



VATTENRIKET 2011

Utförd av Resurs AB, Februari 2012
på uppdrag av Kristianstads kommun

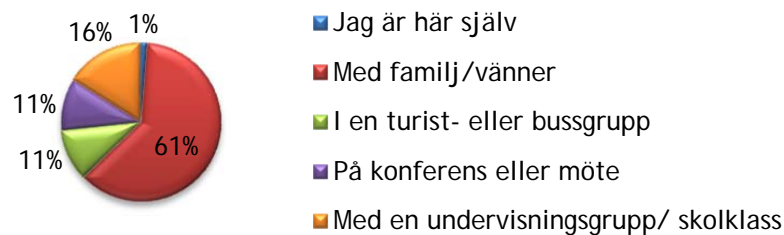
SAMMANFATTNING

Totalt gjordes det 148 250 besök i Vattenriket under 2011. Juli månad toppar med över 22 000 besök.

Besökens geografiska fördelning:

△ Kristianstad	40 400
△ Övr Skåne	53 750
△ Övr Sverige	33 500
△ Utland	20 600

Fördelningen av besökarna utifrån vilken typ av grupp eller sällskap.



Anledningen för att besökaren åkte till Kristianstad var för att besöka Vattenriket, blir högre procentandel ju kortare avstånd till anläggningen.

△ Övriga Skåne	61,6 %
△ Övriga Sverige	36,8 %
△ Utland	33,1 %

Släkt, vänner och tidning/tidskrifter är betydande efter "Hur besökaren först fick information om naturum/Vattenriket. För utländska besökare är turistbyrån också en viktig informations källa.

Totalt övernattade besökarna 169 000 nätter i Kristianstads kommun. Andelen nätter ifrån besökarna som hade huvudanledning att besöka naturum/Vattenriket utgjorde 16,1 % eller 27 200 nätter.

Konsumtionen ifrån besökarna uppgår till totalt 85 miljoner kronor och utifrån de med huvud anledning för att besöka Vattenriket 24,9 miljoner kronor.

Av de som hade huvud anledning att besöka Vattenriket skapade 19 stycken årssysselsatta och besökarna totalt 75 årssysselsatta.

Skatteintäkterna för Kristianstads kommun är totalt 6,3 miljoner kronor och för de med huvud anledning att besöka Vattenriket 1,8 miljoner kronor.

		Huvud anledning
Kommunala	6 282 000	1 838 000
Landstings	3 129 000	916 000

VATTENRIKET 2011

SYFTE

Syftet med undersökningen är att få en uppfattning vad besökarna till Vattenriket tillfört Kristianstads kommun i form av besöksomsättning, årsarbeten inom olika branscher samt skatter och avgifter till landsting och kommun.

Bakgrund

För att få ett begrepp om vilka ekonomiska effekter Vatten riket ger i sysselsättning och ekonomi, har Vattenriket gett Resurs AB i uppdrag att utföra en beräkning på detta.

Besökarna till Vattenriket berör inte bara själva naturområdet utan även näringen i omgivningarna påverkas. Besökarna utnyttjar transporter, övernattar, shoppar och går ut och äter. Detta påverkar Kristianstads kommun.

Metod

All insamlad information har databehandlats i TuristEkonomiska Modellen (TEM[®]). Detta är ett program (modell) speciellt framtaget för att få resultat på ekonomiska och sysselsättningsmässiga effekter av resor och turism. Resurs AB har över tio års vana av denna typ av arbeten och är förmodligen det företag som gjort flest ekonomiska utvärderingar av detta slag.

Förutom ekonomiska effektberäkningar för destinationer i Sverige och utomlands, har Resurs även utfört 100-tals beräkningar av bland annat evenemang och anläggningar av olika slag.

Genomförande

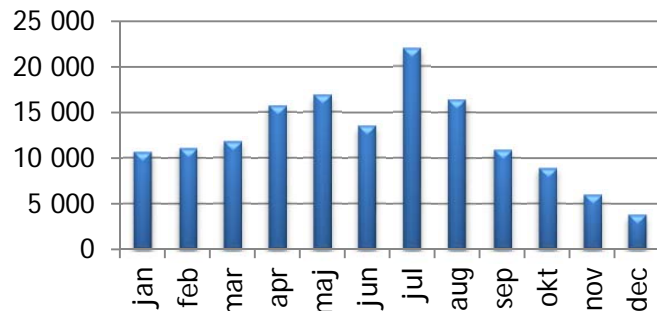
Tio stycken slumpvis utvalda besökare intervjuades varje dag under perioden 15 juni till och med december 2011. Intervjuerna registrerades sedan i ett webbsystem för vidare behandling. Totalt gjordes det 1 729 intervjuer.

Efter sammanställning och bearbetning av intervjuerna behandlades datan i TEM. För att göra de olika ekonomiska beräkningarna har grunden varit TEM Kristianstad 2010.

VATTENRIKET 2011

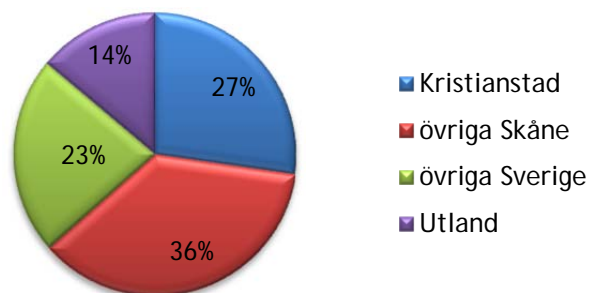
Totalt gjordes det 148 250 besök i Vattenriket under 2011. Under juli månad gjordes det över 22 000 besök.

Diagrammet till höger visar fördelning per månad över året.



Besöken fördelades sig geografiskt enligt följande:

△ Kristianstad	40 400
△ Övr Skåne	53 750
△ Övr Sverige	33 500
△ Utland	20 600



Av de övriga Sverige besöken kom 20 % ifrån Stockholms län, 16 % ifrån Blekinge län och 14 % ifrån Västra Götalands län.

En tredjedel (33 %) av de utländska besöken kom ifrån Danmark, 20 % ifrån Tyskland och Storbritannien hade 8 % av besöken.

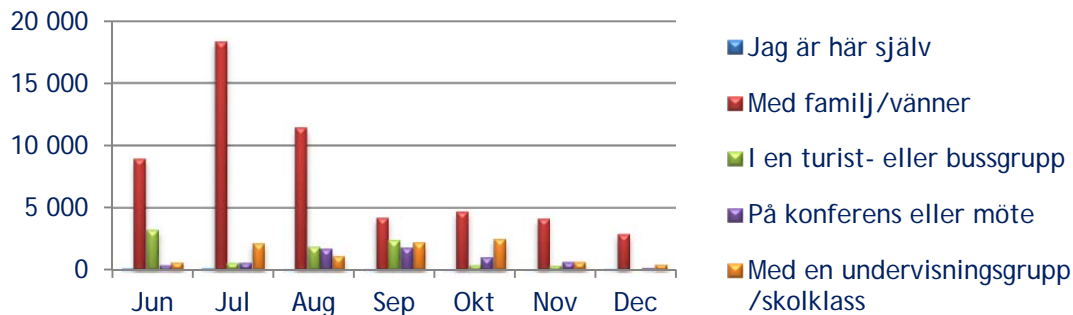
Besökarna kommer till Vattenriket i olika typer av grupper eller sällskap, uppdelning har gjorts i fem grupper.

	Antal personer i sällskapet
△ I en turist- eller bussgrupp	27,0
△ Med en undervisningsgrupp/skolklass	16,7
△ Med familj/vänner	3,8
△ På konferens eller möte	13,8
△ Jag är här själv	1,0

Fördelningen av besökarna utifrån vilken typ av grupp eller sällskap.



Då intervjuerna påbörjades i juni, kan bara resultat i detta diagram visas från juni till december.



Anledningen för att besökaren åkte till Kristianstad var för att besöka Vattenriket, blir högre procentandel ju kortare avstånd till anläggningen.

△ Övriga Skåne	61,6 %
△ Övriga Sverige	36,8 %
△ Utland	33,1 %

Släkt, vänner och tidning/tidskrifter är betydande efter "Hur besökaren först fick information om naturum/Vattenriket. För utländska besökare är turistbyrån också en viktig informations källa. Nedan visas för olika geografiska områden.

<u>Kristianstad</u>		<u>Övriga Skåne</u>	
	%		%
△ Känt sedan tidigare	58	△ Känt sedan tidigare	31
△ Tidning /tidskrift	22	△ Släkt	19
△ Vänner	7	△ Tidning/tidskrift	17
△ Via arbetet eller skolan	6	△ Vänner	17
△ Släkt	4	△ Via arbetet eller skolan	6
△ Via Vattenrikets hemsida	1	△ Radio/TV	3
△ Såg byggnaden och blev intresserad	1	△ Såg byggnaden och blev intresserad	2
△ Radio /TV	1	△ Via Vattenrikets hemsida	2
<u>Övriga Sverige</u>		<u>Utland</u>	
	%		%
△ Släkt	35	△ Vänner	25
△ Vänner	24	△ Släkt	20
△ Känt sedan tidigare	15	△ Tidning/tidskrift	13
△ Tidning/tidskrift	8	△ Turistbyrån	11
△ Via arbetet eller skolan	4	△ Känt sedan tidigare	8
△ Turistbyrån	3	△ Såg byggnaden och blev intresserad	4
△ Såg byggnaden och blev intresserad	2	△ Via Vattenrikets hemsida	4
△ Radio/TV	2	△ Via arbetet eller skolan	3
△ Via Vattenrikets hemsida	2	△ Radio/TV	1
△ Via annan hemsida	1	△ Via annan hemsida	1

Av de tillresta besökarna är det många som övernattar i Kristianstads kommun. Både andelen och antal nätter varierar berodende var ifrån besökaren kommer.

	andel %	Nätter
△ Övriga Skåne	14	3,3
△ Övriga Sverige	54	3,8
△ Utland	64	10,0

Andelen nätter ifrån besökarna som hade huvudanledning att besöka naturum/Vattenriket utgjorde 16,1 % av nätter för besökarna.

	Besökare	Nätter	Hvd anledn Nätter
△ Sverige	22 200	83 800	13 100
△ Utland	14 800	86 000	14 100
△ Totalt	37 000	169 000	27 200

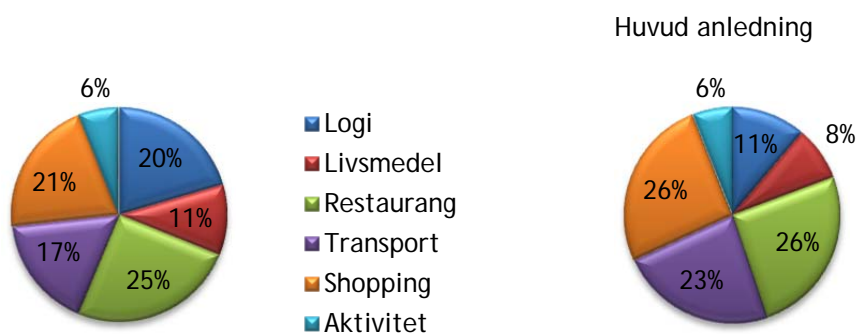
EKONOMI OCH SYSSELSÄTTNING

Den angivna konsumtionen i resultatet avser omsättning inklusive moms och hänsyn till detta görs vid beräkning av sysselsättning och skatteeffekter. Momsen är 12 % för logi och livsmedel, 6 % för transport och 25 % för övriga. Som grund för beräkningar är utläggstalen TEM Kristianstad 2010.

Konsumtion (kr)

Konsumtionen från besökarna till Vattenriket är uppdelat på de som hade huvudanledning för sitt besök att besöka Vattenriket och de som passade på att besöka när de var i området.

		Hvd anledning
△ Logi	17 407 000	2 785 000
△ Livsmedel	9 056 000	2 013 000
△ Restaurang	21 401 000	6 357 000
△ Transport	14 428 000	5 805 000
△ Shopping	17 597 000	6 425 000
△ Aktivitet	5 152 000	1 501 000
△ Totalt	85 041 000	24 886 000

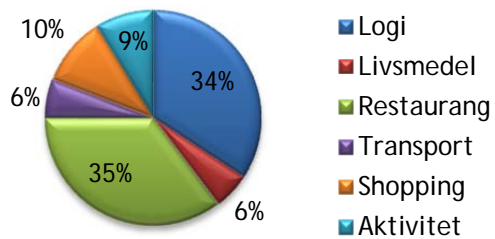


- △ **Logi** - Posten avser logiintäkter för boendeanläggningar, som hotell, vandrarhem, stugor och camping.
- △ **Livsmedel** - Denna post avser i inköp av livsmedel och kioskvaror.
- △ **Restaurang** - Restaurangkonsumtion sker dels på restauranger och andra utskänkningsställen.
- △ **Transport** - Denna post avser främst taxi, buss och bensin.
- △ **Shopping** - Shopping avser olika konsumtionsvarig i övrig detaljhandel.
- △ **Aktivitet** - Aktivitetsomsättningen avser entréavgifter till utställningar, museer, golf greenfee, osv.

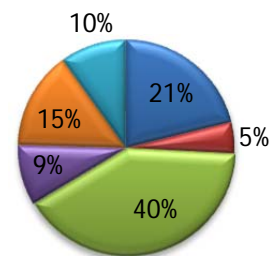
Sysselsättning (årssysselsatta)

Utifrån konsumtionen görs en beräkning för antalet sysselsatta.

		Hvd anledning
△ Logi	26	4
△ Livsmedel	4	1
△ Restaurang	26	8
△ Transport	4	2
△ Shopping	8	3
△ Aktivitet	7	2
△ Totalt	75	19



Huvud anledning



SKATTEINTÄKTER OCH AVGIFTER

Skatteintäkten avser bruttobelopp utan hänsyn taget till skatteutjämningsreformen. För nuvarande innebär denna att en ökad skatteintäkt med en miljon kronor minskar skatteutjämningsbidraget med motsvarande belopp.

Den stora vinsten som kommun och landsting erhåller är dock främst minskade kostnader för arbetslöshetsåtgärder och andra bidrag. Det kan också bidra till ökad inflyttning och därmed högre skattekraft.

		Huvud anledning
Kommunala	6 282 000	1 838 000
Landstings	3 129 000	916 000

