

Nordisk gränshandel och turism

2011

Svensk Handel

Tillväxtverket

Region Värmland

Västra Götalandsregionen

Västsvenska Turistrådet

INNEHÅLL

Sammanfattning	3
Förord	4
Valutakurser	5
Inkvarteringsstatistik	6
Gränshandeln på riksnivå	8
Resor	8
Besöksmål	14
Konsumtion	18
Övernattningar	23
Regional fördelning	24
Gränshandel i Västra Götalands län	28
Resor till Västra Götalands län	28
Besöksmål i Västra Götalands län	33
Turismkonsumtion i Västra Götalands län	34
Gränshandel i Värmlands län	41
Resor till Värmlands län	41
Besöksmål i Värmlands län	46
Turismkonsumtion i Värmlands län	46
Bilaga 1. Metodbeskrivning och resultatrevidering	52
Bilaga 2. Tabellbilaga	56

SAMMANFATTNING

Totalt gjorde norrmännen 9,5 miljoner resor till Sverige under 2011. Motsvarande siffra för danskarna var 2,9 miljoner resor och för finländarna 3,5 miljoner resor. Av de norska resorna är 2/3 dagresor med shopping som huvudsyfte.

Under 2011 handlade de norska, finska och danska turisterna i Sverige för totalt 38 miljarder kronor i detaljhandeln. 20 miljarder kommer från dagligvaruhandeln och 18 miljarder från sällanköpsvaruhandeln. Totalt motsvarar det 7 procent av omsättningen i den svenska detaljhandeln och 16 000 årsanställningar. De norska turisterna stod för den största delen av gränshandeln, med 25 miljarder.

Regionalt har den nordiska turismen och gränshandeln en mycket stor inverkan på några regioner. Effekten är som störst i de regioner som har bra kommunikationer till befolkningstäta områden i Norge. Störst inverkan hade den nordiska turismen i Strömstad med 3,6 miljoner resor, vilket kan jämföras med Stockholms län som hade 2,6 miljoner turismbesök från de nordiska länderna år 2011. Näst störst regional inverkan har nordisk turism i Eda med 1,2 miljoner resor.

Under intervjuperioden april-december 2011 gjordes det 9 procent, eller 1,1 miljoner, färre resor till Sverige från de nordiska länderna än under motsvarande period år 2010.

Den svenska kronan har stärkts mot euron samt den danska och norska kronan sedan i början av 2010, vilket medför att incitamentet för att resa till Sverige för att handla har minskat.

Under de 11 första månaderna 2011 har övernattningarna, enligt Inkvarteringsstatistiken, från de nordiska länderna minskat med 7 procent jämfört med motsvarande tidsperiod förra året. Det är främst årets första tre månader som har färre övernattningar än motsvarande period föregående år.

FÖRORD

Nordisk gränshandel och turism visar på stora effekter i Sverige, där den är en betydande del av den svenska handeln och den svenska turismnäringen. Regionalt har gränshandeln för många kommuner en marginell betydelse, men för vissa gränshandelsintensiva kommuner kan gränshandeln ha en stor ekonomisk betydelse som sysselsättningsskapare i näringslivet.

Den nordiska gränshandeln är också en indikator på att de nationella gränserna får allt mindre betydelse när man idag åker över gränsen till grannlandet för att turista, handla och arbeta. I Nordisk Gränspendlingskarta räknar man idag med att Sverige har tre områden som är så tätt sammanvävda i utbyte av arbetspendling att områdena egentligen kvalificerar sig som funktionella arbetsmarknadsregioner som går över landsgränsen:

- Tornio och Haparanda och i södra Tornedalen
- Köpenhamn och Malmö
- Oslo och gränskommunerna mot Norge i Västra Götalands län och södra Värmlands län

Sverige har under lång tid gynnats av en fördelaktig valutakurs mot våra nordiska grannländer, där det främst mot Norge har kunnat visas på stora prisskillnader mellan länderna. Detta har inte alltid varit läget. Under exempelvis 1970-talet gick resorna åt andra hållet, till exempel åkte man från Norrbotten till Finland för att handla billigare varor.

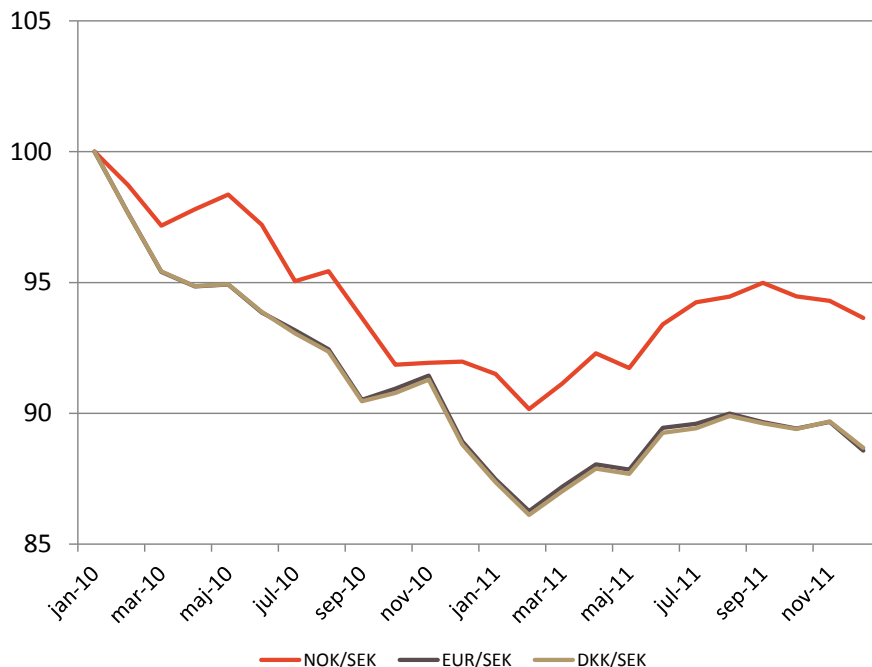
Arbetspendlingen går åt motsatt håll jämfört med turistströmmarna. Det är flest svenskar som åker till de andra nordiska länderna för att arbeta. Nordisk Gränspendlingskarta har visat att arbetspendlingen konstant ökat över de nordiska landsgränserna under de senaste tio åren.

Detta dokument avser att avrapportera den statistik som samlats in i 2011 års gränshandelsundersökning, där man frågat finländare, norrmän och danskar om deras gränshandels- och turismresor till Sverige. Avsikten är att redovisa hur de ekonomiska incitamenten för gränshandel förändrats på kort sikt genom valutakursförändringar under tidsserien. Inkvarteringsstatistiken i Sverige redovisas på nationell nivå för det Norska, Finska och Danska övernattningarna under tidsperioden.

VALUTAUKURSER

En stor drivkraft för gränshandel och andra resor över gränser är skillnader i prisnivå mellan länder. På lång sikt avgörs prisskillnaden mellan länderna av respektive lands prisutveckling och förändringar i valutakursen. På kort sikt, som i detta fall, är valutakursförändringar mellan länder en bra indikator på hur priserna har förändrats och därmed även incitamenten för gränshandeln.

Figur 3. Indexerad valutakursförändring mot Norge, Finland och Danmark



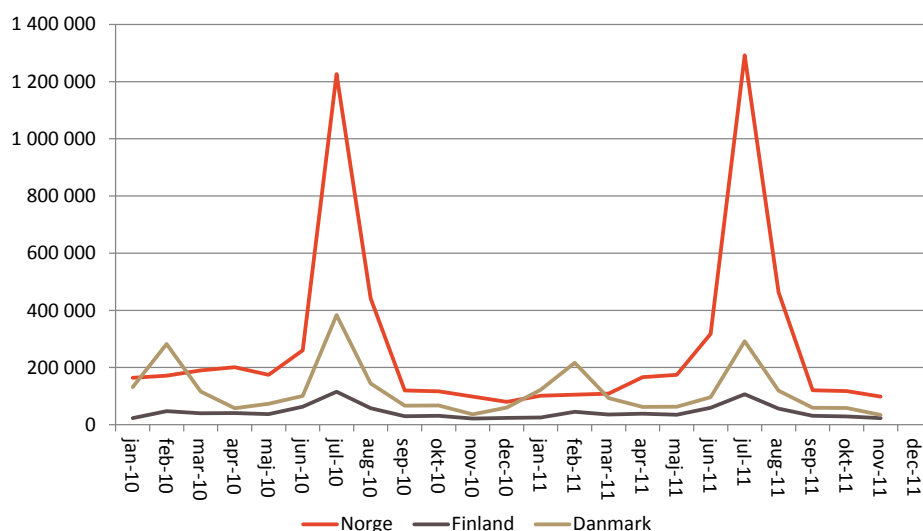
Källa: Sveriges riksbank

Under tidsperioden kan vi utläsa att den norska kronan, danska kronan och euron har blivit svagare gentemot den svenska kronan. Detta innebär att Sverige har blivit dyrare att handla i, vilket gjort att konsumenternas ekonomiska incitament att åka över gränsen för att handla har minskat. Frågan är om konsumenterna i de nordiska länderna blivit medvetna om den relativa prissänkningen på svenska varor och hur mycket det i så fall har styrts deras vanor att åka till Sverige och handla.

INKVARTERINGSSTATISTIK

I Inkvarteringsstatistiken ser man att Norrmännen står för majoriteten av alla nordiska övernattningar i Sverige. Norrmännen har egna fjäll- och vinterdestinationer att resa till på vintern, vilket troligen bidrar till att de norska övernattningarna i Sverige är få under vinterhalvåret. Under sommaren är de norska övernattningarna i Sverige desto fler, campingen står för cirka två tredjedelar av de norska gästnätterna under sommarmånaderna.

Figur 4. Totalt antal gästnätter per land i Inkvarteringsstatistiken



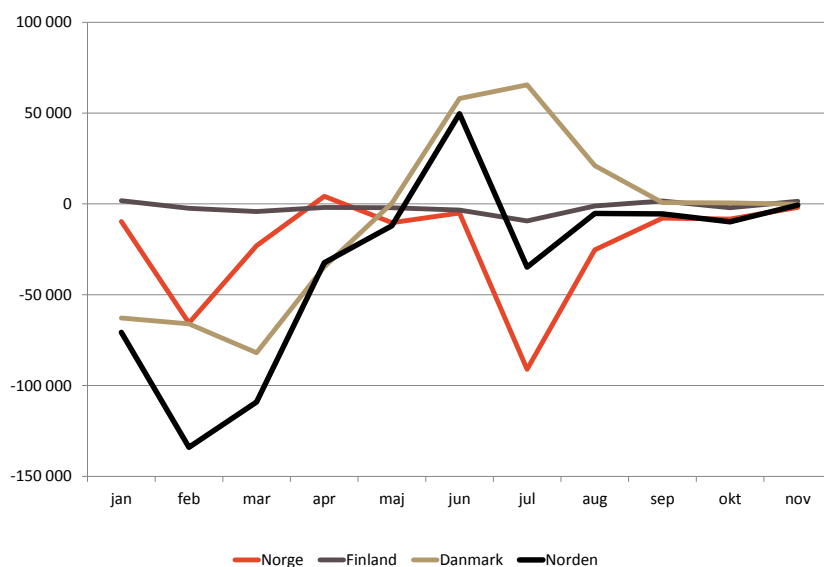
Källa: SCB Inkvarteringsstatistiken

Danskarnas övernattningar i Sverige har två säsongstoppar, under sommarmånaderna och under februari månad. Många danskar besöker Sverige under vintern eftersom det saknas traditionella skid- och vinterdestinationer på hemmaplan. Noterbart är att danskarnas avstånd till de svenska fjällen är ungefär likvärdigt med avståndet till alperna, vilket gör att en prisförändring kan göra att många danskar istället väljer alperna. Av de danska övernattningarna i kommersiella boendeformer sker 38 procent på hotell.

Finländarna står för minst antal övernattningar av de nordiska grannarna. En bidragande orsak till detta kan vara att en stor del av övernattningarna sker på färjan mellan Stockholm och Helsingfors. När finländarna övernattar kommersiellt i Sverige står hotellövernattningarna för 68 procent.

Under de första 11 månaderna 2011 minskade övernattningarna från de tre nordiska länderna i Sverige med totalt 7 procent mot föregående år. De danska övernattningarna minskade med 17 procent, norrmännens övernattningar minskade med 3 procent och finländarnas med 4 procent.

Figur 5. Förändring i antal gästnätter mellan år 2010 och 2011 i Inkvarteringsstatistiken



Källa: SCB/Tillväxtverket

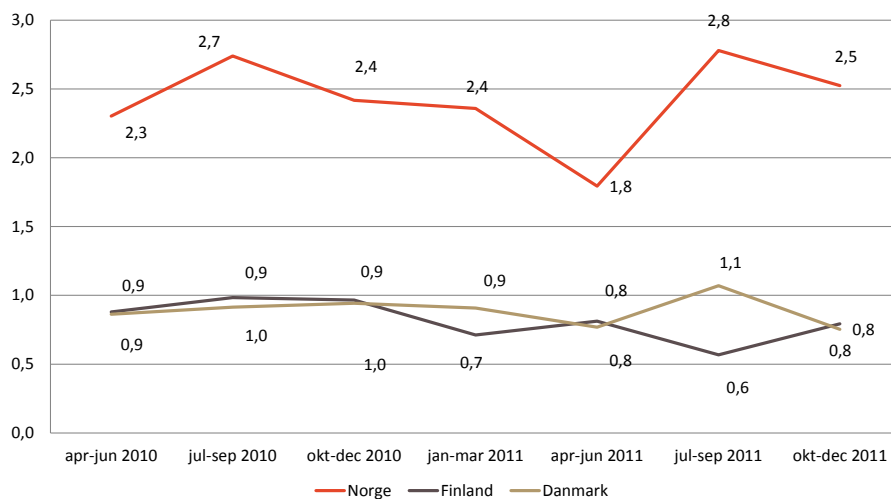
Under början av 2011 var valutakursen minst gynnsam, vilket kan ha bidragit till det minskade resandet under början av året. Något annat som påverkar resandet under vintermånaderna är när påsken infaller. I år inföll påsken sent i april och det brukar ha en negativ inverkan på vinterdestinationerna från Jämtland och söderut i Sverige. Under sommarmånaderna kan vädret, både i hemländerna och i Sverige, påverka resmönstret.

GRÄNSHANDELN PÅ RIKSNIVÅ

RESOR

Grundfrågan i undersökningen är om personerna från respektive land har besökt Sverige under det senaste kvartalet. Frågan ställs löpande med ett jämnt antal intervjuer per vecka. Det innebär att om man intervjuas i månadsskiftet januari/februari så omfattar svaren resor till Sverige under perioden november till januari. Det gör att det blir en överlappning mellan kvartalen och att svaren i praktiken blir ett löpande medeltal över tiden, vilket i praktiken innebär att skillnaderna mellan intervjuperioderna slätas ut.

Figur 6. Miljoner resor till Sverige från Norge, Finland och Danmark per intervjuperiod



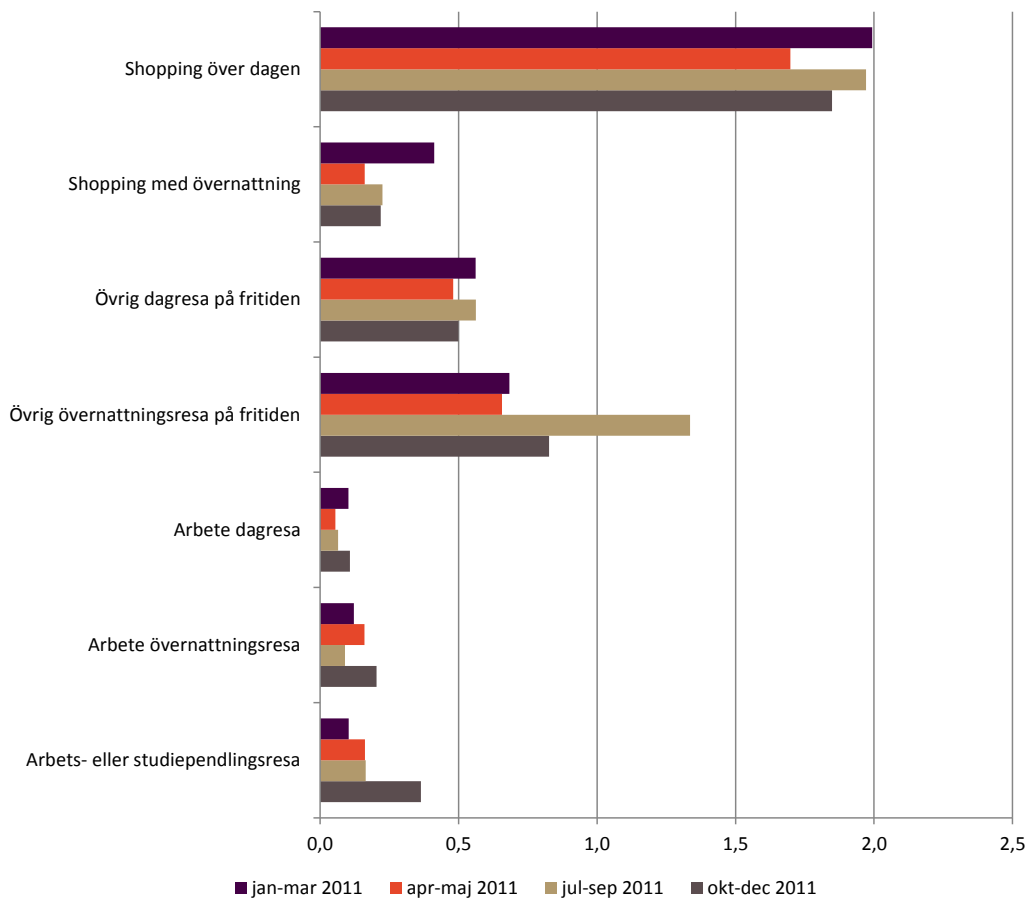
Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Totalt gjorde norrmännen 15,8 miljoner resor till Sverige under år 2011, där norrmännen stod för 9,5 miljoner resor. Motsvarande siffra för danskarna är 3,5 miljoner resor och för finländarna 2,9 miljoner resor.

Under intervjuperioden april till december minskade resorna till Sverige gentemot föregående år. Totalt gjordes 9 procent, eller 1,1 miljoner, resor färre än under motsvarande period 2010. Noterbart är att för perioden juli-september ser vi ett trendbrott och resorna från Norge ökar mot motsvarande tidsperiod 2010. Utvecklingen av resor sammanfaller med utvecklingen för valutakurserna. Det var dyrast att resa och handla i Sverige i februari 2011. Därefter har relativpriserna blivit lägre i Sverige och ökat incitamenten för gränshandelsresor. Att resorna samvarierar med valutakursförändringar tyder på att resorna till Sverige påverkas av kortsiktiga prisförändringar mellan länderna. Frågetecknet är om december månads starkare valutakurs ska hålla i sig och ge avtryck på resandet.

I den norska delen av undersökningen ingår cirka 500 resintervjuer per kvartal med resor till Sverige, vilket ger ett statistiskt robust resultat som tål att jämföras per kvartal. Den finska och danska delen av undersökningen baseras på cirka 200 resintervjuer per kvartal och det gör att man bör tolka resultatet något försiktigare vid jämförelser av små förändringar i tidsserien mellan tremånadersperioderna. Vidare i rapporten fördelas resultatet antingen per kvartal eller per land. Detta för att få ett så statistiskt robust resultat som möjligt.

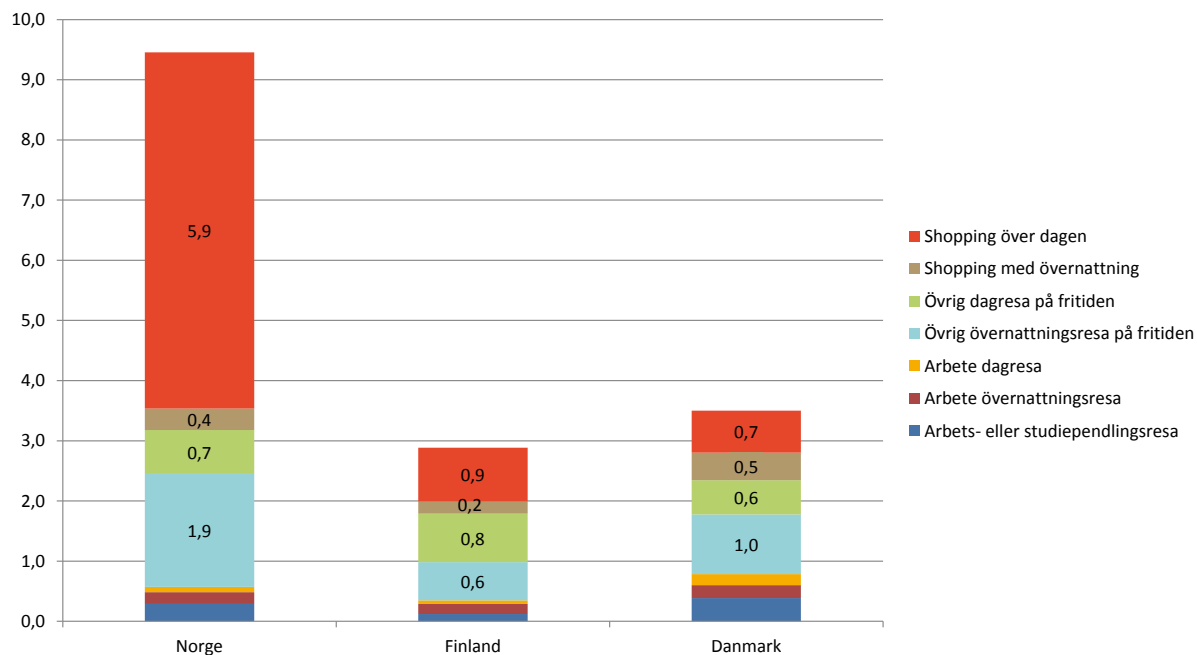
Figur 7. Miljoner resor per restyp och intervjuperiod år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Den dominerande restypen till Sverige är en fritidsresa över dagen med shopping som huvudsakligt syfte. Den näst vanligaste restypen är en fritidsresa med övernattnig där huvudsyftet inte varit shopping. Antalet resor per restyp är förhållandevis stabila över tiden, förutom vad gäller fritidsresor med övernattnig som inte haft huvudsyftet shopping. Dessa ökar markant under sommaren.

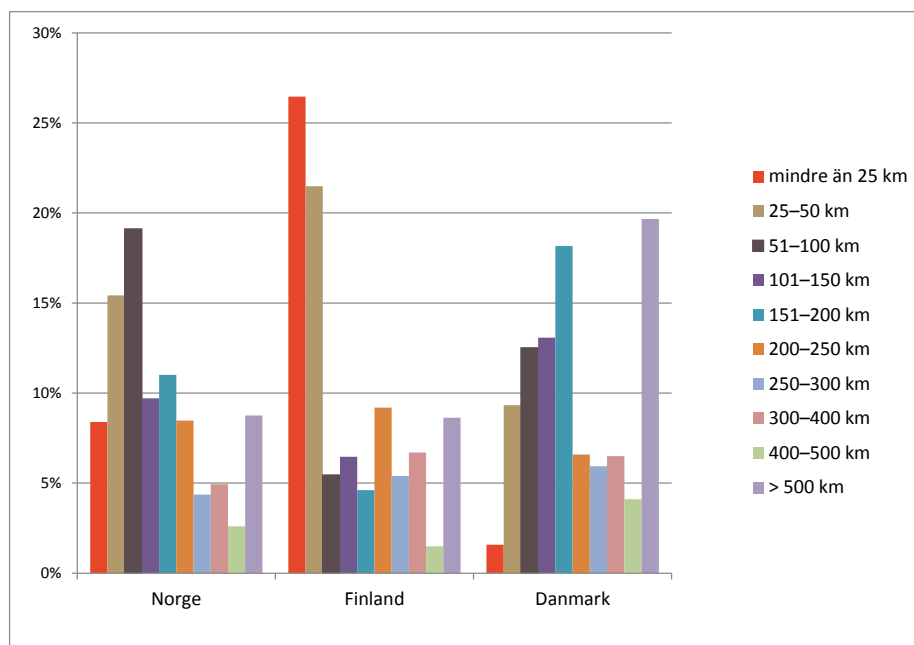
Figur 8. Miljoner resor per restyp och hemland, intervjuperiod 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Fördelar vi de totalt 15,8 miljoner resorna år 2011 per restyp och land ser vi att de norska resorna domineras av shoppingresor över dagen, med 5,9 miljoner resor. Noterbart är att de norska shoppingresorna står för 37 procent av alla resor från de nordiska länderna. I Finland och Danmark står shoppingresorna över dagen för 0,9 respektive 0,7 miljoner resor. Danmarks vanligaste restyp är dagresa på fritiden med annat huvudsyfte än shopping med 1 miljon resor år 2011.

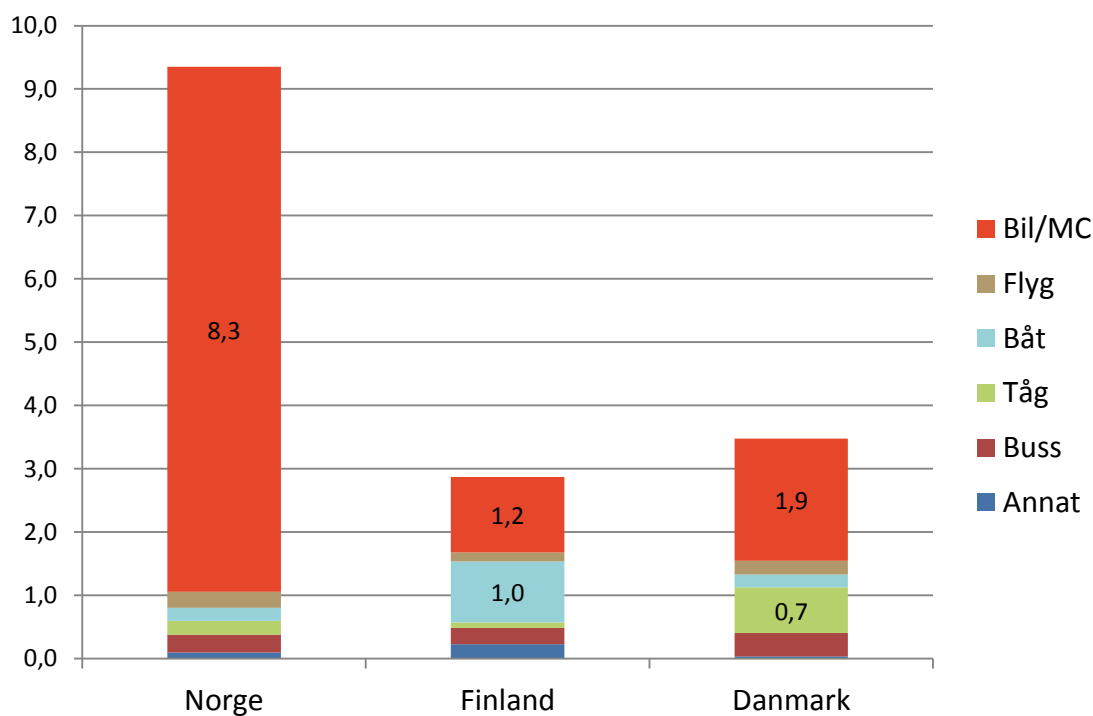
Figur 9. Andel resor per total reslängd och hemland för bilresor. Intervjuperiod 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Ser man till reslängden för dem som åker bil till Sverige så reser de flesta en relativt kort sträcka för att besöka Sverige. För norrmännen, som står för flest resor till Sverige, har mer än hälften av resorna en reslängd på under 10 mil, enkel väg. Även för finländare och danskar är de flesta resorna till Sverige relativt korta, vilket ofta är en förutsättning för att åka till Sverige och handla ofta.

Figur 10. Miljoner resor per färdstätt och hemland. Intervjuperiod 2011



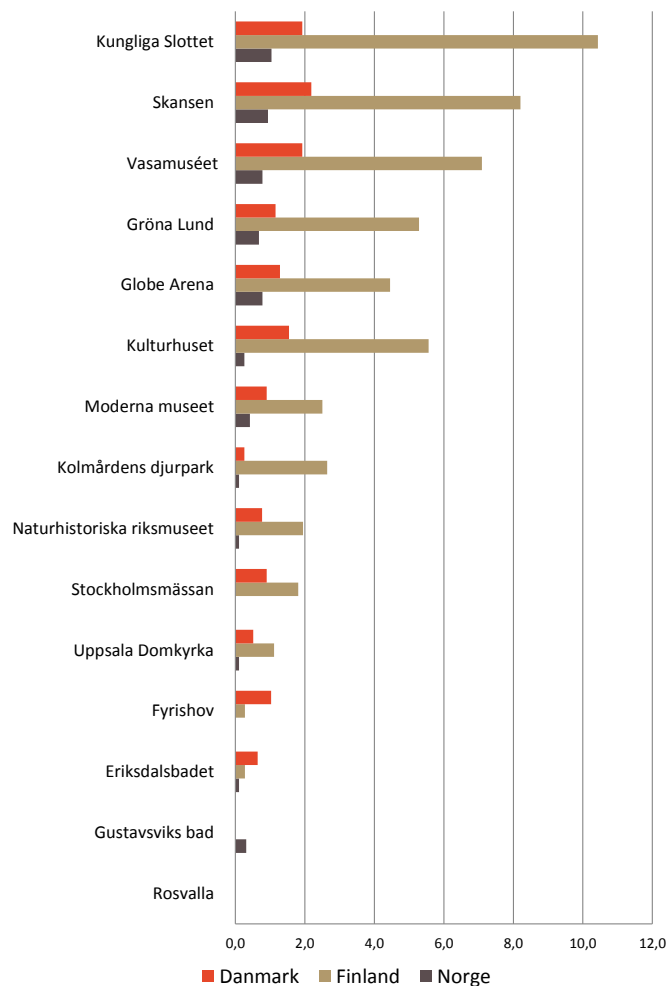
Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Av de totalt 15,8 miljoner resorna år 2011 är över hälften bilresor från Norge, vilket är det helt dominerande färdstättet från Norge. För resenärer från Finland som har goda kommunikationer mellan Helsingfors, Åland och Stockholm sker en stor andel av resorna med båt och resorna från Danmark sker i stor utsträckning med tåg via Öresundsbron.

BESÖKSMÅL

I Gränshandelsundersökningen har respondenterna haft möjlighet att fylla i vilka av ett antal listade besöksmål de besökt under resan. Ett tydligt mönster är att man i hög grad besöker besöksmål som ligger i nära anslutning till hemlandet. Finländare besöker besöksmål i Stockholmsområdet och danskar besöker besöksmål i Skåne.

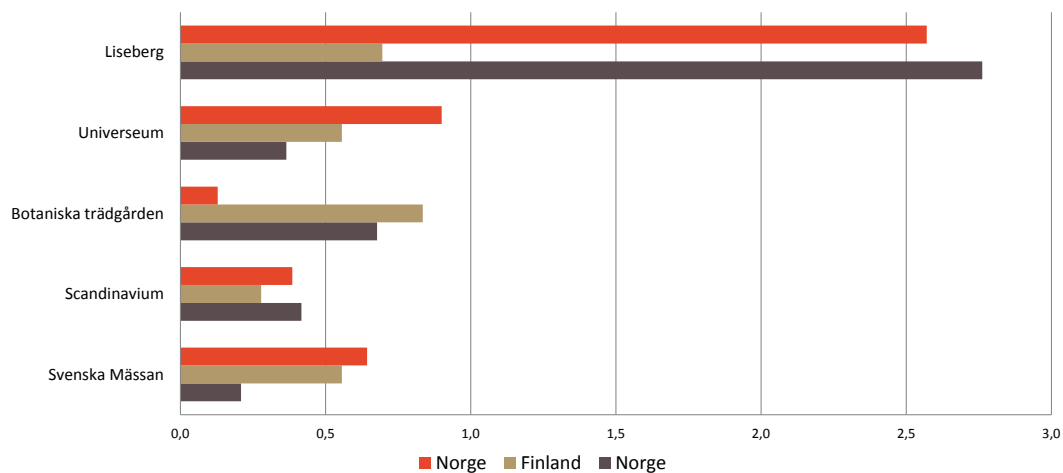
Figur 11. Procentandel personer per besöksmål i östra Sverige. Intervjuperiod 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Finländarna besöker främst olika attraktioner och aktiviteter i Stockholm. Kungliga slottet, Vasamuséet och Skansen besöks av mer än 5 procent av dem som reser från Finland till Sverige.

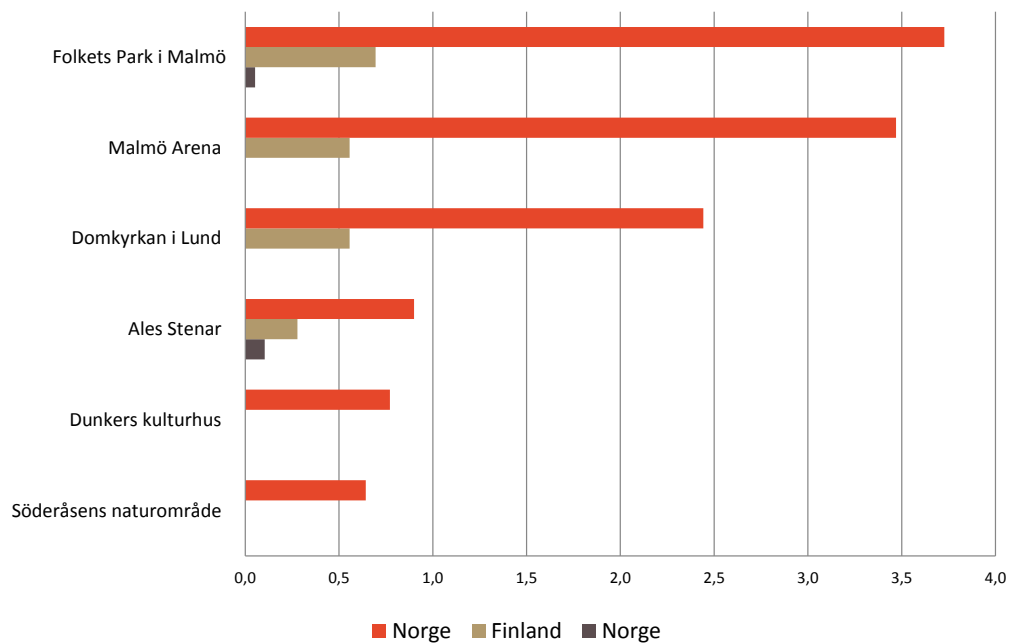
Figur 12. Procentandel personer per besöksmål i Västra Götalands län. Intervjuperiod 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Liseberg är det mest populära besöksmålet i Göteborg. De norska turisterna har närmast till besöksmålen i Göteborg. Att andelen besökare på besöksmålen är lägre än exempelvis finländarnas andel besök på besöksmål i Stockholm kommer av att det bara är en liten andel av de norska besökarna som besöker Göteborg. Strömstad, som är den största resmålskommunen för norrmännen, har inga angivna besöksmål.

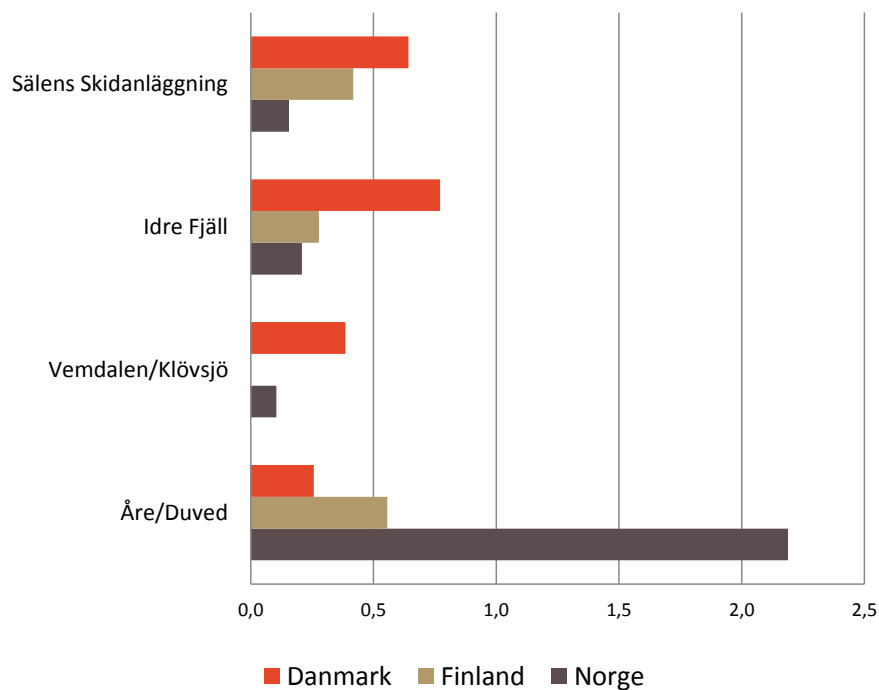
Figur 13. Procentandel personer per besöksmål i Skåne. År 2011.



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Danskarna dominerar på de skånska besöksmålen. Malmö Folkets Park, Malmö Arena och domkyrkan i Lund är de mest besökta besöksmålen.

Figur 14. Procentandel personer per besöksmål i Skåne. År 2011.

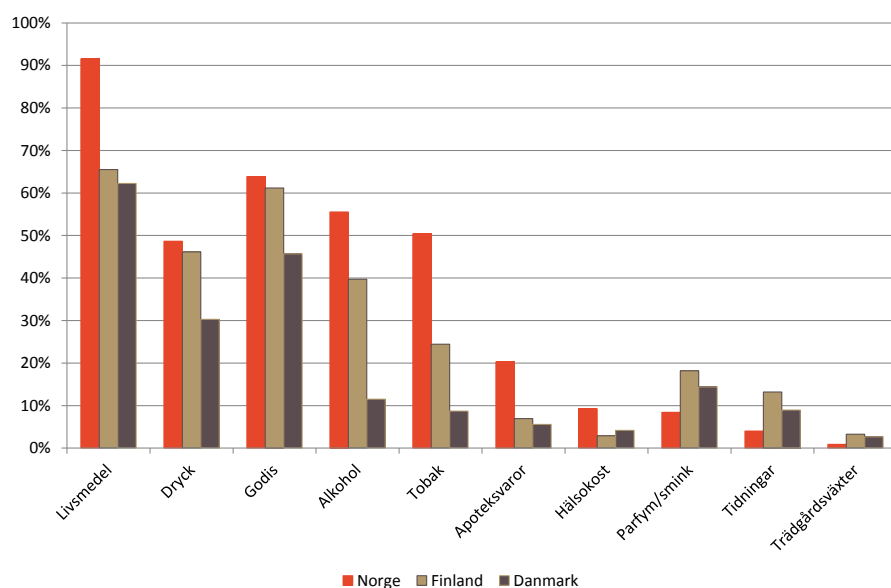


Av skidorterna i fjällen är Åre den mest besökta. Åre ligger också relativt nära Trondheim som är en stor stad. Danskar åker i första hand till de sydligare skidanläggningarna i fjällkedjan.

KONSUMTION

Under intervjun får respondenterna som varit i Sverige frågan om vilka typer av varor de handlat i detaljhandeln.

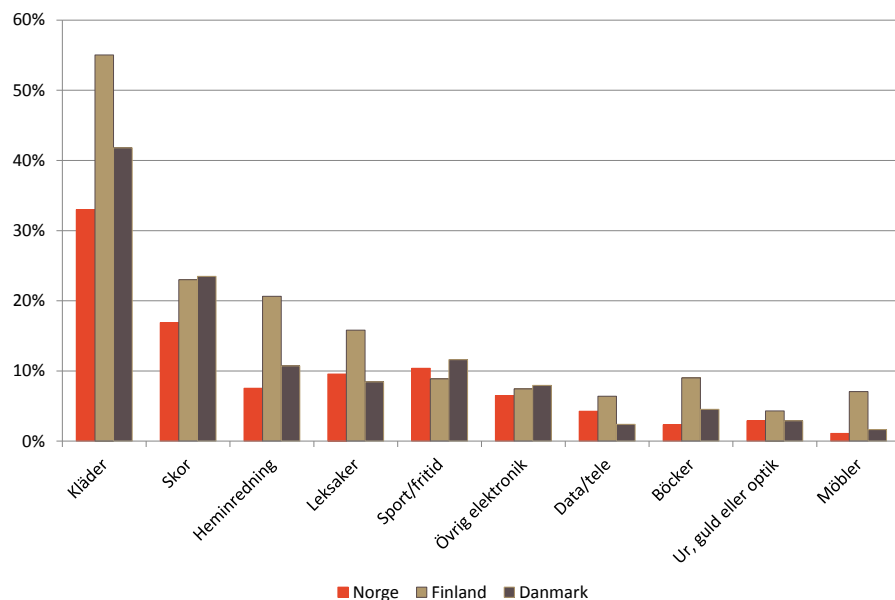
Figur 15. Procentandel personer som köpt olika dagligvaror per resa och hemland, 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

I tabellen kan man utläsa att norrmännen är de resenärer som handlar mest dagligvaror på resan. Framför allt gäller det varugrupperna livsmedel, alkohol och tobak. Grunden till varför man handlar saker på en resa styrs både av vad man har behov av på resan och hur stora prisskillnaderna är mot hemlandet. För vissa varor är en stor del av prisskillnaden skatter. Till exempel har Norge ett mycket högre pris på cigaretter, vilket gör att många norrmän handlar tobaksvaror när de är i Sverige. För danskarna gäller det omvända och här kan man anta att man bara handlar tobak och alkohol för konsumtion under resan.

Figur 16. Procentandel resenärer per hemland som köpt olika sällanköpsvaror. År 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

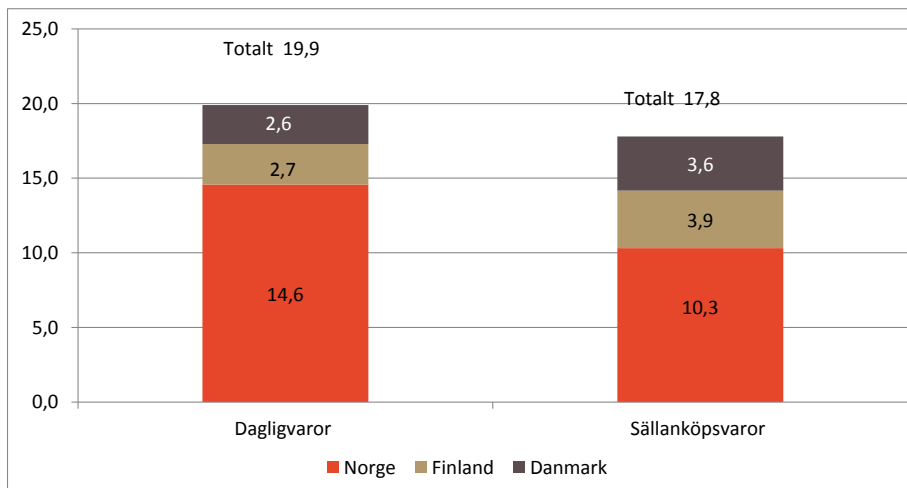
Vad gäller sällanköpsvaror är kläder och därefter skor de varugrupper som lockar flest andel köpare. Finländarna har en högre andel som handlat kläder, heminredning, leksaker och möbler. Att konsumtionen av heminredning och möbler är högre bland finländarna förklaras troligen av att IKEA i Haparanda lockar många konsumenter från Finland.

Följande sällanköpsvaror har en lägre köpfrekvens än 2 procent och presenteras inte i figuren: färg, järn- och byggvaror, radio/TV, trädgårdsväxter samt vitvaror.

I följande utläggstal för de nordiska länderna är syftet att fånga turismeffekter i form av turismintäkter och sysselsättning i handeln. Utländska medborgare som konsumerar i Sverige genererar exportintäkter och påverkar landets bytesbalans. Turismexporten är också unik, då den genererar momsintäkter till staten. Arbets- och studiependlingsresorna är exkluderade från utläggstalen då dessa resor inte räknas in i turismen. Dessa utgör också en mycket liten andel av resorna och har endast en marginell inverkan på resultatet.

År 2010 kom 70 procent av de nordiska turisternas utlägg i den svenska detaljhandeln från norska resenärer. De norska turisterna har större utlägg i dagligvaruhandeln än sällanköpsvaruhandeln. Både finländare och danskar har däremot större utlägg för sällanköpsvaror än för dagligvaror.

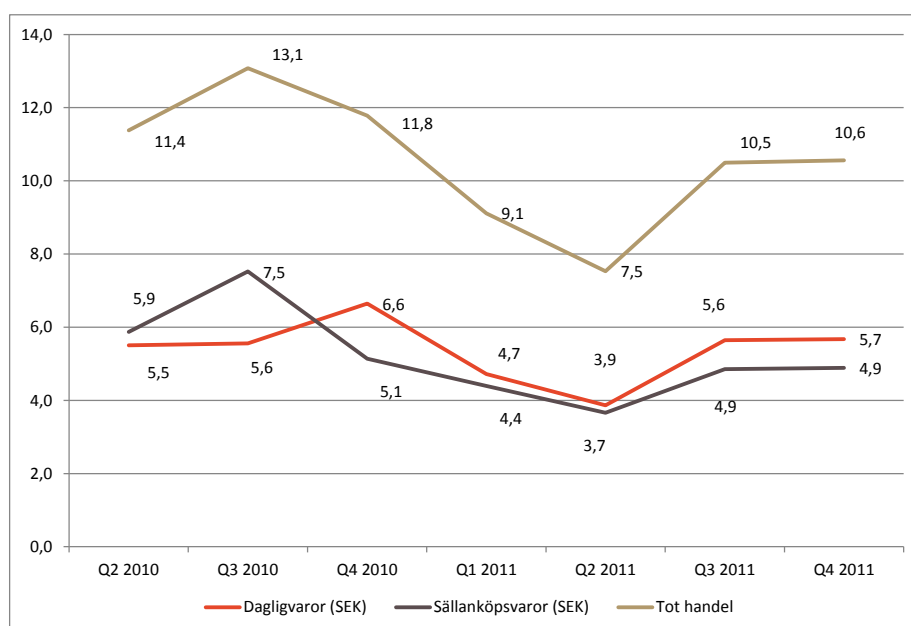
Figur 17. Utlägg i handeln från nordisk turism, i miljarder kronor för intervjuperiod 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

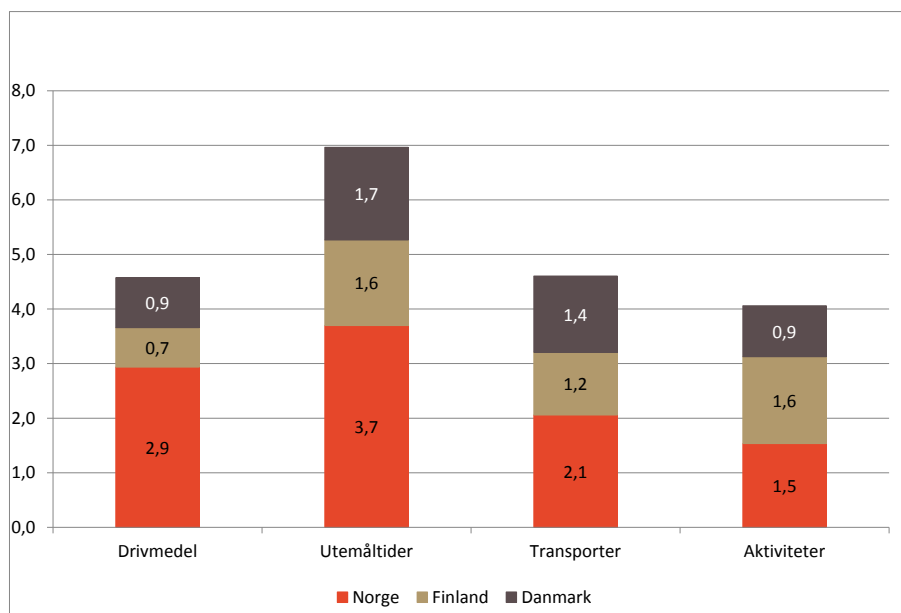
Utvecklingen för gränshandels utlägg följer i stora drag utvecklingen i både Inkvarteringsstatistiken och valutakursförändringarna, med en sjunkande utveckling i början av 2011 som bryts av en uppgående trend.

Figur 18. Utlägg i detaljhandeln från nordisk turism per kvartal 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Figur 19. Utlägg för övriga turismtjänster per land under år 2011 i miljarder kronor



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Inom övriga turismtjänster lade de nordiska turisterna ut 20,2 miljarder kronor i Sverige under år 2011. Även här är de norska utläggerna störst, förutom för aktiviteter, där finländarna lägger ut mest pengar. Detta kan bero på att finländarna är flitigast att besöka avgiftsbelagda besöksmål som till exempel muséer.

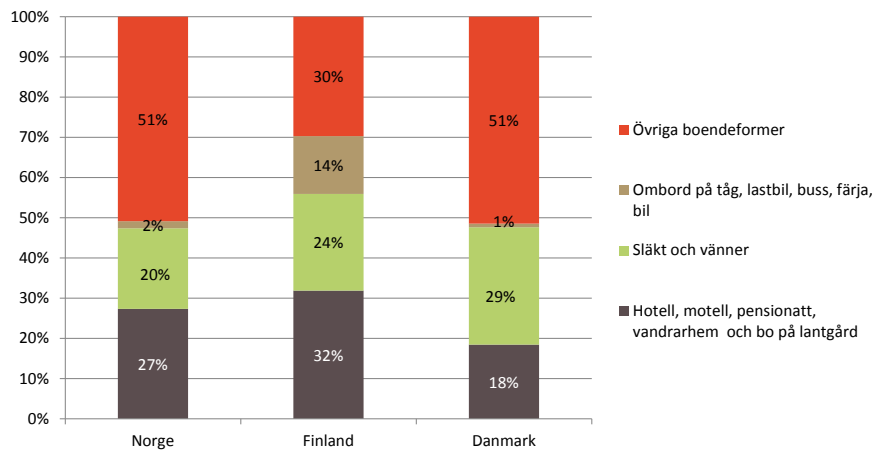
I denna del redovisas inte utläggerna för boende. Det är få som gjort övernattningsresor, vilket gör materialet osäkert. Vill man ha bra statistik på utläggstal för boende är Inkvarteringsstatistiken en betydligt bättre källa¹.

¹ www.inkvartering.scb.se/

ÖVERNATTNINGAR

Andelen övernattningsresor är få i undersökningen. Det gör att materialet är betydligt osäkrare än för antalet resor och utlägg. För att få ett robustare resultat särredovisas endast de boendeformer som har minst 100 intervjuer i Norge, Finland eller Danmark. Övriga boendeformer med färre intervjuer redovisas som en övrig boendeform. Redovisningen sker som andelar av totalt antal övernattningar per land under intervjuperioden januari-september 2011.

Figur 20. Andel övernattningar per boendeform och land, intervjuperiod 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Den utmärkande skillnaden mellan länderna är att finländarna gör en betydande del av övernattningarna ombord på färdmedlet, genom färjeförbindelsen mellan Helsingfors och Stockholm.

REGIONAL FÖRDELNING

Ser man till antalet resor per län ser vi en skev fördelning. Vissa län har en mycket stor andel nordisk turism, medan de flesta har en relativt låg nivå. 86 procent av alla nordiska turistbesök sker i sex län. Gemensamt för dessa är att de har bra kommunikationsmöjligheter till ett befolkningstätt område på andra sidan gränsen.

Respondenterna har haft möjlighet att ange flera resmålskommuner och därför är antalet resor något fler än det totala antalet resor till Sverige.

Tabell 1. Miljoner nordiska turismbesök i Sverige per län och land år 2011²

	Norge	Finland	Danmark	Totalt
Stockholms län	0,3	1,8	0,4	2,6
Skåne län	0,3	0,1	2,6	2,9
Västra Götalands län	4,7	0	0,2	4,9
Värmlands län	2,4	0	0	2,5
Jämtlands län	1,3	0	0	1,3
Norrbottens län	0,2	1,1	0	1,3
Övriga län	1	0,2	0,7	1,9
Län ej angivet	0,6	0	0	0,7
Totalt	9,5	2,9	3,5	15,8

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Utläggen för de nordiska turisterna per region är även de koncentrerade till de sex mest besökta länen. Notera här att för dagligvaruhandeln har Stockholm och Skåne genomsnittliga dagligvaruutlägg på 600-800 kronor, medan länen som har majoriteten av turismen från Norge ligger i nivån 1 200-1 500 kronor per resa. Här är det den relativt stora prisskillnaden på dagligvaror som är den stora drivkraften till större inköp per resa för de norska turisterna.

Utläggen samlas in som totala utlägg per kostnadsslag i Sverige. Cirka 15 procent av de intervjuade har besökt mer än en kommun. För dessa resor har utlägggen fördelats jämnt mellan de kommuner som besökts på resan.

² En person kan ha besöka flera län på en resa. Därav är summan resor per län något större än totalt antal resor.

Tabell 2. Miljoner nordiska turismbesök per län år 2011

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Detaljhandel
Stockholms län	2,0	2,5	4,6
Skåne län	1,9	2,5	4,4
Västra Götalands län	6,9	4,5	11,4
Värmlands län	3,1	2,1	5,2
Jämtlands län	1,9	1,2	3,1
Norrbottnens län	1,3	1,9	3,2
Övriga län	2,8	3,0	5,8
Sverige	19,9	17,8	37,7

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Ser vi till hur stor del av detaljhandelns omsättning som kan tillskrivas respektive region så kommer 7 procent av omsättningen i detaljhandeln i riket från nordisk turism och den regionala skillnaden är mycket stor. Jämtlands och Norrbottens resultat bygger i genomsnitt på något under 300 intervjuer och därför finns det en högre osäkerhet i skattningarna och man bör tolka resultatet lite försiktigare.

Tabell 3. Nordisk turismandel av handeln år 2011

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Detaljhandel
Stockholms län	3%	4%	3%
Skåne län	5%	7%	6%
Västra Götalands län	14%	9%	12%
Värmlands län	31%	28%	30%
Jämtlands län*	41%	38%	40%
Norrbottnens län*	16%	29%	22%
Övriga län	2%	3%	3%
Sverige	7%	6%	7%

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Mest betydelsefull är gränsturismen för Värmland, Jämtland och Norrbotten. Norrbotten har sin nordiska turism tvådelad. Kiruna ligger relativt nära Narvik, samtidigt som Haparanda har IKEA som lockar den finska marknaden. Jämtland, som har högst andel nordisk turism i handeln, är befolkningsmässigt det näst minsta länet samtidigt som Storlien, med sin utvecklade gränshandel, ligger 10 mil från Norges näst största stad Trondheim.

I Värmland ligger Eda strategiskt nära den norska gränsen och invid väg E60 som är den naturliga infarten till Värmland

Tabell 4. Årsverken i handeln från nordisk turism och gränshandel år 2011

	Dagligvaror	Sällanköpsvaror	Detaljhandel
Stockholms län	723	1 299	1 997
Skåne län	675	1 291	1 921
Västra Götalands län	2 402	2 287	4 854
Värmlands län	1 020	1 001	2 044
Jämtlands län	643	587	1 238
Norrbottnens län	502	914	1 380
Övriga län	948	1 484	2 401
Sverige	6 941	8 922	15 981

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Om turismandelarna i handeln relateras till Handeln i Sveriges statistik för årsarbeten i handeln, så visar det på att totalt 16 000 årsverken i den svenska handeln år 2011 kommer från nordisk turism.

I syfte att illustrera den kommunala fördelningen av gränshandeln har ett nordiskt turistindex tagits fram. Det bygger på ett oviktat antal intervjuer per resmålskommun under tidsperioden mars 2010-december 2011. Strömstad, som har flest intervjuer, har räknats om till 100 och övriga har fått ett skalenligt värde mellan 0 och 100. Motsvarande index har även räknats fram per capita. Där tar man hänsyn till antalet resor till kommunen i relation till befolkningsstorleken, vilket visar på den regionala betydelsen.

Tabell 5. Nordiskt turismindex per kommun

Nordiskt turismindex		Nordiskt turismindex per capita	
Strömstad	100	Strömstad	100
Stockholm	64	Eda	37
Malmö	45	Haparanda	23
Eda	26	Åre	19
Göteborg	19	Årjäng	17
Haparanda	19	Strömsund	9
Åre	16	Övertorneå	6
Helsingborg	14	Storuman	4
Årjäng	14	Torsby	3
Strömsund	9	Kiruna	3
Kiruna	6	Pajala	3
Arvika	6	Härjedalen	3
Östersund	5	Dals-Ed	3
Karlstad	5	Arvika	3
Ystad	4	Tanum	2
Uddevalla	4	Ystad	2
Lund	4	Malmö	2
Torsby	4	Överkalix	2
Medelvärde	1,7	Medelvärde	1,1

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Totalt sett har i princip alla kommuner någon nordisk turism och den har en viss påverkan, men det är bara några få kommuner som har stora mängder nordisk turism. För turismindexet, vars medelvärde är 1,7, har endast 31 av landets 290 kommuner ett värde över index och för nordiskt turistindex per capita är det bara 25 kommuner som kommer över medelvärdet. Av detta kan man dra slutsatsen att det är några få kommuner som drar till sig stora mängder nordisk turism och därmed genererar stora exportintäkter till landet.

Att Strömstad ligger högt över Stockholm i indexet är anmärkningsvärt. Stockholm är en mycket komplett destination med ett rikt utbud av aktiviteter, kulturattraktioner och boende. Staden har många invånare, vilket genererar stora mängder besök av släkt och vänner. Ett rikt affärsliv i Stockholm genererar många arbetsresor. Dessutom har staden mycket goda kommunikationsmöjligheter till Oslo, Köpenhamn och Helsingfors. Väger man samman alla dessa faktorer så borde lilla Strömstad med sina 12 000 invånare ha svårt att komma upp i nivå med Stockholms turism från andra nordiska länder. Trots alla dessa faktorer har Strömstad ändå betydligt fler nordiska turister än Stockholm.

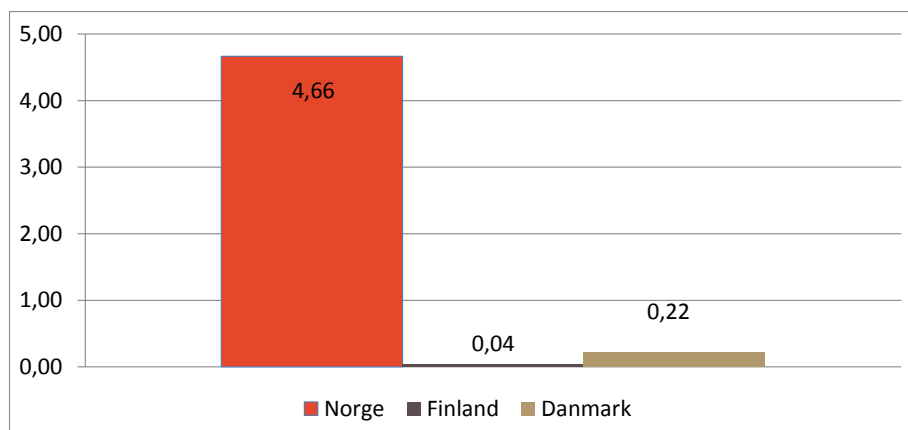
GRÄNSHANDEL I VÄSTRA GÖTALANDS LÄN

RESOR TILL VÄSTRA GÖTALANDS LÄN

I följande del av rapporten särredovisas resultatet för resor till Västra Götalands län. I Västra Götaland ser resandet annorlunda ut än för många andra regioner. Göteborg är den största staden och en naturlig centralpunkt, om vi ser med svenska ögon. Ser man ur ett nordiskt perspektiv har Västra Götalands län två storstadsområden. Detta då Strömstad är en del i Oslos storstadsområde, där närheten till Norges mest tätbefolkade område och de stora prisskillnaderna mellan länderna ger en påtaglig effekt på resandet.

De norska turisterna står för 95 procent av alla resor till Västra Götalands län. Intervjuunderlaget för resor från Danmark och Finland är litet och vidare redovisas endast norrmännens resor till Västra Götalands län.

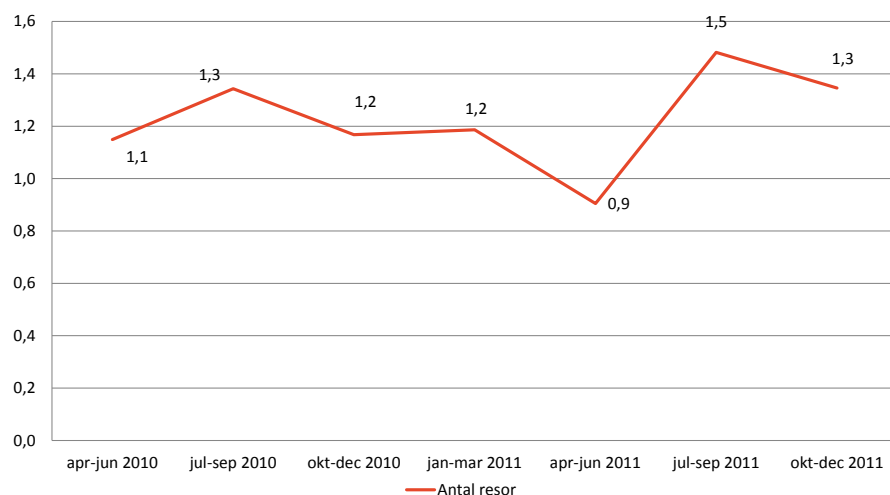
Figur 21. Miljoner resor till Västra Götalands län från Norge, Finland och Danmark år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

För resorna till Sverige ställs frågor om vilka kommuner man besökt. Respondenterna kan ange flera besökta kommuner. I denna redovisning för Västra Götalands län är alla resor med där respondenten angivit att man besökt minst en kommun i Västra Götalands län. I dessa intervjuer har 9 procent angett att de även besökt något annat län i Sverige under resan.

Figur 22. Miljoner resor till Västra Götalands län från Norge per intervjuperiod



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Under tidsperioden har resorna från Norge till Västra Götalands län haft en stabil utveckling med viss säsongsvariation. Lägst antal resor gjordes under perioden april-juni 2011, då den svenska kronan var relativt stark mot den norska.

Utvecklingen av resor verkar samvariera med utvecklingen för valutakurserna. Det var dyrast att resa och handla i Sverige i februari 2011. Därefter har relativpriserna blivit lägre i Sverige, vilket ökat incitamenten för gränshandelsresor. Att resorna verkar samvariera med valutakursförändringarna tyder på att resorna till Sverige påverkas av kortsiktiga prispförändringar mellan länderna.

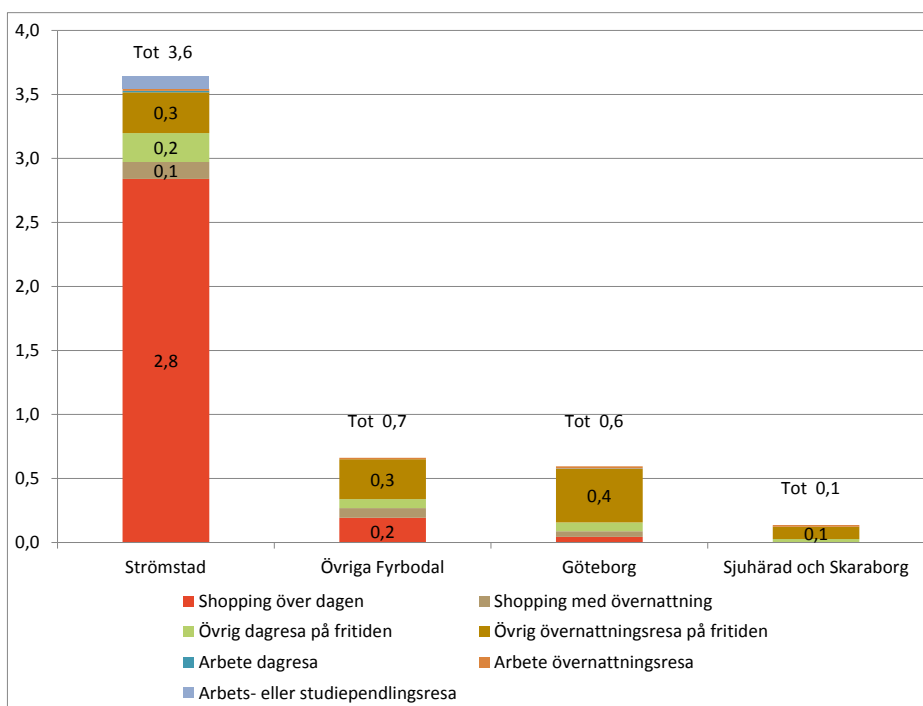
Eurokrisen och det ekonomiskt osäkra läget under andra halvan av 2011 skulle ha kunnat göra att nordmännen minskat sitt resande till Sverige, men något sådant syns inte i undersökningen.

Vidare i rapporten delas resorna upp på fyra regioner i Västra Götalands län, Strömstad, Övriga Fyrbodalsregionen, Göteborgsregionen samt Sjuhärad och Skaraborg sammanslaget. Grupperingen bygger på hur materialet går att fördela efter antalet intervjuer³. Strömstad dominerar statistiken, shoppingresorna över dagen står för 3,8 av totalt 5,2 miljoner resor till Västra Götalands län.

Notera här att de nordiska turismresorna till Strömstad är avsevärt fler än resorna till hela Stockholms län, 3,8 mot 2,6 miljoner resor. Att en så liten kommun som Strömstad har så mycket fler resor är anmärkningsvärt och illustrerar hur mycket gränshandelsresorna från Norge betyder för Strömstad.

I Strömstad dominerar shoppingssyftet med 3,0 miljoner resor. Det näst största ressyftet är övernattningsresor på fritiden med annat syfte än shopping, med totalt 1,2 miljoner resor.

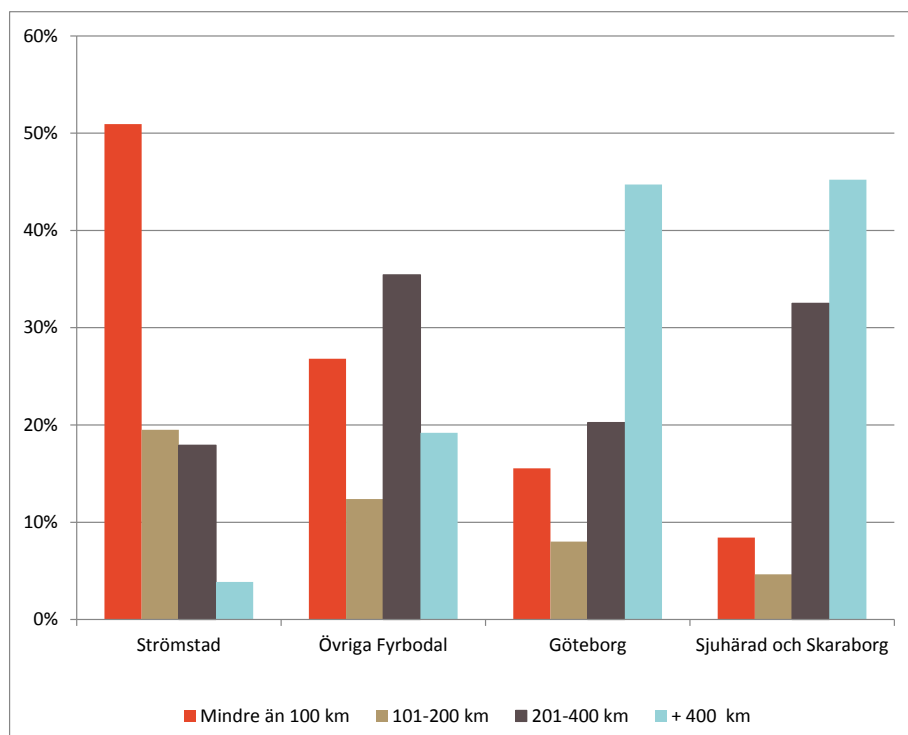
Figur 23. Miljoner resor från Norge per restyp år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

³ I intervjun har respondenten haft möjlighet att ange flera resmål. Vilket gör att en resa kan ha besökt mer än en kommun i Västra Götalands län. Därav blir det summerade antalet resor per region i Västra Götalands län, något fler än för hela länet.

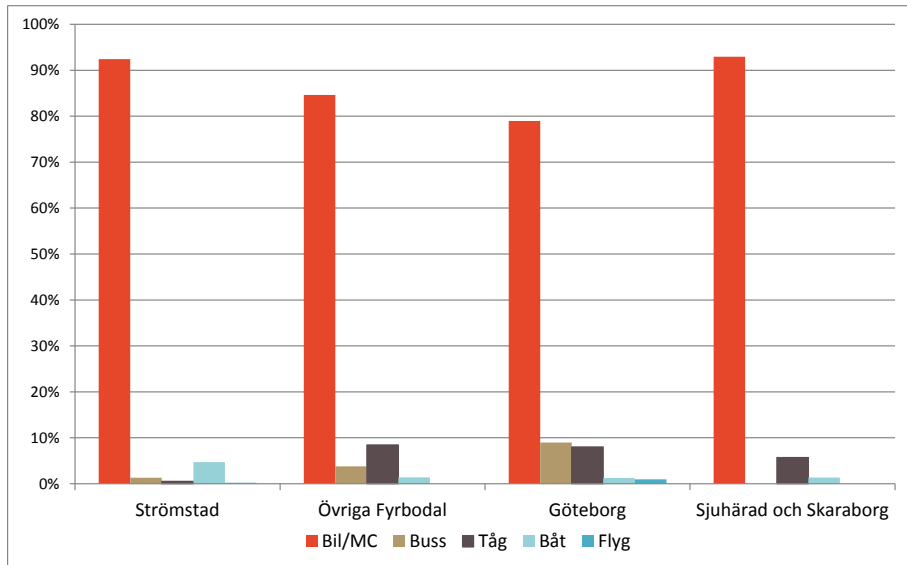
Figur 24. Reslängd för bilresor från Norge till Västra Götalands län år 2011 per region



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Respondenten anger en resas längd som en tur- och returresa. Detta innebär att majoriteten av resorna till Strömstad har en reslängd som är 5 mil eller mindre, enkel väg. Till Göteborg, Sjuhärad och övriga Skaraborg är majoriteten av resorna 20 mil enkel väg eller längre. Ju längre från norska gränsen regionen ligger desto längre blir resorna.

Figur 25. Resor från Norge till Västra Götalands län per färdstätt och region, år 2011

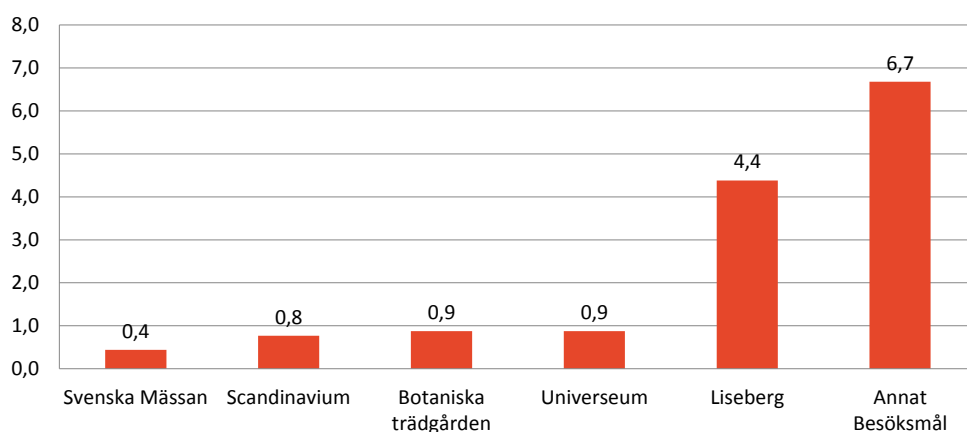


Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Färdstätt fördelas oftast efter vilka möjligheter det finns för kommunikationer. Möjligheterna för bilresor är synnerligen goda mellan Norge och Västra Götaland. E6 går genom hela Norge och Västra Götalands län, vilket gör att bilresorna är helt dominerande. Det finns även andra möjligheter för transporter mellan länderna. Strömstad har färjeförbindelser direkt till Norge, vilket kan vara ett effektivare transportmedel om man till exempel kommer från andra sidan Oslofjorden. Mellan större städer som till exempel Oslo och Göteborg brukar det finnas goda kommunikationer med buss, tåg och flyg. Den relativt korta sträckan på 30 mil gör att antalet flygresor ligger på en blygsam nivå jämfört med andra kollektiva färdstätt, där de kollektiva färdstätt tåg och buss är de vanligaste valen.

BESÖKSMÅL I VÄSTRA GÖTALANDS LÄN

Figur 27. Procentandel av resenärerna från Norge som besökt besöksmål på resan



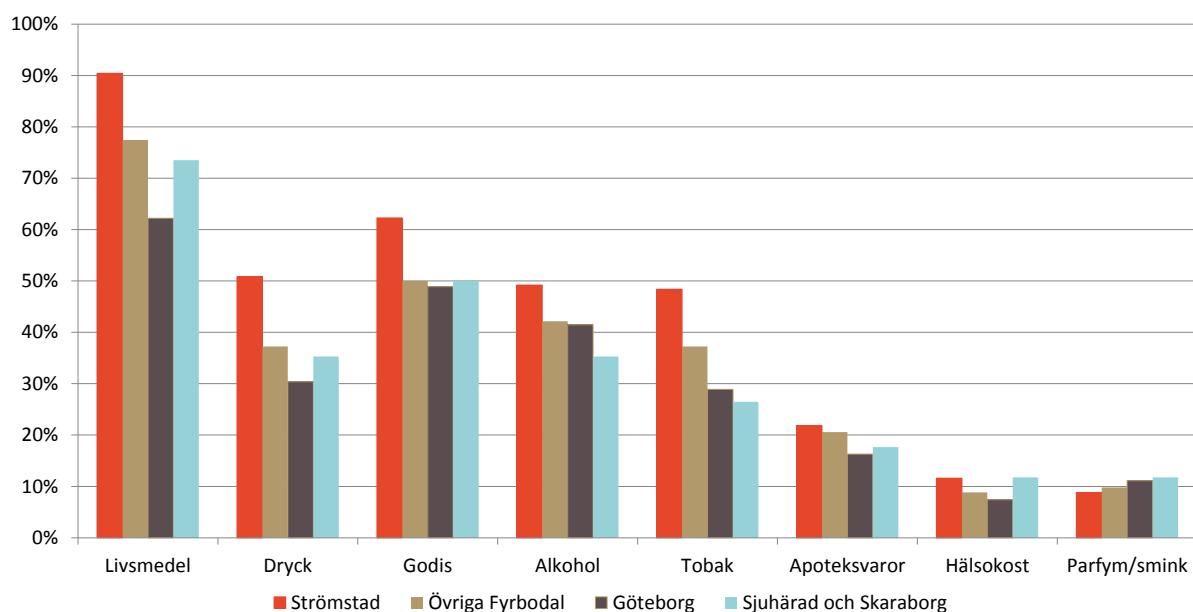
Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

I Gränshandelsundersökningen har respondenterna haft möjlighet att fylla i vilka av ett antal listade besöksmål de besökt. Liseberg är det populäraste besöksmålet i Västra Götalands län. Noterbart är att den relativt låga andelen besökare per besöksmål troligen beror på att det är relativt få resor till regionen som går till Göteborg, där besöksmålen finns.

TURISMKONSUMTION I VÄSTRA GÖTALANDS LÄN

I undersökningen har respondenterna fått ange vilka dagligvaror och sällanköpsvaror de köpt på resan.

Figur 28. Procentandel personer som köpt olika varor per resa och besöksregion. Norska resenärer år 2011

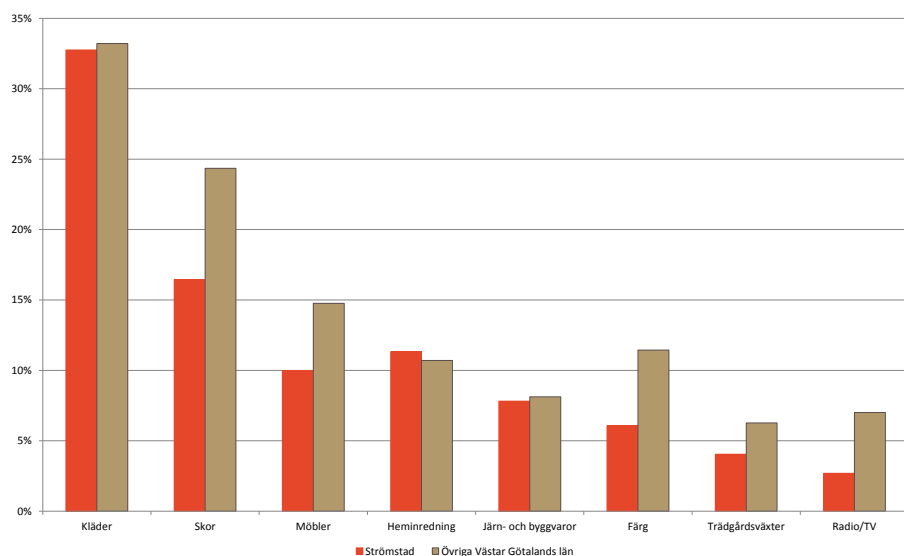


Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Utmärkande i figuren är att av personer som besökt Strömstad är det en högre andel som handlar Livsmedel, drick, godis, Alkohol och Tobak.

I diagrammet kan utläsas att fördelningen per varugrupp och region är relativt jämn för det flesta varugrupper. Skor, möbler, färg samt radio och TV är varugrupper som handlas av en större andel i Västra Götalands län.

Figur 29. Procentandel personer som köpt olika varor per resa och besöksregion. Norska resenärer år 2011

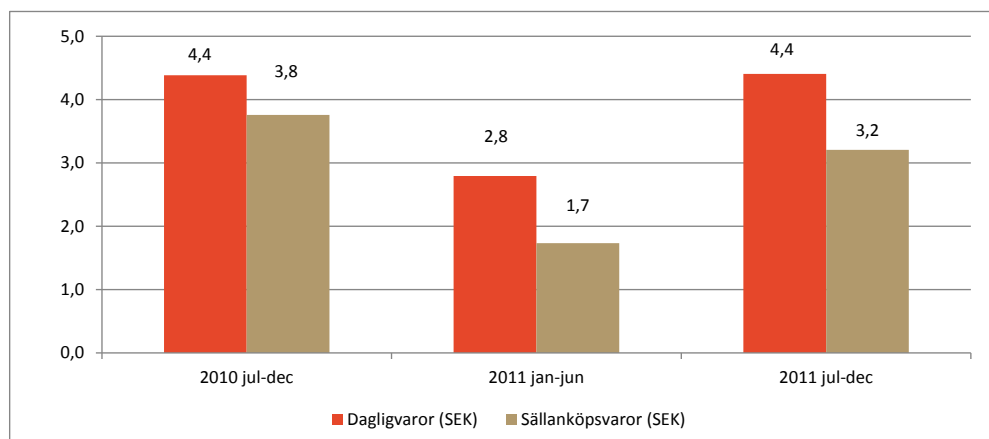


Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

I figuren ingår inte varugrupperna vitvaror, övrig elektronik, sport/fritid, leksaker, data/tele, böcker, ur, guld eller optik. Det är under 3 procent av resenärerna som handlat dessa varugrupper.

De norska reseutläggerna i Västra Götalands detaljhandel var totalt 10,9 miljarder kronor år 2011.

Figur 30. Norska resenärers utlägg (miljarder kr) i Västra Götalands län per intervjuperiod

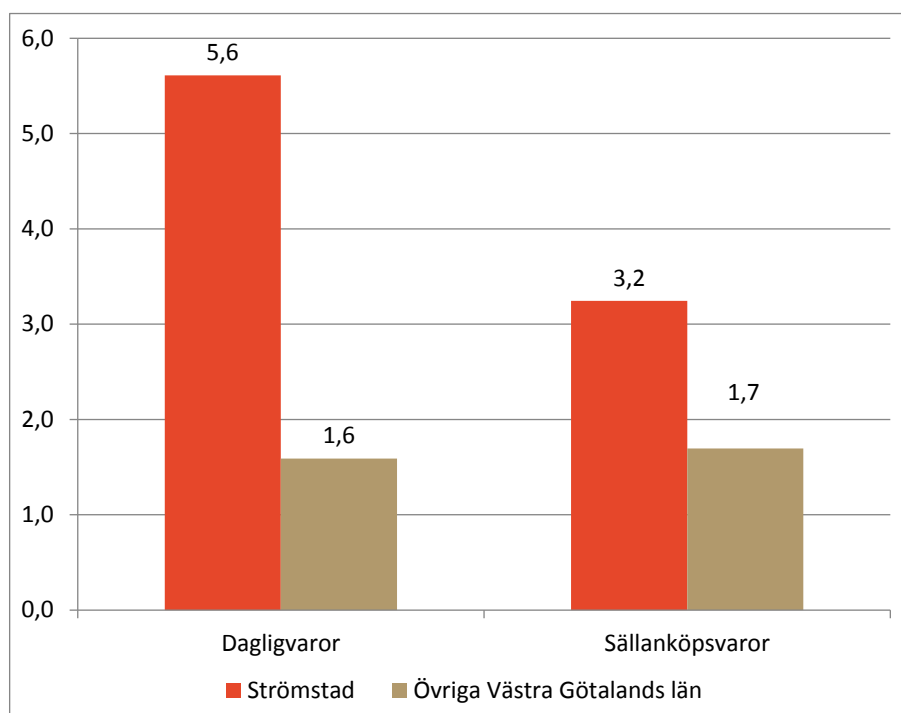


Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Ställer vi siffrorna i relation till Handeln i Sverige från 2010 så innebär det att gränshandeln står för 12 procent av handeln i Västra Götalands län samt att den genererar 4 800 årsverken i detaljhandeln.

Tittar vi på den regionala fördelningen blir indelningen av länet grövre då utläggerna är en osäkrare variabel än resor. Här delas Västra Götaland in i Strömstad och Övriga Västra Götalands län.

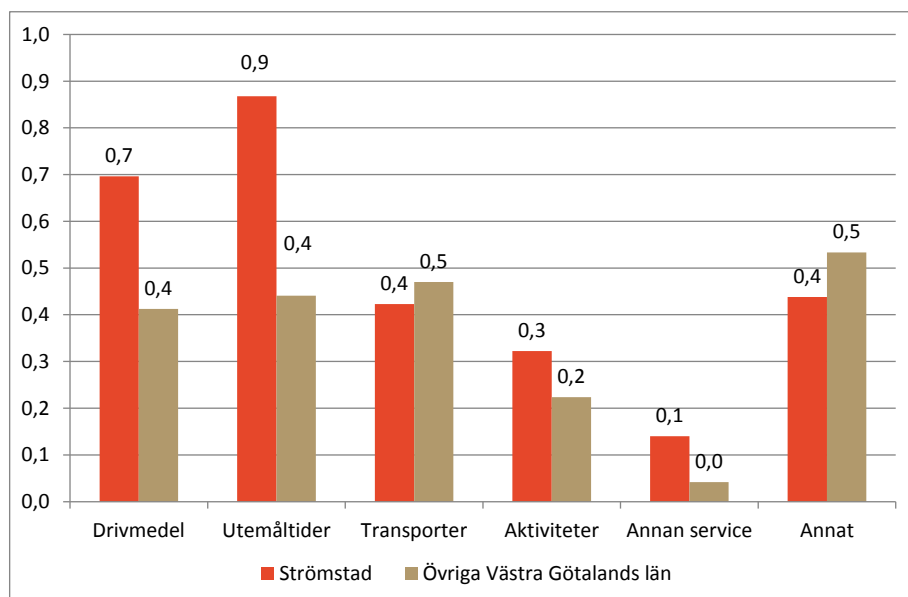
Figur 31. Norska resenärers utlägg (miljarder kr) i Västra Götalands län handel per intervjuperiod



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Här syns den ekonomiska effekten av de många shoppingresor över dagen till Strömstad där man mest handlar dagligvaror. För sällanköpsvaror är den norska turismkonsumtionen större i Övriga Västra Götalands län än i Strömstad. Man handlar alltså mer sällanköpsvaror per resa i Övriga Västra Götalands län än i Strömstad.

Figur 32 Norska resenärers utlägg (miljarder kr) i Västra Götalands län år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Turisterna lade totalt ut 2,9 miljarder kronor i Strömstad år 2011. Motsvarande siffra för Västra Götalands län var 2,1 miljarder kronor.

Tittar man på medelantalet dagar per resa i Sverige per kommun så finns det skillnader mellan regionerna. I Strömstad är snittet 1,19 dagar per resa och för Övriga Västra Götalands län är det 1,65 dagar per resa.

Tabell 5. Norska resenärers medelutlägg per dag och resmålsregion. År 2011

	Medelutlägg per resa		Medelutlägg per dag	
	Strömstad	Övriga Västra Götalands län	Strömstad	Övriga Västra Götalands län
Dagligvaror	1 583	1 142	1 327	691
Sällanköpsvaror	915	1 218	768	736
Drivmedel	196	296	165	179
Utemåltider	245	316	205	191
Transporter	119	338	100	204
Aktiviteter	91	161	76	97
Annan service	40	30	33	18
Annat	124	383	104	232
Medel antal dagar per resa	1,19	1,65	1,19	1,65

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Vad gäller utlägg per dag är den stora skillnaden mellan Övriga Västra Götalands län och Strömstad att Strömstad har högre utlägg i dagligvaruhandeln och Övriga Västra Götalands län har högre utlägg för transporter.

Medelutläggen per resa och per dag i Västra Götalands län delas även upp per restyp. Här redovisas shoppingresor över dagen och övriga fritidsresor. Övriga fritidsresor bygger på 150 intervjuer och det finns en större osäkerhet i dessa siffror.

Tabell 6. Norska resenärers medelutlägg per dag och restyp. År 2011

	Medelutlägg per resa		Medelutlägg per dag	
	Shoppingresa över dagen	Övriga fritidsresor	Shoppingresa över dagen	Övriga fritidsresor
Dagligvaror	1 673	1 213	1 673	728
Sällanköpsvaror	1 061	785	1 061	471
Drivmedel	198	265	198	159
Utemåltider	212	350	212	210
Transporter	114	324	114	194
Aktiviteter	71	166	71	100
Annan service	32	40	32	24
Annat	99	308	99	185
Medel antal dagar per resan	1,00	1,67	1,00	1,67

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Slutligen tittar vi på var resenärerna kommer ifrån. För att få ett så hållbart resultat som möjligt har alla intervjuer under tidsperioden mars 2010-december 2011 använts och tabellen innehåller andelen intervjuer per hemregion och besöksmålsregion i Västra Götalands län.

Tabell 7. Norska turismresor till Västra Götalands län per besöksmål och hemregion år 2011

	Totalt	Strömstad	Övriga Fyrbodal	Göteborg	Sjuhärad och Skaraborg
Totalt	100%	68%	10%	18%	4%
Finland	1%	0%	0%	1%	0%
Danmark	7%	0%	1%	4%	1%
Norge	92%	67%	9%	12%	3%
Østfold	15%	13%	1%	0%	0%
Akershus	16%	12%	2%	2%	0%
Oslo	24%	17%	2%	4%	1%
Hedmark	1%	1%	0%	0%	0%
Oppland	3%	2%	1%	0%	0%
Buskerud	6%	5%	0%	1%	0%
Vestfold	9%	8%	1%	0%	0%
Telemark	3%	2%	0%	0%	0%
Aust-Agder	2%	2%	0%	0%	0%
Vest-Agder	2%	2%	0%	1%	0%
Rogaland	2%	1%	0%	0%	0%
Hordaland	4%	2%	1%	1%	0%
Övriga Norge	5%	2%	1%	2%	0%

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Ett tydligt mönster är att ju bättre kommunikationsmöjligheter man har mellan en svensk och en norsk region desto fler resor. Østfold, Akershus och Oslo ligger alla nära Svinesund och här sker de största resevolymerna. Västra Götalands turism sträcker sig i princip över hela södra Norge. Hedmark är ett undantag. Här har norrmännen närmare till Värmland och det krävs något extra för att få dem att välja Västra Götalands län som resmål istället för Värmland.

Den sammantagna bilden av Västra Götalands län är att dagresorna till Strömstad har väldigt stora resevolymerna och att detta ger mycket stort genomslag i dagligvaruhandeln. Något förvånande är att sällanköpsvaruhandeln i Strömstad är så liten som den är i förhållande till både resevolymerna och i proportion till dagligvaruhandeln. Skulle man lyckas få norrmännen att intressera sig för sällanköpsvaruhandeln/utveckla sällanköpsvaruhandeln och om man får norrmännen att stanna lite längre i Strömstad så kan det finnas en stor utvecklingspotential för Strömstad.

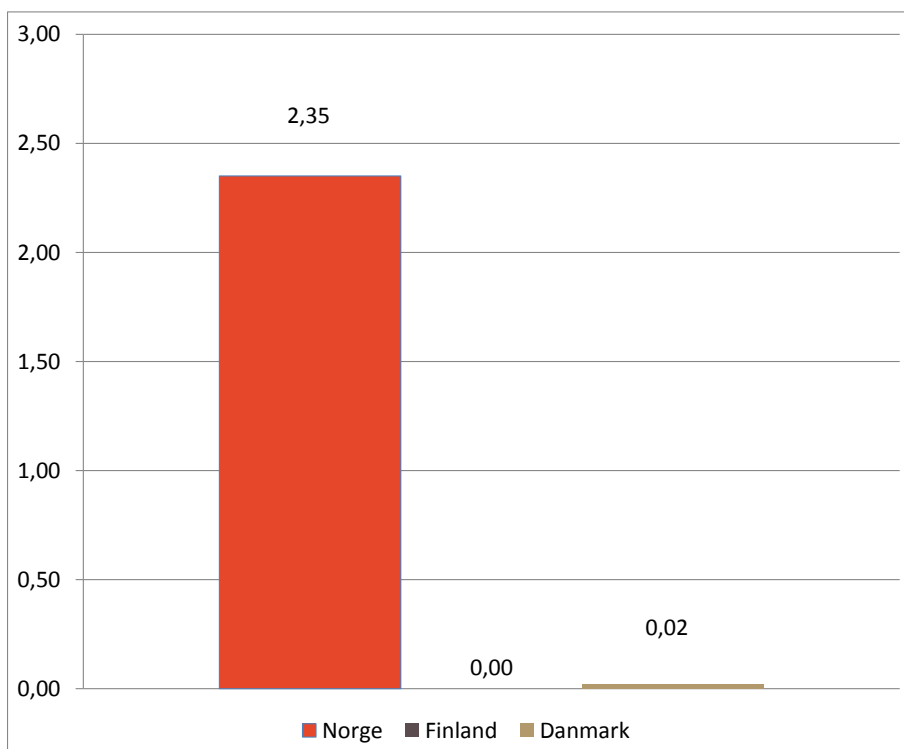
GRÄNSHANDEL I VÄRMLANDS LÄN

RESOR TILL VÄRMLANDS LÄN

I följande del av rapporten särredovisas resultatet för resor till Värmlands län. Värmland har mycket gemensamt med Västra Götalands län och dess närhet till Norge. Värmländska Töcksfors ligger närmast Oslos centrum, med en reslängd på under 10 mil. Värmland har, till skillnad från Västra Götalands län, en lång gräns mot Hedmarks fylke i Norge. Detta talar för att Värmland kan locka resenärer från ett större område i Norge och för att resorna är mer utspridda i länet.

Undersökningen visar att det under 2011 gjordes 2,37 miljoner resor till Värmlands län från de andra nordiska länderna. 99 procent av resorna kom från Norge. Värmlands län är det län, näst Jämtland, där den nordiska turismen har störst regional betydelse.

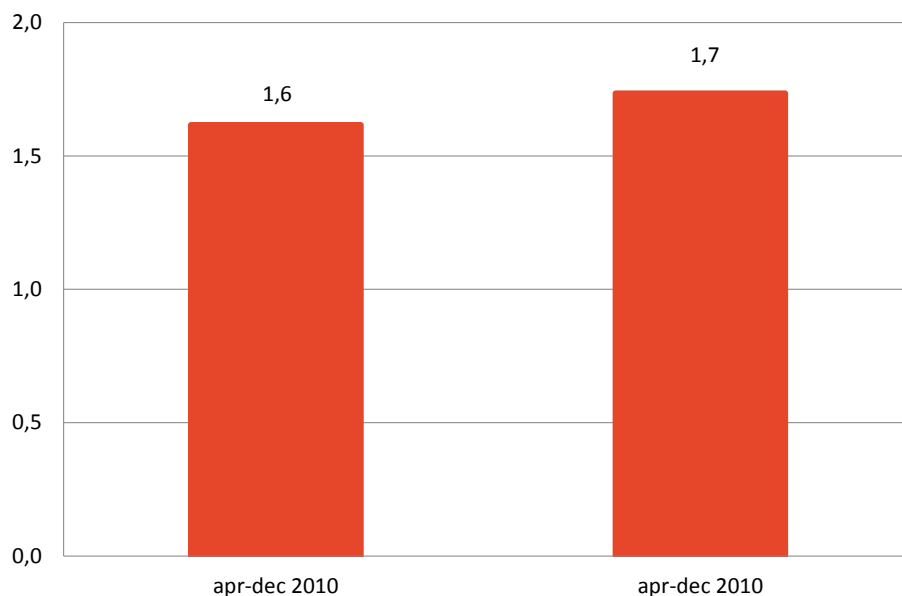
Figur 33. Miljoner resor till Värmlands län från Norge, Finland och Danmark år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Intervjuunderlaget för resor från Danmark och Finland är mycket litet och vidare redovisas endast norrmännens resor till Värmlands län.

Figur 34. Miljoner resor till Värmlands län från Norge per intervjuperiod



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

För tidsperioden april-december finns jämförbara data för både år 2010 och 2011. Den lilla skillnaden mellan tidsperioderna talar för att det varit en stabil utveckling mellan åren och resultatet indikerar en liten ökning under år 2011. Eurokrisen och det ekonomiskt osäkra läget under andra halvan av 2011 skulle ha kunnat göra att norrmännen minskat sitt resande till Sverige, men någon sådan tendens syns inte i undersökningen.

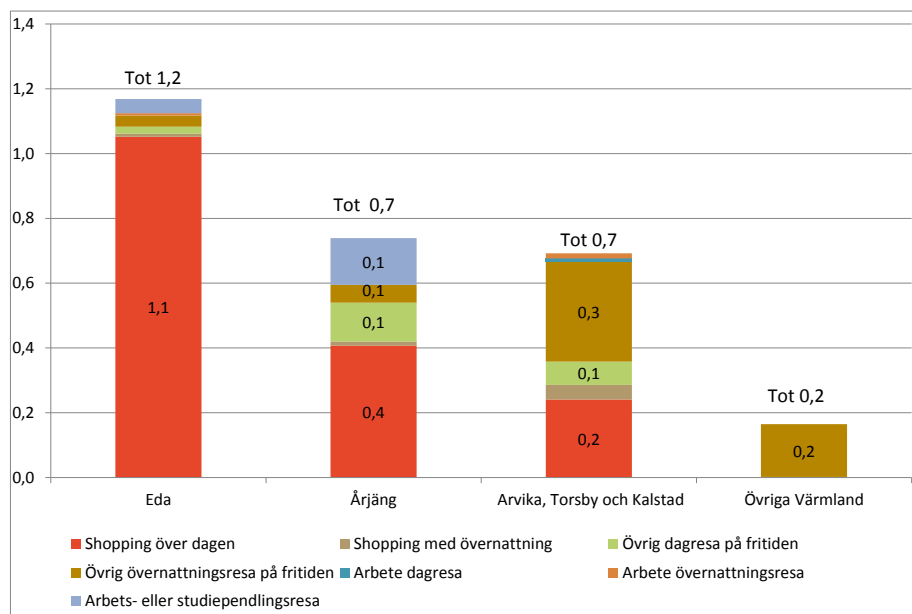
För resorna till Sverige ställs frågor om vilka kommuner man besökt. Respondenterna kan ange flera besökta kommuner. I denna redovisning för Värmlands län är alla resor med där respondenten angivit att man besökt minst en kommun i Värmlands län.

Vidare i rapporten delas resorna upp på fyra regioner i Värmlands län. Eda och Årjäng (redovisas separat), Arvika, Torsby och Karlstad (redovisas sammanslaget) samt Övriga Värmland. Grupperingen bygger på hur materialet går att fördela efter antalet intervjuer. Eda är störst och dominerar statistiken med en stor andel shoppingresor över dagen. Även Årjäng har en stor andel dagresor med shopping syfte. Här kan man anta att stor del av resorna går till Töcksfors, som har en utvecklad detaljhandel.

Värmland har totalt 2,3 miljoner resor från Norge⁴.

I Eda dominerar shopping syftet med 1,1 miljoner dagresor. Även i Årjäng är shoppingresor över dagen störst, men inte lika dominerande som i Eda. Här kan man anta att en stor del av dagresorna går till Töcksfors i Årjängs kommun som har en utvecklad handel. För gruppen Arvika, Eda och Årjäng är den största restypen Övrig dagresa på fritiden.

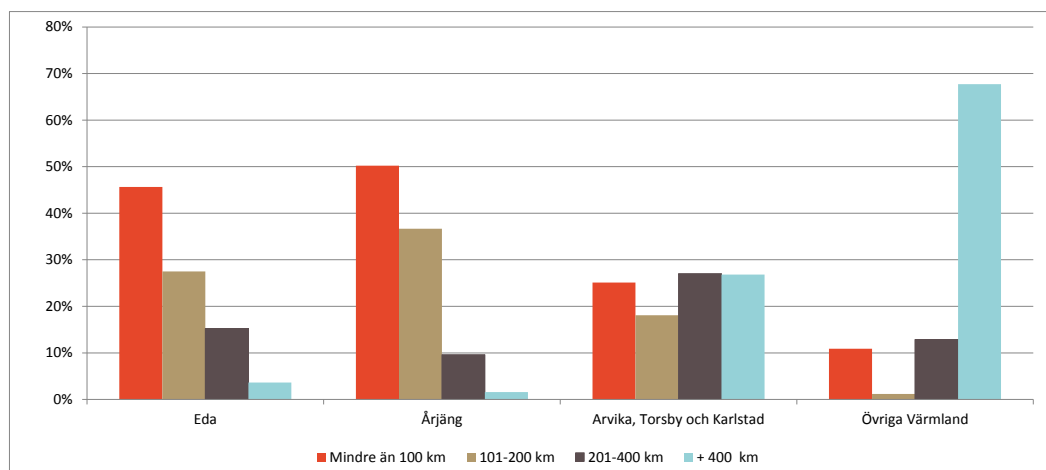
Figur 35. Miljoner resor per restyp och resmålsregion från Norge år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

⁴ I redovisningen per resmålsregion i Värmland har en relativt stor andel av resenärerna varit i flera av regionerna under samma resa, därav är det något fler resor om man summerar resmålsregionerna i Värmland än vad det är resor totalt till Värmland.

Figur 36. Reslängd för bilresor från Norge till Värmlands län år 2011 per region

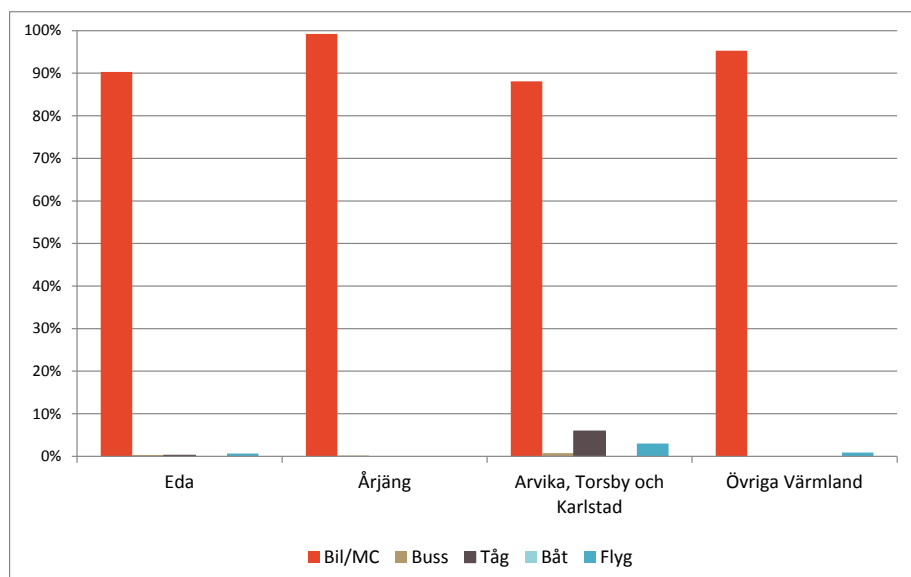


Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Respondenten anger en resas längd som en tur- och returresa. Detta innebär att majoriteten av resorna till både Eda och Årjäng har en reslängd som är 5 mil eller mindre, enkel väg. Noterbart är att reslängden från centrala Oslo till både Eda och Årjängs centrum är drygt 12 mil⁵. Däremot så blir en resa till Töcksfors i Årjängs kommun kortare än 10 mil från Oslos centrum. För de andra regionerna i Värmland är medelresan längre än 10 mil.

⁵ Enligt Google Maps

Figur 37. Resor från Norge till Värmlands län per färdstätt och region, år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Färdstätt fördelas oftast efter vilka möjligheter det finns för kommunikationer. Möjligheterna för bilresor är goda mellan Norge och Värmland, vilket syns i statistiken då bilresor är det helt dominerande färdstättet till alla regioner i Värmland.

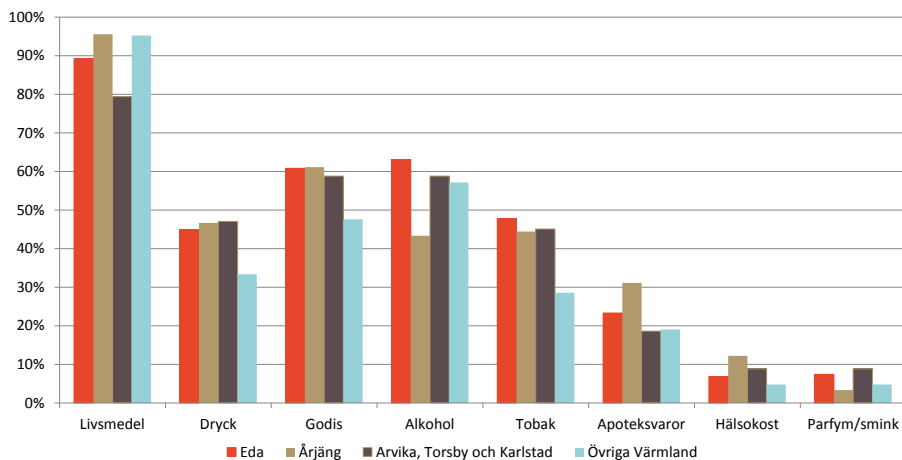
BESÖKSMÅL I VÄRMLANDS LÄN

TURISMKONSUMTION I VÄRMLANDS LÄN

I undersökningen har respondenterna fått ange vilka sällanköpsvaror de köpt på resan. I diagrammet kan utläsas att fördelningen per varugrupp och region är relativt jämn för det flesta varugrupper. Det finns en osäkerhet i siffrorna, då det är relativt få svarande i respektive grupp.

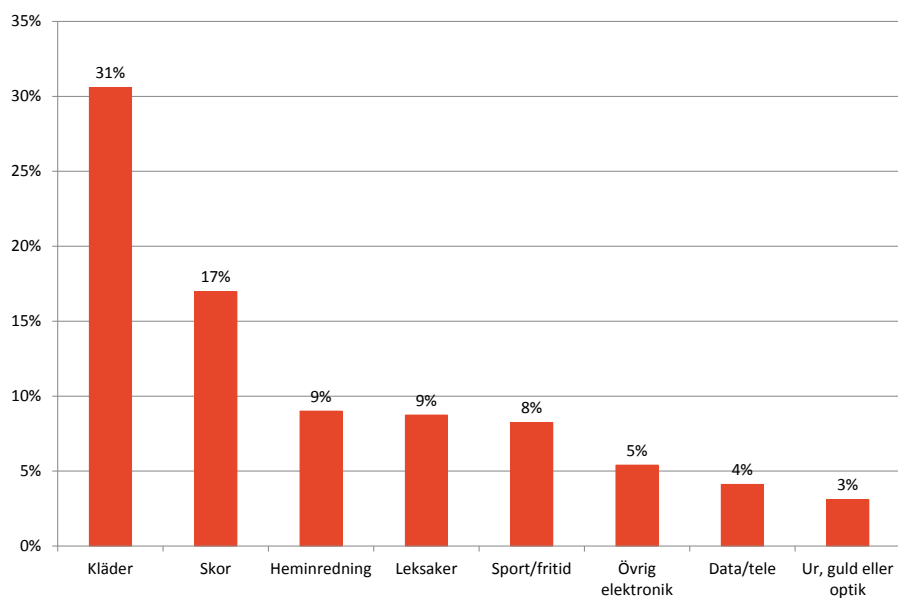
I Arvika, Torsby och Karlstad är det en lägre andel som köper livsmedel. I övriga Värmland är det färre som köper dryck och godis, I Årjäng köper man mindre alkohol. Här kan orsaken vara att man inte har ett eget systembolag i Töcksfors och att ombudet inte uppfyller kundernas efterfrågan på service och utbud av alkoholhaltiga drycker.

Figur 38. Procentandel personer som köpt olika dagligvaror per resa och besöksregion. Norska resenärer år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Figur 39. Procentandel personer som köpt olika dagligvaror per resa och besöksregion. Norska resenärer år 2011



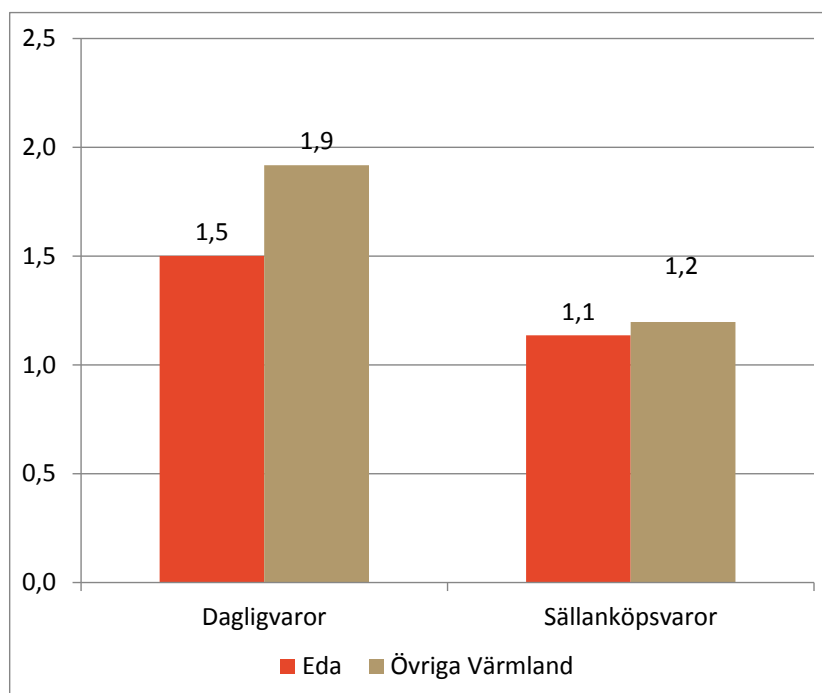
Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

För sällanköpsvaror sker redovisningen sammanslaget för hela Värmland, då det är en lägre andel som svarat och resultatet därför är osäkrare. De dominerande varugrupperna i sällanköpsvaruhandeln är kläder och skor. Övriga redovisade varugrupper ligger på en lägre nivå. I diagrammet redovisas inte varugrupperna radio/TV, böcker, möbler, färg samt järn- och byggvaror. Dessa varugrupper köptes av mindre än 2 procent av resenärerna.

Ställer vi de nordiska turisternas totala konsumtion i Värmland i relation till siffrorna i Handeln i Sverige 2010 så innebär det att gränshandeln står för 20 procent av handeln i Värmlands län. Sysselsättningseffekten av detta är 2 000 årsverken i detaljhandeln. Det är bara i Jämtlands län som en högre andel av handeln kommer från nordisk turism.

Tittar vi på den regionala fördelningen blir indelningen av länet grövre då utläggerna är en osäkrare variabel än resor. Här delas Värmland in i Eda och Övriga Värmlands län.

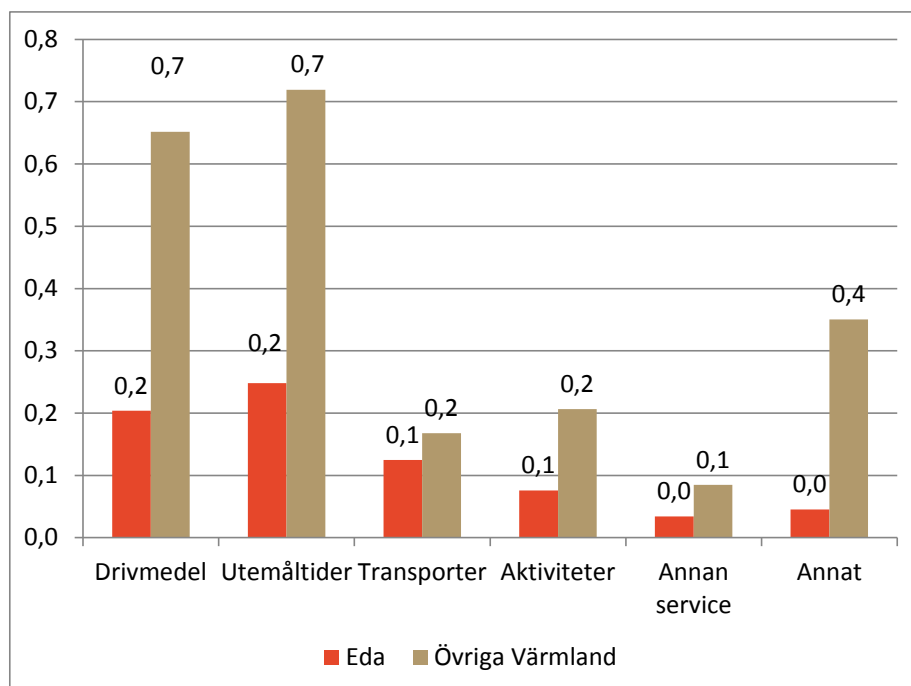
Figur 40. Norska resenärers utlägg (miljarder kronor) i Värmlands län per intervjuperiod



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Totalt konsumerade norska turister för 5,8 miljarder i den svenska detaljhandeln år 2011. Fördelat per region visar resultatet att Eda står för nästan hälften av all nordisk gränshandel i Värmlands län. Ställer man siffrorna i relation till Västra Götalands län och Strömstad, som är den mest reseintensiva kommunen, så är Strömstad dominerande i dagligvaruhandeln men inte alls i sällanköpsvaruhandeln. I Värmland är det en betydligt jämnare fördelning mellan Eda och Övriga Värmlands län. Övriga Värmlands län visar sammantaget på en högre andel dagligvaror än Eda. Utläggstalen bygger på cirka 150 intervjuer för Eda och övriga Värmland och bör tolkas försiktigt.

Figur 41 Norska resenärers utlägg (miljarder kronor) i Värmlands län år 2011



Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Tittar man på övrig turismkonsumtion finns ett tydligt mönster. I Övriga Värmland lägger man ut betydligt mer för drivmedel och utemåltider. Övrig turismkonsumtion summerar till totalt 2,9 miljarder i Värmlands län år 2011.

Tittar man på medelantalet dagar per resa och region så finns det skillnader. I Eda är snittet 1,02 dagar per resa och för Övriga Värmlands län är det 1,43 dagar per resa. Utläggen i Eda är större i detaljhandeln per dygn, medan utläggerna för drivmedel och utemåltider är större i Övriga Värmlands län. I jämförelse med Strömstad, som har ett medelutlägg på 1 583 kronor per dygn i dagligvaruhandeln, så är utläggerna både i Eda och i Övriga Värmlands lägre.

Tabell 6. Norska resenärers medelutlägg per dag och restyp. År 2011

	Medelutlägg per resa		Medelutlägg per dag	
	Eda	Övriga Värmland	Eda	Övriga Värmland
Dagligvaror	1 334	1 502	1 302	1 049
Sällanköpsvaror	1 009	938	985	655
Drivmedel	181	510	177	356
Utemåltider	221	563	215	393
Transporter	111	131	108	92
Aktiviteter	67	162	66	113
Annan service	30	66	30	46
Annat	40	274	39	192
Medel antal dagar per resa	1,02	1,43	1,02	1,43

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Slutligen tittar vi på varifrån resenärerna till Värmland kommer. För att få ett så hållbart resultat som möjligt har alla intervjuer under tidsperioden mars 2010-december 2011 använts och tabellen innehåller andelen intervjuer per hemregion och besöksmålsregion i Värmlands län.

Tabell 7. Norska turismresor till Värmlands län per besöksmål och hemregion år 2011

	Totalt	Eda	Torsby	Årjäng	Karlstad	Arvika	Övriga Värmland
Totalt	100%	43%	8%	22%	10%	10%	6%
Finland	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Danmark	2%	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Norge	98%	43%	7%	22%	9%	10%	5%
Østfold	10%	1%	0%	7%	1%	0%	0%
Akershus	34%	16%	2%	9%	2%	3%	2%
Oslo	15%	5%	1%	4%	1%	2%	1%
Hedmark	20%	15%	2%	0%	1%	1%	1%
Oppland	5%	3%	0%	0%	1%	1%	0%
Buskerud	3%	1%	1%	0%	1%	0%	0%
Övriga Norge	10%	2%	1%	1%	2%	2%	1%

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Totalt är Värmlands viktigaste marknad de norska fylkena Østfold, Akershus, Oslo och Hedmark. Norrmän från Hedmark, som har en lång gräns mot Värmland, åker mest till Eda och Torsby. Från fylkena Østfold, Akershus och Oslo är Årjäng, Karlstad och Arvika populära resmål. Från dessa regioner är det även vanligt att åka till Strömstad, vilket gör att man delvis konkurrerar om samma upptagningsområde. Noterbart är även att Karlstad och Arvika har en stor del resenärer från Övriga Norge.

Ser man till reseolymer och avstånd till kommuncentra så ligger Strömstad närmast Oslos storstadsområde och Strömstad har även den klart största gränshandeln. Töcksfors i Årjängs kommun har 11 minuter kortare resväg med bil till Oslos centrum än vad Strömstad har, vilket kan innebära en utvecklingspotential för handeln i Töcksfors.

BILAGA 1. METODBESKRIVNING OCH RESULTATREVIDERING

Undersökningsmetod

Insamlingen av undersökningsmaterialet har skett automatiskt via Cints motor för trackingstudier (Cint Automated Tracker = CAT). CAT:en arbetar med mikrourval, vilket innebär att den dagligen skickar ut små urval med inbjudningar till panelisterna. Urvalen anpassas löpande efter vilka regioner, kön och åldersgrupper som behövs för att nå nationell representativitet i åldern 18-80 år. I snitt görs cirka 84 intervjuer per vecka i respektive land och antalet intervjuer per dag varierar något till följd av skillnader i svarsfrekvenser etc. CAT:en drar urvalen från panelmarknadsplatsen Cint Panel Exchange, där över 70 av de största svenska online-panelerna hanteras med idag sammanlagt cirka 450 000 individer. Panelerna ägs av marknadsundersökningsföretag, fältbolag och medieföretag och rekryteringen sker i form av telefonintervjuer, TV-kanaler, personligen och via webb.

Åldersgrupp

Undersökningens representativitet per åldersklass visade att åldersgruppen över 73 år är markant underrepresenterade i undersökningen. Andelen i åldersgruppen över 73 år reser också i mycket liten grad till Sverige. Därför har undersökningen avgränsats till att omfatta åldrarna 17-73 år. Att även 17-åringar är med i urvalet beror på att panellisterna uppger födelseår när de går med i panelen och att de därav kan komma med i undersökningen trots att de inte fyllt 18 år under det innevarande året.

Uppräkning

I undersökningen tillfrågas respondenterna om antalet resor till Sverige under de tre senaste månaderna och även om detaljerna för en av dessa resor. Intervjumaterialet för den aktuella resan räknas upp med antalet resor till Sverige under sista tre månaderna. Materialet räknas även upp efter respektive lands befolkning i åldersintervallet 17-73 år.

Uppräkningen gör undersökningen känslig för avvikande stora utlägg eller resenärer som reser ofta till Sverige. Exempel: om en person gjort 40 resor från Norge till Sverige under en månad och köpt något för 25 000 kr (exempelvis en diamantring) räknas det utlägget upp till 3,5 miljarder kronor. Det skulle kunna innebära att ett enda svar ökar omsättningen i sällanköpsvaruhandeln med 14 procent under tre kvartal. För att begränsa risken för att extremvärden påverkar undersökningens tidsserie alltför mycket har begränsningar för utlägg och antal resor per kvartal införts. Det innebär att om respondenten svarat högre utlägg per kostnadslag eller fler resor per tremånadersperiod än maxgränsen så har svaren kodats om till maxgränsen.

Maxnivån för resor och utlägg

20 resor per kvartal	20 000 kr i utlägg för dagligvaror
50 000 kr i utlägg för sällanköpsvaror	10 000 kr i utlägg för drivmedel
10 000 kr i utlägg för restaurang	10 000 kr i utlägg för logi
5 000 kr i utlägg för transporter	10 000 kr i utlägg för aktiviteter

Samtliga övre utläggsgränser per kostnadslag är angivna i svenska kronor. För utläggstalen per kostnadslag har det antingen varit någon enstaka observation som justerats ner eller så har ingen angett ett utlägg högre än maxgränsen för kategorin.

De respondenter som inte kunnat svara på utläggsfrågorna har påförts ett medelvärde på den utläggsposten för respektive intervjuperiod och land. Detta för att utläggen ska stämma totalt. Urvalet är stratifierat efter region, ålder och kön, varvid det inte sker någon viktning av materialet i efterhand.

Respondenten har möjlighet att fylla i flera besökta kommuner i Sverige på en resa och utläggsfrågorna är endast kopplade till Sverige. Det finns alltså ingen direkt geografisk koppling mellan region och utlägg i frågeformuläret. I redovisningen har utläggen tillskrivits lika stora delar för alla kommuner man besökt i Sverige. Har en respondent tex angett att den besökt tre kommuner i Sverige, så har en tredjedel av utläggen tilldelats respektive kommun som besökts på resan.

Konsistenskontroll

I en webbpanelundersökning som denna finns inte möjligheten att, som i en telefonintervju eller vid en påplatsintervju, förtydliga frågor som respondenten har svårt att förstå. Det är också svårare att bedöma om respondenten svarar korrekt och lämnar trovärdiga svar. För att kontrollera om svaren är rimliga har ett antal konsistenskontroller gjorts av materialet. Kontrollerna har bland annat testat om respondenten uppgett samma ålder och kön som vid rekryteringen till panelen. En orsak till att respondenten uppger annan ålder eller kön kan vara att man låter en annan person i hushållet fylla i undersökningen. Det har även gjorts kontroller av om resan verkar rimlig i form av att antalet dagar i Sverige stämmer överens med antalet nätter i Sverige etc. Slutligen har det också kontrollerats för att man inte besökt orimligt många kommuner, bostäder i orimligt många boendeformer, etc.

Totalt innebär borttagandet av orimliga intervjuer och nedskalkningen av extrema värden att antalet resor blir något färre och utläggerna något lägre i undersökningen än om man inte satt en maxgräns, men å andra sidan blir undersökningen robustare på att visa utveckling över tid.

Tabell 8 Redovisning av borttagna intervjuer i undersökningen mar 2010-sep 2011

	Antal intervjuer	Procent
Ej bortplockade intervjuer	21 908	95,0
Ålder saknas	4	0,0
Över 73 år	412	1,8
Under 17 år	91	0,4
2 års skillnad i ålder mellan panelinfo och svar i intervjun	150	0,7
Olika kön i panelinformationen och i intervjun	105	0,5
Fler än 12 personer i hushållet	17	0,1
Mer än 80 resor per kvartal	6	0,0
2 dagar eller fler på resan men inga övernattningar	14	0,1
Angett att man inte övernattnat på resan samtidigt som man angett nätter per boendeform	51	0,2
Fler boendeformer än övernattningar på resan	66	0,3
Minst 2 nätter mer än dagar på resan	50	0,2
Minst 2 dagar mer på resan än övernattningar	24	0,1
Besökt fler än 12 kommuner	14	0,1
Besökt fler än 10 Besöksmål	4	0,0
Övernattat i fler än 6 boendeformer på resan	150	0,7
Totalt antal intervjuer	23 066	100,0

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Kalibrering

I Gränshandelsundersökningen har vi sett att den följer den generella utvecklingen i Inkvarteringsstatistiken och för valutakursförändringar som kortsiktigt påverkar incitamenten för gränshandel. Detta har indikerat att Gränshandelsundersökningen fungerar för att mäta tidsserieförändringar. En annan sak är om undersökningen ligger på rätt nivå. Detta har gjort att vi eftersökt annan data att jämföra Gränshandelsundersökningen med. Två källor man kan använda för att jämföra om undersökningen ligger på rätt nivå är Luftfartverkets flygstatistik, i kombination med deras urvalsundersökning på flygplatserna, och Inkvarteringsstatistiken. Tyvärr är både antalet övernattningsresor och antalet flygresor i undersökningen för få för att undersökningen ska kunna jämföras mot dessa källor. Det skulle behövas betydligt fler resintervjuer per år från respektive land för att kunna göra denna jämförelse.

Undersökningen har istället jämförts med den norska Statistisk Sentralbyråns (SSB) undersökning av turism och med regional handelsstatistik. För handelsstatistiken har vi tittat på den regionala handelsstatistiken för kommuner som ligger i anslutning till Norge eller där vi fått annan bekräftelse på att den norska gränshandeln är betydande i kommunen. Där har försäljningsindex jämförts med ett medeltal av försäljningsindex för kommuntypen. I beräkningarna har vi antagit att 20 procent av den norska handeln inte ligger i svenska kommuner som ligger i anslutning till gränsen mot Norge. Utifrån omsättningstatistiken bedöms den norska gränshandeln under de tre första kvartalen uppgå till 9,8 miljarder i dagligvaruhandeln. Kalibrerar vi Gränshandelsundersökningen efter antalet resor i den norska SSB-undersökningen får vi motsvarande omsättning till 10,0 miljarder i detaljhandeln. Att två så olika metoder ger så närliggande resultat visar att en nedskalning av antalet resor troligen ligger mycket nära ett verkligt värde.

För den finska och danska turismen är det inte möjligt att göra samma jämförelser. Speciellt då en stor del av turismen från de länderna går till storstäderna Malmö eller Stockholm och det därför är svårt att avgöra hur stor del av handeln som kommer av turism från andra nordiska länder, annan turism, arbetspendling och skillnader i inkomst mellan regionerna. Det har antagits att skattningarna är jämbördiga mellan länderna och därför har även de danska och finska resorna skalats ner till 51 procent av ursprungsvärdet.

BILAGA 2. TABELLBILAGA

I denna bilaga presenteras siffrorna bakom de viktigaste figurerna i rapporten. Tabellerna är benämnda med samma namn som figuren i rapporten

Figur 9. Miljoner resor per restyp och hemland år 2011

	Norge	Finland	Danmark	Totalt
Shopping över dagen	5,9	0,9	0,7	7,5
Shopping med övernatning	0,4	0,2	0,5	1,0
Övrig dagresa på fritiden	0,7	0,8	0,6	2,1
Övrig övernattningsresa på fritiden	1,9	0,6	1,0	3,5
Arbete dagresa	0,1	0,1	0,2	0,3
Arbete övernattningsresa	0,2	0,2	0,2	0,6
Arbets- eller studiependlingsresa	0,3	0,1	0,4	0,8
Totalt	9,5	2,9	3,5	15,8

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen

Figur 10. Miljoner resor per färdstätt och hemland år 2011

	Norge	Finland	Danmark	Totalt
Annat	0,1	0,2	0,0	0,4
Buss	0,3	0,3	0,4	0,9
Tåg	0,2	0,1	0,7	1,0
Båt	0,2	1,0	0,2	1,4
Flyg	0,3	0,1	0,2	0,6
Bil/MC	8,3	1,2	1,9	11,4
Totalt	9,3	2,9	3,5	15,7

Källa: HUI Research, Gränshandelsundersökningen