jämförelsetal oavsett boendetyp med undantaget för ”övrigt boende” kopplat till den sociala aspekten. Noterbart är att boendetypen Hotell ligger höst av boendetyperna inom den ekologiska aspekten men ligger lägst inom det ekonomiska.
En liknande notering gäller för kategorin ”övrigt boende” som visar ett lågt resultat inom den sociala aspekten, dock i linje med destinationens samlade resultat. Gästhamn visar ett högt resultat inom alla tre områden både i jämförelse med destinationen totalt och med boendebranschen totalt.

BENCHMARK & BENCHMARK INDEX

OM BENCHMARK & BENCHMARK INDEX

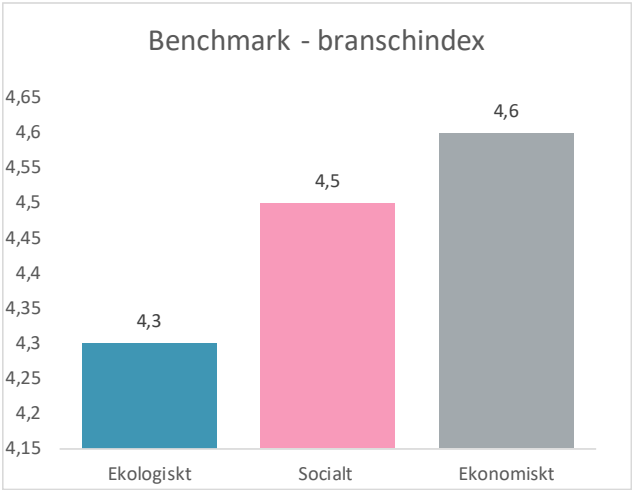
I denna del av rapporten har flera destinationers resultat sammanställts och jämförts. Detta ger en möjlighet att jämföra en destinations hållbara status i ett större perspektiv. I denna del har 7 destinationers totala undersökningsresultat basserat på 211 företags svar bearbetats och sammanställts.



FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

- Antal medverkande destinationer: 7
- Totalt antal respondenter: 211 företag
- Totalt antal verksamheter: 357 verksamheter*
- Undersökningsmetod: Digital snabbanalys
- Undersökningens omfattning: 15 påstående

** Ett företag kan omfattas av flera verksamheter i olika branscher, till exempel ett hotell ksom även har restaurang och konferens.*



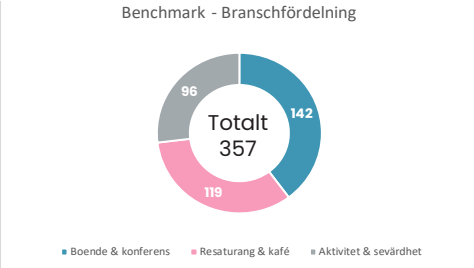
OM BENCHMARK INDEX

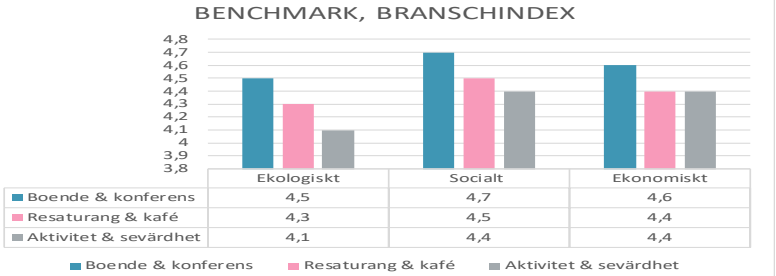
Benmark index är ett jämförbart medelvärde baserat på alla resultat. Detta värde blir en total som ger en mer omfattande lägesbild av hur långt besöksnäringen i stort kommit i sitt hållbara utvecklingsarbete.

I denna rapport används benchmark–index för att jämföra de olika destinationernas resultat mot totalen men även som nedbruten på braschnivå.

BENCHMARK INDEX - BRANSCHNIVÅ

På branschnivå har även benchmark index räknas fram med utgångspunkt i hur företagen i undersökningen svarat på vilken brasch de tillhör. Det ger möjligheten att jämföra en specifik brasch på destinationsnivå men även jämföra mot branschen i stort.



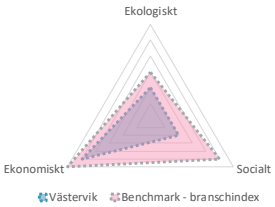


BENCHMARK & BENCHMARK INDEX

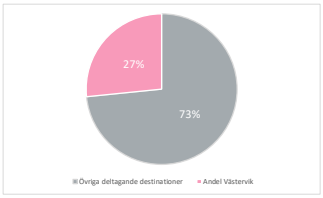
FAKTA OM UNDERSÖKNINGEN

I denna del av rapporten har flera destinationers resultat sammanställts och jämförts. Detta ger en möjlighet att jämföra en destinations hållbara status i ett större perspektiv. I denna del har 7 destinationers totala undersökningsresultat basserat på 211 företags svar bearbetats och sammanställts.

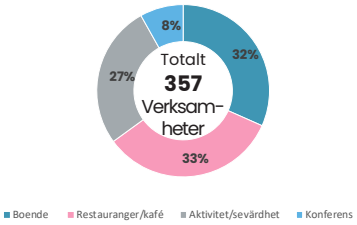
Hållbarhetsprofil



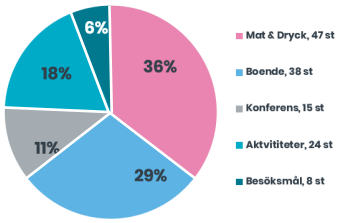
Andel Västervik

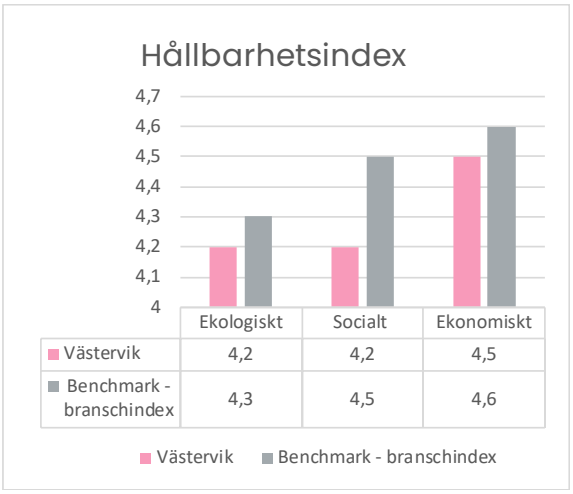


Branschfördelning - Bensch



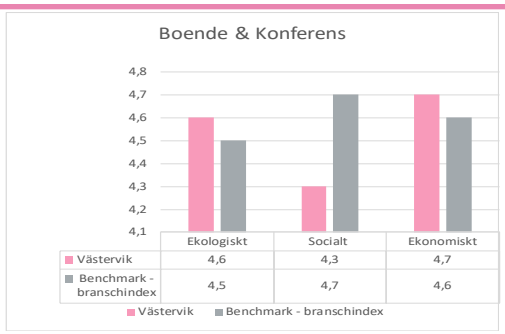
Branschfördelning - Västervik

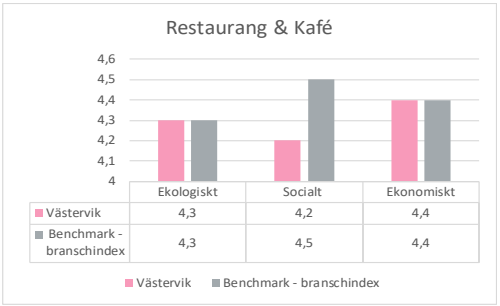


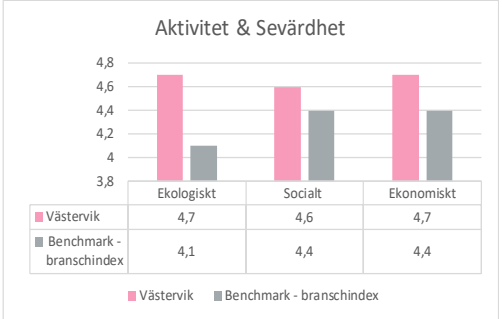


KOMMENTAR – BOENDETYP

Analysen visar att branschen boende generellt sätt ligger högt över destinations jämförelsetal oavsett boendetyp med undantaget för ”övrigt boende” kopplat till den sociala aspekten. Noterbart är att boendetypen Hotell ligger höst av boendetyperna inom den ekologiska aspekten men ligger lägst inom det ekonomiska. En liknande notering gäller för kategorin ”övrigt boende” som visar ett lågt resultat inom den sociala aspek-







JÄMFÖRELSE BRANSCHER

Uppdelningen med utgångspunkt i branschtillhörighet gör det möjligt att jämföra destinationens resultat nedbrutet på ytterligare en nivå i jämförelse mot jämförbar kategori i benchmark index.
Hur ett företag kategoriserats baseras på hur företaget kryssat i ”bransch” i analysen.

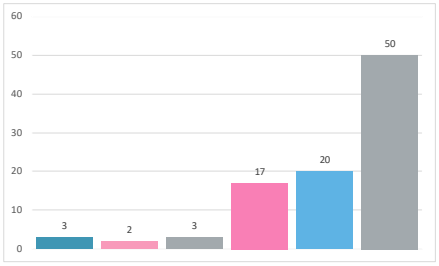
Observera att ett företag kan tillhöra flera olika branscher, exempelvis kan ett hotell även ingå i branschkategorin boende, konferens och restaurangen om den fyllt i det i sin snabbanalys. Resultatet visar om det finns skillnader i resultatet baserat på vilken bransch det responderande företaget tillhör.

HÅLLBAR INVESTRINGSVILJA

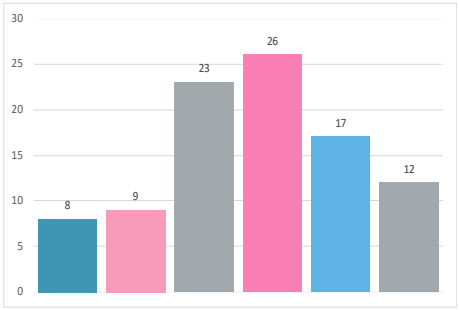
NULÄGETS PÅVERKAN.

I Västerviks undersökningen november 2022 kompletterades de 15 statiska frågeställningarna med extra påståenden kopplade till rådande läge med rusande elpriser och lågkonjunktur för att se om detta var något som hade effekt på den hållbara investeringsviljan hos besöksnäringen. Nedan presenteras resultatet från dessa frågeställningar.

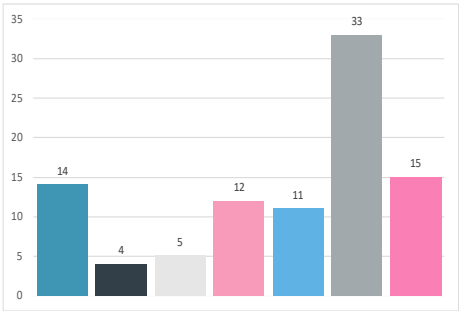
Vår verksamhet...



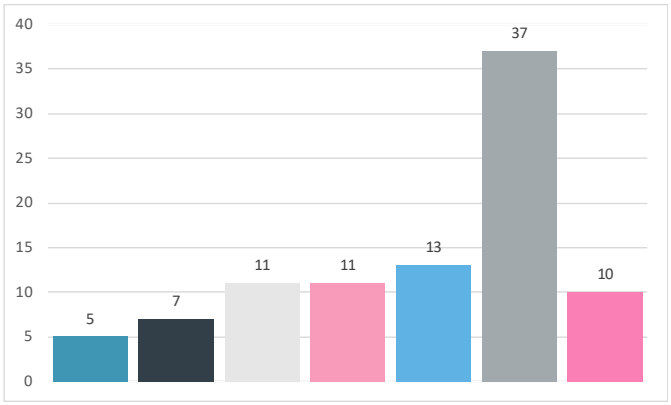
...upplever att hållbara (miljövänliga eller ekologiska) alternativ är dyrare än andra produkter.



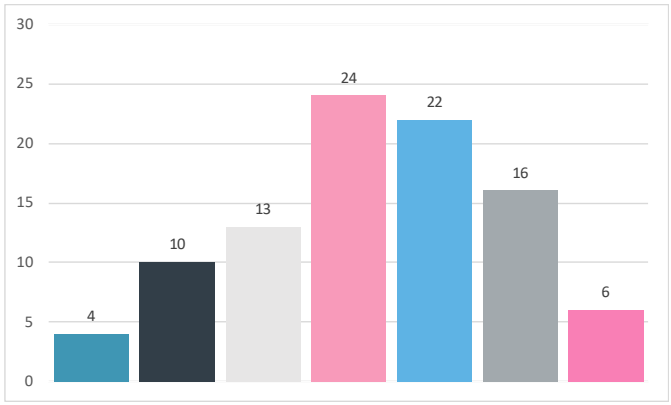
...väljer hållbara alternativ oavsett prisbild.



...överväger/eller har investerat i nya energikällor för att kunna påverka vårt energipris.



...har genomfört energibesparande åtgärder som en konsekvens av stigande elpriser.



s...investeringsvilja i hållbara lösningar är opåverkad.

KOMMENTAR.

Näringslivet visar på en stark vilja att driva hållbar utveckling. Den största drivkraften är kostnadseffektivisering genom energibesparande åtgärder. Tydligt är att man i de investeringar man genomfört eller kommer att genomföra, gör hållbara val. Man ser också en tydlig kopplingen mellan hållbara investeringar och ekonomisk tillväxt. Vi ser det som ett incitament för att långsiktigt driva hållbarhetsfrågor, som en självklar och strategisk del av utvecklingen. En utmaning i den stegvisa omställningen, är bilden av att - ”Hållbara/miljövänliga produkter är dyrare än motsvarande icke miljöklassade produkter”. Här ser vi en risk att det kan påverka omställningen och i sin tur trovärdigheten och det gemensamma varumärkesbyggandet.

UTVECKLINGRESAN

En analys som hjälper ditt företag att ställa om.

Hållbar turism eller en hållbar besöksnäring tar ansvar för turismens nuvarande och framtida ekologiska, ekonomiska och sociala påverkan genom att utgå från besökarens, företagens, miljöns och lokalsamhällets behov.

Tillsammans bygger vi en hållbarare destination.

LÄS MER PÅ

vastervikframat.se/utvecklingsresan

VÄSTERVIK FRAMÅT