

Besökarnas betydelse för den lokala handeln

Handeln i svenska kommuner drivs till stor del av den lokala befolkningens konsumtion. Oftast genomför konsumenterna sina inköp på hemmaplan, men rör sig många gånger även över kommungränserna för att besöka regionens starka handelsdestination med ett större utbud av köpcentrum och handelsområden. Utöver detta finns även en kapitalstark grupp konsumenter som lägger omfattande summor i svenska butiker - turisterna. Turismen står för 12 procent av omsättningen inom svensk detaljhandel*, en andel som är betydligt högre i vissa delar av landet.

Totalt stod turismens konsumtion i Sverige för 317 miljarder kronor under år 2017. En avsevärd andel av denna konsumtion ägnas åt varuinköp – 30 procent av reskassan hamnade i svenska butiker**. Detta kan jämföras med de övriga huvudsakliga utgiftsområdena inom besöksnäringen i form av boende samt restaurang, som tillsammans står för ungefär lika stor andel som detaljhandeln, med 33 procent av reskassan.

Besökarna gynnar alltså de lokala näringarna, oavsett om det är svenska eller utländska turister. De utländska besökarnas konsumtion i detaljhandeln har dock växt betydligt kraftigare under den senaste tioårsperioden än motsvarandevis för de svenska. De utländska besökarnas varuinköp har sedan 2007 ökat med 78 procent, samtidigt som de svenska besökarnas varuinköp enbart har ökat med 2 procent under perioden.

Även om turister spenderar lika mycket på varuinköp som på boende och restaurang så tenderar detaljhandeln hamna i skuggan av dessa branscher, mycket tack vare att logi- och restaurangbranscherna i betydligt högre utsträckning är beroende av de tillfälliga besökarna. Faktum är dock att de tillfälliga besökarna gör tydligt avtryck i den lokala handeln i många svenska kommuner. Strömstad (981), Åre (197), Borgholm (109), Gotland (108) samt våra storstadsregioner är exempel på kommuner med starka försäljningsindex där turism i olika former ger betydande tillskott till handeln. Genom att arbeta aktivt mot kommunens besökare kan de lokala handlarna bättre ta tillvara på gruppens potential, vars köpkraft väntas öka ytterligare under de kommande tio åren***.

* Tillväxtverket, HUI Research

** SCB/Tillväxtverket

*** Svensk Handel