

Turism: Perspektiv på rekordåret 2006

2006 blev på många sätt guld och gröna skogar för den svenska rese- och turistindustrin. De kommersiella gästnätterna ökade med +6,3 % till nya rekordvolymen 47,8 M. Uppgången på +2,8 M gästnätter är den näst största ökningen någonsin. Det är också den 4:e starkaste procentuella ökningen av det kommersiella boendet sedan 50-talet. Det allra viktigaste är dock att turismens exportvärde ökade (exklusive transporter) med +10 mdr till ca 65 mdr. Det är den största exportökningen någonsin. Det gjorde att resevalutaunderskottet efter att svenskarna ökat sitt utflöde av resevaluta med +4 mdr sjönk rekordartat med -6 mdr.

Svårförklarad exportboom

Bland orsakerna till den stora exportökningen på 10 mdr finns förutom ökad gränshandel ett kraftigt utökat inflöde till campingplatserna. Men viktigare torde vara en stark ökning av affärsresandet från utlandet. Bakom ökningen måste också ligga ökat resande till släkt- och vänner, till egna och till hyrda fritidshus. Trots betydelsen kan vi inte i den befintliga statistiken inte tillfredsställande avgränsa olika faktorerers inverkan på det utländska turistiska monetära inflödet. Gränshandeln bör ha ökat med +3-4 mdr varav hälften från Norge och hälften från Danmark. Den ökade utländska campingvolymen ger måttliga +0,2 mdr. Det övriga ökade kommersiella boendet kan ha gett +0,5-1 mdr. Prisökningar bör ha gett något över 2 mdr. Det innebär ändå att en så stor del som nästan halva ökningen kan ligga utanför den kommersiella sektorn där vi saknar aktuellt referensmaterial.

Högkonjunkturen ökade näringslivets resebehov

Affärsresandet mätt i sålda hotellrum ökade med +0,8 M (+8,1 %) till nya rekordvolymen 11,0 M rum. Det är den största ökningen av affärsresandet som vi känner till. Affärsresenärer svarade under 2006 för hela 96 % av hotellens ökade försäljning av rum. De rena affärsresorna ökade med +8,1 % och konferensresorna med +8,3 %. Privatresandet till hotellen ökade måttligt med +0,2 %.

Den starka efterfrågan gjorde att hotellen kunde höja priserna

Hotellen som under året ökade kapaciteten med +1,6 % kunde öka rumsförsäljningen med +5,5 % och den genomsnittliga beläggningen med +1,8 procentenheter trots genomsnittliga prishöjningar på +4 %. Det gjorde att den genomsnittliga intjäningsförmågan per rum (RevPAR) ökade med starka +7,9 %. Gästnätterna ökade i stugbyarna med +5,1 % och i vandrarhemmen med +8,0 %. De totala logiintäkterna ökade med +9 %.

BNP har störst förklaringsvärde

BNP-utvecklingen har högst förklaringsvärde visavi turistutvecklingen, både vad gäller affärsresenärer och privatresenärer. Korrelationskoefficienten för de sista 15 åren är så hög som +0,4 och t.o.m. +0,5 för affärsresandet med en tidslag på -1 år. Visavi campingsegmentet är korrelationen marginella +0,1. Väderfaktorn förklarar här mer av utvecklingen än BNP.

Affärsresandet lär fortsätta att öka i och med att Sverige bedöms få en fortsatt stark BNP-utveckling både i år och nästa år. Vi får enligt KI/OECD t.o.m. den starkaste ekonomiska tillväxten av alla OECD-länderna.

Nytt campingrekord med boom från utlandet

På campingplatserna, som nådde den nya rekordvolymen 17,5 M gästnätter (+1,1 M eller +6,7 %), ökade de utländska gästnätterna exceptionellt kraftigt med +0,6 M eller med höga +17,4 % till sammanlagt 4,1 M. Det är den största ökningen någonsin av utländska campare i Sverige.

Annars svag ökning av privatturismen från utlandet

Men allt var inte ljusblått på turisthimmelen. Det viktigaste för Sverigeturismen är att öka inflödet från utlandet. Det är den avgörande faktorn för tillväxt. Värdemässigt ökade också inflödet mer än någon gång tidigare och då borde det vara svårt att hitta svagheter. Men i strukturen på inflödet utvecklades inte privatturismen till kommersiellt boende i Sverige tillfredsställande. Det är just inom denna sektor som den riktigt stora potentialen i omvärlden finns. Där brukar också tillväxten normalt vara starkare än utvecklingen på hemmamarknaden.

Nu fick vi ett rätt mediokert resultat 2006. Utlandsinflödet mätt i gästnätter på hotell, stugbyar och vandrarhem ökade visserligen med +4,1 % (denna gång slagen av hemmamarknadens +6,6 %), men den ökningen består troligtvis till större delen av affärsresenärer. Hotellen svarade för 82 % av ökningen och där ökade nästan bara affärsresandet. Utfallet blir på sätt och vis ett misslyckande med vår riktigt stora utmaning - att bli ett allt större resmål för privatturister. Här behövs säkerligen ännu kraftfullare marknadsföring kopplat till mer utvecklade och mer marknadsanpassade turistprodukter.

Utlänningarna flydde svenska gästhamnar

Ett annat segment som borde ha kunnat öka mer i det varma vädret är gästnätterna i våra gästhamnar. Under 2006 ökade gästnattstalen i gästhamnarna med mycket måttliga +2,0 % (+33.000 att jämföra med campingplatsernas ökning på över 1 M) trots rekordväder till sammanlagt 1,7 M (campingplatser 17,5 M). Det illustrerar den stora kapacitetsbristen i de attraktiva gästhamnarna under högsäsongsvveckorna. Men det är värre än så. Medan den inhemska efterfrågan steg med +11,8 % minskade efterfrågan från utlandet med -15,9 %.

Halverad tillväxt för flygtrafiken

Antal passagerare i flygtrafiken på Luftfartsverkets flygplatser ökade med rätt låga +2,6 %. Det var en halvering av tillväxttakterna från 2005 +4,6 % och 2004 +5,5 %. Inrikestrafiken minskade med -2 % medan utrikestrafiken ökade med +7 % (Europa +8 % och Utom-Europa -1 %). Passagerarna på Arlanda ökade med +0,4 M, på Bromma med +0,3 M och på Landvetter med +0,2 M. Passagerarvolymen är fortfarande -4 % under rekordvolymen från år 2000.

Många attraktioner ökade starkt

I det vackra sommarvädret fick flera badanläggningar och sommarland stora besöksökningar. Sommarland i Leksand ökade +35 % och Skara sommarland ökade +25 %. Även flera djurparker fick stora ökningar, Furuvik +20 %, Järvzoo +15 %, Kolmården +8 % och Parken Zoo +6 %. Vasamuseet, ett av våra mest intressanta besöksmål för utländska turister, ökade med +9 %. Gröna Lund och Astrid Lindgrens Värld ökade mer måttligt. I Göteborgsområdet som dominerats av flera storeevenemang tappade både Liseberg och Borås Djurpark.

Kärvare framtid som kräver ökat agerande

2006 blev sammanlagt ett mycket starkt rekordår. Nu förväntas BNP-tillväxten successivt minska från 2006 års höga +4,3 % till 3,6 % under 2007 och till +3,2 % under 2008. Den avtagande tillväxttakten hittar vi i de flesta omgivande länder. Det måste innebära en

successivt minskad mer eller mindre automatisk tillväxt de kommande åren inom våra strategiska turistsektorer. Det får som följd att den starka påverkan på resandet från BNP-utvecklingen kommer att avta gradvist och att det måste ersättas av ökat eget agerande. Vinnarna i framtiden är i första hand de som med ökad marknadsföring lanserar fler och större evenemang och successivt utbyggda produkter och infrastruktur. Turistisk attraktivitet har varit och kommer att fortsätta att till den övervägande delen vara ”man-made”.

Absolute Advantage

konsulter inom turism - världens största näring

Leif Aronsson, Askims Stenblocksväg 8, 436 40 Askim, 031-28 26 50, 0707-92 31 01,

tourism@telia.com