

# Turism

Senast uppdaterad: 2020-01-08



”Människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften.”<sup>1</sup>

## Om Turism

Turism är ett fenomen som i takt med samhällets strukturomvandlingar fick fart under mitten av 1900-talet. Det sträcker sig över ett flertal traditionella sektorer och branschområden då en turist påverkar exempelvis transport, hotell-och restaurang, natur- och kulturmiljöer, digital infrastruktur, sophantering mm. Resandet ger upphov till direkta turistekonomiska effekter i form av de pengar en besökare spenderar på en given plats men forskning<sup>2</sup> och pilotprojekt<sup>3</sup> inom området visar att en utvecklad turism ger en plats stora möjligheter att stärka dess samlade attraktivitet och utgöra en stark utvecklingsmotor.

”Besöksnäringen är inte en bransch utan består av delar från många branscher. Detta gör näringen unik och behovet av samarbete större.”<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Vedertagen definition enligt FN.

<sup>2</sup> Tillväxtverket. Hållbar produktutveckling med fokus på natur- och kulturturism. 2020.

<sup>3</sup> Jonsson Annika och Pettersson Robert. Besöksnäringens roll för regional utveckling - Ett nedslag i Jämtland Härjedalen ETOUR, Mittuniversitetet 2020.

<sup>4</sup> Tillväxtverket

## Turismen i Sundsvall

Näringslivsbolaget i Sundsvall AB har i uppdrag att driva kommunens besöksnäring och har ett nära samarbete med övriga förvaltningar och bolag samt ett samarbete med Ånge och Timrå kommun. År 2013 beslutades om en strategi men målsättning att fördubbla branschens omsättning till 2021. Strategin pekade på vikten att fokusera på Sundsvalls identifierade styrkeområden shopping-hotell-restaurang-nöje, affärsturism/MICE, naturturism samt Aktiviteter- och evenemang samt att inrikta sig på svenska och norska besökare.

Sundsvall har en hotellkapacitet på ca 1.400 rum med en årsbeläggning på under 60 %. Det har ej tillkommit någon större kapacitetsökning under de senaste tio åren men de kommande åren planeras och byggs nya hotell. Affärsturism står för den största andelen av gästnätterna men under Coronapandemin har beläggningen på privatmarknaden ökat kraftigt.

De identifierade styrkeområdena är även idag de största reseanledningarna till Sundsvall, samtidigt passerar många på väg mot andra slutdestinationer, besöker släkt och vänner eller bor i egen semesterstuga. På senare tid har ett intresse kring kryssningsturism ökat och Sundsvall har tagit emot flertalet sådana innan Coronapandemin.

Strukturen på de renodlade besöksnäringföretagen i kommunen är idag mångfasetterad med allt från ett antal större och starkare aktörer, främst inom hotell och shopping till ett stort antal småföretagare.

År 2019 antog kommunfullmäktige ett nytt platsvarumärke för Sundsvalls kommun där besöksnäringen utpekades som en av fyra hörnstenar för Sundsvalls fortsatta utveckling.

## Turismens framtid

Turismen är en ung bransch med hög förändringsgrad. Hur vi väljer att resa påverkas mycket av samhällstrender, konjunkturer och livstilsval. Medvetenheten kring vikten av hållbart resande har ökat och Coronapandemin 2020 har visat att branschen till vissa delar är ekonomiskt bräcklig och har låg stresstolerans. Även klimatförändringarna utgör ett reellt hot mot de naturvärden både Sverige och Sundsvall erbjuder.

I spåren av Coronapandemin har under 2020 intresset för inrikes resande ökat i Sverige, i synnerhet kopplat till natur- och friluftsliv.

Besöksnäringen löper redan idag genom många olika traditionella sektorer och branscher och kan i framtiden förväntas en större breddning mot tex digitalisering

och IT. Vi kan förvänta oss en snabbt växande professionalisering av företagen och att många kommuner och regioner tillskriver turismen en större vikt för platsattraktivitet och regional utveckling.

## Utmaningar för Sundsvall

Sundsvalls historiskt starka huvudområden kommer fortsätta påverkas av de större strukturomvandlingarna. Shopping flyttar i snabb takt till internet och Coronapandemin har satt stora frågetecken för affärsresandets framtid där vissa bedömare förutspår att det inte till fullo kommer återhämta sig. För att locka fler privatresenärer till Sundsvall behöver fler kvalitativa besöksmål och starka företag utvecklas samt en skarpare marknadsföring och paketering av dessa.

## Möjligheter för Sundsvall

Sundsvall behöver aktivt möta nämnda utmaningar, ställa om att hitta nya och hållbara lösningar. Det finns stora möjligheter att tydligare paketera Sundsvall och i takt med att handeln i stadskärnan minskar har antalet kvalitativa företag inom mat- och dryck ökat, vilket kan ses som ett exempel där nya besöksanledningar uppstår ut en strukturomvandling. Sundsvall har också många natur- och kulturhistoriskt intressanta platser där turismen kan utvecklas och tillgängliggöras för nytta även för kommunens innevånare.

Sammantaget är det en snabbt föränderlig bransch som innan Coronapandemin befann sig i stark tillväxt, men där utvecklingen även på kort sikt är svårförutsägbar.

## Anspråk och konflikter

Fritidsturism nyttjar ofta besöksmål med höga natur- och kulturvärden som många gånger är utpekade som riksintressen. I Sundsvall finns flera större områden för friluftsliv avgränsade som riksintressen – Södra berget, Indalsälvens dalgång, nedre delen av Ljungans dalgång samt yttre Njurundakusten med Brämön är några exempel. Dessutom finns flera riksintressen för kulturmiljö, bland annat Stenstan, Norra Alnö, Selånger-Kungsnäs, riksintressen för naturvård, Natura 2000 samt olika byggnadsminnen. Samtidigt som det är önskvärt att fler får ta del av Sveriges fina naturmiljöer och att dessa kan generera turistekonomiska och samhällsnyttiga effekter är det viktigt att anlägga ett hållbarhetsperspektiv så att miljöerna bevaras för framtida generationer.

Detta kan leda till framtida markanspråk för anläggande och förstärkning av infrastruktur som exempelvis spår- och leder, parkeringar eller olika sanitetsutrymmen som omklädningsrum, toaletter och duschutrymmen.

I geografiska områden som naturturismen har stor potential att utvecklas finns samtidigt intressen kring exploatering av naturresurser (skog, mineralutvinning m.m.) och

etablering av energiutvinning (vindkraft, vattenkraft). Dessa olika intressen kräver stora ytor och kan på olika sätt påverka natur- och kulturvärden. Därför krävs avvägningar gällande mark- och vattenanvändning så att olika områden kan prioriteras för olika användning.

I stadsnära miljö har det identifierats behov av ställplatser för husbilar för att bättre tillgängliggöra Stenstans utbud av boende, handel och restaurang för besökare. Noga avvägning mot andra markanspråk och potentiell konkurrenssituation mot befintliga campingplatser behöver göras.

För att fortsätta utveckla Sundsvalls affärsturism har länge behovet av en kongressanläggning i stadsnära miljö identifierats. Coronapandemin har dock skapat stor osäkerhet kring framtiden för denna del av turismen.

## **LIS-områden för utveckling av besöksnäring**

För att möjliggöra utveckling av besöksnäring, turism, kan kommunen i sin översiktsplan peka ut LIS-områden (Landsbygdsutveckling i strandnära lägen) där det redan finns pågående verksamhet med inriktning på besöksnäring eller där det bedöms finnas möjlighet till en sådan utveckling. Besöksnäringen har stor potential att utveckla landsbygden och områden för tex camping, konferensanläggningar, fiskecamp, restauranger och hotell mm. Inom dessa områden kan dispens skäl från strandskydd prövas för ett landsbygdsutvecklande syfte. Avsikten med områdena är att ge förbättrade möjligheter till åtgärder som ökar besöksnäringens konkurrenskraft och attraktivitet. Det ökar i sin tur förutsättningar för sysselsättning och service på orten och dess omgivningar.

## **Hållbarhet**

### **Ekologisk hållbarhet**

Resan är en nödvändig men inte oproblematisk länk i kedjan inom turism då denna i sig gör ett klimatavtryck. Arbetet med att hållbara transporter är därför av stor vikt för besöksnäringen.

### **Ekonomisk hållbarhet**

För en långsiktigt hållbar besöksnäring krävs uthålliga affärsmodeller och kreativ affärsmässighet för att möta en värld i ständig förändring. Coronapandemin har visat att många företag med en betydande del av sina inkomster baserat på besökare har affärsmodeller med låg stresstålighet.

### **Social hållbarhet**

En plats värd att besöka är en plats värd att bo på. Det finns flera lyckade exempel på platser där en stark besöksnäring lett till inflyttning, kvarstanning, ökad stolthet och förbättrade levnadsvillkor för platsen där man bor.

## Transport och infrastruktur

Sundsvall har en stark grundinfrastruktur med knutpunkter på land i form av tåg och bil och flygplats samt en djuphamn. Det är av stor vikt för turismen att dessa knutpunkter bevaras och gärna vidareutvecklas.

Det skulle vara av stor betydelse med kortare restid för tåg till Stockholm för att öka benägenheten av att använda tåget som färdmedel. Färdigställandet av nya resecentrum kommer utgöra en knutpunkt för vidare resande inom kommunen.

Regionens och Sundsvalls flygplats (Sundsvall-Timrå Airport) ligger i Timrå kommun. Flygplatsen har stor betydelse för regionens näringsliv. Riksdagen beslutade år 2008 att flygplatsen skulle övergå i lokalt ägande. Sundsvall och Timrå kommun övertog flygplatsen år 2013. Både reguljär- och charterflyg trafikerar flygplatsen. Dock saknas flygtransfer till flygplatsen.

## Turismen i Sverige – trender och jämförelser

Turismen i Sverige omsatte 337 miljarder kronor 2018 och ökade med 6 procent jämfört med året innan. Turismen utgör knappt 3 procent av Sveriges ekonomi. Turismens förädlingsvärde uppgick 2018 till 108,5 miljarder kronor, motsvarande 3,3 procent av näringslivets sammanlagda förädlingsvärde eller 2,6 procent av svenska ekonomins totala förädlingsvärde<sup>5</sup>.

## Affärs- och fritidsresande i Sverige

Svenska fritidsresenärer stod för 72 procent av svenska besökares totala turismkonsumtion i Sverige under 2018 medan resterande 28 procent härrörde från arbetsrelaterad turism (resande i tjänsten). Under 2018 ökade de svenska fritidsresenärernas konsumtion i Sverige med knappt 5 procent medan affärsresenärernas konsumtion ökade med närmare 6 procent under samma period. I det längre perspektivet är det dock fritidsresandet som ökar mest. Sedan år 2000 har fritidsresenärernas konsumtion ökat med närmare 93 procent jämfört med affärsresenärernas konsumtion som ökat med 43 procent. Fritidsresandets andel har sedan år 2000 ökat från 65 procent till 72 procent av den inhemska turismen<sup>6</sup>.

## Turism i relation till andra branscher

---

<sup>5</sup> Tillväxtverket.se

<sup>6</sup> Tillväxtverket, Fakta om svensk turism 2018, <https://publector.org/publication/Fakta-om-svensk-turism-2018> (Hämtad i oktober 2020)

Jämfört med andra branscher bidrog exempelvis handeln med cirka 11 procent av BNP under 2018, tillverkningsindustrin med 14 procent och Information och kommunikationsteknik, IKT, med omkring 6 procent. Över tid har turismens andel i relation till BNP legat mellan 2,6 och 2,8 procent, vilket visar att turismens bidrag till den totala ekonomin ligger på en relativt konstant nivå<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Tillväxtverket, Fakta om svensk turism 2018, <https://publector.org/publication/Fakta-om-svensk-turism-2018> (Hämtad i oktober 2020)