

Isidrotternas betydelse för Örnsköldsvik

Martin Karlsson
Åsa Widmark

Maj 2013

Visit Västernorrland

Inledning

Isidrotterna har sedan lång tid tillbaka en framträdande plats i Örnsköldsvik med omnejd. Frågan är hur central roll ishockeyn och konståknigen har för den lokala och regionala tillväxten och samhällsutvecklingen i stort?

Isidrotternas föreningsverksamhet i Örnsköldsvik är omfattande och spänner från breddverksamhet till elitsatsning. Det har tidigare inte gjorts någon studie som på ett heltäckande sätt påvisar den samlade isidrottens betydelse för Örnsköldsvik. Syftet med denna rapport är därför att belysa de primära och sekundära effekter som isidrotterna ger upphov till. Målet är att visa på hur olika typer av effekter uppkommer ur flera perspektiv; på kort och lång sikt, direkt och indirekt, monetärt och icke monetärt etc.

Konkret kan det handla om hur isidrotterna direkt påverkar utvecklingen inom specifika näringsgrenar, t.ex. handel och besöksnäring (restaurang, caféer mm). Det kan också handla om katalytiska effekter, d.v.s. hur isidrotterna bidragit till att skapa eller påskynda nya investeringar. Det har också varit en ambition att försöka förstå hur isidrotterna påverkar invånarnas vardagsliv och välbefinnande.

Kort sagt; hur betydelsefulla är isidrotterna för kommunens och regionens invånare, företag, organisationer och institutioner? Och vad betyder det i förlängningen för stadens varumärke?

Bakgrund och historik

Isidrotternas historik och utveckling

I Örnsköldsvik finns en väldigt gammal kultur när det gäller isidrott. Faktum är att isidrotterna har funnits med i stadens utveckling sedan tiden före kriget och oftast haft en central roll. Vid tiden omkring 1950-talet insåg familjen runt Mo och Domsjö AB att motion, friskvård och hälsa var viktigt för företagskoncernens utveckling. Vinteridrotter har alltid varit viktiga i Örnsköldsvik och företaget Mo och Domsjö's inverkan på utvecklingen var stor då man byggde "isytor i varje kvarter" för sina anställda.

MODO Hockey bildades på 1920-talet som Alfredshems IK men bytte 1963 namn till MoDo AIK. I slutet av 80-talet delades föreningen upp i en ishockey- och en fotbollsförening och hockeysektionen blev MODO HK. Konståkningsklubben i Örnsköldsvik startade på 50-talet. Konståkningsklubben startade först som sektion inom ÖSK men blev en självständig förening 1970. Inom Örnsköldsviks Konståkningsklubb finns en skridskoskola för barn från 3 år och uppåt. Det finns inget formellt samarbete mellan ishockeyn och konståkningsklubben. Det är två skilda idrotter som verkar på samma rink. Men även om det inte finns något formellt samarbete så kan skridskoskolan till viss del beskrivas som en slags plantskola till ishockeyn.

När man talar om isidrotter i Örnsköldsvik är det omöjligt att komma runt det faktum att det mesta cirkulerar runt ishockeyn. Att ha en så extremt stark föreningsverksamhet innebär främst fördelar för kommunen och andra föreningar. Det bidrar till en professionalism kring idrotten som i sin tur skapar ringar på vattnet även åt andra föreningar. Det skapar också spin off-effekter som andra verksamheter också kan ta del av. Det är dock inte oproblematiskt att en aktör är så stor och dominerande. Det går inte att bortse från att MODO Hockey tar en stor del av den kaka som ska delas av alla föreningar. Baksidan kan vara att annan verksamhet får stå tillbaka när resurserna ska fördelas och det växer som bekant knappt något gräs alls under ett kraftigt träd. Samtliga som intervjuats poängterar dock att de positiva effekterna av ishockeyn generellt och MODO Hockey specifikt överväger klart.

Isidrotter innebär elitidrotter i Örnsköldsvik. Men elitverksamhet föder också breddverksamhet och vice versa. Ett starkt idrottsfäste med en bra breddverksamhet får fram elitspelare. Föreningar som frodas och mår bra ekonomiskt har förmåga att hitta nya utövare och ledare. Elitklubben MODO Hockey skapar en rekryteringsbas att ösa ur och att utveckla talanger – både bland utövare och bland ledare. Elitidrotten stärker också förutsättningarna för ett idrottsgymnasium och ungdomar ser upp till och vill vara nära de äldre spelarna i A-lagen. Det stärker också stadens attraktivitet att unga människor vill söka sig till Örnsköldsvik.

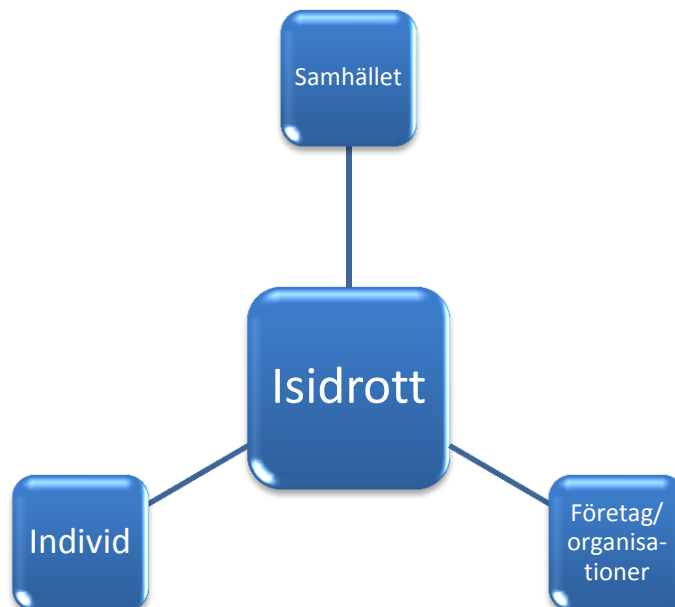
Det är fascinerande med en så starkt idrottsrörelse som den i Örnsköldsvik. Både konståkningsklubben och ishockeyn är starka fästen som präglas av både företagsamhet och ett starkt driv. Det kännetecknande är just att det finns en professionalism och "vinnarskalle"-mentalitet kring isidrotterna, något som bidrar positivt till Örnsköldsviks vision "Världsklass 2015".

Direkta och indirekta effekter av isidrotterna

Isidrotternas verksamhet påverkar många intressenter och aktörer i Örnsköldsvik. Det är också en verksamhet som skapar förutsättningar för Örnsköldsvik på många olika plan. Men vilka effekter kan man tala om att isidrotterna skapar? Denna rapport har identifierat ett antal områden där isidrotterna direkt och indirekt har haft och har påverkan.

Först som sist ska sägas att det genom intervjuerna framkommit att det främst är ishockeyn i allmänhet och MODO Hockey i synnerhet som skapar störst samhällsavtryck. Därmed inte sagt att övriga isidrotter inte spelar någon roll. Flera av de andra ishockeyklubbarna är viktiga komplement och Örnsköldsviks Konståkningsklubb har också en nationellt stark ställning – om än inom en idrott som inte är lika medial och stor som ishockeyn.

Figur: Intressentmodell



De direkta och indirekta effekterna har delats in i följande områden:

Effekter på näringslivet i Örnsköldsvik

- *MODO Hockey, en dörröppnare*
- *Fjällräven Center, en strategiskt viktig pusselbit i stadsutvecklingen – från Dövik till Glödvik!*
- *Isidrotterna som en katalysator för besöksnäringens utveckling*
- *Fjällräven Center har skapat förutsättningar för ett breddat evenemangsutbud*
- *NHL-återvändarnas betydelse för investeringar och verksamhetsutveckling*

Effekter på föreningslivet i Örnsköldsvik och sporten i stort

- *Bättre könsbalans inom isidrotterna - både vad gäller publik och utövare*
- *Utveckling av ishockeyn på nationell nivå*
- *MODO Hockey har fungerat som förebild för andra klubbar och städer*
- *NHL-återvändarna har bidragit till ökad välgörenhet i samhället*

Invånarnas identitet och välbefinnande

- *Identitetsskapande*
- *Självförtroende och självkänsla*
- *Framtidstro och drömmar*
- *Stolthet och välbefinnande*
- *Stärker det sociala kittet*
- *Motion och hälsa samt en meningsfull fritid*
- *Uppfostran och förebilder*
- *Produktivitet*
- *Ambassadörskap*
- *Internationella influenser och inspiration*

Örnsköldsviks image

- *Isidrotternas betydelse för bilden av Örnsköldsvik*

Effekter på näringslivet

- MODO Hockey, en dörröppnare

MODO Hockey har på olika sätt betydelse för näringslivet i Örnsköldsvik. Direkt genom att man i samband med matcherna genererar intäkter till restauranger, caféer, hotell och handel (vilket belyses separat i stycket om turistekonomiska effekter) och indirekt genom att flera intervjuade poängterade att man genom Fjällräven Center, med sina 50 loger, är kommunens viktigaste mötesplats för näringslivet. Två gånger i veckan skapas det möjligheter till både formella och informella möten för näringslivet. Detta ger företagen möjlighet att ta med både interna och externa gäster. Här påverkas och avgörs många frågor.

Företagen använder MODO Hockey och Fjällräven Center för att bygga relationer både internt och externt. Och affärer och företagande är i mångt och mycket relationer. Vid kontakter med andra företag är det ett mervärde för ett företag att vara knutet till MODO Hockey. Det är en del av många företags identitet och man känner en stolthet över att få berätta MODO:s historia. Det är också vanligt att representanter från andra företag väljer att komma på möten i samband med matchdagar vilket tydligt visar på MODO Hockeys starka varumärke och dragningskraft på näringslivet. Flera företagare vittnar också om att man i relationer med andra företag runt om i landet ofta använder MODO Hockey som "dörröppnare". Många vill prata ishockey och det skapar ofta ett försprång. Det är en enkel start på ett säljsamtal och blir ett naturligt samtalsämne som skapar en ingång som är svår att värdera i kronor och ören. Det är lättare att prata om hockey än om väder och "alla" frågar företagare från Örnsköldsvik om man känner Peter Forsberg.



Örnsköldsvik jobbar med ett långsiktigt utvecklingsarbete, Världsklass 2015. Det innebär en ökad ambitionsnivå inom många områden där ett antal utmaningar för Örnsköldsvik lyfts fram. I nuläget kan man i princip tala om tre områden i Örnsköldsvik som kan anses hålla absolut världsklass; företag i världsklass (delar av exportindustrin), skärgård i världsklass och isidrotter i världsklass. Ishockeyn är ett av tre ben där kommunen visat sig kunna exportera produkter av absolut yppersta världsklass vilket har ett stort symbolvärde. MODO Hockey och Fjällräven Center bidrar också till att det är lättare för Örnsköldsviks kommun att samarbeta med andra kommuner.

Sammanfattningsvis beskrivs MODO Hockey som ett tydligt mervärde för näringslivet. Det är inte avgörande men det fungerar lite som tungan på vågen.

Blir produktionsresultatet bättre dagen efter att MODO Hockey vunnit en match?

Frågan är i princip omöjlig att besvara men faktum är att flera av dem som intervjuats menar att glädjen efter en seger gör att produktiviteten faktiskt förbättras.

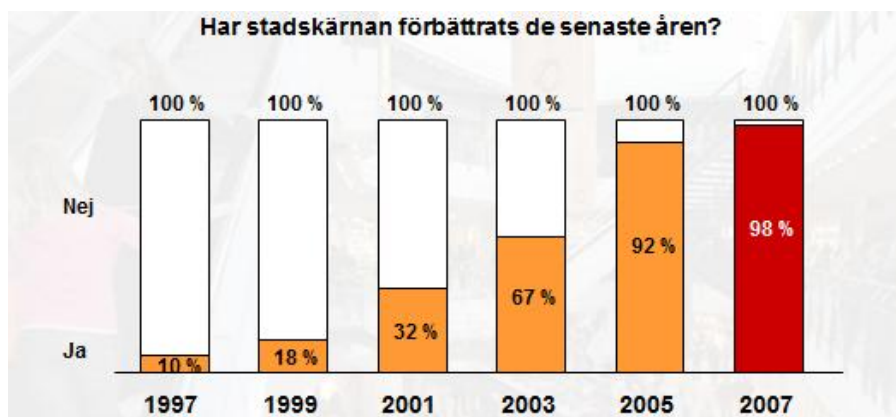
Fjällräven Center, en strategiskt viktig pusselbit i stadsutvecklingen

– från "Dövik" till "Glödvik"

Fjällräven Center har sedan arenan byggdes blivit vad man kallar ett landmärke och ett smycke i staden. Lite grann som Operahuset i Sydney utan några jämförelser i övrigt. Den senaste tioårsperioden har hela Örnsköldsviks innerstad utvecklats och hamnområdet har rustats upp. Fjällräven Center har varit och är en strategiskt central pusselbit för att utveckla stadskärnan och att sätta fart på andra infrastrukturinvesteringar. Och utan isidrotter och MODO Hockey - inget Fjällräven Center.

När MODO Hockey flyttade från Kempehallen som låg i ett industriområde in till stadens finrum och Fjällräven Center blev det en kick för hela Örnsköldsvik. Arenan har varit en boost för stadsutvecklingen även om det är många faktorer som samverkar och det ibland kan vara svårt att avgöra vad som är hönan och vad som är ägget. För tioåret är sedan ansåg många att staden var helt död efter kl. 17. Det gjorde att begreppet "Dövik" var allmänt vedertaget. Sedan beslutet kom att bygga arenan har det också byggts gallerior i city samt bostäder och kontor vid hamnen i anslutning till arenan. Fjällräven Center har definitivt varit en katalysator för att skapa en mer attraktiv stadskärna. Det har mobiliserat fastighetsägare och köpmän. Det var enklare att fatta beslut om en galleriinvestering på 150 miljoner när man visste att arenan skulle byggas.

Genom flytten från en islada till en fullskalig multiarena växte MODO Hockey också i en större kostym och är idag i sig självt ett betydande företag i kommunen som årligen omsätter runt 130 MSEK och har runt 100 anställda. En sådan omfattande verksamhet skapar också lokal efterfrågan på varor och tjänster hos olika underleverantörer. I och med flytten har man också blivit en hävstång för andra näringar. Både hotell, restaurang/café och handel har fått ett uppsving efter att Fjällräven Center invigdes. Citykärnan, stadens vardagsrum, har blivit mer levande. MODO Hockey är en spjutspets i Örnsköldsvik som drar med sig mycket annat och skapar en positivitet.



I samband med flytten till ny arena började man också attrahera mer folk och fick en bredare publik. Fjällräven Center utvecklade hela MODO Hockey. I dagsläget är det lika mycket folk på en vardagsmatch nu som det var i en fullsatt final i Kempehallen. Och det faktum att det numera är 20-25% mer folk på matcherna gör att underlaget för framför allt restauranger och café har ökat markant. Det är inte många verksamheter i Örnsköldsvik som attraherar 6 000 människor två gånger i veckan.

Det är möjligt att delar av stadsutvecklingen hade skett ändå men helt klart har Fjällräven Center varit en katalysator för stadslivet och en påskyndare av stadskärnans utveckling. Sammanfattningsvis är stadskärnans utveckling en av de mest positiva effekterna och det var också en av anledningarna till byggandet av Fjällräven Center. Som jämförelse kan nämnas att i t.ex. Karlstad och Jönköping byggdes de nya arenorna intill de gamla. Örnsköldsvik var först med att bygga arenan på ett nytt ställe. Ett viktigt argument var att få mera liv i staden under veckodagarna och utveckla handeln samt hotell- och restaurangverksamheten. Man kan i efterhand konstatera att det var en strategiskt lyckad satsning.

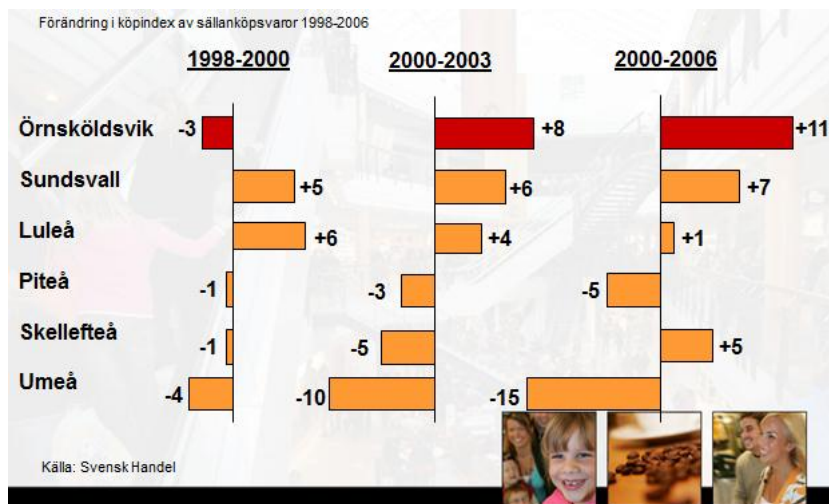
Isidrotterna som en katalysator för besöksnäringens och handelns utveckling

Besöksnäringen beskrivs ofta som världens största och mest växande näring. Svensk besöksnäring är i stadig tillväxt sedan många år tillbaka och år 2012 omsatte näringen 264 miljarder SEK och skapade 162 000 årsverken. Sedan år 2000 har det som ett resultat av turismen tillkommit mer än 30 000 nya årsverken i Sverige, vilket är en ökning med nästan 25 procent. Det är kanske den största anledningen till att besöksnäringen röner allt högre status och idag talar de flesta politiker och tjänstemän om näringen som en viktig bransch för framtiden, både när det gäller att skapa tillväxt och sysselsättning.

Besöksnäringen i Örnsköldsviks kommun omsätter cirka 1,5 miljarder kronor per år och ger upphov till drygt 1 000 årsverken. År 2012 gjordes cirka 200 000 kommersiella övernattningar (t.ex. hotell, stugby, vandrarhem och camping).

Varje år görs det ca 170 000 besök i samband med MODO Hockeys hemmamatcher i grundserien. Efter att laget flyttat till Fjällräven Center har det hänt något med besöket. Tidigare gick man på en hockeymatch, idag är det en helhetsupplevelse. Många äter något före match och/eller gör något efter matchen. Detta har gjort att restaurang, handel och hotell har fått ett uppsving omsättningsmässigt. MODO Hockey är också en angelägenhet för fler än Örnsköldsviksborna. Laget är folkkärt och i en undersökning som SCB gjort visade sig att MODO var det femte starkaste varumärket i Sverige och många har MODO som "andralag". Supporterföreningen MODO Syd lär ha 2 – 3 000 medlemmar.

Matcherna lockar alltså också tillresande besökare vilket innebär ökad beläggning på hotellen och mer folk på krogarna i samband med match. Är det en vardagsmatch är det mycket affärsresenärer och är det en helgmatch är det mycket fritidsresenärer på plats. Under lördagsmatcher är det inte ovanligt att människor från Härnösand, Umeå och andra kommuner kommer till Örnsköldsvik för att titta på MODO Hockey, bada på Paradisbadet och att shoppa och äta. Ett MODO-evenemang är en tydlig regional reseanledning. I dag är det därför vanligare att man förlägger matcher på fredagar och lördagar istället för torsdagar och söndagar som förut och denna konceptualisering har också inneburit att det har blivit mer tillresande kvinnor och barn i samband med matcherna. Om det inte varit för MODO Hockey hade troligen fler av den här typen av helgresor gått till städer som Sundsvall och Umeå.



Örnsköldsvik
Årets Stads kärna
i Sverige 2001

Örnsköldsvik
Årets Stads kärna
i Sverige 2008

Restaurangnäringen har ökat kraftigt sedan Fjällräven Center tillkom. Tidigare fanns det knappt tio restauranger i Örnsköldsvik, idag finns det runt 30 stycken. Detta har skapat positiva effekter för både företag och för Örnsköldsviksbor, även när det inte är matcher. Staden har blivit mer levande vilket har varit starkt bidragande till att begreppet "Dövik" har försvunnit. Istället talar man allt mer ofta om "Glödvik". Fjällräven Center och MODO Hockey är en viktig beståndsdel för denna utveckling. Örnsköldsvik har också blivit utsedd till bästa stads kärna två gånger under loppet av en tioårsperiod.

Det finns numera också långtgående planer på att ytterligare stärka kopplingen mellan Fjällräven Center och besöksnäringen. Dels genom att man planerar att skapa ett hockeyens "Hall of fame", ett slags interaktivt hockeymuseum för att göra MODO Hockey och Fjällräven Center till en än starkare reseanledning och få besökare att stanna ytterligare lite längre. I samband med detta finns också planer på att förlägga turistbyrån i Fjällräven Center. Och generellt funderar MODO Hockey mycket på hur man ska kunna använda arenan ännu bättre och mer varierat. Därmed är detta en del i hela stadens destinationsutveckling.

Isidrotternas turistekonomiska betydelse för Örnsköldsvik

Isidrotternas betydelse för Örnsköldsviks besöksnäring kan åskådliggöras genom att beräkna dess bidrag till turistkonsumtionen. Turism definieras som människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften.¹ De evenemang och de aktiviteter som är kopplade till idrotten genererar besökare i form av deltagare och publik till Örnsköldsvik. En del av besökarna reser till Örnsköldsvik från en annan kommun eller region och definieras således som turister. Ett evenemangs turistekonomiska omsättning utgörs av samtliga turisternas totala konsumtion i samband med besöket i kommunen, i detta fall Örnsköldsviks kommun.

År 2011 beräknade HUI Research det turistekonomiska värdet av Elitserien. Ligan genererade uppskattningsvis en turistkonsumtion på totalt 170 miljoner kronor 2010. MODO Hockeys matcher ger uppskattningsvis upphov till en turistekonomisk omsättning i Örnsköldsvik på drygt 31 miljoner kronor årligen. Det ska tilläggas att siffran baseras på antalet matcher i grundserien så eventuellt tillkommande slutspelsmatcher skulle höja omsättningen.

Men det är inte bara ishockeyn som bidrar till att locka turister. Andra evenemang kopplade till idrotten, som Örnsköldsviks Konståkningsklubbs isgala lockar konståkningsintresserade från hela regionen. Ett fullt Fjällräven Center i samband med ett isidrottsevenemang med en turistandel på 40 procent bland publiken medför uppskattningsvis en total turistkonsumtion på cirka 500 000 kronor exklusive eventuell biljettintäkt.

Ett stort intresse för ishockeyn medför även att det årligen genomförs både hockeyskolor och ishockeycuper i Örnsköldsvik. MODOcupen är en nationell ungdomsturnering i ishockey som uppskattningsvis lockar cirka 500 deltagare och ledare, varav 95 procent bedöms vara turister. Turneringen genomförs under tre dagar och genererar cirka 1 350 gästnätter. Med en genomsnittlig dygnskonsumtion, exklusive deltagaravgifter, på 400 kronor per person medför det en total turistkonsumtion i Örnsköldsvik på nästan 600 000 kronor.

¹ Källa: FN

Förutom MODOcupen genomförs årligen ett 30-tal ungdomsturneringar med i genomsnitt ca 125-150 deltagare i åldern 10-18 år. Även i dessa fall är deltagandet av nationell karaktär med lag från Kiruna i norr till Skåne i söder och där, förutom deltagarna själva, föräldrar och övriga familjen inte sällan följer med. Dessa cuper arrangeras i kommunens övriga ishallar inom ramen för klubbarnas ungdomsidrottsverksamhet.

Tabellen nedan sammanfattar isidrottens turistekonomiska betydelse för Örnsköldsvik.

Aktivitet	Förväntad turistkonsumtion 2012 ²
MODO Hockey, Elitserien – grundserien	31 mkr
MODOcupen	0,6 mkr
Konståkningsklubbens isgala (uppskattning)	0,5 mkr
Övriga ishockeyevenemang i Fjällräven Center (J18, J20, Dam och Ulvö hockey)	0,9 mkr
TV-pucken inkl. ispremiär	1 mkr
Övriga ungdomsturneringar (uppskattningsvis 30 st à 135 deltagare)	3,3 mkr
Total turistekonomisk omsättning till följd av isidrotten	37,3 mkr

Fjällräven Center har skapat förutsättningar för ett breddat evenemangsutbud

Fjällräven Center handlar inte enbart om isytor. Som tidigare nämnts har ishockeyn i sig börjat attrahera en bredare målgrupp och har därmed blivit en bredare nöjes- och kulturyttring. Men det är också en evenemangsarena som används till andra evenemang. Melodifestivalen har arrangerats två gånger och både Thomas Ledin och Björn Skifs också har uppträtt här. Och i höst när Peter Jöback ska på Sverigeturné med sin föreställning "I love musicals" kommer premiären att förläggas till Örnsköldsvik. Arenan i sig har gjort att nöjesarrangörer skapat nya evenemang, t.ex. Ladies night. Det har också påverkat det övriga lokala nöjesutbudet som tvingats jobba hårdare och höja sig ett snäpp.

Flera av dem som intervjuats menar att Örnsköldsvik genom byggandet av Fjällräven Center har kunnat locka till sig evenemang som annars inte vore möjliga och därmed fått ett mer breddat evenemangs- och kulturliv. Och förutom att evenemangsutbudet i sig har blivit bättre bidrar detta till att skapa en stolthet bland invånare. Tabellen nedan visar på den turistekonomiska omsättningen till följd av de evenemang som genomförs på Fjällräven Center under 2012.

² I beräkningarna för MODO Hockeys matcher ingår priset för entrébiljett.

Aktivitet	Förväntad turistkonsumtion 2012 ³
MODO Hockey, Elitserien – grundserien	31 mkr
Övriga isidrotts evenemang (hockey och konståkning) i Fjällräven Center	3 mkr
Övriga evenemang i Fjällräven Center	7 mkr
Total turistekonomisk omsättning till följd av Fjällräven Centers hela evenemangsutbud	41 mkr

Nyckeltal för turistkonsumtion i samband med evenemang

HUI Research har lång erfarenhet av att mäta konsumtion kopplat till evenemang. Med en databas omfattande mer än 50 000 intervjuer kan HUI Research göra kvalificerade skattningar på evenemangs betydelse ur ett turistekonomiskt perspektiv. Beroende på evenemangets karaktär och dess attraktionskraft kan man förvänta sig olika nivåer på turisternas konsumtion. Ett evenemang som lockar en hög andel besökare som övernattar på hotell genererar en högre konsumtion jämfört med evenemang som primärt attraherar dagsbesökare. Tabellen nedan visar förväntad dygnskonsumtion, i intervall, i samband med olika typer av evenemang.⁴

Evenemangstyp	Förväntad konsumtion per person och dygn (exklusive eventuell biljettavgift)
Regionalt evenemang (främst besökare från övriga regionen/länet) - publik	200-400 kronor
Nationellt deltagarevenemang – juniorer	350-450 kronor
Nationellt evenemang (främst turister från andra regioner) - publik	600-800 kronor
Nationellt deltagarevenemang – seniorer	800-900 kronor
Internationellt evenemang (minst 30 % internationella besökare)	950-1 100 kronor

Specifika förutsättningar kan inverka på den verkliga konsumtion vilket medför att ovanstående schablontal skall ses som generella schabloner för de olika evenemangstyperna. Evenemangsturister spenderar främst pengarna inom restaurang och handel men även boende och transport kan förväntas få ökade intäkter beroende på evenemangets karaktär och målgrupp.

En växande service- och tjänstesektor

³ I beräkningarna för MODO Hockeys matcher ingår priset för entrébiljett, dock ej för övriga evenemang i Fjällräven Center.

⁴ Källa: HUI Research

En indirekt effekt av utvecklingen som beskrivits ovan är att Örnsköldsvik genom detta successivt torde få ett mer breddat näringsliv. När fler företag och arbetstillfällen skapas inom besöksnäringen skapas även ringar på vattnet för andra serviceföretag (t.ex. städ, tvätt och transporter). Det skulle innebära att isidrotterna både direkt och indirekt bidrar till att bredda kommunens och regionens näringsliv genom en växande service- och tjänstesektor.

NHL-återvändarnas betydelse för investeringar och verksamhetsutveckling

Isidrotterna har indirekt påverkat både privata och offentliga investeringar i Örnsköldsvik. Det har också gjort att befintliga affärsverksamheter har utvecklats. Det finns flera goda exempel på att individer i sfären runt ishockeyn har både pengar, idéer och är handlingskraftiga. Detta har inneburit att ett antal företag och verksamheter indirekt har rustats upp eller startats upp som en följd av att NHL-spelare återvänt till Örnsköldsvik. Denna typ av investeringar har drivit igång och fungerat som motorer i utvecklingen. Detta tycks vara särskilt unikt för Örnsköldsvik. De mest framträdande exemplen på investeringar är:

- Veckefjärdens GC
- Elite Hotell
- Höga Kusten Flyg
- Ulvö Hotell
- Övik Marina & Motor

Veckefjärdens GC

– en högkvalitativ golfbana som skapades av Peter och Kent Forsberg.

Elite Hotell

– Ett nytt hotell har efterfrågats av företagarna en längre tid då det befintliga hotellutbudet inte riktigt anses hålla måttet. Peter Forsbergs bolag Forspro AB har varit med vid investering av ett nytt hotell som kommer att drivas av kedjan Elite Hotel. Anekdotiskt sägs att det gavs klartecken till bygget när det stod klart att MODO Hockey klarade sig kvar i Elitserien via kvalserien år 2011. Elite Hotel Viken hade knappast kommit till utan Fjällräven Center och utan en elitserieklubb i staden - inget Fjällräven Center.

Höga Kusten Flyg

– För några år sedan genomfördes en reform då dåvarande Luftfartsverket minskade sina flygplatser från 16 till 10. Örnsköldsvik var en av dessa och plötsligt blev tillgänglighetsfrågan en kommunal angelägenhet. Det är viktigt med god tillgänglighet till direktflyg, både för affärs- och privatresenärer. Utan en lokal flygplats ökar risken för att t.ex. ett lokalt marknadskontor på ett nationellt eller globalt företag inte finns kvar. Peter Forsbergs bolag Forspro AB var med och startade bolaget som bidrar till att driva trafik till och från Örnsköldsvik.

Ulvö Hotell

– Hotellet genomgick en totalrenovering och utbyggnad för några år sedan. Bakom projektet stod den hemvändande "NHL-familjen" Marcusson-Sundström. Det uppfräschade hotellet stärker Höga Kustens och hela regionens attraktionskraft.

Övik Marina & Motor

– Bakom Övik Marina & Motor finns ett flertal f.d. NHL-proffs som gjort att kajen och marinan i Örnsköldsvik håller hög standard.

Effekter på föreningslivet

Isidrotterna har påverkat föreningslivet i Örnsköldsvik på olika sätt och kan sammanfattas i nedanstående punkter. Isidrotterna har....:

- ...bidragit till att skapa en bättre könsbalans inom isidrotterna - både vad gäller publik och utövare
- ...bidragit till att utveckla ishockeyn på nationell nivå
- ...fungerat som förebild för andra klubbar och städer
- ...bidragit till ökad välgörenhet i samhället

Isidrotterna har bidragit till en bättre könsbalans – både vad gäller publik och utövare

Örnsköldsvik har en lång tradition och historia när det gäller isidrotter. På 50-talet fanns det en isyta i vart och vartannat kvarter. Idag finns en framgångsrik verksamhet inom både ishockey och konståkning. Isidrotterna har tveklöst haft direkt positiva effekter på föreningslivet i Örnsköldsvik.

Örnsköldsviks Konståkningsklubb har genom sin skridskoskola en fostrande verksamhet där många tjejer och killar tagit sina första skär. En del fortsätter inom konståkning, andra går vidare och börjar spela ishockey. Örnsköldsviks Konståkningsklubb har genom åren fostrat konståkare som tävlat både på nationell och internationell nivå, t.ex. Malin Hållberg-Leuf och Helena Grundberg. Den senare tävlade bl.a. i OS i Nagano 1998. Och under 2012 placerade sig Felicia Bruce på 11:e plats i JSM och Lydia Bruhn på 4:e plats i USM. År 2013 kommer konståkningsklubbens mycket uppskattade och professionella isgala att förläggas till Fjällräven Center. Detta kommer möjligen att kunna utveckla detta riksända evenemang ytterligare.

Det finns en pågående jämställdhetsprocess kring isidrotterna som till viss del påskyndats genom Fjällräven Center. Dels därför att man genom den nya arenan byggde in bättre förutsättningar för kvinnlig publik, t.ex. genom fler toaletter. Gamla Kempehallen var framförallt en arena som besöktes av män. Men även när det gäller själva utövandet märks en stark utveckling bland flickor och kvinnor. Intresset för damhockeyn och konståkningen växer. Ishockeyn har en lång tradition som en idrott främst för män och damhockeyn kan idag anses befinna sig i samma läge som damfotbollen befann sig för ca 20 år sedan. Tack vare duktiga ledare och den stora tillgången på isytor har även breddintresset för damhockey växt bland tjejer. MODO Hockey vann SM-guld år 2012, har ett flertal landslagsspelare och anses vara en av de absolut ledande föreningarna i Sverige inom damhockeyn.

Fakta om isidrotternas verksamhet i Örnsköldsvik

I tabellerna nedan finns en sammanställning över antalet föreningar, antalet aktiva medlemmar samt antalet sammankomster och deltagartillfällen⁵.

Förening ⁶	Antal aktiva kvinnor	Antal aktiva män
Anundsjö IF	4	32
Husum Hockey	10	93
Järveds IF	13	99
KB 65	15	111
MODO Hockey	59	276
Svedjeholmens IF	5	185
Örnsköldsvik Hockey	13	78
ÖSK	9	183
Örnsköldsviks Konståkningsklubb	123	77
Totalt antal medlemmar	251	1134

Säsongen 2011/2012	Antal sammankomster årligen	Antal deltagartillfällen årligen
Ishockey	6 719	94 201 (14 delt. per sammankomst)
Konståkning	2 633	13 368 (5 delt. per sammankomst)

⁵ Källa: www.rf.se, LOK-statistik samt Ångermanlands Ishockeyförbund.

⁶ Antalet medlemmar i åldern 7-20 år (ishockey) och 3-22 år (konståkning)

Förutom ovan nämnda finns ett 80-tal aktiva inom "veteranhockey". Till detta tillkommer också den tid där skridskoåkning är en del av undervisningstiden inom skolornas idrottslektioner.

Isidrotterna har bidragit till att utveckla ishockeyn på nationell nivå

Tre Kronor är kanske det mest folkära svenska landslaget och en nationell angelägenhet. Det finns inte många idrotter där vi varit så framgångsrika som nation. MODO Hockey har genom åren stärkt Tre Kronor genom sina många fixstjärnor. Sveriges plats i hockeyvärlden har också präglats av flera av spelare från MODO Hockey. Från det att Anders Hedberg var en av de första som tog klivet och blev proffs i NHL till att det faktiskt är tre svenskar som vunnit NHLs skytteliga; Peter Forsberg, Henrik Sedin och Daniel Sedin. Fyra av de tio bästa spelarna någonsin kommer från MODO Hockey.

MODO Hockey är en av de mest populäraste idrottsklubbarna i Sverige och när Aftonbladet/SIFO/Sportbladet gjorde en kartläggning 2010 hamnade MODO Hockey på sjätte plats och var det första laget utanför storstäderna på listan. Det var också den populäraste klubben bland de renodlade ishockeyklubbarna. MODO Hockey och Djurgården lär vara de klubbar som fostrat flest NHL-spelare. Och de gånger man sätter samman en "drömkedja" från Tre Kronor är det alltid minst någon spelare från MODO Hockey med. Det gör att MODO Hockey är en av de svenska klubbar det skrivits mest om nationellt.

Isidrotterna har fungerat som förebild för andra klubbar och städer

MODO Hockey har epitetet Sveriges bästa plantskola och har genom åren på olika sätt varit en förebild för andra klubbar. Tillsammans med Leksand var MODO Hockey i början på 80-talet den första klubben att skapa en hockeyskola under sommaren. Idag finns detta i princip överallt. MODO Hockey och Örnsköldsvik var också en av de första städerna med ett ishockeygymnasium. Båda

dessa företeelser har bidragit till att man haft en kontinuerlig bas för rekrytering av talanger. Det kan också tilläggas att Ångermanland är ett av de mer framgångsrika distrikten i ungdomsturneringen TV-puckens historia.



Intresset för talangutvecklingen i Örnsköldsvik stannar dock inte vid nationens gränser. Eurosport har bl.a. gjort en dokumentär om MODO Hockey. Man besökte Örnsköldsvik och träffade Peter Forsberg, Markus Näslund och Anders Hedberg för att försöka reda ut hur den lilla staden kunnat producera över 20 NHL-spelare genom åren.

Isidrotterna har bidragit till ökad välgörenhet i samhället

I Nordamerika är välgörenhet en stor sak. Icebreakers är en organisation som spelar in pengar till Hockeyproffsens stiftelse i Västernorrland genom ishockeymatcher, golfturneringar, auktioner etc. Stiftelsen i sin tur skänker pengar och andra bidrag till sjuka och handikappade barn och ungdomar i Västernorrlands län. Hockeyproffsens stiftelse bildades bl.a. av Peter Forsberg och Markus Näslund. Idén till stiftelsen och hockeylaget IceBreakers kom från Peter Forsbergs kontakter med Garth Brooks stiftelse Teammates For Kids Foundation i USA, där den här typen av välgörenhet är mycket vanlig. Varje sommar spelar man uppvisningsmatcher i hela Norden. Icebreakers är i mångt och mycket förknippat med MODO Hockey. Genom ett initiativ av spelarfruar i MODO Hockey har man också samlat in pengar till Barncancerfonden.

Effekter på invånarnas välbefinnande

Isidrotterna, och speciellt ishockeyn, är en stor del av vardagen och det sociala kittet i Örnsköldsvik. Det är för många en naturligt fast punkt i tillvaron. En stark kulturbärare och identitetsskapare som är viktig på flera olika sätt. Örnsköldsvik är en hockeystad och hockeyn kan beskrivas som en febertermometer på staden. Om MODO Hockey förlorar är hela stan i moll. Man kan se det på tempot i stan. MODO Hockey är kanske det som finns närmast hjärtat hos Örnsköldsviksborna. Det berör alla på ett eller annat sätt. När det går bra är det en framgång som alla kan glädjas åt. Och går det dåligt blir stämningen mer dämpad. Det präglar människors diskussioner på träningar och i fikarum. I det kollektiva medvetandet finns därför MODO Hockeys väl och ve, oavsett hur intresserad man är av ishockey. Alla kan prata om MODO Hockey istället för väder. Och det råder ingen tvekan när det är match, det syns på stan.

Isidrotterna är som tidigare beskrivits en väldigt gammal kulturyttring och något som funnits med sen tiden före kriget. Familjen runt Mo och Domsjö såg att friskvård, motion och hälsa var viktigt och man byggde därför isytor för sina anställda runt 50-talet. Det var framsynt för en meningsfull fritid är ofta en god förutsättning för att vara produktiv i näringslivet.

“Livet handlar inte bara om att födas, jobba och dö. Man måste ha kul också! Och MODO handlar delvis om att få ha kul. Att få skrika offentligt! Det motverkar mänsklig förurning.”. Resonemanget är en av intervjupersonernas.

Isidrotterna präglar Örnsköldsviks invånare på många olika sätt. Det var samtliga som intervjuades eniga om. Man kan sammanfatta påverkan i följande punkter:

- Identitetsskapande
- Självförtroende och självkänsla
- Framtidstro och drömmar
- Stolthet och välbefinnande
- Stärker det sociala kittet
- Motion och hälsa samt en meningsfull fritid
- Uppfostran och förebilder
- Produktivitet
- Ambassadörskap
- Internationella influenser och inspiration

Identitetsskapande – Isidrotterna är en stor del av ortens identitet. *“Vad hade Örnsköldsvik varit utan ishockeyn? Lite som Kramfors...”*, som en av de intervjuade uttryckte det. Framförallt ishockeyn sätter Örnsköldsvik på kartan och om man t.ex. kommer till Göteborg kan de flesta snacka MODO Hockey och Frölunda. Det är en ingång och öppning till samtal med kända och okända människor vilket många historier och skrönor vittnar om. Eftersom upptagningsområdet för MODO Hockeys supportrar är regionalt (och till viss del även nationellt) går denna effekt också utanför Örnsköldsvik. MODO Hockey är betydelsefullt för fler än enbart Örnsköldsviksborna.

Självförtroende och självkänsla – De enorma framgångarna för NHL-ikonerna skapar ett självförtroende och en självkänsla också för invånarna. Man blir en del av en kollektiv framgång. När det går bra för laget blir stämningen mer positiv. Framåtandan växer. Det blir lättare att gå till jobbet. Folk mår bra och trivs med livet! Känslan av välbefinnande ökar, och troligen också produktiviteten och kreativiteten. Och paradoxalt nog fungerar en förlust också som en slags kollektiv terapi. Man får gnälla av sig tillsammans en stund och går sedan vidare.

Framtidstro och drömmar – En stad utan visioner och drömmar är en död stad. Isidrotterna föder drömmar bland unga flickor och pojkar. Det finns många att se upp till för de framväxande generationerna, de framgångsrika NHL-proffsen eller damerna som vunnit SM-guld. MODO Hockey är stadens stolthet och framgångarna gör klubben starkare och skapar större potential. Känslan är att om du spelar i MODO Hockey har du större chans att bli hockeymiljonär än om du spelar i Mora. Och det fanns en tid då en generation killar inte ställde sig frågan *om* de skulle bli NHL-proffs utan i vilken klubb man skulle bli proffs... Bland supportrar handlar det om något gemensamt att samlas kring. Något att både hoppas på och bli besviken på.

Stolthet och välbefinnande – Framför allt MODO Hockey skapar en stolthet bland invånarna. Oavsett om man älskar någon av isidrotterna eller är måttligt intresserad är alla någon gång lite stolta och tycker det är kul att vara Örnsköldsviksbo.

Socialt kitt – Föreningslivet är en viktig beståndsdel i ett samhälles utveckling. Det har en viktig funktion i att skapa relationer mellan människor och familjer. Isidrotterna stärker det sociala kittet på orten genom den gemenskap dessa skapar. Isidrotterna är mötesplatser för människor och det handlar om att familjer gör saker tillsammans. Man samåker till träningar, träffas och löser problem. Och utanför den närmsta familjen finns det ofta någon mormor som tittar på när lillkillen spelar. Det blir ringar på vattnet och engagerar en inte obetydlig del av Örnsköldsviks befolkning. Det bör påpekas att detta fenomen inte är specifikt för isidrotter utan snarare något som är generellt för idrottsrörelsen. Om inte isidrotterna varit så starka hade troligen samma effekt uppkommit inom andra idrotter. Icke desto mindre är det en positiv effekt att människor knyts närmare varandra genom idrotten och troligen bidrar det till att minska sociala problem.

Motion och hälsa – En aktiv och meningsfull fritid stärker invånarnas hälsa. Elitverksamhet föder breddverksamhet och en levande barn- och ungdomsidrott torde tveklöst skapa hälsoeffekter. De goda möjligheterna till att utöva eller titta på idrott innebär för många barn och unga en möjlighet till en meningsfull fritid. En bra barn- och ungdomsverksamhet är värd sin vikt i guld för en kommun. Och det har man i Örnsköldsvik genom att det finns flera isidrottsföreningar med fin verksamhet. Och eftersom det finns hockeygymnasium för både flickor och pojkar vet dem som kommer hit att det finns goda chanser att utvecklas. Det är också bra för kommunen att det tillkommer ungdomar utifrån. Det ska också tilläggas att det finns många kamratgång högre upp i åldrarna som i motionssyfte ägnar sig åt idrott (främst ishockey) på fritiden.

Uppfostran och förebilder – Isidrotterna har en väldigt viktig fostrande roll. Idrotten är en folkrörelse och har stor inverkan på barn och ungdomar. Här lär man sig att umgås och respektera varandra. Värdegrunderna och etik är viktiga frågor idag. Någon av de intervjuade nämnde att man dagen efter en match kunde märka ner på förskolenivå om det varit en stökig hockeymatch.

Produktivitet – Ett flertal av dem som intervjuades menade att en MODO-seger förbättrar produktiviteten i näringslivet. Glädjen som en vinst skänker smittar av sig på arbetsglädjen. Detta är förstas svårt att belägga men logiken i resonemanget säger att lyckliga människor tycker att det mesta går lättare och därmed gör man troligen ett bättre jobb.

Ambassadörskap - När de första proffsen drog iväg till Nordamerika och NHL fanns en attityd att det var skönt att man tagit sig från Örnsköldsvik. Det fanns nästan ett förakt för hembygden. Idag är det jättestor skillnad i attityd och personer som Henrik och Daniel Sedin, Per Svartvadet, Peter Forsberg, Marcus Näslund m.fl. återvänder till Örnsköldsvik, antingen permanent eller genom sommarhus (vilket i sig bidrar till att sysselsätta ett antal hantverkare). De senare generationerna har visat sig vara stolta över sin hembygd och det blir en fördel för staden att internationellt kända idrottsutövare talar väl om sin hemstad. Just Örnsköldsviks hockeyspelare har visat sig vara

särskilt goda ambassadörer för sin hemstad. En reflektion är att man t.ex. inte hör Henrik Zetterberg tala om Sundsvall/Timrå lika mycket som MODO-spelare talar om Örnsköldsvik. Och just betydelsen av att stjärnorna faktiskt återvänder ger ett erkännande att Örnsköldsvik är en bra plats att bo på.

Internationella influenser och inspiration - Örnsköldsvik har haft många NHL-proffs genom åren. Ett tag var det som mest ca 15 aktiva. Detta innebär ett ökat antal kontaktytor mot Nordamerika som i sin tur skapar internationella influenser och en inspiration som annars inte funnits på samma naturliga sätt.

Isidrotternas betydelse för bilden av Örnsköldsvik

Städer konkurrerar i allt större utsträckning med varandra om människor och kapital. Konkurrensen om högutbildade människor ökar och dessa kan i större utsträckning än tidigare välja var de vill bo och arbeta. På senare år har det blivit allt tydligare att människor värderar livsstilsfaktorer vid val av bostadsort. Faktorer som god livsmiljö, ett rikt och varierat utbud av varor och tjänster, kultur och upplevelser är i sammanhanget viktiga faktorer som spelar in.

Frågan är hur isidrotterna har påverkat bilden av Örnsköldsvik? MODO Hockey har satt Örnsköldsvik på kartan. Örnsköldsvik är synonymt med isidrotter och framförallt hockey och många kopplar staden till MODO Hockey. Och när människor ser Peter Forsberg tänker man på MODO Hockey och Örnsköldsvik. En av de intervjuade gjorde jämförelsen att en person från södra Sverige generellt troligen tycker att Örnsköldsvik är mer känt/ känns mer välbekant än t.ex. Härnösand på samma sätt som en person från norra Sverige generellt tycker att Trollhättan är mer känt/känns mer välbekant än Vänersborg. Förklaringen är att Örnsköldsvik och Trollhättan förknippas med "ikoniska" aktörer som MODO Hockey och SAAB. Det är svårt att säga vad detta har för direkt betydelse men indirekt bidrar det till att stärka kännedom och därmed attraktionskraften, det var de flesta överens om.

Örnsköldsviks attraktionskraft bottnar i "världsklass"-epitetet och där är isidrotterna ett av tre starka ben. Det kan verka långsökt men som en av de intervjuade inom ramen för detta projekt uttryckte det; "*MODO:s slogan är The heart of hockey, för mig är MODO The heart of Örnsköldsvik. Det är den del av varumärket Örnsköldsvik som är medialt starkast.*".

Medialt har också fenomenet MODO Hockey uppmärksammats, inte minst när framgångarna var som störst. Det har gjorts dokumentärer om både NHL-proffsen som fenomen i allmänhet såväl som Peter Forsberg som profil i synnerhet. Ett kanadensiskt Tv-team ställde frågan; vad är det i vattnet som folk dricker i den här lilla staden som gör att de producerar så mycket duktiga ishockeyspelare?

Sammanfattande ord

Isidrotterna är en viktig samhällsföreteelse i Örnsköldsvik som sitter djupt i själen och har stor påverkan på staden. Det betyder mycket mer än bara en piruett eller ett mål.

Det är lätt att ta betydelsen av isidrotterna för givna och denna rapport har kartlagt vilka effekter isidrotterna ger upphov till i samhället ur ett holistiskt perspektiv. För individer, för företag, för institutioner och för andra organisationer. Rapporten pekar på effekter ur flera perspektiv; på kort och lång sikt, direkt och indirekt, kvantitativt och kvalitativt.

Isidrotterna är viktiga för tillväxten i Örnsköldsvik. MODO Hockey beskrivs av flera av dem som intervjuats inom ramen för denna rapport som en spjutspets i Örnsköldsvik som drar med sig mycket annat och skapar en allmän positivitet, något som är viktigt för en stads utveckling.

Rapporten visar att isidrotterna tveklöst haft en direkt påverkan på besöksnäringens och handelns positiva utveckling. MODO Hockey och Fjällräven Center har på senare år blivit en än tydligare och starkare reseanledning, både för fritids- och affärsresenärer. I samband med ishockeymatcher och andra typer av evenemang ökar konsumtionen i Örnsköldsvik, främst inom områden som restaurang, café, hotell och shopping. I samband med den här typen av evenemang skapas årligen en konsumtion på ca 44,3 miljoner. Investeringen i Fjällräven Center och placeringen av arenan mitt inne i "stadens vardagsrum" har också haft central betydelse och varit en strategisk pusselbit i utvecklingen av Örnsköldsviks stadskärna i stort.

Indirekt bidrar isidrotterna till människors välbefinnande. För många aktiva utövare innebär det en möjlighet till en mer meningsfull och roligare fritid. Men det handlar också om att som åskådare tillsammans med andra få obetalbara minnen för livet. Hur mycket är känslan av lycka värt för en stad och dess identitet?

Isidrotterna stärker stadens och näringslivets attraktionskraft och varumärke, inte minst genom all den mediala uppmärksamhet alla idrottsframgångar har skapat. Denna rapport har också visat hur isidrotterna indirekt inneburit att det investeras i olika projekt inom besöksnäring och handel.

Sammantaget har isidrotterna gjort Örnsköldsvik till en bättre och roligare stad att leva, verka i och att besöka.

Intervjupersoner

Följande personer har intervjuats inom ramen för denna rapport:

Elvy Söderström - Kommunstyrelsens ordförande i Örnsköldsviks kommun

Sune Westberg - Kultur- och fritidschef i Örnsköldsviks kommun

Peter Holmqvist - Tillväxtchef Örnsköldsviks kommun

Robert Elfving - Sportansvarig MODO Hockey Dam

Mikael Ådahl – Ordförande Örnsköldsviks konståkningsklubb

Göran Ericson - Ordförande MODO Hockey *

Johan Eklund – Vice ordförande ÖSK Hockey samt styrelseledamot i Örnsköldsvik Hockey

Håkan Åström – Ordförande Örnsköldsviks Industrigrupp

Jan-Olof Backman – Ordförande CESAM (Handelsorganisation)

Josef Fahlén – Universitetslektor Umeå Universitet

Jonatan Lindquist – Journalist Expressen

Visit Västernorrland har bidragit med fakta och lokal kunskap i samband med research till denna rapport.

* Göran Ericson finns inte med oss längre. Göran Ericson var under flera år engagerad i MODO Hockey, de första åren som styrelseledamot och sedan 2010 som föreningens ordförande. Göran Ericson hade ett långt engagemang i idrottsrörelsen i Örnsköldsvik med flera styrelse- och ordförandeuppdrag. Göran kämpade hårt mot sin sjukdom en längre period men släppte trots det aldrig sitt starka engagemang för idrotten. När frågan ställdes till Göran om deltagande i denna rapport var det självklart för honom att ställa upp. In i det sista brann den intensiva lågan för idrotten och dess betydelse för Örnsköldsvik hos Göran. Göran Ericson gick bort 3 april 2013.

Om HUI Research

Historik

Handel och turism är två näringar som knyts allt närmare varandra. Därför gick Handelns Utredningsinstitut, HUI, och Turismens Utredningsinstitut, TUI, 2010 samman i ett nytt bolag – HUI Research AB. Branschorganisationerna Svensk Handel och Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare, SHR, äger gemensamt bolaget. HUI grundades 1968 när Detaljhandelns- och Grosshandelns Utredningsinstitut (DUI och GUI) slogs samman. TUI startades 2002.

Konsult och forskning

Att ha både forskning och konsultverksamhet under samma tak är unikt och en styrka. Våra konsulter hjälper kunderna att göra bättre affärer genom att öka förståelsen för vilka drivkrafter som påverkar konsumtionen och samhällsekonomin. Den forskningsbaserade konsultverksamheten erbjuder avancerade beslutsunderlag i form av fakta, analys och rådgivning.

HUI Research inbegriper också akademisk forskning med branschnytta och är en ledande institution för forskning om detalj- och partihandel. Våra forskare finns publicerade i ett stort antal internationella vetenskapliga tidskrifter och vårt nätverk av associerade forskare spänner över hela världen. Turismforskning kommer att påbörjas inom kort.

Samtliga våra forskare och konsulter har en gedigen akademisk bakgrund och arbetslivserfarenhet. De flesta har en utbildning med en samhällsekonomisk eller företagsekonomisk inriktning. Flera har doktorexamen eller licentiatexamen och övriga har magister- eller kandidatexamen.

Handel och turism

Fler och fler inser vikten av att se handel och turism som nära sammanlänkade. Att så är fallet märks inte minst genom shoppingturismens starka utveckling. Turisterna står för 13 procent av den totala detaljhandeln i Sverige och andelen är växande. Varken turism eller handel är isolerade företeelser och allt fler agerar utifrån det. Behovet av rådgivning är dock stort och vi kan erbjuda en kompetensbredd som kommer hela besöksnäringen till gagn.

Våra kunder

Konsultverksamhetens kunder återfinns bland annat inom detaljhandeln, besöksnäringen, myndigheter, branschorganisationer och kommuner. Uppdragsgivare för forskningen är olika forskningsstiftelser och myndigheter.