

Att se och uppleva sälar – betydelsen av en turistnäring

I takt med att sälpopulationerna i svenska vatten har ökat under 2000-talet har det vuxit fram en besöksnäring som låter besökare se och uppleva sälar i sin naturliga miljö. Att använda sälen som en värdefull resurs är en viktig del av de svenska förvaltningsplanerna för både grå- och knobbsäl. Vi gör en uppskattning av sälturismens omfattning och ekonomiska betydelse samt redogör för hur företag som erbjuder sälturism ser på sälstammarnas storlek. Resultaten visar att:

- Drygt 50 företag bedrev sälturism i Sverige 2017.
- Företagen hade totalt 25 000 besökare och omsatte cirka 10 miljoner kronor under året på sälturism.
- Företagen ansåg att det fanns tillräckligt med sälar i svenska vatten.

Bakgrund

Det finns tre arter av säl i svenska vatten; gråsäl, knobbsäl och vikare. Sälstammarna har idag återhämtat sig från kritiskt låga nivåer under 1980-talet och grå- och knobbsälsstammarna i svenska vatten fortsätter att växa. I Östersjön uppskattas antalet gråsäl till ungefär 37 000 – 50 000 individer, antalet vikare till cirka 20 000 och antalet knobbsäl till cirka 1 300. Knobbsälspopulationen i Skagerrak och Kattegatt uppgår till cirka 22 000. Med en historia kantad av utrotningshot associeras sälarnas tillväxt med välmående ekosystem. Sälarnas tillväxt i svenska vatten innebär emellertid också kostnader för fiskerinäringen i form av trasiga redskap och förlorade fångster. Detta har skapat en debatt om hur sälstammarna skall förvaltas; exempelvis om det skall införas licensjakt likt förvaltningen av rovdjur på land. För att skapa en effektiv förvaltning av sälstammarna behöver hänsyn tas till både de positiva och negativa aspekterna av sälar. Sälturismnäringen är ett sätt att dra nytta av ökande sälstammar vilket lyfts i förvaltningsplanerna för både grå- och knobbsäl, men det finns i dagsläget ingen samlad information om de företag som bedriver sälturism. Denna rapport bidrar med en första analys av branschen. Genom ökad kunskap om näringen, dess storlek och dess åsikter om sälförvaltning kan myndigheter och politiker bättre ta hänsyn till sälturismnäringen i utformningen av förvaltningen.

Definition av sälturism

Det existerar ingen formell definition av sälturism. Den definition som används i analysen inkluderar alla företag som erbjuder någon form av aktivitet eller upplevelse som inkluderar säl. Exempel är båtturer med sälskådning, guideade kajakturer med sälskådning, och säljakt. Det ställs inget krav på att företagen skall ägna sin huvudverksamhet åt sälturism. Alla företag som erbjuder sälturism är inkluderade oavsett sälturismverksamhetens omfattning.

Data

Analysen bygger på en enkätstudie utskickad i april 2019 till samtliga sälturismföretag som identifierats i studien. Då det saknas register över företag med sälturism användes en strukturerad sökning över internet enligt de valda sökorden: sälturism, sälskådning och säljakt. I undersökningen identifierades 62 företag som enkäten skickades till. Data från enkäten innehåller information om näringsens storlek, syn på salförvaltning samt potentiella hinder näringen upplever för att utveckla sälturismverksamheten.

Totalt svarade 28 företag (motsvarande en svarsfrekvens på 45 procent), varav tre företag uttryckte att de inte erbjöd sälturism. Eftersom näringen är liten bygger resultaten på förhållandevis få svar (trots en hög svarsfrekvens). Det innebär en statistisk osäkerhet när resultaten används för att beskriva hela näringen och inte enbart de företag som besvarat enkäten. De företag som svarat har emellertid en snarlik geografisk fördelning som de företag som identifierats i urvalet vilket innebär att enkäten fångar åsikter från de olika regionala förhållanden där sälturism bedrivs. Vissa frågor som rör alla företag har varit svåra att besvara, främst antalet heltidsanställda inom näringen, varför ett konservativt mått på sysselsättningen presenteras.

Näringsens storlek och inriktning

Från enkätresultaten uppskattar vi att branschen består av 56 företag. Majoriteten av företagen finns i centrala och södra Sverige, främst i Västra Götaland. Totalt har näringen 64 anställda motsvarande minst 10 heltidsekvivalenter, inklusive ägarnas arbete. Totalt hade näringen cirka 25 600 besökare varav 8 000 utländska turister 2017. Företagen ägnar sig åt flera aktiviteter/tjänster utöver sälturism, men 56 procent hade naturturism som ett av sina främsta affärsområden.

Näringsens totala omsättning inklusive icke säl-relaterade verksamheter är cirka 140 miljoner kronor per år. Baserat på andelen sälturism företagen angett i enkäten beräknas näringsens omsättning för sälturism till cirka 10 miljoner kronor per år, dvs. mindre än 10 procent av den totala omsättningen. 60 procent av företagen anger att knubbsäl ingår i deras turismerbjudande medan

cirka 50 procent anger att gråsäl ingår. Vissa företag baserar således sin verksamhet på båda sälarterna. Sälturism med vikare är begränsad och därför inte vidare analyserad i studien till följd av få svarande företag.

De vanligaste aktiviteterna som erbjuds inom sälturism är sälskådning och båtturer med olika sorters båtar. Endast ett fåtal företag ägnar sig åt säljakt. För sälturismen anser 48 procent av företagarna att sälen är turismerbjudandets huvudattraktion.

Utveckling och hinder

Sälturismnäringens framtid ser positiv ut då 68 procent av företagen planerar fortsätta erbjuda sälturism. 20 procent planerar att utöka sin sälturismverksamhet i framtiden och endast 8 procent respektive 4 procent planerar att i minskad eller ingen utsträckning alls erbjuda sälturism i framtiden. I enkäten ombads företagarna även ange vilka eventuella hinder de upplever för att utveckla sälturismverksamheten, se tabell 1.

Tabell 1. Upplevda hinder för att utveckla sälturism (skala 1-5 där 1 innebär inget hinder. 5 innebär mycket stort hinder).

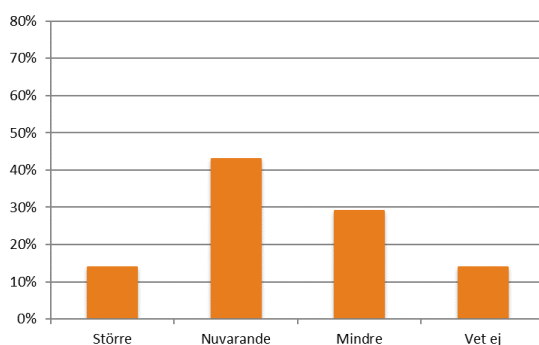
Hinder	Genomsnitt	Andel inget hinder	Andel mycket stort hinder
Konkurrens	2,36	24%	4%
Sälskådningsplatser	2,28	40%	12%
Sälstammarnas storlek	2,20	36%	12%
Marknadsföring	2,16	40%	12%
Skyddsområden	2,00	52%	8%
Jakt	1,92	48%	0%
Kreditillgång	1,80	60%	8%
Service	1,72	48%	0%
Arbetskraft	1,68	64%	4%

Från enkätsvaren framgår att de flesta företagen i näringen inte upplever några allvarliga hinder för att utvecklas. De faktorer som framför allt ses som hinder är i fallande storleksordning; konkurrens, sälskådningsplatser och sälstammarnas storlek. De aktörer och intressenter som utgör störst konkurrens är; branschkollegor, störande båttrafik och annan form av naturturism. Det finns med andra ord ett inslag av att sälturismnäringen är påverkad av annan trafik och andra intressenter som är aktiva i de områden där sälturism bedrivs. Sälskådningsplatser upplevs vara en bristvara som näringen efterfrågar fler av. Noterbart i sammanhanget är att 25 procent av företagen anger att de bedriver verksamhet i sälskyddsområden där offentliga regelverk styr tillträdet. Sälstammarnas storlek är en av de faktorer som utgör åtminstone ett visst hinder, men från enkätfrågan framgår inte om företagen tycker sälstammarna är för stora eller för små. Detta diskuteras nedan.

Säl förvaltning

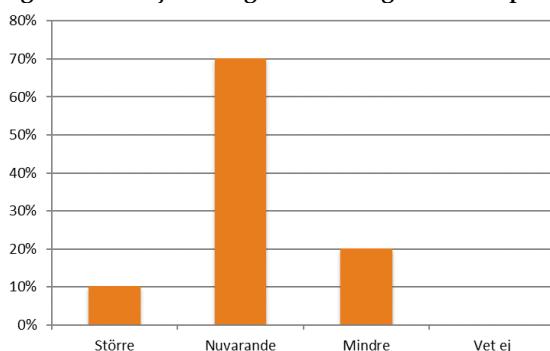
I enkäten ombeds företagen svara på vilken populationsstorlek på de olika sälarterna de anser gynnar deras affärsmöjligheter för sälturism; den nuvarande, en större eller en mindre sälpopulation. När svaren delas in geografiskt så att företagen besvarar frågan för den sälpopulation de huvudsakligen bedriver sin verksamhet kring framgår att majoriteten av företagen som verkar på västkusten föredrar den nuvarande storleken på stammen av knobbsäl. Endast 12 procent önskar fler knobbsälar och 29 procent önskar en minskad population. Alltså är sälturismföretagen på västkusten i huvudsak nöjda med den nuvarande storleken på knobbsälen, men det finns ett tydligt inslag av företag som tycker populationen är för stor. En del av de företag som angett att populationen är för stor erbjuder även fritidsfiske som en del av företagets tjänster. Företagens föredragna populationsstorlek visas i figur 1.

Figur 1. Västkustföretagens föredragna storlek på stammen av knobbsäl.



Av figur 2 nedan framgår att 70 procent av företagen längs östersjökusten föredrar den nuvarande storleken på stammen av gråsäl. De har i större grad än företagen på västkusten en samsyn kring att nuvarande sälpopulation gynnar deras sälturismverksamhet. Sammanfattningsvis är sälturismföretagarna nöjda med sälpopulationens nuvarande storlek för den sälpopulation de använder i sin sälturism och endast en begränsad andel önskar större populationer.

Figur 2. Östersjöföretagens föredragna storlek på stammen av gråsäl.



Sammanfattande diskussion

Sälen är en symbol för livskraftiga marina ekosystem och skapar ekonomiska värden genom att bidra till turistaktiviteter och sysselsättning i kustnära samhällen. Samtidigt upplever det kustnära fisket en stark konkurrens med sälen som äter fisk ur redskapen. Intressant är att ett antal av sälturismföretagen har kommenterat interaktionerna med fiske i enkäten. De konstaterar att sälen påverkar yrkesfisket men också att företagens egna fritidsfiskebaserade erbjudanden blir lidande på grund av sälen. I de svenska förvaltningsplanerna för grå- och knobbsäl finns målsättningen att sälen ska ha en neutral eller positiv påverkan på människans intressen, något som kräver en avvägning mellan naturintressen, turismintressen, fiskeintressen, m.m.

Sammanfattningsvis ägnar sig drygt 50 företag i varierande form och utsträckning åt sälturism. Sälturism sysselsätter cirka 60 personer och skapar ett marknadsvärde motsvarande 10 miljoner kronor per år. Detta är en förhållandevis liten näring jämfört med exempelvis det kustnära fisket som har en omsättning på drygt 100 miljoner. Sälturismföretagen ser förhållandevis få hinder för utvecklingen av sin verksamhet och en majoritet planerar att fortsätta sin verksamhet i nuvarande utsträckning. Majoriteten av företagen är också nöjda med nuvarande storlek på de sälstammar de baserar sin verksamhet på. De positiva framtidsplanerna och de begränsade utmaningarna antyder att affärsmiljön är god och näringen har goda möjligheter att utvecklas.

Källa	Alteg, E. 2019. <i>Can tourism seal the deal? An explorative study on seal tourism in Sweden</i> . Master Thesis. Department of Economics, Swedish University of Agricultural Sciences (SLU). ISSN 1401-4082.
Författare	Ebba Alteg och Staffan Waldo
Mer information	Staffan Waldo Tel: 046 222 07 92 E-post: staffan.waldo@slu.se

Vad är AgriFood Economics Centre?

AgriFood Economics Centre utför kvalificerade samhällsekonomiska analyser inom livsmedels-, jordbruks- och fiskeriområdet samt landsbygdsutveckling. Verksamheten är ett samarbete mellan Sveriges lantbruksuniversitet och Lunds universitet och syftar till att ge regering och riksdag vetenskapligt underbyggda underlag för strategiska och långsiktiga beslut.

Publikationer

AgriFood Economics Centre ger ut tre typer av publikationer som vänder sig till beslutsfattare, myndigheter och en intresserad allmänhet. **Policy Briefs** är lättillgängliga sammanfattningar av en av våra vetenskapliga publikationer. **Fokus** är kortare analyser och **Rapporter** är längre analyser som även ges ut i tryckt format. AgriFood skriver också vetenskapliga artiklar och working papers som i huvudsak vänder sig till en vetenskaplig publik. Våra publikationer kan beställas eller laddas ned på www.agrifood.se.

Kontakt

AgriFood Economics Centre
Box 730, 220 07 Lund
