

Skånsk turistpionjär motarbetas av kommuner

Österlenbon Joachim Orrenius har gjort det inte många vågar; startat privat turistbyrå. Företaget går bra, men det är inte tack vare traktens kommunala turistbyråer som han tycker motarbetar honom. När han inte fick köpa en annons i en kommunal turistguide fick han nog.

http://www.svensktnaringsliv.se/fragor/osund_konkurrens/article68845.ece?csref=_news_letter_nfsn_2008-12-18

Joachim Orrenius livnär sig på att marknadsföra Österlenregionen och Ystad. Företaget startades för att förmedla konferenspaket och etablera regionen som konferensdestination.

Men med tiden har VisitÖsterlen utvecklats till en klassisk turistbyrå för Österlenregionen.

Byrån har imponerat på Region Skånes tjänstemän. Den är numera auktoriserad och finns därmed med i Skånes kommande broschyrer och turistguider. Men kommunerna i sydöstra Skåne är inte lika imponerade.

– Det är det som är så tråkigt. Jag tror nämligen inte att gästen besöker en enskild kommun. För mig är det destinationsmarknadsföring som gäller. Jag har under tre års tid försökt etablera samarbeten. Jag har kommit med förslag och besökt turistbyråerna. Men det har inte gett mycket, säger han.

Kommunerna i sydöstra Skåne har en samarbetsorganisation, Sydöstra Skånes samarbetskommitté, SÖSK, som ger ut en turistguide för Ystad-Österlenregionen och evenemangstidningen ”Vad Händer”. När Joachim Orrenius ville få motsvarande redaktionellt utrymme som de kommunala turistbyråerna i dessa publikationer fick han ett blankt nej. Istället var han tvungen att köpa en annons.

I Ystad kommuns turistguide ”Vägvisaren” fick han inte ens köpa annonsplats. **Marie Holmström**, turistchef i Ystad, motiverade, enligt honom, beslutet med att VisitÖsterlen Turistbyrå bedriver konkurrerande verksamhet.

– I ”Vägvisaren” finns anläggningar som finns i Ystad kommun. Hade Simrishamns kommun velat annonsera i den hade jag också sagt nej, säger hon idag.

Varför sade du till Joachim Orrenius att han bedriver en konkurrerande verksamhet?

– I vissa avseende jobbar vi med samma produkter. Är vi kollegor eller konkurrenter... jag vill snarare säga att skillnaden är hårfin. Vi kunde lika gärna vara kollegor, säger hon.

Åsa Simonsson, utvecklingschef på SÖSK, har inget emot att Joachim Orrenius annonserar i turistguiden Ystad-Österlenregionen.

– Men han tyckte att han skulle jämföras med kommunerna. Det gick vi inte med på, säger hon.

Det tog också många år innan VisitÖsterlens egna publikationer fick finnas på Ystads turistbyrå. Först i somras ändrade man sig efter ytterligare påstötningar från Joachim Orrenius.

Joachim Orrenius tycker att det är tråkigt att det gått så långt att han tvingas gå i clinch med kommunerna. Men han finner ingen annan lösning. Fast frågan är vilken verksamhet som förlorar mest på det.

– Jag går igång när jag blir konstigt behandlad och då knyter jag näven. Jag vill göra bra saker, så för min verksamhet har det på sätt och vis varit bra. Men kommunerna hade vunnit på att fånga in mig och tillsammans skapa ett positivt klimat i ett tidigare skede, säger han.

Toni kommentar:

Joachim Orrenius du har missat 2 saker,

- 1) Turistbranschen är genomsocialiserad där den kommunala verksamheten upphöjs till en egen nivå med stöd av lokal politiker alla kulörer som oftast är så långt ifrån sin egen partipolitik bara man får sitta i styrelsen och deltar i studieresor samt middagar, en del är lättköpta, det är jante lagen som gäller och inte kapacitet och prestation.**
- 2) Svensk turism drivs som i länder med planhushållning, det gäller att buga djupt, klia på ryggen och vara lagom undergiven, med din attityd att driva saker och ting och skapa ekonomi bor du i fel land.**