

Hans Wessblad,
- verksam med
turismutbildning och
forskning på Linnéuniversitetet

Björnö 2015-11-26

Björnö
395 98 Läckeby
hans.wessblad@lnu.se

Hur en hamn kan fördubbla besöksnäringen på tio år

*En konsekvensutredning av en hamnutbyggnad i Byxelkrok;
att skapa en tydlig turismnod på Norra Öland.*

Sammanfattning

Grundfrågan i rapporten är: *Hur påverkar en hamnutbyggnad i Byxelkrok turismen och det lokala näringslivet?* Svaret finns delvis i rapportens rubrik, att ett konsekvent utvecklingsarbete med en allmän årlig omsättningsökning på ca 7 % ger en fördubblad besöksnäring på tio år.

För att nå en omsättningsfördubbling på tio år krävs tre saker: ökade besöksvolymerna, en förlängning av varje gästs besök och att turistsäsongen utvidgas. Om alla tre dimensioner uppfylls får Norra Öland en starkare besöksnäring och blir en mer attraktiv plats att leva på. Förnyelsegraden i besöksnäringen är nu för låg på Norra Öland.

Byxelkrok är en av få självklara gästhamnar på Öland. Både från norr och söder ligger Byxelkrok naturligt längs de sedvanliga färdvägarna. Men hamnen saknar ett fullgott skydd från den vanligaste sydvästvinden. Den primära effekten av en hamnutbyggnad är: vindskydd och vågbrytare, ett ökat antal gästnätter för både båtar och husbilar samt fler sjöbodar i hamnen. De sekundära effekterna av en hamnutbyggnad är en expansion av besöksnäringen. Platsen blir mer attraktiv. Erfarenheten från andra orter säger att en ny hamn blir ett nytt nav i bygden. Det är välbehövligt för norra Öland.

En överlevnadskraftig besöksnäring på norra Öland behöver en längre sommarsäsong samt en tydligare för- och eftersäsong. Slutsatsen blir att en hamnutbyggnad bara till del handlar om att skapa en bättre gästhamn. En attraktiv hamn drar också alla former av besökare, förlänger varje besök och är en utgångspunkt för arbetet med en säsongsförlängning. Men processen att utveckla besöksnäringen på Norra Öland måste komma igång. Startskottet är en utbyggd hamn i Byxelkrok. Med andra ord, en utbyggd hamn i Byxelkrok blir en plattform för utvecklingen av en mångfald av attraktioner på hela norra Öland.

Förord

Jag har talat med en antal olika personer. Många är berörda och påverkar beslutet om Byxelkroks hamnutbyggnad. En försvarlig volym sekundärdata har också bearbetats. Min rapport är ett bidrag bland andra till utvecklingsprocessen av Norra Öland.

Hans Wessblad

Innehållsförteckning

1. Inledning, Byxelkrok, Norra Öland och en utbyggd hamn.	3
1.1 Rapportens uppläggning	3
1.2 Huvudfrågan för utredningen blir därmed:	3
2. Konsekvensutredning	4
2.1 Rapporten består av att ett antal olika frågeställningar berörs.	4
2.2 Uppdraget	4
2.3 Genomförande av utredning	4
3. Besöksanledningar, gästhamnar och återbesök	5
3.1 Besöksanledningar	5
3.2 Besökta öländska hamnar	7
3.3 Återbesök	8
4. Gästnätter för båtar och husbilar	9
4.1 Antal besök och möjliga besök i Byxelkroks hamn	9
4.2 Att skapa näring kring fritidsbåtar och husbilar	10
5. Indirekta effekter för de befintliga näringarna och i nyetableringar	11
5.1 Avfolkningsbygd	11
5.2 Att utveckla och förnya	12
6. Påverkan på besöksnäringen	13
6.1 Att uppleva en plats	13
6.2 Kortsiktig och långsiktiga effekter – enkätsvar (se bilaga 2)	14
7. Nya arbetstillfällen i befintliga och nya näringar	15
7.1 Nya arbetstillfällen	15
7.2 Båtgäster och deras omsättning	16
7.3 Nya näringar och nya jobb	17
8. Utbyggnaden och en förlängd turistsäsong	18
8.1 Säsongsförlängning	19
9. En hamn som symbol för aktiv besöksnäring	19
9.1 Landet med många fritidsbåtar	20
9.2 Norra Ölands båtklubb?	20
10. Slutsatser i tre dimensioner	20
10.1 Ett förstärkt platsvarumärke som attraherar och skapar omsättning.	21
10.2 Fler aktiviteter förlänger besöken och ökar omsättningen.	22
10.3 En tydlig plats för evenemang som utökar turistsäsongen.	23
11. Att starta processen till en hamnutbyggnad	24
11.1 Den avgörande frågan	24
11.2 Att skapa ett lokalt engagemang och forum för samarbete	24
11.3 Förslag till vidare arbete	25
Referenser, text och muntliga	26
Bilagor: 1: Pressrelease, 2: Gästhamnsund., 3: Intressentund., 4: Prel. intäkter	28

1. Inledning, Byxelkrok, Norra Öland och en utbyggd hamn.

Infrastruktursatsningar är ofta mer än bara betong och sten. I följande rapport utreds de konsekvenser en förbättrad gästhamn kan ge för besöksnäringen. Att förbättra gästhamnen i Byxelkrok är också en symbolhandling. Hamnen blir inte bara rent fysiskt bättre utan utbyggnaden visar även på en satsning i och på bygden. Ansatsen i rapporten är att hela Norra Öland blir attraktivare av en bättre gästhamn i Byxelkrok. Norra Öland definieras som den tidigare Åkerbo landskommun och omfattar Böda, Högby, Källa och Persnäs socknar.

Utifrån ett framtidsperspektiv är turismen en samhällsangelägenhet. I rapporten "Den framtida turistorganisationen på Öland" (Graffman 2015) är några av utgångspunkterna att en turistdestination är ett samverkande system och utan en "maktstruktur"; att turismutveckling är en process att organisera, inte en organisation. Då Norra Öland, liksom resten av ön, har tappat i attraktionsvärde behövs satsningar på turismen. Det behövs satsningar som bygden och besöksnäringen kan samlas och samverka kring.

Läget för utbyggnaden av Byxelkroks hamn är i ett något skyndsamt läge. Den vattendom som gäller för utbyggnaden löper ut 2021. Det ger att arbetet behöver starta så snart som möjligt. En mindre utbyggnad kräver dock inte en vattendom. Om omfattningen av utbyggnaden är mindre än 3 000 m² räcker en anmälan (Länsstyrelsen Kalmar Län, u.å.). Att i ett första steg bygga pirarna i Byxelkroks hamn har påtalats som det viktigaste.

1.1 Rapportens uppläggning

Rapporten omfattar en utredning av de konsekvenser en utbyggnad av en hamn med hamnplan ger för Byxelkrok och för Norra Öland.

Syftet med utbyggnaden av Byxelkroks hamn och hamnområde uppfattas vara:

- att skapa en större kapacitet att välkomna gäster från både sjö och land;
- att öka attraktionen för hela Norra Öland, där Byxelkrok blir en reseanledning;
- att hamnen ska bli en central plats som länkar samman besöksaktiviteter som sker på andra platser på Norra Öland;
- att hamnen och det som sker runt omkring ska locka fler besökare före och efter sommarens högsäsong;
- att hamnen blir en tydligare orienteringspunkt för lokalsamhället;
- att den ökade aktiviteten i hamnen ska locka till ökad inflyttning av både människor och verksamheter.

1.2 Huvudfrågan för utredningen blir därmed:

Hur påverkar en utbyggnad av hamnen i Byxelkrok turismnäringen och det lokala näringslivet?

2. Konsekvensutredning

Själva prospekteringen av Byxelkroks hamn är utanför mitt kunskapsområde. Jag går inte in på den beräknade kostnaden som långt överskrider kostnaden för jämförbara projekt. Men bör det kommenteras. Den presenterade kostnaden för hamnutbyggnaden är så stor att den omöjliggör en projektering av Byxelkroks hamn; kostnaden är mer än det dubbla av Borgholms kommuns allmänna investeringstak.

Andra projekt som helt eller i delar är jämförbara: småbåtshamnarna i Ystad, Nynäshamn och Härnösand samt det omfattande kanalbygget i Piteå mot Bondön har kostat påfallande mindre än Byxelkroks kalkylerade hamnutbyggnad (Piteå Kommun, 2008, Båtliv, 2015). Det rimliga är att omfattningen av ”Byxelkrokskalkylen” borde utvärderas och jämföras med andra projekt.

2.1 Rapporten består av att ett antal olika frågeställningar berörs.

- Vilka direkta intäkter kan komma att uppstå i form av gästnätter för båtar och husbilar samt nya arrenden?
 - Vilka indirekta effekter kan komma att uppstå i form av ökade intäkter för de befintliga näringarna och eventuella nyetableringar?
 - Hur påverkas den totala besöksnäringen av investeringen?
 - Hur många nya arbetstillfällen (året runt respektive säsongsmässiga) kan bli till i befintliga och nya näringar?
 - Hur ökar utbyggnaden möjligheterna för en förlängd turistsäsong?
- För direkta svar på frågorna, se kapitel 10.

2.2 Uppdraget

Rapporten omfatta ett koncentrerat resonemang om konsekvenser av en hamnutbyggnad i Byxelkrok. Texten har inslag av ett framtidsscenario för Norra Öland (som omfattar tidigare Åkerbo landskommun) efter en hamnutbyggnad i Byxelkrok. Det betyder att utredningen är en framtidsstudie. Vanligen brukar framtidsstudier ha många inneboende svagheter. Men att samla uppfattningar från de aktörer som faktiskt skapar framtiden reducerar svagheterna till del.

2.3 Genomförande av utredning

Syftet med konsekvensutredningen är att identifiera de utvecklingseffekter en utbyggnad av hamnen ger. Utbyggnaden antas omfatta:

- En pir för mer skyddad angöring och förtöjning
- Fler båtplatser vid pontonbryggor (220 till 270)
- En utfyllnad av strandvallen (bl. a för att undvika muddring) som ger en utökad plats för sjöbodar, uppställningsplatser för husbilar och vinteruppställning för fritidsbåtar.

Utgångsläget i den här utredningen är att identifiera de aktörer och intressenter som kan bli positivt berörda av hamnutbyggnaden. Berörda är både ideella som kommersiella verksamheter; både föreningslivet och näringslivet. Därmed börjar utredningen med att identifiera avgörande aktörer och deras åsikter om:

1. möjliga förändringar i besökarvolym,er,
2. förlängning på enskilda besök som påverkar omsättningen,
3. hur säsongen utvidgas eller förändras genom ökad aktivitet i bygden och
4. hur bygden blir mer attraktiv att bo och leva i.

Frågeställningarna kommer att uppsummeras i slutsatserna i kapitel 10.

De källor som det fortlöpande resonemanget bygger på är:

- Enkätundersökning av intresseföreningens medlemmar (svagt resultat – endast kommentarer används).
- Enkätundersökning av båtgäster (svagt resultat – ger endast indikationer).
- Intervjuer på plats och per telefon av representanter på relevanta jämförelseobjekt.
- Intervjuer på plats och per telefon av näringsidkare på Norra Öland (kärnan i utredningen).
- Insamling av sekundärdata kring utveckling av besöksnäring och båtutrustning (ger nödvändigt perspektiv på utvecklingen på Norra Öland).

Den övergripande frågan är att förstå vad en utbyggnad av hamnen i Byxelkrok innebär. Utbyggnaden behöver problematiseras. Att problematisera betyder att "främmandegöra" det som är taget för givet. Det vill säga att var och en av de avgörande aktörerna har sin bild av vad hamnutbyggnaden kan innebära.

Läsaren bör vara medveten om att den här rapporten har ambitionen att mer belysa fördelar med en hamnutbyggnad för besöksnäringen än dess nackdelar. Det har dock inte varit något bekymmer. Jag har upptäckt få negativa röster mot en hamnutbyggnad. Så rapportens eventuella ensidighet är en avspiegling av det absolut övervägande entusiasmen som finns för att utveckla en småbåtshamn.

3. Besöksanledningar, gästhamnar och återbesök

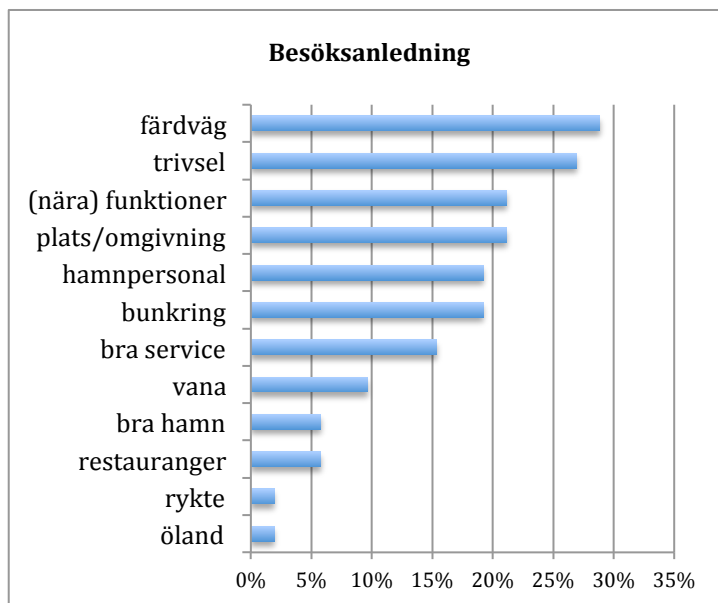
Byxelkrok är en viktig nod för fritidsbåtar – hamnen ligger naturligt i förhållande till de vanliga rutterna, dels från söder upp genom Kalmarsund och dels från norr då skärgården slutar på fastlandssidan. Båtfolket vill uppleva frihet, natur, tystnad och lugn (Transportstyrelsen 2010, 2011).

3.1 Besöksanledningar

Det är färdvägen som primärt avgör ett besök i en gästhamn. Många fritidsbåtar från Danmark och Tyskland vänder i Byxelkrok. Hamnen är också en vändpunkt och tillika bunkringshamn (inköp av bränsle och förnödenheter) för de som sträcker mot Visby eller vänder tillbaka mot norr. Vid en jämförelse mellan hamnarna på Norra Öland tycks Byxelkroks hamn vara den som är minst utvecklad.

Hamnen saknar skydd mot den övervägande och på sommaren svåraste vinden från sydväst. Hamnens bryggor har till delar renoverats, primärt för fiskebåtar och för färjan till Oskarshamn. Övriga hamnar på Norra Öland har vanligen dubbelpirar eller vågbrytare i norr och syd.

En enkätundersökning har gjorts på båtgäster i Byxelkrok sommaren 2014 och 2015. På frågan vad som avgjorde val av gästhamn i allmänhet blev svaren (öppen fråga, se bilaga 2):



3.1 Anledningar till val av gästhamn, bilaga 2.

Vissa gästhamnar, hur bra de än må vara, har få båtgäster. Anledningen är att de ligger utanför de naturliga rutter majoriteten av fritidsbåtarna tar. Därför är det av underordnad betydelse att rusta upp gästhamnar som sällan besöks av fritidsbåtar. Med andra ord är egentligen bara Byxelkrok, Sandvik och Borgholm relevanta för båtfolket (se nedan).

”Trivsel i hamnen” är enligt enkätundersökningen avgörande. Byxelkroks

hamn har sin charm. Hamnen ser idag ut som en hamn från förr; enkel och inte tillrättalagd för turism. Här finns både aktiva fiskare med sina redskap, en plats där diverse skräp samlas (en underdimensionerad återvinningsstation) och en trist grusplan för parkering. Det kan möjligen finnas en nostalgi i det simpla som lockar. Men lockelsen är nog bara initial.

En hamn för fritidsskeppare behöver vara funktionell och bör ha en ordning som skapar tillit. Det primära är skydd för vågor och vind. Det inbegriper att hamnen också har goda och säkra förtöjningsmöjligheter. Det framkommer inte direkt ur enkätundersökningen men är förgivet taget av alla båtägare. Dåliga hamnar undviks. Att förtöja i Byxelkrok går bra även när hamnen är full. Men det beror mest på en aktiv hamnkaptan som dirigerar vid tilläggnen. Utan en kompetent hamnkaptan hade många fler valt bort Byxelkrok under juli månad. Hamnkaptanen får dock avvisa ett större antal båtar varje säsong. Till sist är en överfull småbåtshamn, som det ofta är i juli, en osäker hamn. Vid en eventuell brand kan inte hamnen evakueras på ett tillfredsställande sätt.

Att ha något att göra i land är också viktigt i en gästhamn. Många båtägare vill ligga i en bra hamn några dagar. Då förväntas att det sker saker och att det finns intressanta utflyktsmål. Man kan hyra cyklar i hamnen i Byxelkrok. Det är bra. Men det saknas guidning och turer till alla sevärdheter som finns på Norra Öland. Norra Öland är en fin bygd och har en spännande natur. Platsen och dess omgivning är intressant för att attrahera båtgäster, enligt enkätundersökningen.

Byxelkrok som ort och belägen på Norra Öland lockar många besökare. Men det saknas en konsekvent bild att visa upp för gästerna. Det gäller att det ska vara enkelt att upptäcka platsen och omgivningen. Cyklarna är inte tillräckligt, trots en intressant fyr till fyr led. Det behövs mer som gör att besökaren lätt kan uppleva omgivningen; den vackra miljön på Norra Öland.

Därefter är det viktigt med att hamnservicen fungerar med funktionella och fräscha hygienutrymmen. De är tillfredsställande i Byxelkrok, men inte mer. Anläggningen är något sliten. Även i detta avseende hanterar en engagerad hamnkapten saken och kompenserar bristen med ett hängivet mottagande. Dock saknas det service till både segel- och motorbåtar. Att vara en viktig nod, som Byxelkrok är, kräver att man minst kan hantera lättare skador på och mindre haverier i fritidsbåtar (se vidare punkt 4 under kapitel 7.3).

En attraktiv hamn bör erbjuda en fungerande landservice. Det innebär att det ska finnas enkel tillgång till bunkringsmöjligheter (drivmedel och förnödenheter som livsmedel). Det fungerar nöjaktigt i Byxelkrok. Det är en liten promenad till livsmedelsaffären. Därtill förväntar sig gästen ett urval av restauranger och kaféer. Även det finns representerat i Byxelkrok. Men menyerna saknar en lokal prägel. Mycket av utbudet är standardiserat och kopplat till de stora matgrossisterna. Ett tråkigt utbud lockar inte. Många båtgäster skattar en hamn efter hur bra matutbudet är. Det gäller mest vid återbesök (se nedan svar från enkätundersökningen).

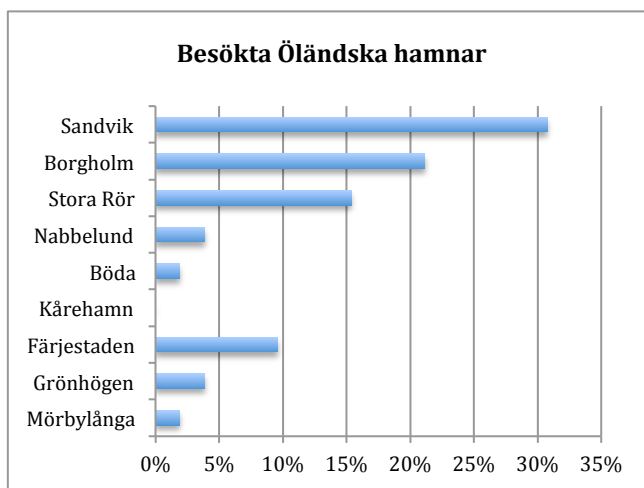
Men en hamn är inte bara en plats för båtgäster. Det är mycket viktigt att betona att en fin och välfungerande hamn är en attraktion och besöksmål i sig. De flesta hamnar lockar många gäster landvägen; med husbil eller personbil eller t o m. cykel. Hamnar är oftast lokala och regionala magneter för turister. Sjön med båtar, bad och hamnliv representerar "sommar" för många turister.

Med andra ord, båtgästen med sin båt är en attraktion i sig. Att strosa längs en brygga och titta på variationen av flytetyg är underhållande. Om det finns många saker att göra på platsen stannar besökaren längre. Därtill kommer besökaren sannolikt tillbaka samt pratar väl om platsen till sina vänner och bekanta. Även att bo eller ha sommarviste vid en båthamn är attraktivt för många människor; många bär på drömmen att få bo vid hav och en hamn.

3.2 Besökta öländska hamnar

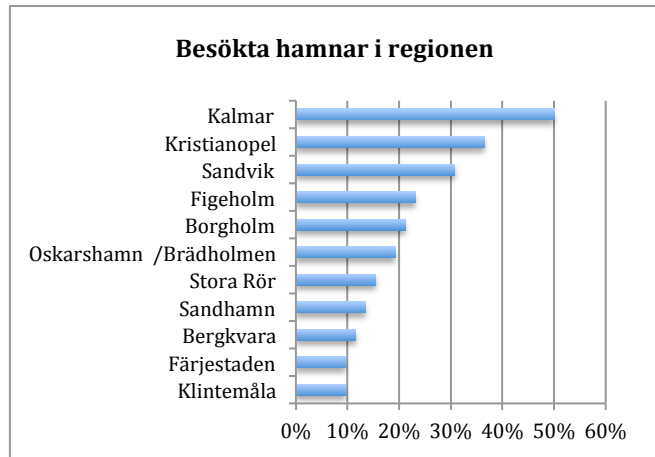
Flera av Borgholms hamnar är i behov av restaureringar. Frågan som väckts är om det behövs åtta aktiva hamnar i Borgholms kommun – som kan välkomna fritidsbåtar (Böda, Borgholm, Byxelkrok, Källa, Kårehamn, Nabbelund, Sandvik, Stora Rör).

Ett svar på frågan om *vilka andra gästhamnar än Byxelkrok som besöks* – om de ligger längs de vanliga färdvägarna/rutterna (se *Besökta hamnar*). Antalet anlöp till de olika hamnarna ger ett annat svar. Egentligen är det bara tre hamnar i Borgholms kommun som har en relevans för besöksnäringen.



3.2a Besökta gästhamnar, urval Öland, bilaga 2.

Från enkätundersökningen kan man utläsa att vilka andra hamnar i regionen än Byxelkrok som är populära. Kalmar är den mest besökta hamnen (har ökat 50 % på 10 år: Stefan Johnsson). 50 % av alla som legat i Byxelkrok har varit i Kalmar. Det är inte förvånande eftersom Kalmar gästhamn har ett gott renommé bland seglare. Vilka rimliga dagsetapper finns i regionen från Kalmar?



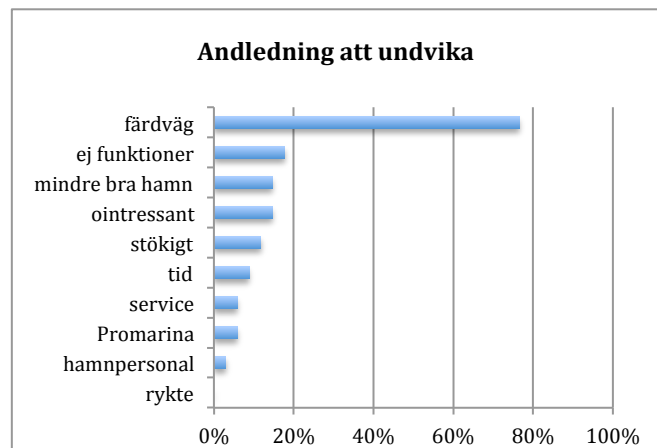
3.2b Besökta gästhamnar, bilaga 2.

Bortsett från Byxelkrok är det Kristianopel, Sandvik samt kanske Borgholm och Figeholm. Båtar norrifrån borde ha Klintemåla som en naturlig natthamn. Men Klintemåla ligger en bra bit in i skärgården och har få gästplatser.

De öländska hamnarna som besöks, bortsett från Byxelkrok, är till största del Sandvik och Borgholm. Enligt enkätundersökningen är det få andra hamnar som verkar vara viktiga på Öland. Det är troligen en dålig återbetalning på investeringen att rusta upp de gästhamnar få besöker. Att en attraktiv hamn dels ligger längs naturliga färdvägar/rutter och dels skapar underlag för destinationsutveckling. Det första hänger samman med det andra.

En kompletterande fråga i enkätundersökningen av båtgesterna var om anledningar till att undvika en hamn.

Samma svar igen – det handlar om den förbestämda och naturliga färdvägen som avgör. Svaret ger att det inte finns så många alternativ. Byxelkrok är en sådan naturlig nod i de flestas färdplaner/rutter. Men på grund av dålig kapacitet kan Byxelkrok inte att välkomna alla under juli. Byxelkrok är den mest överbelagda gästhamnen i Kalmar län (Hellström 2011). Överfulla hamnar är inte attraktivt. En dålig hamn med oskyddat läge, dålig service, på en ointressant plats får heller inte många återbesök.



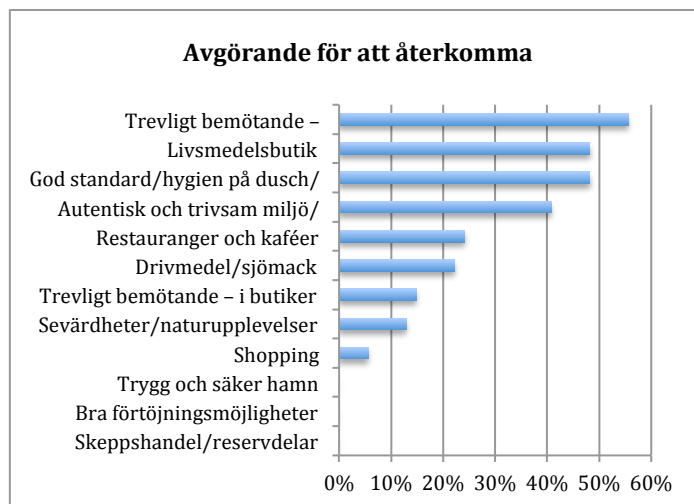
3.2c Anledningar att välja bort gästhamn, bilaga 2.

3.3 Återbesök

Vad avgör att en båtgest återkommer till en hamn. Enkätundersökningen gav att ett trevligt bemötande avgjorde att man kommer tillbaka. Nu är undersökningen gjord i Byxelkrok vilket ger att frågan besvaras med varför båtgesten återkommer till explicit Byxelkrok.

Hamnkaptenen i Byxelkrok är viktig. Men att det finns en bra livsmedelsbutik och att standarden är acceptabel påverkar också. Att platsen har en atmosfär och förmedlar en trivsamt vistelse är ytterligare en viktig parameter.

Övriga svar i enkätundersökningen är det som kan utvecklas så att hamnen i Byxelkrok kan göras ännu bättre. Återbesök är något som en god hamn skapar genom att arbeta med både funktioner och attraktioner på platsen.



3.3 Vad avgör att återkomma till gästhamn, bilaga 2.

4. Gästnätter för båtar och husbilar

Av alla 1 500 fritidsbåtshamnar i Sverige finns mellan 480 till 590 gästhamnar (Gästhamnsguiden 2015, Svenska Gästhamnar 2015). Under 2010 hade gästhamnarna över en halv miljon (531 123) besök. 2014 något färre: 495 224 båtsnätter. Det ger i snitt ca 1 100 båtsnätter per hamn. Med ett snitt på 2,8 personer per båt (2,7 i segelbåt och 2,9 i motorbåt) ger det ca 3 000 gästnätter (enskilda personer) per gästhamn (Transportstyrelsen 2010, 2011). Som parentes kan nämnas att i Finland räknar man med 3,2 personer per båt (Lindström 2014) och på västkusten 3 personer (Västsvenska turistrådet 2009). Med andra ord är antalet ombord egentligen bara intressant om man räknar gästnätter (per person) och inte båtsnätter (per båt). Därtill kommer alla båtsnätter i naturhamnar som bara indirekt genererar omsättning i gästhamnar – när de går in för att bunkra; att handla förnödenheter och drivmedel.

4.1 Antal besök och möjliga besök i Byxelkroks hamn

Byxelkrok har trots sin begränsade kapacitet med 70 båtplatser haft omkring 3 500 båtsnätter sedan år 2008:

År/antal	2007/3 075
	2008/3 490
	2009/3 459
	2010/3 537
	2011/3 932
	2012/3 256
	2013/3 856
	2014/3 506
	2015/3 030

(Borgholm Energi 2015, Svenska Gästhamnar 2015).

Med 2,8 personer ombord ger det att 9 800 gästnätter i båt per säsong i Byxelkrok. Båtgästen stannar över natten vilket ger att de spenderar mellan 12 och 18 timmar vid land. Väl i land konsumerar varje båt för ca 700.- kr (siffror mellan 600.- till 800.- kr ses som normalvärde enligt flera hamnvårdare). Det ger att båtfolket idag konsumerar för ca tre miljoner kronor årligen, i eller kring hamnen i Byxelkrok.

För att ta jämförbara siffror, övernattade över en miljon husbilar på campingplatser i Sverige (Juhos 2012, 2014). D v s. dubbelt så mycket som båtar i gästhamn. Dock som Husbilsdestinationen skriver: "Flertalet husbilsturister väljer dock att nattparkera på helt andra platser än på campingplatser. De väljer hellre natursköna och mysiga miljöer med enkla husbilsplatser" (Juhos 2012: 4). Det handlar med andra ord om flera miljoner husbilsnätter utanför campingplatserna. "Husbilsfolket" är två olika grupper: de som bor på campingplatser och de som naturcampar. I jämförelse med andra platser på Norra Öland har Byxelkrok potential att attrahera fler husbilsgäster. I dagsläget är inte Byxelkrok ledande i antal husbilsbesökare i Borgholmskommun (Borgholms Energi 2015). Det finns möjlighet att ta emot många fler husbilar på hela Norra Öland. Och att erbjuda en service som går att ta betalt för; de kan bli drömgäster (Rothstein Sylvesten 2015). "Husbilsturisterna är en köpstark målgrupp" (Husbilsdestination 2011).

4.2 Att skapa näring kring fritidsbåtar och husbilar

Alla gäster som kommer med husbil eller med båt vill uppleva platsen. Det innebär kafé- och restaurangbesök, livsmedel och shopping, aktiviteter och underhållning, kultur och natur, cykeluthyrning och guidning, etc. Det innebär en mängd potentiella affärsmöjligheter för besöksnäringen i Byxelkrok och på Norra Öland. Det gäller att skapa ett attraktivt utbud som får gästen att vilja stanna längre; en timme, en eftermiddag och kväll, en övernattning, flera övernattningar. Varje förlängning av ett besök på en plats genererar större inkomster för besöksnäringen.

Det betyder att besöksnäringen måste samarbeta. Ett samarbete som tillsammans skapar många upplevelsemöjligheter. Turism handlar om direkta och indirekta samarbeten mellan alla de aktörer en gäst möter. Min uppfattning är att en destination ska bemöta båtgäster och husbilsgäster på samma vis. Troligen är skönhetsvärdet större av en båt, speciellt av en segelbåt, än av en husbil.

Men husbils- och båtgästen är av ungefär samma sort. Vanligen har de ett gott konsumtionsutrymme. Men båda grupperna beskrivs som kräsna. Det måste vara god kvalitet på upplevelsen. Det är svårt med siffror på hur mycket en husbils- och en båtgäst konsumerar. Utländska gäster tenderar att konsumera för nära 50 % mer än svenska gäster (Tillväxtverket 2014b). Men siffror på att svenska gäster spenderar mellan ca 300.-kr för besökare av släkt och vänner till över 1 000.-kr för kommersiellt övernattande gäster. En genomsnittssiffra som omnämns för 2014 är ca 650.-kr per person och dygn (686.-kr för Skåne: HUI 2014).

Den största besökarkategorin på Öland, på gott och ont, är campinggästen (2014: 15 miljoner gästnätter i Sverige och en miljon för Öland, SCB 2015). Fördelen med campinggäster är att de är flexibla och kräver inte så mycket arrangemang kring deras logi. Det tar sig till Öland per bil. Men en nackdel är att de har matlagningsmöjligheter med sig – kanske också har mat med sig. De ger en mindre restaurangkonsumtion. Men, och det är centralt, campinggästen vill uppleva saker. De har samma önskan om att skapa minnen på sin ledighet som alla andra gäster. Nackdelen är att de generellt spenderar mindre totalt på en resa. Därför är det på aktiviteter som omsättningen kan öka för campinggästen. Det behövs mer att göra för att öka den totala omsättningen.

Dygnsutläggen 2014 för Öland: hotellövernattningarna är 1 171.- kr, stugby 648.- kr, camping 373.- kr, vandrarhem 781.- kr, fritidshus 217.- kr, släkt/vänner 224.- kr samt båtgesten 234.- kr och husbilsgästen 1 000.- kr (Resurs 2014). Det handlar om att möta gästen och erbjuda de goda upplevelserna. Om de 3 500 båtnätter i Byxelkrok idag kan öka till 4 500 efter utbyggnaden ökar den totala omsättningen. Om ökningen av husbilsnätter skulle vara lika stor i Byxelkrok som Sverige i stort på 42 % under fyra år skulle det gynna hela besöksnäringen på Norra Öland (år 2009-2013: SCR 2013, 2014, Sparby 2014).

Med 4 500 båtnätter och 1 000 husbilsnätter (endast 327 husbilsnätter i Byxelkrok år 2012) ger de i sig ett totalt konsumtionsutrymme på över fyra miljoner kronor per år. Men det kräver att besöksnäringen kan leverera goda upplevelser för gom, öga, öra och näsa i Byxelkrok och på övriga Norra Öland.

5. Indirekta effekter för de befintliga näringarna och i nyetableringar

Varför flyttar vi till en plats? Arbetstillfälle är ett gammalt svar. Idag är de flesta av oss så mobila att vi kan välja en bostadsort som inte är direkt kopplad till arbetsplatsen. Många arbeten erbjuder också flexibilitet. Det är hur attraktiv en plats är som lockar till inflyttning. Dels med olika säsonger. Dels att det finns en charm ur ett året-runt-perspektiv. Många kan tänka sig en längre resväg till jobbet om det finns det kaféer, restauranger, evenemang av olika slag; om det finns vackra och intressanta omgivningar; om det finns kultur och sociala sammanhang.

5.1 Avfolkningsbygd

Inflyttning sker stegvis. Några börjar och visar att det är möjligt. En avfolkningsbygd behöver bryta sin negativa spiral. Richard Floridas (2002) inte helt nya argument att *tre T* krävs för att skapa inflyttning av skapande människor: plats för talang, oftast billiga utrymmen och bostäder; tillgång till teknologi, som kan tolkas både i kunskap i andra verksamheter och i hårdvara som t ex snabbt datanät; och en tolerans mot andra, att man uppskattar andra värderingar och ursprung. Norra Öland kanske inte direkt kan jämföras med de omstrukturerade industristäder som får kreativa, kunskapsintensiva och toleranta nav som ersatt traditionell industriell produktion. Manchester i Storbritannien omnämns ofta men även Malmö och Norrköping har lyckats i Sverige. Kanske kan Floridas (2002) *tre T* introduceras tydligare nu även på landsbygden. Regionalt sett har Färjestaden klarat något som Borgholm gått bet på.

Färjestadens levande hamn skapa inflyttning. Hamnen har blivit en plats för talanger inom besöksnäringen och en plats för människor att mötas. Boende i Färjestaden är stolta över sin hamn. Processen bygger på smittande god exempel. En verksamhet startar och visar att de kan leverera inspirerar andra att starta eller flytta sin verksamhet till platsen. Det behövs en kritisk massa av aktiviteter för att få igång en utveckling. Inom handel behövs ett antal butiker inom samma sektor för att få igång ett intresse. Typexemplet är inom konfektion där flera butiker tillsammans skapar en större attraktion än var butik för sig. Samma sak gäller inom turism. Som konsument vill vi ha ett urval att välja bland. Det är alla sjobodar

i Byxelkrok som lockar besökare att besöka platsen. Samma sak gäller för övriga Norra Öland.

Erfarenheten från Ystad och deras radikala upprustning av hamnen har skapat ett nytt nav i staden. Mest givetvis på sommarhalvåret då lokalbefolkningen har fått en ny plats att umgås på men också att umgås med alla gäster till staden. På vinterhalvåret är det mest ett promenadstråk längs med havet men nu utan tidigare avgränsningar, enligt Ann-Sofie Eriksson, Ystads kommun.

Tillgänglighet är en viktig aspekt för en plats utveckling. Anna Barkevall, Böda Sand, ser att Färjestadens färjeförbindelse med Kalmar är en del i Färjestadens ökade attraktivitet. Byxelkrok kan bli bättre kopplat till Oskarshamn. Det räcker inte med att nuvarande färja skummar av marknaden under högsäsongen. Det behövs en färjeförbindelse längre period än endast mellan mitten av juni till mitten av augusti. Både Byxelkrok och Oskarshamn har mycket att vinna på längre säsong (Enligt uppgift, om Trafikverket ska driva färja mellan Oskarshamn och Byxelkrok måste det ske på året-runt-basis). För en längre färjesäsong krävs det två saker.

En sak är att liksom Silverlinjen fick stöd i början av garanterat sålda platser (dock av en privatperson). Färjan "Solsund" behöver stöd av både näringsliv och kommunerna för att våga förlänga säsongen. Garanterade bokningar kan bli delar i paket som skapas gemensamt av verksamheter med logi och aktiviteter. Den andra saken är att det måste finnas reseanledningar till att åka mellan Oskarshamn och Byxelkrok – från vår till höst. Idag finns få reseanledningar utanför högsäsongen. Att skapa reseanledningar är konkret turismutveckling.

5.2 Att utveckla och förnya

Hur ska man komma igång med att utveckla och förnya besöksnäringen på en plats eller i ett område som Norra Öland? Det svåra är att ta första steget. Några aktörer behöver ta initiativ. Det är oftast de som senare tjänar mest på utvecklingen (fördelen med att vara först). Men nya idéer och goda exempel smittar. Entreprenörskap skapas av en mängd olika anledningar. En anledning är att se ett bra exempel som efterhärmnas. Ett annat är att entreprenören genom sitt nätverk får nya idéer, samverkansförfrågningar, tillgång till ny information eller helt enkelt resurser att starta något nytt (t ex Moos m fl. 2015).

Inom besöksnäringen tas ofta de andra aktörerna på en destination för givna. Det brukar beskrivas som att det finns tysta kontrakt mellan olika aktörer: logiverksamheter behöver ha aktiviteter som drar till destinationen, aktivitetsföretagen behöver en basservice av matservering, alla behöver både ha en fungerande infrastruktur och transportföretag som möjliggör att besökaren kommer över huvud taget.

Men alla aktörer inom besöksnäringen kan ge röst åt de tysta kontrakten av det som är taget för givet på en destination. Det är bättre att börja identifiera vilka samarbeten som är viktiga för de enskilda verksamheterna än att bara ta dem för givet. De kan leda till samarbetsavtal. Därmed skapas en större gemensam styrka på destinationen. Då skapas ett nätverk som den enskilde entreprenören är helt beroende av. Då kan en bygd få en färjetrafik att gå från vår till höst. Liksom det tvingar fram att man skapa reseanledningar för gäster. Ölands Skördefest är en

sådan skapad reseanledning. Trots att Skördefesten inte lyckats förnya sig själv på många år och har stagnerat i sin nuvarande form så kommer det ge reseanledningar ett antal år till. Med nya aktiviteter skapas möjligheter för befintliga näringar att expandera och för nya näringar att etableras.

När väl en ny anda har etablerat sig skapar det en stolthet i bygden. Med stoltheten kommer att man inte accepterar en tillbakagång i verksamheten på destinationen. Den gemensamma stoltheten ger en självbild (en *image* på nysvenska) som inte bara smittar bland verksamheterna på orten. Det ger också en grund för att utveckla sitt platsvarumärke; att andra regioner och besökare lär sig att en plats, i detta fall Norra Öland och Byxelkrok, representerar ett värde i sig. Det värdet är vad marknadsföringen av platsen sedan utgår ifrån.

Men det första steget måste tas. I Norra Ölands fall behövs troligen en gemensam symbol att samlas kring. En utbyggnad av hamnen i Byxelkrok blir en utmärkt start för utveckling av besöksnäringen.

6. Påverkan på besöksnäringen

En förnyad gästhamn är givet bra för alla båtgäster. Men det viktiga är att hamnen kan bli den mötespunkt som idag saknas på Norra Öland. Byxelkrok var en tidigare mötesplats med både diverse arrangemang och nattklubb, för lokalbefolkning och för tillresta. Flera röster har vittnat om bristen på en mötesplats. Kanske tydligast uttrycker Anna Barkevall från Böda Sand de positiva effekterna av en hamnutbyggnad skulle ge. För Böda Sands campingverksamhet behövs ett eller flera nav på Norra Öland. Böda Sand behöver "kvalitativa platser" att hänvisa sina gäster till. Utan sådana mötesplatser skapade kring aktiviteter urholkas även Böda Sand och andra besöksstarka verksamheter på Norra Öland.

6.1 Att uppleva en plats

När besökaren kommer landvägen till Byxelkrok upplevs hamnen mest som en stor grusplan. Uppställda husbilar tillsammans med parkerade bilar är det man ser innan blicken vandrar ut över sjön. Blå Jungfrun kan få bättre sällskap i utsikten. En hamnplan som rymmer pittoreska sjöbodrar ger inte bara lust till att stanna och utforska vad du kan erbjuda. Hamnplanen ger även ett antal näringsmöjligheter för företag. Ju mer aktivitet i hamnen desto större attraktivitet till platsen.

En ökad aktivitet i hamnen skulle skapa goda synergier med övriga Norra Öland. Men Anna Barkevall betonar att det behövs någon form av kvalitetsprogram som styr utbudet. Både det som faktiskt erbjuds i sjöbodarna och helst även i övrigt. Text att det finns en grafisk profil som förskönar området. Alltför ofta förstör flaggor, skyltar och marknadsföringsarrangemang platsens genuina uttryck. Ansvarig för en sådan tillsyn skulle kunna vara en destinationsutvecklarens roll. Om destinationsutvecklaren har stöd ifrån olika intressegrupper, som t ex Norra Ölands intresseförening, skulle en grafisk profil bli mindre av pekpinna och mer som goda riktlinjer att följa; något som gynnar alla. Många lyssnar nog mer till en destinationsutvecklarens kompetenta röst än från en kollega i omgivningen.

I samma anda har det framkommit tankar att matutbudet idag oftare representerar stora matleverantörer än att representera Öland. Besöksnäringen

missar möjligheten att tydliggöra det som är speciellt lokalt. Samma meny på Norra Öland som var annars i Sommarsverige. Det lockar inte till återbesök. Färre återbesök och sämre rykte drabbar inte bara den enskilde restaurangen. Det drabbar även alla andra i besöksnäringen på orten. Lika mycket som en inspirerande matupplevelser skapar vilja till återbesök och gott rykte för hela bygden, försämrar en identitetslös servering på kaféer och restauranger. Alla andra inom den lokala besöksnäringen får lida. En anledning till att lilla Sandvik är så populärt besöksmål utgår ifrån den genuina matserveringen i hamnen.

Byxelkrok bör i många dimensioner andas ett genuint Öland. Det viktiga är att utveckla Norra Öland. Det gynnar hela besöksnäringen i Borgholms kommun. Det motsatta, som är på väg att hända, är att låta en destination tappa attraktion. Det skadar troligen alla verksamma inom turismen på Öland.

6.2 Kortsiktig och långsiktiga effekter – enkätsvar (se bilaga 3)

- På kort sikt

Ökat antal dagsbesökare med bil eller cykel som eventuellt kan lockas att stanna en natt för att uppleva den goda atmosfären fullt ut. Från sjön kan flera båtgäster komma att vilja utforska Norra Öland: mat, aktiviteter, shopping. Det ger både fler båtätter liksom att det gynnar besöksnäringen i allmänhet.

Men från enkätundersökningen angavs kommentarer som: "Inte den minsta aning, mitt företag ligger utanför Byxelkrok" vilket indikerar på ett behov att förankra att en utbyggd gästhamn är en investering i besöksnäringen. "Kan bli för stor. Jag driver ett hotell, och har inte så mycket med hamnen att göra"; "Är skeptiskt, det blir för stort" indikerar en brist på att se ett större perspektiv; att man har svårt att se bortom den egna verksamheten. Men å andra sidan gav enkätundersökningen mer av stödjande kommentarer som: "Viktigt att bygga ut för turismens skull, positiv utveckling att få in mer båtar"; "Positivt, det kommer få hit mer människor"; "Stor effekt på hela bygden".

Den entusiasm som flertalet enkätsvar gav ger att det inte är så svårt att engagera hela bygden till att utnyttja en bättre hamn och till att utvecklas som företag. På kort sikt ger en utbyggd hamn: "Förhoppningsvis mer turism. Kommer att bli jättebra!"; "Mycket mer båtgäster kommer att tillbringa sommaren i Kroken och det ökar ju omsättningen för alla företag där"; "Bra, jag ser det som ett stort verktyg det är bara fantasin som sätter hinder. Det skapar framtidstro". Det finns en anda i bygden som kan se gynnsamma effekter för hela lokalsamhället. Fler arbetstillfällen verkar vara något många vill ha. Den andan är grunden för fortsatt utveckling av Norra Öland.

- På lång sikt

Det är inte i sig givet att besöksnäringen på Norra Öland ska överlevna. Med något ändrade omvärldsförutsättningar som konkurrerande och bättre resealternativ, dyrare transportkostnader, konsekvent mindre återbesök till Norra Öland för att "allt" har upplevts. Förnyelsegraden är för låg, aktiv semester blir viktigare för många. Med för lite aktivitetsturism tappar Norra Öland sin attraktivitet. Det ger att arbetet att utveckla bygden bör vara strategiskt konsekvent. Det innebär att satsa på insatser som ger uthålliga effekter.

Från enkätundersökningen angavs kommentarer som: "Restaurangen kommer få ett uppsving, det blir fler gäster"; "Skapa mer jobb och befästa hela Öland både från land och hav"; "Skapa fler arbetstillfällen"; "Blir väl fler företag"; "En utveckling av Norra Öland, butiker, restauranger, båtar; "Fler båtar ger mer folkliv och bättre service"; "Bättre förutsättningar för turistföretag att överleva"; "Arbetstillfällen mer boenden". Alla kommentarer indikerar att det finns förhoppningar om framtiden. Utan en positiv bild av framtiden är en mer genomgripande utveckling svår att genomföra.

- Jag tror att en kommentar som: "Alla företag kommer gynnas av detta på längre sikt, inte bara i Kroken utan på hela Öland" är förutsättningen för att Borgholms kommun ska våga satsa på en hamnutbyggnad.

- Men om uppfattningen enligt följande kommentarer har en större representation på Norra Öland: "Det ger inget för Norra Öland. Blir sämre"; "Det gamla samhället förstörs och försvinner"; "Stora underhållsavgifter för kommunen", borde Borgholms kommun tveka att satsa på Byxelkrok.

- Min uppfattning är att en utbyggd hamn ger många möjligheterna. Utbyggnaden blir en början till att bryta Norra Ölands kräftgång – som samhälle och som besöksmål.

Enkätsvaren gav en polarisering mellan en misströstan och förändringsovilja å ena sidan mot en lojalitet med bygden och engagemang för utveckling å den andra. Bygdelojalitet och utvecklingsengagemang behöver stödjas. Det viktigt att förstå att en utbyggd hamn kräver ett åtagande från företagen på Norra Öland och speciellt från besöksnäringen. Att en utbyggd hamn inte är ett "självspelande piano" – för att ge stöd för en utbyggnad av hamnen krävs ett engagemang som utnyttjar potentialen – och att motståndet mot utveckling konsekvent marginaliseras.

7. Nya arbetstillfällen i befintliga och nya näringar

I enkäten bland intressenter till besöksnäringen på Norra Öland (se bilaga 3) ställdes en frågan om attraktiv bygd. Gör en hamnutbyggnad det mer attraktivt att bo på Norra Öland. Svaren varierade men tre teman var tydliga. Bättre service med längre öppettider och förbättrad allmän kommunikation var ett tema. Ett annat var möjlighet till fler arbetstillfällen. Ett tredje var att fler människor i rörelse ger en mer levande landsbygd.

Omsättningen på en destination kan fördelas i ett antal olika kategorier. Primärt omsätter restaurang och kaféer tillsammans med logi mest på en vanlig destination. Men i en båthamn, som också attraherar många husbilar, har livsmedel en hög omsättning. Livsmedel, dvs. att bunkra en båt eller husbil, är en verksamhet som vanligen inte ses som en del av besöksnäringen. Men livsmedel ingår som en del av "Turistkronan": vad en gäst konsumerar på en destination (Resurs u. å.). Turistkronan för Öland och år 2013 (senaste statistiken) ger att logi står för 21 %, livsmedel för 22 %, restaurang 24 %, transport 12 %, shopping 13 % och aktiviteter för 8 % (Resurs 2013).

7.1 Nya arbetstillfällen

År 2014 omsatte turismen 1 263 miljoner kronor på Öland. 1 107 personer var årssysselsatta (Resurs 2014). Därigenom kan man dra slutsatsen att det behövs ca

en miljon kronor i omsättning för att skapa ett årsjobb (1 141 000.- kr per årssysselsatt). Så för varje ökad miljon i omsättning på Norra Öland skapas ett helårsjobb. Då många i besöksnäringen jobbar säsong blir varje ökad miljon i omsättning flera arbetstillfällen.

Låt mig fortsätta med att Norra Öland kan bli bättre på att attrahera fler besökare. Att på tio år ska kunna fördubbla turismomsättning låter kanske utopiskt. Men det är den nationella strategiska planen för svensk besöksnäring. Det ska ske mellan år 2010 till år 2020. Det betyder att turismomsättningen behöver öka med 7 % (6,5 %) varje år, i tio år. 7 % per år verkar inte lika utopiskt. Vissa näringsidkare överträffar det i omsättningsökning per år. Det centrala är att lägga delar av överskottet på investeringar som ger underlag för expansion kommande år (Strategi 2020 u. å., TRIP 2012).

Hela Öland omsätter ca 1,3 miljarder per år (Resurs 2014). Att varje verksamhet försöker förbättra sitt årsresultat med 7 % per år borde vara möjligt. Det borde kunna ske genom att försöka både öka försäljningen inom nuvarande säsong och genom att förlänga säsongen. Logi är ett område för bättre försäljning. Speciellt med tanke på att Kalmar län är den fjärde största logiregionen i Sverige (strax under två miljoner gästnätter). Kalmar län har nästan lika stor beläggning som Skåne (2,4 miljoner gästnätter). Men Kalmar län har mindre än hälften av Skånes logiintäkter (ca 250 miljoner kr mot 650 miljoner kr) (HUI 2014; Tillväxtverket 2014c).

Med fördelningen enligt Turistkronan med sex kategorier (logi, restaurang, livsmedel, transport, shopping och aktiviteter) skulle en fördubblad turismomsättning generera 1,4 nya årsverken inom logi per miljon i ökad omsättning; 0,5 årsverken inom livsmedel; 1,26 årsverken inom restaurang; 0,3 årsverken inom transport; 0,55 årsverken inom shopping och 1,2 årsverken inom aktiviteter.

7.2 Båtgäster och deras omsättning

På västkusten har det gjorts en undersökning av båtturism och dess påverkan på den regionala tillväxten (Svedberg 2009). Exempelvis har Strömstad ca 100 000 gästnätter och det dubbla dagsbesökare per båt. Det ger 300 000 båtbesök per säsong. Marstrand har ca 40 000 gästnätter och 80 000 dagsbesök per båt. Det ger 120 000 båtbesök per säsong. Det är betydligt fler gästnätter än hotell, vandrarhem och stugbyar tillsammans. I genomsnitt i Strömstad ger 1,3 miljoner kronor i omsättning ett årsarbetstillfälle och på Marstrand 1,5 miljoner i omsättning ett årsarbetstillfälle. Beräkningsmodellen bygger på att varje båtnatt ger tre gästnätter. Där det finns skärgård är det mycket vanligare att ligga i naturhamn. Därför multipliceras varje gästnatt i hamn med tre (genomsnittet är två av tre nätter i naturhamn).

Det saknas siffror för ostkustens båtturism. Kring Öland är det svårt att ligga i naturhamn. Grankullavik/Nabbelund är nog en av få goda naturhamnar från Kråkelund i norr ner till Blekinge skärgårds början. Det ger att båtturisten oftast ligger i gästhamn längs hela Kalmarsund. Den Svedbergska modellen skulle kunna ge besked om (Svedberg 2009, u. å.):

Dyngsutlägget (per kostnadsslag) multiplicerat med totala antalet gästnätter ger båtlivets omsättning.

Det antalet divideras med omsättning per årsanställning i respektive konsumtionsslag (logi, restaurang, nöje, shopping, entréer, systembolag, drivmedel, livsmedel plus övrigt).

Det går alltså att beräkna den framtida sysselsättning båtturen kan ge för Byxelkrok.

Med erfarenheter från västkusten (Svedberg 2009) kan man sluta sig till att båtturen, "maritim utveckling" som de kallar det, är ett regionalt prioriterat område. Båtturen är en tillväxtfaktor. I västra Götaland ger varje ökad krona i dyngsutlägg från båtturen två nya helårsjobb. På Norra Öland är det annorlunda. Där kommer majoriteten av besökarna med bil. Men de måste ha flera reseanledningar till att köra hela vägen upp till norra ön. Båtturen genom en välfungerande hamn kan både direkt men mest indirekt generera än större volym besökare efter som majoriteten gäster inte behöver båt för att uppleva Byxelkrok och Norra Öland.

Varje båtgäst ger inte så mycket per gästnatt. Men båtturen är en gästkategori som dels skapar ett attraktionsvärde i sig med sin båt i hamn och dels skapar en marknad runt kring båten som skapar arbetstillfällen – men inte än på Norra Öland.

7.3 Nya näringar och nya jobb

Det går att skissa på sju olika områden av affärsutveckling på Norra Öland som utgår ifrån den eventuella hamnutbyggnaden i Byxelkrok.

1. **Husbilsgästen** kan bli bättre välkommen med ställplatser. Som det är nu står majoriteten av husbilarna fritt längs med vägarna och på vanliga parkeringsplatser. Eftersom Norra Öland är ett vidsträckt område är det inte nämnvärt störande. Trots det är de flesta utsikter vackrare utan stora bilar som permanent inslag i Ölandsbilden. Med en avlysning att vissa vägsträckor mot nattparkering öppnas affärsmöjligheter. Med iordningsställda ställplatser nära de vackra vyerna, med septitanktömning och eventuellt duschmöjligheter skapas bättre service mot husbilsgästerna och en mindre förfylning av landskapet. I stort kan all nattparkering förbjudas i hela Borgholmskommun annat än på anvisade platser. Samtidigt med förbudet lanseras ett allmänt avgiftsbelagt ställplatskort för husbilar som möjliggör fri parkering, uppställning, på alla ställplatser och att kortet även innefattar debitering för septitanktömning och bruk av duschar, toaletter och tvättmaskiner där det finns. Varje utnyttjande krediteras respektive ställplats i kommunen.
2. Utveckling av **turverksamhet**. Att fara runt med husbil eller båt betyder att gästen vill uppleva platsen. Men Norra Ölands alla natur-, kultur-, konst-, sportattraktioner behöver tillgängliggöras bättre. Ölandsguiderna kan ta emot fler gäster. Det finns goda kunskaper inom botanik, ornitologi, fiske, dykning, historia, kulturuttryck, golf, etc. Det finns en efterfråga på båturer som innefattar mer än transport, där bad på svårtillgängliga platser kan kombineras med *sightseeing*. Vattnen utanför Norra Öland är dessutom fina dykområden. Vidare går det ganska enkelt att markera ut cykelvägar som

tillgängliggör många sidor av Norra Öland som bara lokalbefolkningen hittar till idag. Arrangerande cykelturer är stort i södra Europa. Alla vill kanske inte cykla för sig själva.

3. Själva utbyggnaden av hamnen i Byxelkrok öppnar möjligheten till ett större **utbud av sjöbodar**. Det finns plats för fler, kanske mer genuina, butiker och matställen. För att skapa en unik prägel på en plats krävs att utbudet har en lokal koppling. Det genuint öländska bör få ta större plats.
4. En bra hamn betyder bra **hamnservice**. Det saknas en fullgod skeppshandel som kan ombesörja allt från båttillbehör till reparationer. Segelmakeriservice, elservice och motorservice är en bra affär om bara det finns en volym av båtar. Att skapa vinteruppställningsplatser är nog förutsättningen för skeppshandeln. Vinteruppställningen behöver inte ske i hamnen utan idag finns smarta lösningar på att flytta båtar kortare sträckor på land. Hela Grankullavikområdet skulle kunna utvecklas mer mot båtservice. Idag skrotas få fritidsbåtar. Mest beroende på att det är omständligt. Det är också landtransporten som kostar. En båtskrot för både fritidsbåtar och kanske fiskebåtar är högst möjligt att etablera på Norra Öland.
5. **Tillgänglighet** är a och o inom besöksnäringen. Det finns visst kartmaterial idag. Men det kan bli mycket bättre. Att få en allomfattande Norra Ölandskarta i handen med alla kaféer, restauranger, matproducenter, shoppingställen, sevärdheter, aktiviteter, konstnärer och gallerier, stränder, vandringsstråk, cykelleder, naturområden, etc. gör hela bygden mer attraktiv. Med ett eventuellt Norra Ölandskort som ger viss prisreduktion kopplat till kartan är ett sätt att öppna upp hela området och skapa ett intresse att se sig runt. Då stannar gästen längre.
6. Skapa **en scen** som har regelbundna musik-, komik-, teaterföreställningar. Kulturutbudet finns latent i bygden. Men marknadsföringen är skral. Just att etablera ett antal scener med ett program för hela sommaren är i sig en besöksanledning till Norra Öland.
7. Nära kopplat till ovan är **utvecklingen av evenemang**. Evenemang startas och drivs av eldsjälar. Hittar man dessa eldsjälar som finns inom alla möjliga områden så är början gjord. Det gäller inte bara t ex. båtträffar och regattor utan all form av evenemang kopplat till kultur, natur, idrott och möten skapar attraktionskraft. Med ett relevant stöd i form av hjälp med marknadsföring, tillståndsansökningar, tillgång till volontärer eller personal, bra samarbete med markägare, hjälp med iordningställning och städning är det ofta svårt att stoppa en eldsjäl. Norra Öland med Byxelkrok som nav har potential att genom evenemang starta säsongen tidigare och hålla igång aktiviteten längre.

Allt detta är mycket lättare att skriva än att göra. Men med en bild av vilken potential en bygd har är det lättare att våga ta första steget.

8. Utbyggnaden och en förlängd turistsäsong

Retoriskt kan man fråga: räcker det med tre riktigt fulla veckor i juli för att ha en överlevnadskraftig besöksnäring på Norra Öland? Svaret är givet. Men tyvärr vittnar många aktörer i besöksnäringen att det bara är full aktivitet i tre veckorna på Öland. Följdfrågan blir: kan man göra något åt det? Här är svaret mindre givet.

Ambitionen bör vara en sommarsäsongs mellan mitten av juni till mitten av augusti. Ambitionen bör vara att ha en försäsongs, en vårsäsongs under maj och en eftersäsongs under september. Då kan en stark besöksnäring utvecklas. En del i arbetet är att skapa reseanledningar bortom sjö-sol-strand. Det finns en hel del att arbeta med. Alla olika evenemangen på Öland visar att det är möjligt att locka besökare av andra anledningar än sjö-sol-strand. Men även evenemangen behöver ha platser att utgå ifrån.

8.1 Säsongsförlängning

Det vanliga resonemanget är att förlänga säsongen med en vecka i augusti. Det är i högsta grad relevant med tanke på exportmarknaders semestersäsongs (Tillväxtverket 2014a). Att Norra Öland upplevs som stängt efter den 15 augusti är det fler än jag som upplever. Den traditionella semesterstarten med midsommar gäller inte längre. Sommarsäsongs kommer inte igång förens andra veckan i juli. Öland har tappat flera säsongsveckor. Men de kan återtas. Det görs genom att skapa reseanledningar: t ex olika special evenemang och permanenta attraktioner, både skapade och naturliga. Det ger reseanledningar.

Eftersom inget är stillastående, varken livet i övrigt eller besöksnäringen specifikt, är sommarsäsongs också under förändring. Flera aktörer påstår att utan nya aktiviteter och attraktioner kommer sommarsäsongs att fortsätta sin kräftgång (kan den bli kortare än tre veckor?). Arbetet tillbaka till det som var tidigare, med en full sommarsäsongs mellan mitten av juni till mitten av augusti, behöver satsningar som skapar entusiasm.

Kan konsekventa investeringar leda till en förlängd säsong? Inom campingen (inkl. husvagn, husbil, tält, stuga) stannar besökare i ungefär tre dygn ("stanntid" 2,9 dygn: SCB 2015, tabell C364). Böda Sand har en stanntid på åtta dagar. Förklaringen uppges vara att konsekvent investerar stora delar av det årliga överskottet i anläggningen. Med ytterligare en attraktion på Norra Öland kan Böda Sand öka sin stanntid ytterligare en dag, tror Anna Barkevall. Sannolikt får de flesta logiverksamheter en förlängd stanntid av att det finns fler attraktioner på Norra Öland.

Det långsiktiga målet är kanske att Norra Öland är öppet från "Valborg till Skördefesten". Det kanske krävs för att få en längre period av goda intäktsveckor. Besöksnäringen behöver lära besökaren att Öland är öppet från vår till höst. Då krävs att många verksamheter klarar veckor med länge intäkter eller med visst underskott. Underskottsveckor kan ses som investeringar för framtiden. Ett problem i dag är att turismomsättningen är ganska låg på Öland för det finns inte tillräckligt med turismprodukter att köpa. Helt enkelt åker en hel del pengar tillbaka över bron som var tänkt att spenderas på Öland. Steg ett vore att utveckla sensommar/höstsäsongs som har bättre omsättningspotential av utländska besökare. Steg två är vår och försommaren, viktigt att komma igång trots något lägre lönsamhet.

9. En hamn som symbol för aktiv besöksnäring

En hamn är ett besöksmål med möjlighet att komma nära sjön; att strosa omkring, att besöka kaféer och restauranger, att shoppa och att insupa den speciella

atmosfären. En gästhamn är en naturlig nod i en region med en uppsjö av olika verksamheter.

9.1 Landet med många fritidsbåtar

Det är många fritidsbåtar på ostkusten och sydkusten, Byxelkroks primära upptagningsområde. Siffror från 2010 säger att mer än 40 % av alla båtägare i Sverige bor på ostkusten och sydkusten (Transportstyrelsen 2011). I Sverige är båtlivet förknippat med värden som är attraktivt för många fler än båtägarna. Dels att en välkomnande hamn betyder mycket för hela regionen, för företag och lokalbefolkningen. Dels att en välkomnande och fungerande hamn inte bara är till för båtgesterna utan attraherar fler gäster som kommer landvägen.

Bara Finland och Norge liksom Nya Zeeland visar på lika stor båttäthet per invånare som Sverige; åtta vuxna per fritidsbåt. I jämförelse har USA 18 personer, Holland 40 personer, England 130 personer, Tyskland 185 och Japan 450 personer per fritidsbåt (ICOMIA 2013; Transportstyrelsen 2011). Båtlivet är mycket mer än ruffade segel- eller motorbåtar. Kanoter och speciellt kajaker är en växande sektor i Båtsverige. Kajakpaddling ligger i linje med hälsotrenden och det växande naturintresset. Jollar, roddbåtar med eller utan småmotorer är en naturlig del i både insjöar och hav. Segelbåtar och motorbåtar med möjlighet till tillfälliga övernattningar är också i ökande. M a o är båten en symbol för den frihet, naturupplevelse, tystnad och ro liksom social samvaro som många förknippar med rekreation (Transportstyrelsen 2011). Båten är en ledighetsmarkör och alla värden som är kopplat till turism.

9.2 Norra Ölands båtklubb?

En del av verksamheten i en hamn är det ideella arbetet. Det finns ca 1 000 båtklubbar i Sverige. De organiserar omkring 250 000 personer. Det är en viktig kraft för ett aktivt båtliv. Bland annat är en båtklubb ofta förutsättningen för både seglarskola och kappsegling. Seglarskola för unga hjälper till med rekryteringen av fler båtmänniskor. Men även barnens och ungdomarnas föräldrar blir engagerade. Vidare är seglarskola för vuxna också en näringsgren. Det är en brist på vuxenskolor på sydostkusten. Att återuppliva seglarskolan i Grankullavik är troligen en god idé. En seglarskola skapar en aktivitet kring och attraktion till båtliv (Arne Sjögren).

Seglarskola och kappsegling hänger samman. I Byxelkrok finns ingen segelbåtklubb. Andra segelklubbar i Kalmarsund är någorlunda aktiva med kappsegling. Byxelkrok skulle initialt kunna börja ett samarbete med någon eller några av dessa för att aktivera en egen båtklubbsaktivitet. Redan i dag är kopplingen till Westerviks Segelsällskap en tradition genom "Byxelkroken", en regatta som avslutar segelsäsongen i mitten av september och har hållit på sedan slutet av 60-talet (Jan Furemo, Westerviks Segelsällskap). Det samarbetet kan definitivt utvecklas.

10. Slutsatser i tre dimensioner

Syftet med hamnutbyggnaden i Byxelkrok är att skapa en större kapacitet att välkomna gäster från både sjö och land liksom att öka attraktionen för hela Norra Öland. Det gäller att skapa reseanledningar. Hamnen ska bli en central plats som

locka fler besökare före och efter sommarens högsäsong. För Norra Öland ska hamnen bli en orienteringspunkt och en nod för ökade aktiviteten. Det lockar till ökad inflyttning.

Att uppfylla syftet betyder att platsvarumärket förstärks, att aktivitetsgraden ökar och turistsäsongen förlängs. Historiskt sett har Byxelkrok varit starkare som besöksmål. Processen med utbyggnaden hamn startar också processen att återta Byxelkroks tidigare position som självklar destination på Norra Öland.

Resonemanget i rapportens olika delar har på olika sätt berört följande dimensioner: 1, hur en ökad besöksvolym, 2, hur en längre vistelse per besök och 3, hur en säsongsutvidgning. Rapporten ställde också ett antal frågor i kapitel 2.1. De har besvarats löpande i rapporten. Men här följer en uppsummering av svaren under de tre olika dimensionerna.

10.1 Ett förstärkt platsvarumärke som attraherar och skapar omsättning.

Öland har ett känt varumärke och en möjlighet att profilera sig mot både natur, konst och konsthantverk, mat och krögarkonst, musik och scenkonst, historia och kulturarv. Det fantastiska är att det mesta är o gjort. En sak kan vara att försöka bli årets båtkommun år 2017, 2018 eller 2019 (Sweboat 2010, 2014a, 2014b).

- *Vilka direkta intäkter kan komma att uppstå i form av gästnätter för båtar och husbilar samt nya sjöbodor?*

Det är inte möjligt att kvantifiera svaret på frågan om de direkta effekterna av en hamnutbyggnad. Men med en tredubbling av gästplatser för båt till 220 platser (grundplanen är på 270 gästplatser); med 50 nya ställplatser i spridda över Byxelkrok; och med minst 20 nya sjöbodor på nya hamnområdet. Det kan i ett överslag ge (se bilaga 4):

- **lågt räknat** kan en hamnutbyggnad ge totalt 6,5 miljoner kr i årsomsättning i hamnen genom:
 - 20 % fler båtnätter än normalantalen 3 500 à 700.-kr plus hamnavgift: 3,7 miljoner kr;
 - 75 % fler husbilsnätter från nuvarande antal 350 à 800.-kr plus ställavgift: 582 tusen kr;
 - 20 nya sjöbodor som omsätter 38 000.- kr per bod per månad juni/juli/augusti (arrende 8 000.- kr per månad plus omsättning 1 000.- kr per dag): 2,3 miljoner kronor.
- **trolig beräkning** kan en hamnutbyggnad ge totalt 8 miljoner kr i årsomsättning i hamnen genom:
 - 45 % fler båtnätter: 4,4 miljoner kr;
 - 150 % fler husbilsnätter: 831 tusen kr;
 - 20 % högre sjöbodsomsättning än ovan grundberäkning - omsätter då 45 600.- kr per bod och månad: 2,7 miljoner kronor.
- med en **positiv beräkning** kan en hamnutbyggnad ge totalt 9,7 miljoner kr i årsomsättning i hamnen genom:
 - 70 % fler båtnätter: 3,7 miljoner kr;
 - 300 % fler husbilsnätter: 1,3 miljoner kr;
 - 40 % högre sjöbodsomsättning än grundberäkningen - omsätter då 53 200.- kr per bod och månad: 3,2 miljoner kronor.

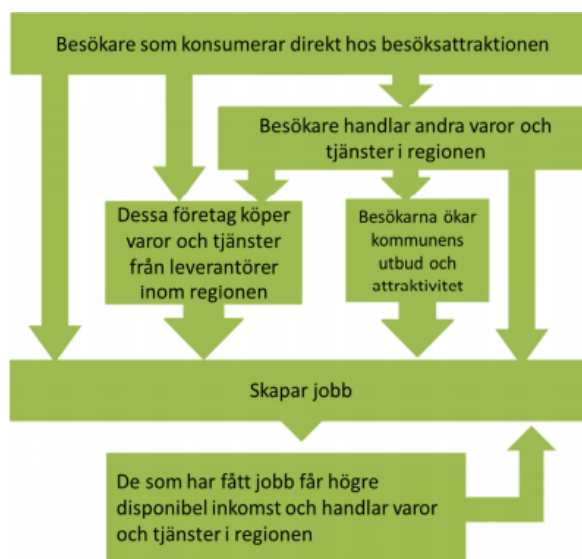
För separata merintäkter per intäktsslag, se bilaga 4.

Därtill kommer det höjda varumärkesvärdet. Det är svårare att sätta en siffra på. Vad skriver tidningarna om Öland? Men ett sätt är att mäta mediatäckningen. Vad visar TV i sina inslag om ön? Vad bloggas det om när resor till Öland berörs? Det saknas en tydlig gemensam bild över vad Norra Öland representerar och som konsekvent presenteras för media. Att skapa nyheter som är värt att beskriva är en viktig del utvecklingsarbetet. Norra Öland behöver få *en* röst som många står bakom.

10.2 Fler aktiviteter förlänger besöken och ökar omsättningen.

”Att arbeta med paket”. Det är det vanliga svaret när utveckling av besöksnäringen kommer på tal. Men att skapa paketresor är en konst i sig. Paketet betyder per definition att olika turismleverantörer samarbetar, att de utnyttjar den synergi som finns i att vara aktiv på samma destination. Den mesta turismen handlar om att tillgängliggöra platser. En plats blir attraktiv om många olika värden blir lättillgängliga. Genom att paketera olika former av logi med både matupplevelser och aktiviteter blir bilden av resan klar för resenären. Transporten kan ingå vilken den borde över tid då det inte går att anta att alla vill och kan komma med bil. Variation på prisnivå och raffinemang i paketen är oändliga. Men paketresorna binder samman olika delar av besöksnäringen på ett dynamiskt sätt. Besökare som vet vad de ska göra stannar längre. God och samverkande marknadsföring är a och o inom all destinationsutveckling.

- Vilka indirekta effekter kan komma att uppstå i form av ökade intäkter för de befintliga näringarna och eventuella nyetableringar?



Ett direkt inflöde av pengar till en bygd cirkulerar till delar lokalt. Man brukar prata om multiplikatorer i besöksnäringen. Olika näringar har olika kringeffekter av de direkta intäkterna. Men sport- och kulturevenemang kan generera 1,5 i multiplikatoreffekt. Hotell och restaurang brukar ha 1,2 i multiplikatoreffekt. Det betyder att för varje spenderad krona stannar delar av värdet kvar i bygden (Tyréns 2013). Se figur 10.2.

10.2 Spridningseffekter, Tyréns, 2013.

Affärsverksamheter köper varor, tjänster och betalar lön. Varu- och tjänste-producenterna har sina utbetalningar och löneutbetalningar. Löntagarna betalar för sitt uppehälle. Principen är kritiserad för att det är baserat på uppskattningar. Men modellen summerar resonemanget ovan hur en konsumerad *gästkrona* sipprar ner genom den lokala ekonomin. Det som saknas i modellen är utflödet av värden som antingen kommer av att resurser köps in utifrån regionen och att näringsidkaren kan ha sitt säte i annan ort än på Norra Öland.

Men med andra ord stärker varje ny krona som kommer in i en bygd den lokala ekonomin. Det genererar också incitament att starta nya verksamheter som i sin tur ökar den lokala ekonomin.

- *Hur påverkas den totala besöksnäringen av investeringen?*

Hela Norra Öland behöver ytterligare en dragare som skapar reseanledning till norr. Byxelkrok kan återfå sin forna attraktivitet med en större ekonomisk aktivitet. Ett utvecklat hamnområde kommer skapa en injektion av energi till hela bygden. Med ett tydligare besöksmål uppe på Norra Öland kommer spridningseffekter att ske till alla turistiska verksamhetsområden:

- transport/resor, tyvärr allt för bilburet så det ger liten lokal effekt;
- äta/restauranger, kaféer, livsmedel är en viktig dimension, det handlar om att öka det kulinariska värdet så varje måltid både ger en upplevelse och större omsättning;
- bo/logi är också något av en "hygienfaktor". Gästerna behöver tak över huvudet. Men liksom med mat kan upplevelsen adderas och gästen vill betala mer för ett speciellt boende, allt efter egen kategori;
- göra/attraktioner, det viktigaste i besöksnäringen. Attraktioner är det som skapar reseanledningar. Ingen reser för att bo eller äta på annan ort. Men de flesta reser gärna för unika upplevelser. Med andra ord, en utbyggd hamn i Byxelkrok blir en plattform för utvecklingen av en mångfald av attraktioner på hela Norra Öland.

10.3 En tydlig plats för evenemang som utökar turistsäsongen.

Det som saknas på Öland och specifikt för Norra Öland är en definierad evenemangsportfölj. Det har funnits tankar hos Ölands Skördefest att försöka axla uppdraget. Men varken den operativa delen eller styrelsen är varken kompetent nog eller har resurser att arbeta med saken. Det saknas en övergripande förståelse för hur man skapar synergier mellan de evenemang som finns idag på hela Öland, därmed även på Norra. Det saknas en övergripande kompetens som lägger grund till och stödjer sådana evenemang som förstärker den öländska profilen. Öland är en fantastisk plats för evenemang: på en ö och har en bro, är glesbygd och har en nästan oändlig mängd evenemangsplatser (jämför med Tillväxtverket 2014d).

- *Hur många nya arbetstillfällen (året runt respektive säsongsmissiga) kan bli till i befintliga och nya näringar?*

Ett sätt att uppskatta spridningseffekter som ger sysselsättning. Helst vill man sätta siffror på hur många anställda varje omsättningsökning ger. Tidigare i rapporten skrev jag att varje ökad miljon i omsättning ger en årssysselsättning. Besöksnäringen antas enligt tidigare resonemang ge 1,4 årsverken per miljon.

- *Hur ökar utbyggnaden möjligheterna för en förlängd turistsäsong?*

En bättre hamn och speciellt en utbyggd hamnplan är en given plats för olika evenemang. En förlängd turistsäsong kräver fler aktiviteter. Evenemang attraherar många besökare till en kortare period. Vad evenemangen ska handla om är upp till de eldsjälar som vill arrangera dem. När evenemangen ska ske är i många fall en fråga om förhandling mellan den som upplåter marken och eventuellt stödjer evenemanget. Borgholms kommun måste bli bättre på att arbeta med säsongsobundna evenemang.

11. Att starta processen till en hamnutbyggnad

När jag har tittat på underlagen till beslut om att starta utbyggnaden av hamnen i Byxelkrok verkar det primära hindret vara finansieringen. Eller snarare den varierande prislappen på investeringen.

11.1 Den avgörande frågan

Ett viktigt arbete är att få fram en kalkyl för utbyggnaden med ett alternativ av utbyggnadsgrad och därmed en variation på prislappen. På sista raden är det alltid en värdering av nyttan med en investering. Nyttan ska hållas mot krontalet på kostnaden. Den här rapporten indikerar på de nyttor som en investering i en hamnutbyggnad ger i Byxelkrok med omnejd. Nyttor som handlar om kortsiktiga ekonomiska effekter och effekter på längre sikt. Nyttor som handlar om direkt avkastning på en utbyggnad och indirekta effekter på samhället och på Norra Öland. Då det saknas en relevant kostnadskalkyl över hamnutbyggnaden blir nyttan liten med utredningen: "Hur en hamn kan fördubbla besöksnäringen på tio år".

Vidare, anser jag, bör blicken höjas till att titta vad man lyckas med i andra hamnar. Med goda referenspunkter får man som beslutsfattare lättare att se förbi de hinder som bromsar processen att utveckla landsbygden. Byxelkrok tycks mig vara mer än vanligt drabbad av överklaganden och bakåtsträvare. Det är politikens sak att se till det allmännas bästa. Då kan inte alla bli nöjda. Att utveckla turismen innebär i många led att utveckla lokalsamhället till en positiv och välkomnande anda. Att ha en lokalbefolkning som ser värdena i att en näring blomstrar gör att besökaren känner sig välkommen.

Med varje krona som spenderas i Byxelkrok och på Norra Öland ger primärt att den enskilda besökaren får en räckta goda upplevelser – att ta hem och minnas resten av året. Sekundärt gynnas den enskilde näringsidkaren som skapar uppehälle för sig och sina medarbetare. Indirekt konsumerar de som jobbar med turismen sina pengar i andra lokala näringar som då också gynnas indirekt av en blomstrande besöksnäring.

I tredje led gynnas Borgholm kommun av den direkta och indirekta skatteuppbörden. Därtill får Öland norr om bron ett starkare varumärke som intresserar media, attraherar besökare, lockar till bosättning och även får nya näringsidkare att söka sig hit. Allt handlar om att initiera en gynnsam process som i sig själv genererar värden hela samhället vinner på. Jag, och många kollegor inom turismforskningen, uppfattar att landsbygden idag har få alternativ till att utveckla besöksnäringen; allt för en god överlevnad i framtiden.

11.2 Att skapa ett lokalt engagemang och forum för samarbete

En framtid är alltid svår att förutse. Men att skapa ett scenario över en framtida besöksnäring som gör att alla kan se en mer utvecklad situation än idag. Det behövs ett turismscenario över Norra Öland. Turismscenariot ska visa hur de som direkt eller indirekt har något uppehälle från besöksnäringen skulle kunna agera.

Två bärande delar är centrala för att uppfylla den idé som ett scenario bygger på: dels att skapa en anda på Norra Öland så alla försöker bli lite bättre i sin egen

verksamhet, dels att det visar på samarbetsformer som gör att alla vinner på samverkan.

Med andra ord, nästa steg är *inte* att vänta på att hamnen byggs ut i Byxelkrok. Nästa steg är att en aktör, redan hösten år 2015, börjar skriva en vision om Norra Öland år 2025 (jämför med Kalmars idékatalog: Destination Kalmar, 2011 och Ystads 2030-strategi: Ystads kommun 2015). En sådan lämplig och erkänd aktör är Norra Ölands intresseförening.

- Att en aktör, gärna en förening, tar på sig ledartröjan och hittar forum för samarbeten för att uppnå visionen "Norra Öland 2025". Bara genom samarbete kan en glesbefolkad plats som Norra Öland konkurrera med andra destinationer. Det innebär att börja samarbeta med andra starka föreningar. Hamnföreningar, Camping Öland, LRF-lokalföreningar, Krögarföreningen m.fl. bör inkluderas i ett intressenätverk där alla kan vinna på att samarbeta. Därtill kan alla mindre föreningar, som också bör vara inkorporerade, att få sina röster hörda.
- Att en aktör börjar ympa in en anda att oavsett hur bra alla verksamheter är idag, kan alla bli bättre. Med en gemensam ambition att årligen öka den enskilda verksamhetens omsättning med 7 %. Då kommer besöksnäringen på Norra Öland vara dubbelt så stor år 2025. Det ska vara självklart att alltid försöka bli lite bättre.

11.3 Förslag till vidare arbete

Ett nästa steg kan vara en utvärdering av vilken genomsnittlig omsättning som de olika besökarkategorierna har. Den kan genomföras med en enkätundersökning av de som besöker Byxelkrok under säsong. Liknande undersökningar har gjorts på västkusten. Västra Götaland har använt en sådan utvärdering som bas hur utveckla deras besöksnäring (se t ex. Västsvenska turistrådet 2009, 2013, Länsstyrelsen Västra Götalands Län 2011).

Vidare med ett producentperspektiv är en studie av s.k. "livsstilsföretag" centralt. Livstilsföretagare är ofta nöjd med en viss volym på verksamheten. De vill inte expandera utan har hittat en nivå som gör att de kan försörja sig och sin familj, men inte mer. Med andra ord är de 'brödfödeföretag'. De vill inte förlänga säsongen och vill inte skapa nya arbetstillfällen. Men livsstilsföretagen kan förändras och ta inspiration av verksamheter med en entreprenöriell anda. Företagare i besöksnäringen som vill och kan expandera. Ett tecken är att de har exportfärdiga produkter och en attityd som gynnar tillväxt (Tillväxtverket 2012, 2013, 2015).

Ytterligare vidare är evenemangssektorn en del som är helt central för att utveckla en plats, en destinations attraktion. Det finns ett antal olika befintliga kluster som har och/eller kan utveckla evenemang: mat, musik, konst, idrott, gastronomi, natur etc. Det behövs inventera vilka olika evenemangskluster som finns och ge dem verktyg till att utveckla sina evenemang.

Referenser, text och muntliga

- Borgholm Energi (2015) *Beläggningsstatistik 2007-2015 för husbilar och fritidsbåtar i Borgholms kommun*, sammanställning.
- Borgholms kommun (2010) *Utbyggnad av Byxelkroks hamn*, Ansökan om tillstånd enligt miljöbalken, Ramböll Sverige AB.
- Borgholms kommun (2015) *Tjänsteskrivelse angående samhällsekonomiska effekterna av en utbyggnad av Byxelkroks hamn*, Kommunstyrelsens arbetsutskott/Henrik Linnarsson.
- Båtliv (2015) Bondökanalen försenad och dyrare, nr 5: 14.
- Club Magazine (2012) *Hamnkaptan, undersköterska och säsongsarbetare; Kenneth Niklasson, Byxelkrok*, Princess yacht club of Sweden, nr 101/sept.
- Destination Kalmar (2011) *Kalmarsund till Kalmar, idekatalog*, Atrio arkitekter, <https://www.kalmar.com/sites/kalmar/files/kustnaraprojekt.pdf>, hämtad 2015-10-08.
- Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*, NY, Basic Books.
- Graffman, J. & Graffman J. (2015) *Den framtida turismorganisationen på Öland*, Uppsala, Graffman AB.
- Gästhamnsguiden (2015) http://www.gasthamnsguiden.se/om-gasthamnar_1053, hämtat 2015-11-20.
- Hellström, N. (2011) *Förstudie av gästhamnar i Kalmar län*, Maybloom Design – Regionförbundet Kalmar Län.
- HUI (2014) Dygnsutlägg Skåne län 2014, *Regionala turismeffekter Skåne län*, HUI Reseach/STS.
- Husbilsdestination (2011) Husbilsturisterna är en köpstark målgrupp, <http://husbilsdestination.se/husbilsturismen/husbilsturisterna-ar-en-kopstark-malgrupp/>, hämtat 2015-10-03.
- Husbilsdestination (2012)
- Husbilsdestination(u. å), *Miljontals husbilsnätter*, <http://husbilsdestination.se/husbilsturismen/miljontals-husbilsnatter/>, hämtat 2015-09-07.
- ICOMIA (2013) *Recreational Boating Industry Statistics 2013*, International Council of Marine Industry Associations, St. Britannien.
- Juhos, M. (2012) Över en miljon husbilsnätter 2011, *Svea*, 2012#2 s.4
- Juhos, M. (2014) *Fler gästnätter och allt fler i husbil: nya rekordsiffror för svenska campingplatser*, Pressmeddelande SCR, 14-05-05.
- Lindström (2014), Statistik över gästhamnar 2014, *Turism 2014.10*, Ålands Statistik- och utredningsbyrå.
- Lokal utvecklingsplan (2010) Böda socken, Borgholms kommun.
- Länsstyrelsen Kalmar Län (u.å.) *Information om vattenverksamhet och strandskydd*, Anmälan om vattenverksamhet och ansökan om dispens från strandskyddet, Miljö- och naturavdelningen, http://www.lansstyrelsen.se/kalmar/SiteCollectionDocuments/Sv/blanketter/Djur%20och%20natur/blankett_anmalan_vattenverksamhet_2013_ifyllbar.pdf, hämtad 2015-11-13.
- Länsstyrelsen Västra Götalands Län (2011) *Utvärdering av stöd till turism*, Landsbygdsenheten/SWECO Eurofutures AB.
- Moos, B. Wagner, H-T, Beimborn, D. Weitzel, T. (2015) The contagious power of innovativeness: how different corporate partners contribute to a firm's knowledge, *International Journal of Innovation Management* 19(4): 1550042, 1-38.
- Piteå kommun (2008) Planbeskrivning, Detaljplan för del av Bondön 1:1, Piteå kommun Norrbottens län, Upprättad av ÅF-Infrastruktur AB – Samhällsbyggnad

Resurs (2013), *TEM 2013 Ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av turismen på Öland*.

Resurs (2014), *TEM 2014 Ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av turismen på Öland*.

Resurs (u. å.) *Resurs för Resor och Turism i Norden AB*, <http://www.turism.se/>

Rothstein Sylvesten, H. (2015) Så ska kräsna husbilsägare bli drömgäster, *Besöksliv*: maj 26, <http://www.besoksliv.se:8080/artikel/sa-ska-kraesna-husbilsaegare-bli-droemgaester-66173>, hämtat 2015-10-22.

SCB (2015) *Campingstatistik: samtliga öppna anläggningar*, jan-dec 2014, tabell C364, Tillväxtverket & SCB.

SCR (2013) Fler gästnätter och allt fler i husbil: nya rekordsiffror för svenska campingplatser, pressmedelände 2014-05-05, http://www.scr.se/Press/Pressmedelände-2/Statistik_2013/, hämtad 2015-10-03.

SCR (2014) *Svensk campingstatistik*, SCB/Tillväxtverket.

Sparby, C. (2014) svenskt campingrekord – husbilsnätter ökar kraftigt, *Motorföraren*, http://www.mhf.se/client/files//mf/2014-05//28_Svenskt%20campingrekord%20-%20husbilsn%C3%A4tterna%20%C3%B6kar%20kraftigt.pdf, hämtad 2015-09-20.

Statistisk årsbok (2013) *Det svenska båtlivet*, 23.1, Kultur och fritid.

Strategi 2020 (u. å.) Nationell strategi för svenska besöksnäringen, <http://www.strategi2020.se/> hämtat 2015-10-12.

Svedberg, A. (2009) *Båtturism en regional tillväxtfaktor*, Västsvenska turistrådet.

Svedberg, A. (u. å.) Väneren – en exportmogen destination?, presentation: http://www.kau.se/sites/default/files/Dokument/subpage/2011/11/anders_svedberg_exportmogna_destinationer_pdf_11179.pdf, hämtad 2015-10-15.

Svenska Gästhamnar (2015) <http://www.svenskagasthamnar.se/se/>, hämtat 2015-11-20.

SweBoat (2010) Resultatet årets båtkommun 2010 <http://www.sweboat.se/resultatet-arets-batkommun-2010.aspx>, hämtat 2015-10-02.

SweBoat (2014a) *Strömstad utsedd till årets båtkommun*, pressmedelände 2014-05-15, Båtbranschens Riksförbund.

SweBoat (2014b) Årets båtkommun 2014 – topp 50, file:///Users/eweha/Downloads/Topp50_140515.pdf, hämtad 2015-10-15.

Tillväxtverket (2012) *Entreprenörskapsbarometern 2012*, <http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/faktaochstatistik/varaundersokningar/entreprenorskapsbarometern.4.2fb8c83014597db7ce9778c8.html>, hämtat 2015-11-03.

Tillväxtverket (2013) *Fakta om turism, turismens effekter på ekonomi, export, och sysselsättning samt volymer, beteenden, utbud och efterfrågan*. Fakta och Statistik.

Tillväxtverket (2014a) 19,9 miljoner utländska besökare i Sverige 2014 <http://www.tillvaxtverket.se/huvudmeny/faktaochstatistik/turism/inkommandebesokareibis.4.3453fc5214836a9a472a81ed.html?chartCollection=5>

Tillväxtverket (2014b) *Sommarturismen 2014, Inkvarteringsstatistik*, Tillväxtverket & SCB.

Tillväxtverket (2014c) *Totala antalet gästnätter fördelat per region*, Tillväxtverket & SCB.

Tillväxtverket (2014d) *Fakta om turism, turismens effekter på ekonomi, export, och sysselsättning samt volymer, beteenden, utbud och efterfrågan*, Fakta och Statistik.

Tillväxtverket (2015) *Förutsättningar för turismföretag i Sverige, företagens villkor och verklighet 2014*, Stockholm.

Transportstyrelsen (2010) *Båtlivsundersökningen 2010, en undersökning om svenska fritidsbåtar och hur de används*, Mind Research, Stockholm.

Transportstyrelsen (2011) *Fakta om båtlivet i Sverige 2011*, utdrag ur Båtlivsundersökningen 2010.

TRIP (2012) *Turismnäringens trendanalys 2012, vad krävs för att fördubbla turismens omsättning till 500 miljarder år 2020?* Källa: Tillväxtverket/SCB.

Tyréns (2013) *Besöksnäringens inverkan på sysselsättningen i Stockholms län - En studie av spridningseffekter i sysselsättning vid etablering inom besöksnäring*, Stockholmsstrategin och Länsstyrelsen i Stockholms Län.

Västsvenska turistrådet (2009) *Västsvenska turistrådets affärsplan för utveckling av maritim turism 2009-2013*.

Västsvenska turistrådet (2013) *Nyckeltal Västra Götaland 2013*.

Muntliga referenser:

Anja Nyman	2015-08-14	Ystad	Skeppshandlare.
Magnus Nilsson	2015-08-14	Ystad	Gästhamnsvärd.
Marcus Lundstedt	2015-08-14	Ystads fiskrökeri.	
Pontus Johansson	2015-08-14	Ystad Segelsällskap.	
n.n.	2015-08-14	Ystad Turistbyrå.	
Kenneth Niklasson	2015-08-18/-30	Byxelkrok	Hamnkapten.
Ann-Sofie Eriksson	2015-08-20	Ystad	Projektansvarig för utbyggnad.
Henrik Olsson	2015-08-24	Härnösand	Projektledare bl a Hamn och skärgårdsutveckling.
Stefan Johnsson	2015-08-24	Kalmar	Turistchef.
Magnus Sandin	2015-08-30	Byxelkrok	Fiskare/ägare rökeri, restaurang och butik.
Karl-Axel Sandin	2015-08-30	Byxelkrok	Fiskare.
Gunnar Ivarsson	2015-08-30	Byxelkrok	Annas ställe.
Jörgen Pettersson	2015-09-01	Byxelkrok	ICA-handlare.
Anna Barkevall	2015-09-16	BödaSand.	
Arne Sjögren	2015-09-25	Byxelkroks golfklubb.	
Henrik Linnarsson	2015-09-25	Borgholm	Näringslivsutveckling
Jan Furemo	2015-09-25	Westerviks Segelsällskap	Ordf. segelsektionen.
Bertil Sjö	2015-09-25	Tokenäs Camping.	
Anders Svedberg	2015-10-06	Turismutvecklare Västragötalands turistråd	e-postkontakt
Lise Backby Moberg	2015-11-25	Generalsekr. Riksföreningen Gästhamnar Sverige.	

Bilagor: 1: Pressrelease, 2: Gästhamnsund., 3: Intressentund., 4: Prel. intäkter

Bilaga 1: Pressrelease/större sammanfattning.

Bilaga 2: Gästhamnsundersökning om södra Ostkusten och Öland, år 2014-15.

Bilaga 3: Intressentundersökning: *Hur påverkar en utbyggnad av hamnen i Byxelkrok turismnäringen och det lokala näringslivet i Böda socken?* 2015.

Bilaga 4: Direkta intäkter av hamnutbyggnad Byxelkrok, alternativ beräkning av intäkter.

Bilaga 1: *Pressrelease/större sammanfattning.*

Grundfrågan i rapporten är: Hur påverkar en hamnutbyggnad i Byxelkrok turismen och det lokala näringslivet? Svaret finns delvis i rapportens rubrik, att ett konsekvent utvecklingsarbete med en allmän årlig omsättningsökning på ca 7 % ger en fördubblad besöksnäring på tio år.

För att nå en omsättningsfördubbling på tio år krävs tre saker: ökade besökarvolym, en förlängning av vare gästs besök och att turistsäsongen utvidgas. Om alla tre dimensioner uppfylls blir inte bara besöksnäringen mycket starkare på Norra Öland; bygden blir också mer attraktiv att bo och leva i.

En hamn är en symbol för en aktiv besöksnäring. Fritidsbåtar ger i sig en besöksanledning. Båtlivet skapa atmosfär. Mer än 40 % av alla båtägare i Sverige bor på ostkusten och sydkusten. En välkomnande hamn betyder mycket för hela regionen, för företag och lokalbefolkningen, för båtgesterna och är ett besöksmål med möjlighet att komma nära sjön. Gästen vill strosa omkring, att besöka kaféer och restauranger, att shoppa och att insupa den speciella atmosfären.

För att få en överlevnadskraftig besöksnäring på Norra Öland behövs en längre säsong och omfatta större delen av sommaren, från mitten av juni till mitten av augusti. Det behövs också en vårsäsong och en höstsäsong. Det behövs fler reseanledningar än sjö-sol-strand. Många reser upp till Norra Öland av andra anledningar. Men det organiserade utbudet är skralt. Evenemangsutveckling är en utvecklingsväg bland flera.

För att uppnå en utveckling av besöksnäringen på Norra Öland bör besöksanledningarna både utvecklas och bli fler. Byxelkroks hamn och natursköna läge är en viktig nod för fritidsbåtar. En av få självklara gästhamnar på hela Öland. Både från norr och söder ligger Byxelkrok naturligt för de flesta båtars färdväg. Därtill återkommer många besökare.

Den primära effekten av en hamnutbyggnad är ett ökat antal gästnätter för både båtar och husbilar. Både fler båtgestar kan attraheras med bättre hamnkapacitet och fler husbilar mot de få som stannar i dagsläget. Trots att husbilsturismen har ökat markant sista åren.

De sekundära effekterna av en hamnutbyggnad är expansion av befintliga näringarna och i nyetableringar. Stor del av inflyttningen beror på tillgång till arbetstillfällen. Men en attraktiv plats, flera olika turistsäsonger och mer av ett året-runt-perspektiv lockar till inflyttning. Påverkan på kort sikt på besöksnäringen är ökad både sjöburen och landburen turism. Byxelkrok blir en reseanledning. På lång sikt utvecklas lokalsamhället i Byxelkrok och hela Norra Öland.

Slutsatsen blir då att en hamnutbyggnad bara till del handlar om att skapa en bättre gästhamn. En attraktiv hamn drar besökare, förlänger besöken och är en utgångspunkt för arbetet med säsongsförlängning. Men processen att utveckla besöksnäringen på Norra Öland måste komma igång. Startskottet är en utbyggd hamn i Byxelkrok.

Bilaga 2: Gästhamnsundersökning om södra Ostkusten och Öland, år 2014-15.

Hjälp oss att bli bättre!

Vi vill göra våra **gästhamnar på södra Ostkusten och Öland** ännu bättre.

Ge oss några minuter och svara på frågorna nedan.

Dina svar hjälper oss att redan nästa år ge dig bättre service.

1. Vilka gästhamnar har ni besökt eller ska ni besöka under sommaren 2014? (kryssa över)

Klintemåla	Figeholm	Oskarshamn /Brädholmen	Oskarshamn /Ernemar	Påskallavik
Mönsterås /Södra Kajen	Mönsterås /Segelklubben	Mönsterås /Lakhamn	Timmernabben	Kalmar
Ekenäs	Bergkvara	Kristianopel	Sandhamn	Borgholm
Sandvik	Byxelkrok	Nabbelund	Böda	Kårehamn
Grönhögen	Mörbylånga	Färjestaden	Stora Rör	Revsudden

2. Av vilka anledningar väljer ni dessa gästhamnar? (skriv de tre viktigaste skälen)

1)

2)

3)

3. Vilka gästhamnar går ni **inte** in till under sommaren 2014? (kryssa över)

Klintemåla	Figeholm	Oskarshamn /Brädholmen	Oskarshamn /Ernemar	Påskallavik
Mönsterås /Södra Kajen	Mönsterås /Segelklubben	Mönsterås /Lakhamn	Timmernabben	Kalmar
Ekenäs	Bergkvara	Kristianopel	Sandhamn	Borgholm
Sandvik	Byxelkrok	Nabbelund	Böda	Kårehamn
Grönhögen	Mörbylånga	Färjestaden	Stora Rör	Revsudden

4. Av vilka anledningar väljer ni bort dessa gästhamnar? (skriv de tre viktigaste skälen)

1)

2)

3)

5. Vad avgör att ni återkommer till en gästhamn? (markera de tre viktigaste skälen)

1. Livsmedelsbutik	2. Shopping
3. God standard/hygien på dusch/wc	4. Drivmedel/sjömack
5. Skeppshandel/reservdelar	6. Restauranger och kaféer
7. Sevärdheter/naturupplevelser	8. Trevligt bemötande - hamnpersonal
9. Trevligt bemötande - i butiker och restauranger	10. Autentisk och trivsamt miljö/atmosfär
11. Bra förtöjningsmöjligheter	12. Trygg och säker hamn

Tack för hjälpen!

Bilaga 3: Intressentundersökning: *Hur påverkar en utbyggnad av hamnen i Byxelkrok turismnäringen och det lokala näringslivet i Böda socken?* (år 2015).

Effekter av en hamnutbyggnad i Byxelkrok på Norra Öland

På uppdrag av Norra Ölands Intresseförening arbetar vi med ett projekt om en hamnutbyggnad i Byxelkrok.

Vi ska undersöka vilka näringslivskonsekvenser en gästhamnsutbyggnad ger för Norra Öland.

Undersökningen omfattar 17 frågor och tar ca. 15 min.

Vår huvudfråga är:

- Hur påverkar en utbyggnad av hamnen i Byxelkrok turismnäringen på Norra Öland?

*Required

1. **Namn ***

.....

2. **Företag/organisation ***

.....

3. **1. Känner du till att det finns planerna på en eventuell hamnutbyggnad i Byxelkrok? ***

(Det har funnits planer på olika former av utbyggnad sedan 1970-talet och framåt, nu handlar det om en vågbrytande pir och fler småbåtsplatser för gästande båtar, samt en utfyllnad av strandkanten där fler sjöbodar skulle kunna sättas upp.)

Mark only one oval.

ja

nej

4. **2. Vilken uppfattning har du om de allmänna effekterna på kort sikt av en hamnutbyggnad i Byxelkrok? ***

- kort sikt är inom tre år.

.....

.....

.....

.....

.....

5. **3. På längre sikt, vilken uppfattning har du då om de allmänna effekterna av en hamnutbyggnad i Byxelkrok? ***

- på längre än tre år.

.....
.....
.....
.....
.....

6. **4. Påverkas Er verksamhet direkt av hamnutbyggnaden i Byxelkrok? På vilka sätt? ***

Frågan betonar "direkt påverkan".

.....
.....
.....
.....
.....

7. **5. Påverkas Er verksamhet indirekt av hamnutbyggnaden i Byxelkrok? ***

Frågan betonar "indirekt påverkan".

.....
.....
.....
.....
.....

8. **6. Vilka av följande är kunder till er idag?**

Tick all that apply.

- Båtgäster
- Husbilsgäster
- Endagsbesökare från land
- Flerdagsbesökare från land
- Stugägare
- Lokalbefolkningen

9. **7. Vilka besökare skulle Er verksamhet kunna attrahera fler av - om det fanns en attraktivare hamn i Byxelkrok? ***

Mark only one oval per row.

	inte alls	en del	många
Båtgäster	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Husbilsgäster	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Endagsbesökare från land	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flerdagsbesökare från land	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stugägare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokalbefolkningen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. **8. Hur skulle ni göra för att attrahera dess gäster till er verksamhet - enligt ovan svar? ***

.....
.....
.....
.....
.....

11. **9. Hur skulle Er verksamhet kunna skapa en längre vistelse per besök - om det fanns en attraktivare hamn Byxelkrok? ***

(dvs en större omsättning per besökare)

.....
.....
.....
.....
.....

12. **9a. Skapa längre vistelse för båtgäster genom att:**

.....

13. **9b. Skapa längre vistelse för husbilsgäster genom att:**

.....

14. **9c. Skapa längre vistelse för övriga besökare genom att:**

.....

15. **9d. Skapa längre vistelse för stugägare genom att:**

.....

16. **10. Med en mer aktiv gästhamn i Byxelkrok - Skulle ni marknadsföra er mer mot:**

Tick all that apply.

- Båtgäster?
- Husbilsgäster?
- Endagsbesökare från land?
- Flerdagsbesökare från land?
- Stugägare?
- Lokalbefolkningen?

17. **11. Med en mer aktiv gästhamn i Byxelkrok - Hur skulle ni förändra ert utbud?**

.....

.....

.....

.....

.....

18. **12. Med en mer aktiv gästhamn i Byxelkrok - Skulle ni vara i behov av mer personal? ***

Mark only one oval.

- inga fler
- en person
- två personer
- tre personer
- fyra eller fler personer

19. **13. Med en mer aktiv gästhamn, med fler människor som rör sig i Byxelkrok och på Norra Öland - Skulle det bli bättre att bo i bygden? ***

Mark only one oval.

- ja
- ingen skillnad
- nej

20. **14. På vilka sätt skulle en utbyggd hamn i Byxelkrok göra det mer attraktivt att bo och leva på Norra Öland? Nämn tre sätt:**

.....

.....

.....

.....

.....

21. **15. Hur ställer sig Er verksamhet till att ha öppet längre - om det fanns en attraktivare hamn Byxelkrok? ***

(en säsongsutvidgning genom fler besöksanledningar)

Mark only one oval per row.

	en vecka	två veckor	tre veckor	fyra veckor	inte öppet längre
före högsäsongen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
efter högsäsongen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. **16. Vad skulle behövas för att öka er omsättningen med ca. 7% per år?**

Tick all that apply.

- någon eller några veckors längre turismsäsong
- längre vistelse per besök av turister
- fler turister i omlopp på norra Öland
- en större samarbete mellan olika näringsidkare
- Other:

23. **17. Anser du att det behövs: ***

Svara ja eller nej

Mark only one oval per row.

	ja	nej
En tydligare och attraktivare central plats i Byxelkrok och på Norra Öland?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oftare och positiva tidningsartiklar om Byxelkrok och på Norra Öland?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fler permanentboende?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fler sommargäster i egna stugor?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fler turistföretag på Norra Öland?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fler företag i allmänhet på Norra Öland?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. **ID ***

.....

Bilaga 4: Direkta intäkter av hamnutbyggnad Byxelkrok, alternativ beräkning av intäkter.

<i>Uppskattade direkta intäkter av hamnutbyggnad i Byxelkrok</i>									
	<i>båtnätter</i>		<i>husbilsnätter</i>		<i>sjöbodomställning per mån</i>				
grundvärde: antal/arende kr	3500		350		8 000 kr				
konsumtion/omsättning kr per dygn inkl avgift	880 kr		950 kr	omsättning per månad	30 000 kr				Total omsättning
nuvarande omsättning	3 080 000 kr		332 500 kr		38 000 kr				3 412 500 kr
Ökning, låg beräkning									
antal	700	totalt antal båtnätter	75%	totalt antal husbilsnätter	0%	3 månader			
omsättning	616 000 kr	4200	262,5	612,5	20	3		Total omsättningsö kning	6 557 875 kr
		3 696 000 kr	249 375 kr	581 875 kr	760 000 kr	2 280 000 kr		3 145 375 kr	6 557 875 kr
					38 000 kr				
Ökning, trolig beräkning									
antal	1575	totalt antal båtnätter	150%	totalt antal husbilsnätter	20%	3 månader			
omsättning	1 386 000 kr	5075	525	875	20	3		Total omsättningsö kning	8 033 250 kr
		4 466 000 kr	498 750 kr	831 250 kr	912 000 kr	2 736 000 kr		4 620 750 kr	8 033 250 kr
					45 600 kr				
Ökning, hög beräkning									
antal	70%	totalt antal båtnätter	300%	totalt antal husbilsnätter	40%	3 månader			
omsättning	2 156 000 kr	5950	1050	1400	20	3		Total omsättningsö kning	9 758 000 kr
		5 236 000 kr	997 500 kr	1 330 000 kr	1 064 000 kr	3 192 000 kr		6 345 500 kr	9 758 000 kr
					53 200 kr				