

Visit Värmland

2015-03-12

Tema "Investeringsbar"

Susanne Olofsson

Susanne Olofsson

Bakgrund:

- Ansvarig för Regionala Investeringar på Sjätte AP-fonden
- VD för Mittkapital och Ekonord
- Varit med i bildandet Ekoväst och vice ordförande
- Styrelseledamot och ordförande i Grönklittsgruppen

- Arbetar nu i eget bolag med bl.a. investeringsrådgivning

ATT SKAPA ETT INVESTERINGSBART TURISTFÖRETAG

Det är ingen tvekan längre om branschens betydelse för tillväxt och arbetstillfällen.

Men;

- Hur gör man besöksnäringen investeringsbar för externa parter?
- Var finns kapital?
- Hur skall en turistisk organisation/bolag/anläggning se ut för att attrahera investeringskapital?

Ökad konkurrens nationellt och globalt

Ökad konkurrens kräver;

- Fler entreprenörer som kan och vill växa och satsa inom besöksnäringen.
- Branschen har på många håll nått exportmognad och företagen i branschen vet vad som krävs för att ta emot utländska gäster. Men ofta krävs investeringar för att möta marknadens krav.



Att vara investeringsbar

Faktorer som påverkar möjligheten att attrahera investeringskapital

Bolagsform

- Organisatorisk struktur, måste vara i aktiebolags form och utanför kommunal förvaltning, även LOU påverkar
- En kärna av tillräcklig volym
- Kommersiell drift

Mjuka faktorer

- Entreprenörer/eldsjälar
- Kunskap om besöksnäring ibland medborgarna i kommunen och insikt om betydelsen genom värderingar, attityder, service, värdskap, tillstånd
- Lokal vilja och tro på sektorn

Fysiska och tekniska faktorer

- Infrastruktur (vägar, cykelbanor, vandringsleder, tåg, flyg och farbart vatten)

Tillväxtmöjligheter

- Besöksanledningar/turistisk tradition (kultur/event/natur)
- Produkter/paket
- Kapacitet
- Flexibelt boende av alla efterfrågade kvalitéter

Möjliga långgivare, investerare och stödgivare

Investeringskapital

- Bank
- Inlandsinnovation alt. annat statligt kapital
- Almi Företagspartner och Almi Invest
- Ekoväst Invest, Ekonord Invest mfl
- Privata investerare/organisationer, tex bygg och fastighetsbolag
- Lokala/regionala/nationella/internationella turistiska företag som Grönklittsgruppen, Branäsgruppen, Sommarvik, First Camp och Nordic Camp som vill delta i ett större sammanhang och som vill satsa i regionen
- Lokalt privat kapital (allmänheten)

Storleken på verksamheten har betydelse

Investeringsstöd/projektkapital

- EU
- Etableringsstöd
- Länsstyrelse/Region
- Tillväxtverket
- Interregionala projekt mellan EU-land och icke EU-land (Norge m.fl.)

Exempel; Grönklittsgruppen

Grunder för investeringsbeslut

Ett antal faktorer var avgörande för valet att investera i Grönklitt.

- Fullt ut kommersiell drift
- Tillväxtorientering (som senare blev resultatfokus)
- Befintlig omsättning/volym som orkar bära en organisation och att driva projekt
- Organisation med drivande VD och andra nyckelpersoner/eldsjälar
- En grupp av större och mindre ägare där framför allt de större varit tydliga med ett långsiktigt engagemang
- Stark turistisk region med lång historik av turism
- Många event och andra besöksdragare
- Kommunens fulla acceptans av att branschen är av största vikt för regionens framtid
- Inom räckvidd för Mälardalen/bra gäst bas
- Resan dit, tid och alternativa färd sätt

SLUTSATS

- För att vara investeringsbar krävs ”viss” volym och potential.
- Kommersiell drift.
- Kapital finns under rätt förutsättningar...
- Entreprenören är en av de viktigare förutsättningarna. Till detta finns en rad faktorer som måste säkerställas.
- Ofta finns stora investeringsbehov men investeringarna måste ske i balans med omsättnings och resultatutveckling. Arbeta i steg.