



EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND

Intervjustudie

Maritima näringslivets behov i Göteborgsregionen, Orust och Uddevalla

Göteborgsregionen

2020-05-29

Innehåll

1. Inledning.....	4
2. Bakgrund	6
1.2 Syfte.....	8
3. Genomförande.....	9
3.1 Metod.....	9
3.2 Deltagande företag.....	11
3.3 Indelning i sektorer	12
4. Resultat av intervjustudien.....	15
4.1 Företagens viktigaste marknader.....	15
4.2 Kompetensutveckling och kompetensförsörjning.....	16
4.3 Samverkan lokalt	20
4.4 Andra mötesplatser och nätverk.....	21
4.5 Ortens betydelse	24
4.6 Mark och lokaler.....	26
4.7 Företagens utveckling.....	28
4.8 Företagens syn på framtiden	31
5. Slutsatser och fortsatt arbete.....	36
5.1 Företagens fortsatta engagemang.....	39



Swedish Agency
for Marine and
Water Management



EUROPEAN
REGIONAL
DEVELOPMENT
FUND

Partners.....	40
Bilaga 1. Frågeformulär.....	41



1. Inledning

På såväl europeisk som nationell och regional nivå i Sverige pekas maritima näringar ut som innefattandes en stor potential att bidra till värdeskapande och sysselsättning. En europeisk strategi för blå tillväxt antogs 2012. Den lyfter fram våra havsområden som viktiga drivkrafter för den europeiska ekonomin och menar att det finns en stor outnyttjad potential för innovation och tillväxt i de maritima näringarna.¹ Den europeiska strategin lyfter fram ökad kunskap, havsplanering och gemensam och integrerad maritim övervakning som viktiga verktyg för att ta vara på potentialen.

På nationell nivå i Sverige finns en maritim strategi för människor, jobb och miljö som togs fram 2018.² Den innefattar en vision om "Konkurrenskraftiga, innovativa och hållbara maritima näringar som kan bidra till ökad sysselsättning, minskad miljöbelastning och en attraktiv livsmiljö". Den nationella strategin identifierar centrala områden där åtgärder behövs för att kunna nå visionen så som "planering med maritimt perspektiv" och "funktionella regelverk och tillståndsprocesser".

Även på regional nivå i Västra Götaland finns en strategi och ett handlingsprogram för maritima näringar (Uppdaterad strategi från 2015 och handlingsprogram från 2016) som syftar till att gynna och utveckla den hållbara maritima näringen med målsättningen att skapa fler jobb och högre tillväxt.³ Visionen är att "Västsvrige skall vara en av Europas ledande maritima regioner med lösningar inriktade på innovation samt

¹ https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/blue_growth_en

² <https://www.regeringen.se/contentassets/86a578f7a521469e9b6b8c62ac5aa128/maritim-strategi.pdf>

³ <https://www.vgregion.se/regional-utveckling/program/hallbara-maritima-naringar/>



**Swedish Agency
for Marine and
Water Management**



miljöanpassad och hållbar utveckling”. Handlingsprogrammet lyfter bland annat fram havsförvaltning, marina livsmedel och maritim turism som prioriterade områden och infattar horisontella mål såsom samarbeten och utveckling av maritim kompetens. Ett mål inom VGR:s maritima strategi är också att den maritima turismen ska synas mer i kustkommunernas översikts- och detaljplaner.

Även delregionalt och lokalt, exempelvis i norra Bohuslän och Uddevalla, finns antagna maritima strategier med ambition att skapa förutsättningar för en utveckling av dessa näringar.

Det finns alltså en stark vilja, speglad i strategiska dokument på olika nivåer, att nyttja den potential som finns i de maritima näringarna och Västsverige är en proaktiv och stark region på den maritima sidan. Att nyttja den potential som finns kräver dock en kunskap om de maritima företagens behov och förutsättningar för utveckling, men ställer också höga krav på hur utvecklingen sker då de marina ekosystemen, särskilt längst med vår svenska västkust, är känsliga. Planering och förvaltning av våra kust- och havsområden är två av de viktiga verktyg som behöver ta dessa perspektiv i beaktande. Förhoppningsvis kan denna intervjustudie bidra till en ökad förståelse för förutsättningarna för det maritima näringslivsperspektivet i vårt område så att det i förlängningen än mer kan vägas in planering och förvaltning för en långsiktig och hållbar utveckling.

2. Bakgrund

Under 2012 startade ett långsiktigt arbete inom Göteborgsregionen, Orust och Uddevalla med att ta tillvara och utveckla kvaliteterna i kustzonen. Seminarier och dialogmöten hölls där gemensamma diskussioner om kustzonens utveckling var i fokus. Detta ledde fram till genomförandet av en förstudie om mellankommunal kustzonsplanering under 2014/15 som finansierades av Västra Götalandsregionen. Målet med förstudien var att formulera förslag på hur ett framtida fördjupat samarbete kring mellankommunal kustplanering kan utvecklas, med avseende på prioriterade temaområden, organisering, finansiering, kopplingar till liknande processer på andra nivåer samt samspelet med den maritima näringslivsutvecklingen. Som en del och ett viktigt komplement till förstudien genomförde samarbetspartnern Business Region Göteborg (BRG) en kartläggning av maritima näringslivets behov inom Göteborgsregionen, Orust och Uddevalla.⁴ BRG:s kartläggning har varit utgångspunkten för denna intervjustudie.

Förstudien lade grunden för genomförandet av ett treårigt mellankommunalt kustzonsprojekt 2016-2019, med syfte att fördjupa samverkan mellan kommuner och andra aktörer för att uppnå en hållbar utveckling av kust- och havsområdet. Inom ramarna för projektet utarbetades även en fördjupad strukturbild för kustzonen med gemensamma överenskommelser för hur kustzonen ska utvecklas och bevaras från

⁴ Business Region Göteborg 2014. Kartläggning maritima näringslivets behov - [Länk](#)



Swedish Agency
for Marine and
Water Management



Uddevalla i norr till Kungälv i söder.⁵ En av de sex gemensamma överenskommelserna handlar just om hållbara maritima näringar.

Strukturbilden och överenskommelserna fungerar som vägledning och stöd för den fysiska planeringen i kommunerna och främjar en helhetssyn på bebyggelse, transport, samt blå och grön infrastruktur. Ett flertal andra planeringsunderlag med olika tematiskt fokus har också utarbetats inom projektet och samlats i en kartplattform.

Som en del i en fortsättning på det mellankommunala kustzonsarbetet deltar Göteborgsregionen i EU Interregprojektet Land Sea Act (Land-Sea-Act Land-sea interactions advancing Blue Growth in Baltic Sea coastal areas).⁶ Projektets övergripande syfte handlar om att förstärka utvecklingen av hållbar blå tillväxt i kustsamhällen i Östersjöregionen genom samverkan med och mellan lokala samhällen och olika administrativa nivåer. EU projektet har alltså en god grund i de gemensamma överenskommelserna i den fördjupade strukturbilden med möjligheten att sätta särskilt fokus på de maritima näringarna i vårt kustområde.

Göteborgsregionens del i projektet, som medfinansieras av Havs- och vattenmyndigheten, handlar om att utarbeta underlag för en delregional maritim näringslivsstrategi för att skapa förutsättningar för integreringen av ett maritimt näringslivsperspektiv i kust- och havsplaneringen. Denna intervjustudie utgör en del i ett sådant underlag.

⁵ Kustzonen - regionens gemensamma ansvar. <https://goteborgsregionen.se/kustzonen>

⁶ <https://land-sea.eu/>



Swedish Agency
for Marine and
Water Management



1.2 Syfte

Syftet med intervjustudien är att kartlägga det maritima näringslivets behov med fokus på kompetens, samverkan, mark och lokaler samt företagens behov och utmaningar för att öka kunskapen och möjligheterna att skapa goda förutsättningar deras utveckling. Studien utgör en del i ett underlag till delregional maritim näringslivsstrategi och genomförs inom ramarna för EU-interregprojektet Land-Sea-Act (se föregående avsnitt).

3. Genomförande

Intervjustudien tar sin utgångspunkt i BGR:s kartläggning av det maritima näringslivets behov från 2014, se avsnitt *Bakgrund*, ovan. Intervjustudien följer på flera vis samma genomförande som rapporten 2014, men med betoning på frågor relevanta för Göteborgsregionens arbete, såsom markbehov och samverkansfrågor.

3.1 Metod

Vi har med hjälp av Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) genomfört telefonintervjuer med företag inom det maritima näringslivet. Merparten av intervjuerna genomfördes under januari-februari 2020. Totalt deltog 130 företag.

Ett frågeformulär med drygt 20 frågor arbetades fram med både öppna och stängda svarsalternativ, se bilaga 1. Vi har i stor utsträckning använt oss av samma frågor som i BRG:s kartläggning 2014 för att möjliggöra jämförelser. Frågorna handlar om företagens viktigaste marknader, kompetensbehov, hur företagen arbetar med samverkan. Vidare handlade frågorna om hur beroende företagen är av sin geografiska placering, samt hur de ser på framtiden och vilka möjligheter och utmaningar de ser för sin verksamhet. Intervjuerna av företagen genomfördes, som nämndes under januari och början av februari, innan coronapandemin nått Sverige fullt ut. Svaren och resultaten från intervjuerna speglar därför inte den situation vi nu har (maj 2020) med en utbredd coronapandemi som i stor utsträckning har påverkat företagen och ekonomin.

För att ta fram urvalslistor på företag användes SNI-koder (svensk näringsgrensindelning)⁷. Vi använde samma koder som BRG:s tidigare kartläggning identifierat som maritima. BRG utgick från rapporten Den svenska maritima näringen 2007-11⁸ och kompletterade med ytterligare företag efter kontakt med branschorganisationer. Med hjälp av SNI-koderna fick vi fram en lista med 2 052 företag i de ovan nämnda kommunerna. Totalt finns 22 olika SNI-koder bland företagen.

Det är framförallt små företag som intervjuats. De är generellt sett svårare att fånga i annan statistik och det finns en stor representation av dessa inom det maritima. Små och medelstora företag är också en viktig målgrupp för arbetet inom det maritima klustret i Västra Götaland.

En av svårigheterna med att använda SNI-koder är att alla bolag inte är registrerade under rätt kod, till exempel kan vissa företag vara registrerade under kod 70100, Verksamheter som utövas av huvudkontor, men har sin huvudsakliga verksamhet inom maritima näringar. En annan svårighet är att vissa områden inte har en tydlig SNI-kod. Gällande "Fritid och turism" går det inte att skilja maritima besöksnäringar från generella, varför denna grupp har varit svår att ringa in och resultatet är svårt att göra bedömningar på. För fritid och turism finns det inte heller en exakt definition av vad begreppet innefattar och området är fragmenterat.

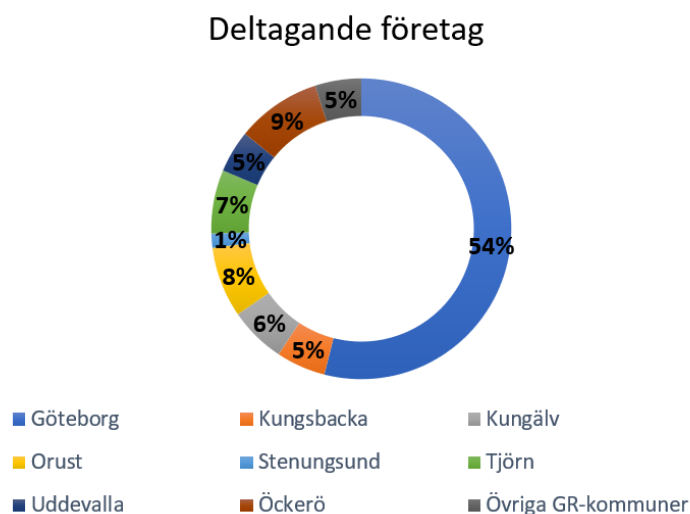
⁷ Läs mer på <http://www.scb.se>

⁸ <https://www.vinnova.se/en/publikationer/den-svenska-maritima-naringen/>

3.2 Deltagande företag

I intervjustudien deltar företag i kommunerna Göteborg, Kungsbacka, Kungälv, Orust, Stenungsund, Tjörn, Uddevalla och Öckerö. Maritima näringar finns inte bara i kustkommunerna och därför har urvalet av företag även gjorts i kommunerna Ale, Härryda, Lilla Edet och Partille. Dessa kommuner finns representerade under övriga kommuner i diagrammet nedan. Urvalet bygger på responderande företag från 2014 års kartläggning.

Figur 1 Deltagande företag



I intervjustudien har 27 procent av de deltagande företagen 0 anställda, 40 procent har 1-4 anställda, 10 procent 5-9 anställda, 15 procent 10-19 anställda och 10 procent fler än 20 anställda.

Respondenterna i studien är Ägare, VD eller ingår på annat sätt i företagsledningen. 25 procent av de deltagande företagen tillhör en koncern.

3.3 Indelning i sektorer

Maritima näringar omfattar en bredd av branscher som i många fall har olika förutsättningar. Under presentationen av resultatet i studien kommer det att presenteras i sin helhet men i vissa fall uppdelat per sektor.

BRG:s kartläggning från 2014 gjorde en uppdelning av sektorer i analyserna som utgick ifrån VGR:s maritima klusterindelning och redovisade resultat för maritima operationer, marina livsmedel, marin energi, maritim turism.

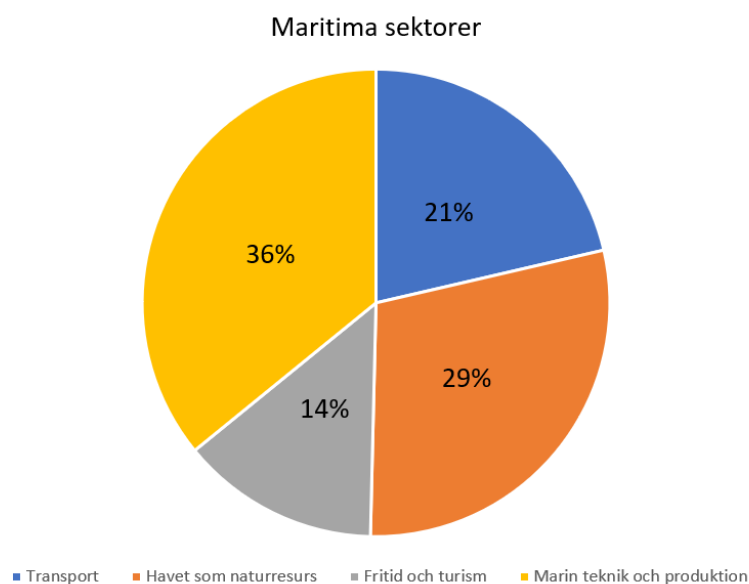
I den nationella maritima strategin görs en delvis annan indelning i maritima sektorer enligt följande: Transport (rederier, hamn- och logistikföretag), maritim teknik och produktion (teknik-, system- och underleverantörer, varv samt fritidsbåtsindustrin), havet som naturresurs (livsmedel, energi från våg, vatten och vind, substrat för biobränslen mineral m.m.), fritid och turism (färjetrafik, kryssningsverksamhet, skärgårdsturism, fritidsfiske, handel med fritidsbåtar samt marinor) samt service (t.ex. skeppsmäklare, försäkringsbolag, kommersiell sjömätning och undersökningsverksamhet).⁹

Vi har valt att göra de delar av studiens analyser som är sektorsuppdelade i enlighet med den nationella maritima strategins indelning. Dels för att den nationella

⁹ En svensk maritim strategi – för människor, jobb och miljö. <https://www.regeringen.se/regeringens-politik/maritim-strategi/>

maritima strategin har en uppföljningsmodell där SCB samlar in data och statistik om företagen utifrån denna indelning, dels för att indelningen, i likhet med denna intervjustudie, utgår ifrån företagens SNI-koder. Därmed ökar möjligheterna att göra jämförelser med de årliga uppföljningar som kommer att genomföras av maritima strategin på nationell nivå. De intervjuade företagen i denna studie fördelar sig enligt diagrammet nedan.

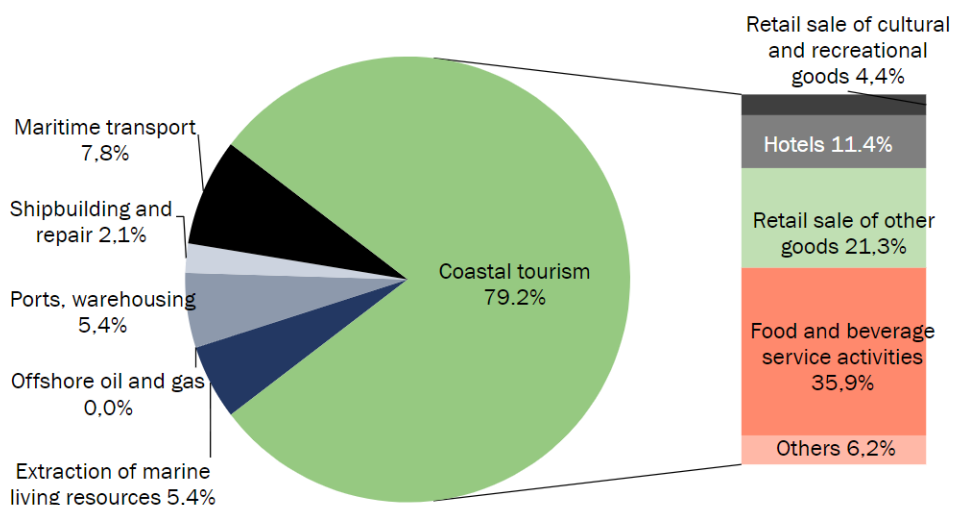
Figur 2 Maritima sektorer



Inom ramarna för projektet Land-Sea-Act har även statistik tagits fram från SCB över maritima företag enligt EU-strategins sektorsindelning och definition samt Eurostats

geografiska indelning i så kallade NUTS-områden.¹⁰ Totalt antal arbetstillfällen år 2017 i området (SE23 Halland och Västra Götaland) enligt denna statistik var cirka 59 000.

En analys av statistiken genomförd av projektpartnern Hamburg Institute of International Economics (HWWI) för NUTS-området Västsverige (SE23 Halland och Västra Götaland) visar att arbetstillfällena inom det maritima näringslivet i Västsverige fördelar sig enligt nedan (Figur 3). Kustturism är alltså den dominerande sektorn när det gäller arbetstillfällena och står för nästan 80 procent. Som nämnts ovan är det svårt att göra en exakt definition av kust eller marin turism och olika aktörer mäter och redovisar detta på olika sätt. Denna statistik ger dock en indikation på att företag inom fritid och turism är något underrepresenterat i denna intervjustudie.



Figur 3
Sektorsfördelning
av arbetstillfällen
inom maritima
närings
områden i NUTS-
område
Västsverige
(SE23).
Sektorsindelning
enligt Eurostats.

Sources: Statistics Sweden, Structural Business Statistics; HWWI.

¹⁰ Eurostats <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/background>

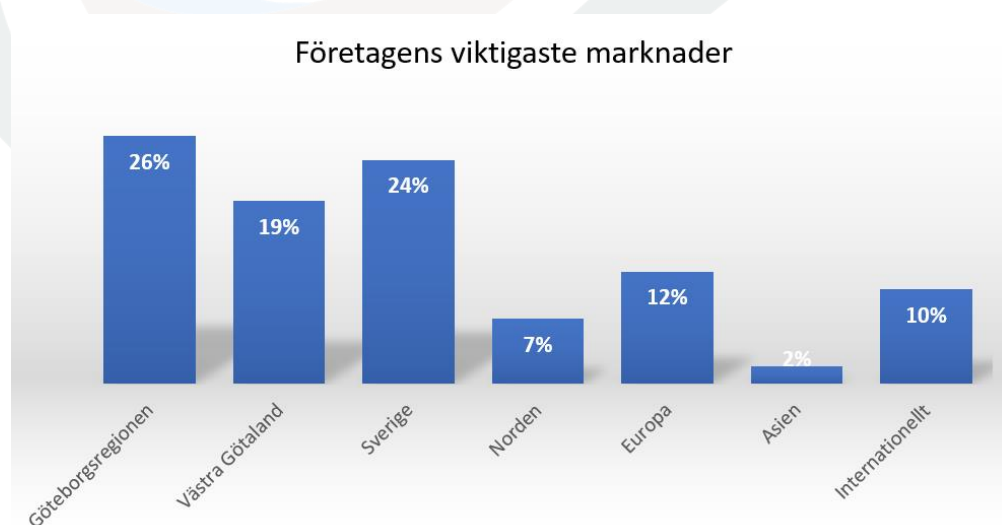
4. Resultat av intervjustudien

I detta kapitel presenteras respondenternas svar på intervjufrågorna.

4.1 Företagens viktigaste marknader

En av de första frågorna som ställdes i intervjuerna var vilken geografisk marknad som är viktigast för företagen. Svaren visar att den lokala och regionala marknaden har stor betydelse och utgör viktigaste marknaden för 45 procent av de svarande. För totalt 69 procent av företagen är Sverige, lokalt, regionalt eller nationellt, den viktigaste marknaden och för 31 procent är det marknaden utanför Sveriges gränser som är viktigast.

Figur 4 Företagens viktigaste marknader



Jämfört med BRG:s kartläggning 2014 är det något fler företag som år 2020 har angett marknader utanför Sverige som de viktigaste, det skiljer 6 procent mellan årets resultat och föregående undersökning.

Detta resultat verkar inte unikt vare sig för maritima näringslivet eller för Göteborgsregionen. Enligt Tillväxtverkets undersökning, *Företagens villkor och verklighet 2017* där 10 000 små- och medelstora företag deltagit, framkom att så många som två tredjedelar av småföretagen huvudsakligen är inriktade på den lokala eller regionala marknaden. Den nationella marknaden anges som huvudsaklig marknad av drygt vart femte småföretag och endast 12 procent anger att man i huvudsak producerar för en internationell marknad. Undersökningen visar också att ju större företaget är desto vanligare är det att man agerar nationellt och internationellt. Av de medelstora företagen anger nästan vart fjärde företag att deras huvudsakliga marknad är utanför Sverige. Motsvarande andel för småföretagen är drygt 10 procent.¹¹

4.2 Kompetensutveckling och kompetensförsörjning

Företagen fick frågan i vilken omfattning de arbetar för att attrahera, utveckla och behålla rätt medarbetare. Här fick företagen möjlighet att gradera sitt svar från 1-5 där 1 representerade inte alls och 5 motsvarade fullt fokus.

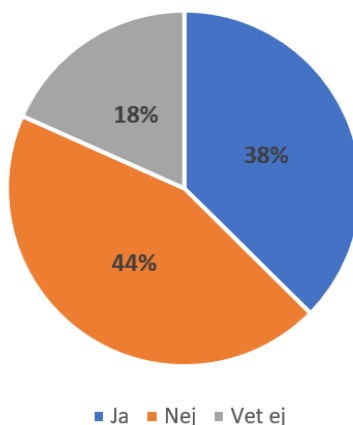
¹¹ Tillväxtverket 2017 - Företagens villkor och verklighet 2017. [Länk](#)

61 procent av företagen angav att de hade delvis eller fullt fokus på frågan. 27 procent av företagen i studien har inga anställda.

På frågan om det finns tillgång till rätt kompetens för företaget på marknaden svarade 38 procent av företagen att det finns tillgång. Det är en minskning från 2014 års kartläggning där en majoritet av företagen (66 procent) svarade att det finns tillgång till rätt kompetens.

Figur 5 Kompetens på marknaden

Finns det tillgång till rätt kompetens?



Det finns skillnader i hur företagen svarade mellan mindre och större företag sett till antal anställda. 57 procent av företagen med färre än 20 anställda svarade att det råder brist på rätt kompetens jämfört med 33 procent av företag med 20 eller fler anställda. Rapporten från 2014 visar motsatt resultat, att företag med fler än 20 anställda har i



**Swedish Agency
for Marine and
Water Management**



större utsträckning angett att det råder brist på kompetens och att det kan bli ett hot för den framtida verksamheten.

Tillväxtverkets studie från 2017 om företagens villkor och verklighet bekräftar denna bild och visar att en bristande tillgång till lämplig arbetskraft ses som det största hindret för tillväxt i de små och medelstora företagen.¹²

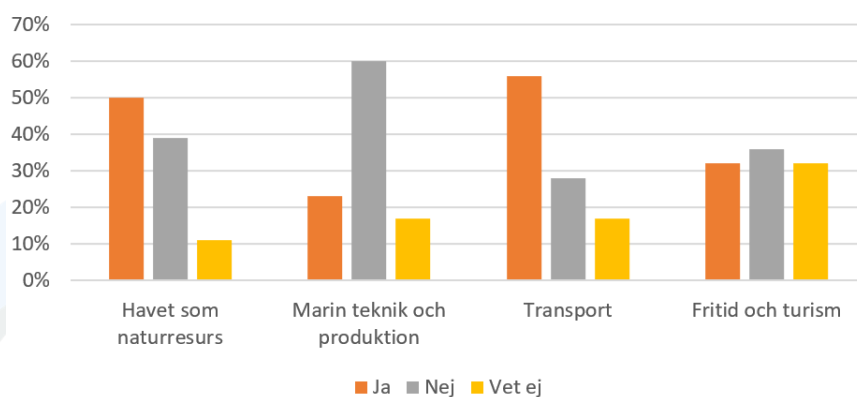
En jämförelse mellan hur företag från olika maritima sektorer har svarat visar att kompetensbristen är störst för företag inom marin teknik och produktion följt av sektorn havet som naturresurs.

Inom ramarna för denna intervjustudie har inga analyser genomförts på hur företagens omsättning matchar ett uttyckt kompetensbehov. Det är inte möjligt att dra några slutsatser kring företagens kompetensbehov och deras faktiska kapacitet att nyanställa.

¹² Tillväxtverket 2017 - Företagens villkor och verklighet 2017.

Figur 6 Kompetens på marknaden utifrån maritima sektorer

Finns det rätt kompetens för ert företag på marknaden?



På frågan om vilken kompetens det är som företagen saknar visar svaren att det finns en efterfrågan på erfaren personal eller personer med rätt behörighet/formell utbildning inom flera sektorer, vilket leder till att företagen istället behöver lägga resurser på att lära upp själva. Svaren visar också att det är svårt att hitta personer med intresse för branschen, särskilt bland yngre.

”Det är svårt att få personal med rätt utbildning. Skulle behövas båtbyggartutbildning, skeppsbyggaringenjörer, båtbyggare som kan plasta. Det är total kris.”
(Företag inom marin teknik och produktion)

Företagen inom de olika sektorerna anger att det är brist på:

Havet som naturresurs:
Skeppare och sjöbefäl

Marin teknik och produktion
Sömnadsarbetare

Personer som kan filea och röka fisk
Teknisk kompetens

Kapellmakare
Mekaniker
Hantverkare generellt
Dykare
Båtbyggare

Transport

Kompassjusterare
Utbildning inom shipping
Specialistkompetens inom sjöfart

Fritid och turism

Billig arbetskraft
Erfaren personal
Skeppare, matrosar och sjöbefäl

Från intervjuer i 2014 års kartläggning framkom det att flera sektorer kräver speciell kunskap och det gör att utbudet av personer med rätt kompetens krymper. Företag inom offshoreindustrin menar att det inte enbart är i Sverige det är svårt att få tag i kompetens, utan att det är en brist i stora delar av världen. Vissa branscher kräver speciella tillstånd för att kunna få genomföra vissa arbeten. Det i kombination med tydliga säsonger gör det svårt att hitta kompetent och behörig personal.

4.3 Samverkan lokalt

74 procent av företagen anger att de samverkar lokalt på orten med andra företag, kommunen och/eller utbildningsväsendet. 2014 var det 66 procent av företagen.

Om man jämför mellan företag i olika kommuner finns det vissa variationer. I de flesta kommunerna ligger snittet på lokal samverkan mellan 70-80 procent. Uddevalla

och Orust sticker ut med 90 procent och Öckerö där 100 procent av företagen samverkar lokalt på orten.

Majoriteten av företagen anger att de samarbetar med andra företagare på orten (77 procent). Företagen anger även att de samarbetar med olika skolor, högskolor och universitet samt att de har en del myndighetskontakt. Några företag anger att de jobbar med kommunen i utvecklings- och tillståndsfrågor.

Av de företag som idag inte samverkar lokalt på orten är 70 procent intresserade av att hitta samarbetspartners. Flera nämner att de önskar mer samverkan med kommunen.

”(Vi samverkar) med kommunen angående utveckling och tillståndsfrågor. Med annat företag där vi rekommenderar/rekommenderas tillgång till båtplatser. Samarbete med kommunen kunde vara bättre – vi har en marina där det inte är fullbelagt, kommunen har en kö där de inte kan få över folk till oss.” (Företag inom marin teknik och produktion)

”Vi saknar support från kommunen och regionen – det behövs mer samtal angående båtplatser, infrastruktur för snabbbladdning av eldrivna båtar (exempelvis).”

(Företag inom fritid och turism)

4.4 Andra mötesplatser och nätverk

För att få veta mer om vilka kontaktytor företagen har ställdes frågan om de deltar i mötesplatser och nätverk med olika aktörer och om de kan ge exempel på vilka forum de finns med i.

Figur 7 Företagens mötesplatser och nätverk

Företag som deltar i mötesplatser/nätverk med...	
Politiker	26%
Offentliga aktörer och myndigheter	27%
Företag inom samma bransch	71%
Företag i annan bransch	25%
Forskare inom akademi och/eller institut	37%

Politiker

Företagen träffar politiker genom ett antal olika forum; företagarföreningar, öråd, näringsdepartementet, Västsvenska handelskammaren, Almedalen, Lighterarena, Sweship, Västsvenska turistrådet, Övervakningskommittén och på företagsfrukostar. När företagen träffar lokala politiker diskuteras ofta tillståndsfrågor, forskning och utveckling, kompetensförsörjning, markbehov samt logistik- och infrastrukturfrågor.

Offentliga aktörer och myndigheter

Företagen träffar offentliga aktörer och myndigheter genom bland andra Västsvenska handelskammaren och olika branschorganisationer. 68 procent av företagen uppger att de har annan kontakt med myndigheter i exempelvis tillståndsfrågor. Exempel på offentliga aktörer och myndigheter som företagen träffar är Energimyndigheten, Havs- och vattenmyndigheten, Folkhälsomyndigheten, Länsstyrelsen, Livsmedelsverket, Sjöfartsverket, Transportstyrelsen, Tullverket, kommunen (miljöförvaltningen, plan och bygg), Trafikverket, Migrationsverket, Jordbruksverket och Skatteverket.

Företag inom samma och i andra branscher

Företagen har angett ett antal olika branschnätverk och branschorganisationer där de finns med för utbyte med andra företag.

Forskare inom akademi och/eller institut

Företagen träffar forskare från ett antal olika universitet och institut genom mötesplatser och nätverk. Företagen nämner bland annat Chalmers, Halmstad universitet, Borås högskola, Danmarks tekniska universitet, Göteborgs universitet, Svenska miljöinstitutet IVL och RISE Research Institutes of Sweden AB.

Saknar du någon mötesplats eller något nätverk?

Flera företag har angett att de idag saknar mötesplatser med politiker och offentliga aktörer/myndigheter för att diskutera en rad olika frågor:

- Klimatanpassning
- kajhyror och tillgång till kajer
- För att marknadsföra friluftslivet och båtlivet
- Vattenbyggnadsfrågor och regler
- Infrastrukturfrågor
- Hjälp med när och hur bidrag kan sökas
- Hjälp och råd i hur uppfylla krav som finns på ett smidigt sätt
- Samhällsutveckling och energiutveckling

4.5 Ortens betydelse

I intervjuerna fick företagen möjlighet att svara på hur viktig företagens geografiska placering är genom ett antal frågor om säsongsberoende, platsberoende, kunder och utbud.

Säsongsberoende

69 procent av företagen svarar att deras verksamhet är säsongsberoende eller delvis säsongsberoende. 2014 var andelen 60 procent.

Sett till kommun svarar främst företagen i Kungälv, Orust och Tjörn att deras verksamhet är säsongsberoende. Om vi ser till sektorer är det främst företag inom havet som naturresurs, marin teknik och produktion samt fritid och turism som anger att deras verksamhet är säsongsberoende (70-80 procent anger ja/delvis). Inom transport svarar 50 procent ja/delvis.

Platsberoende

63 procent av företagen svarar att deras verksamhet är platsberoende eller delvis platsberoende.

Sett till kommun är det företagen i Kungälv (100 procent), Orust (80 procent), Göteborg (73 procent) och Kungsbacka (71 procent) som anger att deras verksamhet är platsberoende. Uppdelat på sektorer är det främst företag inom havet som naturresurs

och marin teknik och produktion som anser sig platsberoende (ca 70 procent svarade ja/delvis).

Kunder

34 procent av företagen svarade att mer än 50 procent av deras kunder är lokala. 80 procent av företagen som anger att deras kunder är lokala har även svarat att de är platsberoende. Ju mer platsberoende företagen har angett att de är desto större andel fastboende har de som kunder. Resultat från 2014 års kartläggning visar samma mönster.

Ortens utbud

60 procent av företagen svarar att de är/delvis är beroende av ortens utbud av kommersiell service för sin verksamhet. Framförallt för företag i kommunerna på Tjörn, men även Öckerö, Uddevalla följt av Kungälv och Göteborg.

Svaren varierar när vi delar in dem i maritima sektorer. För fritid och turism och havet som naturresurs är siffran ca 70 procent medan företag inom transport och marin teknik och produktion har 50 procent företag som är beroende av ortens utbud.

Saknar du något på orten?

Företagen fick svara på frågan om de saknar något på orten som skulle kunna göra att verksamheten kan växa och utvecklas. De vanligast förekommande svaren var:

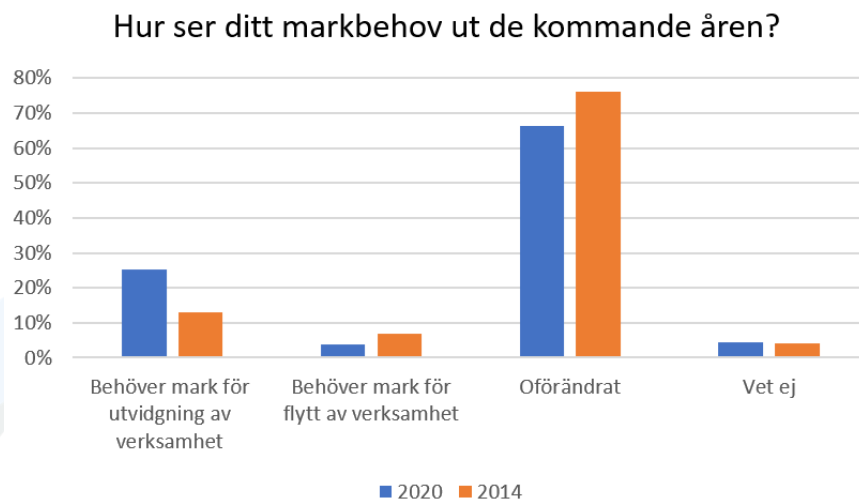
- Större hamn
- Fler kajer
- Fler båtplatser
- Fler båtvarv
- Service och verksamheter (inkl. restauranger, butiker)
- Bättre och billigare kollektivtrafik (till fastlandet, till Göteborg)
- Stöd från/kontakt med kommunen
- Arbetskraft/kompetens

4.6 Mark och lokaler

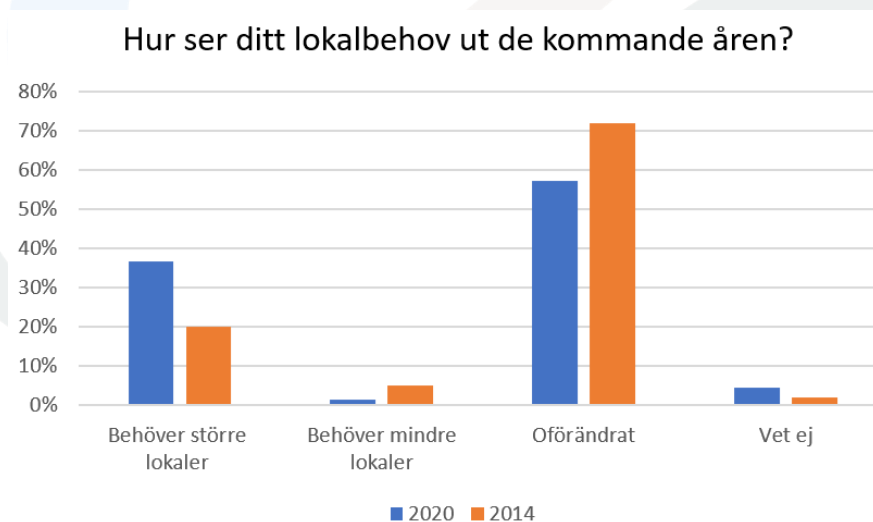
För att ta reda på företagens mark- och lokalbehov fick företagen svara på om de behöver mark för flytt eller utvidgning av verksamheten. Här svarade 5 procent av företagen att de behöver mark för flytt av verksamheten och 25 procent svarar att de behöver mark för utvidgning av verksamheten. De flesta företag som behöver mark för utvidgning finns i Göteborg och Kungälv, men även i Kungsbacka, Orust, Tjörn, Uddevalla och Öckerö. Bland dessa företag pekar flera på behov av havsnära mark eller i direkt anslutning till vatten. Det kan handla om utbyggnad av hamnar och båtplatser, men även båtvarv och havsnära industrimark. Tillgången till mark ses som en förutsättning för att kunna utveckla verksamheterna de närmsta åren. 19 procent av företagen som behöver mark skulle kunna tänka sig flytt till annan ort för att tillgodose behovet

37 procent av företagen ser att de kommer behöva större lokaler de kommande åren. Jämfört med resultatet från 2014 års kartläggning har behovet av mark för utvidgning och behovet av större lokaler har ökat.

Figur 8 Företagens markbehov



Figur 9 Företagens lokalbehov



Intervjusvaren visar att företag inom sektorn Havet som naturresurs och Fritid och turism i större utsträckning angav ett markbehov. 39 procent av svarande företag inom vardera

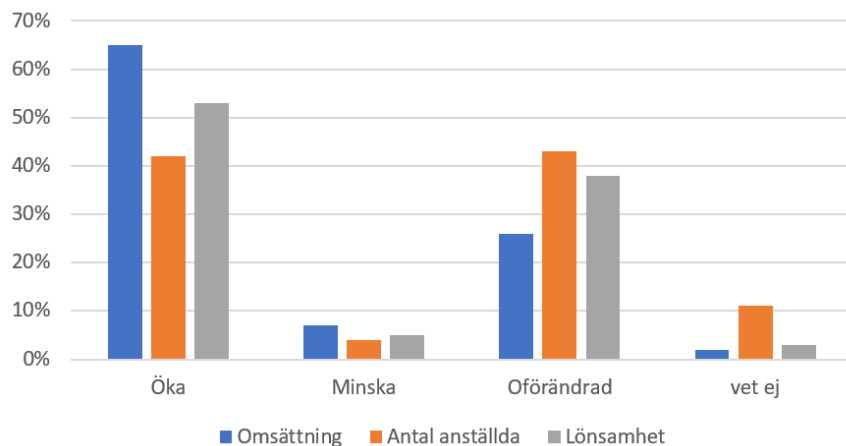
av dessa två sektorer svarade att de har behov av mark jämfört med 26 procent (Maritim teknik och produktion) och 14 procent (Transport) av företagen från de återstående två sektorerna.

4.7 Företagens utveckling

Företagen i intervjustudien fick svara på hur de såg på sin utveckling de närmsta 3 åren avseende omsättning, antal anställda och lönsamhet. 65 procent av företagen förutser en ökad omsättning. När det kommer till antal anställda är det ungefär lika stor andel företag som ser en ökning som oförändrat läge under de närmsta åren. Endast 4 procent av företagen ser att det kommer ske en minskning av antal anställda. På frågan om lönsamhet bedömer 53 procent av företagen att deras lönsamhet kommer öka, 38 procent oförändrat läge och 5 procent minskad lönsamhet.

Figur 10 Företagens utveckling på 3 års sikt

Företagens utveckling på tre års sikt



Det finns skillnader mellan de olika maritima sektorerna i hur de ser på utvecklingen närmsta 3 åren, framförallt företag inom sektorn havet som naturresurs där 68 procent ser en ökad lönsamhet och företag inom transport där 83 procent ser en ökad omsättning. Fritid och turism utmärker sig från genomsnittet genom att se en högre utveckling av antal anställda de kommande 3 åren.

Vad ser ni företaget om 3-5 år?

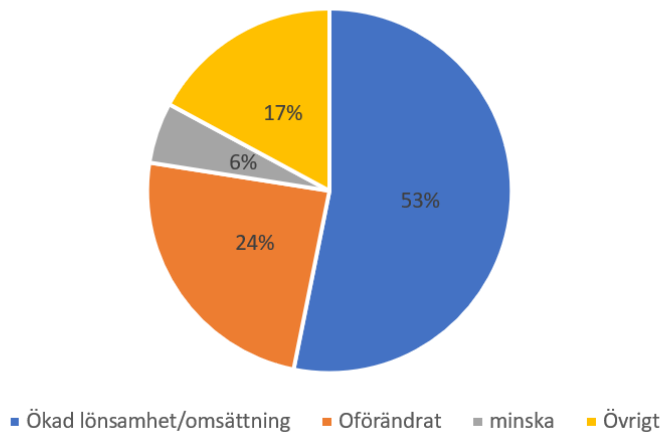
Företagen fick även svara på frågorna hur de ser på framtiden för deras företag om 3-5 år och vad som krävs för att nå dit. Ungefär hälften av företagen ser att deras verksamhet på olika sätt har vuxit om 3-5 år. Förutom interna prestationer och hårt arbete pekade företagen på ett antal yttre faktorer som betydande för en positiv utveckling för den egna verksamheten, dessa är:

- Kommuner och myndigheters agerande
- Tillgång till rätt kompetens
- Tillgång till mark
- Tillgång till lokaler

17 procent av företagen har gett andra svar på hur de ser sin verksamhet om några år. Hälften av dessa står inför ett generationsskifte eller kommer avveckla verksamheten inom de närmsta åren. Ett fåtal ska byta marknad, andra ser att de kommer specialisera sig inom sin bransch eller förändra organisationsstrukturen.

Figur 11. Var ser ni företaget om 3-5 år?

Var ser ni företaget om 3-5 år?



För att utveckla svaren ytterligare fick företagen svara på frågan om de ser några hinder eller utmaningar för att verksamheten ska växa under kommande år. Flera företag nämner här brist på mark, lokaler och rätt kompetens. I övrigt handlar svaren om:

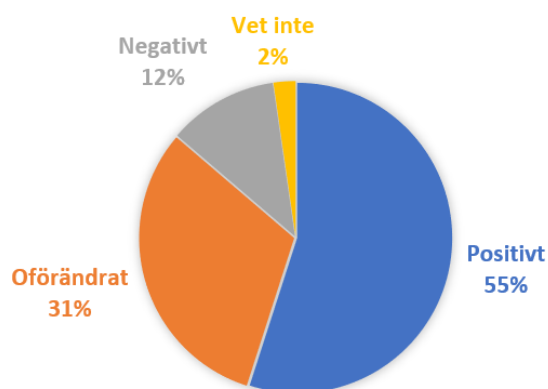
- Brist i tillgång på fisk/skaldjur
- Miljö/klimat
- Konjunkturer och politiska/ekonomiska läget i omvärlden
- Beslut/tillståndsfrågor/regleringar/fiskekvoter
- Beskattning
- Brist på samarbete/förståelse/ovilja från myndigheter/kommun

4.8 Företagens syn på framtiden

Intervjustudien visar att det är 55 procent av de tillfrågade företagen som ser positivt på framtiden i Göteborgsregionen inom sina respektive sektorer. I BRG:s kartläggning 2014 var det fler företag, 66 procent, som uppgav samma positiva syn på framtiden.

Figur 12 Framtiden i Göteborgsregionen

HUR SER NI PÅ FRAMTIDEN I GÖTEBORGSREGIONEN FÖR
ER VERKSAMHET OCH INOM ER SEKTOR?



Svaren skiljde sig åt mellan företag inom de olika maritima sektorerna. Företag inom transport ser mest positivt på framtiden inom deras sektor medan sektorn havet som en naturresurs har störst andel svarande företag som ser negativt på framtiden.

Figur 13 Framtiden i Göteborgsregionen inom er sektor/bransch

	Positivt	Oförändrat	Negativt
Havet som naturresurs	54%	24%	22%
Marin teknik och produktion	56%	40%	4%
Transport	67%	28%	6%
Fritid och turism	54%	32%	14%

Havet som naturresurs

De företag inom sektorn som ser negativt på framtiden menar att det småskaliga fisket håller på att försvinna och konkurrensen med större livsmedelsföretag är svår. Ett företag

lyfter fram Region Skånes arbete med lokala fiskare som ett gott exempel vi i vår region kan lära av.

Företagen som svarade positivt ser att det finns en ökad efterfrågan med större varuflöden, att Göteborg ligger bra till och att det finns goda förutsättningar att utvecklas.

Marin teknik och produktion

Deltagande företag uppgav att det finns en positiv anda i branschen. Det händer mycket i Göteborgsregionen och det är en välmående region. De ser också att båtlivet håller på att förändras vilket för med sig nya förutsättningar. Svaren visar att det dels handlar om att en ny generation båtägare håller på att ta över med högre efterfrågan på vattenskotrar och gummibåtar som följd istället för exempelvis segelbåtar. Det handlar dels om en kommande elektrifiering av båtmotorer.

”Det är frågan om branschen kommer minska och gå över till elektriska motorer, men jag ser inte att det kommer att ske inom en 10-års-period. Det finns ej möjlighet att förändra motorutbudet innan dess.”

(Företag inom marin teknik och produktion)

Inom denna sektor var det bara 4 procent av svarande företag som såg en negativ utveckling. Företagen menar att marknaden ser bra ut med en ökad efterfrågan men att brist på kompetens och krav på tillstånd kan utgöra hinder.

Transport

67 procent av svarande företag såg positivt på framtiden inom transportsektorn och av dem pekade flera företag fram gynnsamma förhållanden inom den lokala (bil)industrin och på den internationella marknaden som en förklaring till varför. Mer gods kommer in till Göteborgs hamn och företagen lyfter att Västsverige är starkt när det kommer till handel och sjöfart.

“Jag tror att vi har en bra forsknings- och utvecklingsmiljö i Chalmers, Lindholmen och Johanneberg, förutsättningarna finns”
(Företag inom transport)

De företag som såg negativt på framtiden pekar på en rad olika orsaker till detta. Ett företag svarar att fartygsindustrin har stagnerat medan en annan har valt att inte ha så många svenska kunder på grund av utvecklingen i Sverige. Svaren lyfter även att medelåldern inom sektorn ökar

Fritid och turism

Av de företag som svarade att de såg positivt på framtiden märker flera av att det finns mycket att göra på sommarhalvåret. Det är populärt att åka ut på sjön och allt fler



Swedish Agency
for Marine and
Water Management



upptäcker vad kusten har att erbjuda. Företag lyfter också en ökad turism i regionen som en bidragande orsak till en positiv framtidstro för sektorn.



5. Slutsatser och fortsatt arbete

Det finns en politisk drivkraft och positiv syn på att de maritima, eller blå, näringarna kan bidra starkt till tillväxt och sysselsättning inte bara för och i kustområdena. En utveckling av de maritima näringarna kan dessutom ha synergier med andra politiska målsättningar kopplade till exempelvis klimat och miljö. Kan vi gemensamt ta vara på potentialen finns alltså mycket att vinna.

Som nämnts tidigare består de maritima näringarna av en rad olika sektorer som i många fall har olika förutsättningar. I denna studie har vi företag som representerar transport, maritim teknik och produktion, havet som naturresurs samt fritid och turism. Detta behöver naturligtvis beaktas i slutsatsdragningen då svaren skiljer sig åt mellan sektorerna i en hel del frågor. Med detta sagt så finns det områden där företagens svar pekar åt i stort sett samma håll vilket indikerar att det finns områden där gemensamma insatser kan göra stor nytta.

Mark och lokaler

Ungefär en tredjedel av företagen i studien ansåg sig behöva mark för flytt eller utvidgning av sin verksamhet och något större andel såg ett behov av lokaler. Detta förstärks av att tillgång till mark och lokalet lyfts fram av företagen som två av de aspekter som är avgörande för utvecklingen av den egna verksamheten. En viktig del i ett fortsatt arbete är därför att fördjupa kunskapen kring hur detta behov ser ut för att kunna väga in det i planering och andra processer.

Ett mer specifikt behov som företagen lyfter fram som också är kopplat till markanvändning är tillgången till eller anslutningen till kaj och hamn. Detta har även identifierats inom det mellankommunala kustzonsarbetet och finns med som en del i överenskommelsen kring hållbara maritima näringar. Studien ger alltså stöd för att anslutning till kaj är en central fråga där flera sektorer berörs och där gemensamma insatser kan ha stor påverkan.

Lokal samverkan och platsens betydelse

För större delen av företagen är lokala och regionala marknader viktigast. Majoriteten av företagen anger också att de är platsberoende och många har sina kunder lokalt. Detta speglas även av att de intervjuade företagen har en väldigt stor grad av lokal samverkan framförallt med andra företag men också med utbildningsväsendet. Betydligt färre anger dock att de samverkar med kommunen.

Av de företag som idag inte samverkar lokalt på orten är majoriteten intresserade att hitta samarbetspartners. Flera nämner också att de önskar mer samverkan med kommunen. Mötesplatser där kontaktytor finns gentemot kommunen, både politiker och tjänstepersoner, lyfts också fram som en viktig aspekt när företagen svarar på vad de saknar på sin ort för att kunna växa och utvecklas. Här är det därför viktigt att identifiera vilka frågor som företagen är måna att samtala med kommunala aktörer kring och vilka former eller mötesplatser som fungerar bäst för den dialogen. Tillståndsfrågor och regelverk är några av de områden som lyfts fram av företagen som viktiga.

Det finns även ett flertal etablerade nätverk och mötesplatser för maritima näringar där kommunala aktörer kan medverka. Flera av dessa nätverk och mötesplatser har kopplingar till det maritima klustret i Västsverige, så där finns en naturlig ingång.¹³

Kompetens

I likhet med BRG:s kartläggning från 2014 indikerar denna intervjustudie att kompetensförsörjningen är en avgörande fråga för en fortsatt utveckling av de maritima näringarna. Flertalet av de minsta företagen anger att det råder brist på kompetens och det anges som en av de största utmaningarna eller hindren för att kunna växa. Företagen i studien anger att det till stor del handlar om behov av erfaren personal eller personer med rätt behörighet/formell utbildning. Här behövs samverkan mellan olika aktörer för att kartlägga framtida kompetensbehov för olika sektorer inom de maritima näringarna. Studien indikerar även att flera sektorer har behov av liknande kompetens vilket också behöver klarläggas i en kompetenskartläggning.

SMTF (Svenskt marintekniskt forum) och Chalmers har tagit ett gemensamt initiativ för att undersöka möjligheterna att etablera ett kompetenscenter för maritima näringar med fokus på sjöfart och marin teknik, där de även bjuder in andra aktörer. Om det blir framgångsrikt så kan det vara en modell även för andra sektorer inom det maritima.

¹³ <https://www.maritimaklustret.se/>

Fortsatt och fördjupad samverkan

Resultatet från intervjustudien visar att majoriteten av de svarande företagen ser positivt på framtiden och förutser en omsättningsökning de närmsta åren. Flera ser även möjligheter att öka antalet anställda.

Vi får förutsätta att den bilden ställts på ända i och med den rådande situationen med en världsomfattande pandemi som ger stora avtryck på ekonomin. Några svarande pekade också specifikt på det politiska och ekonomiska läget i omvärlden (mer generellt) som en stor utmaning för framtida utveckling. Oavsett nuläget så finns potentialen för utveckling av hållbara maritima näringar kvar och kanske är det ännu mer angeläget nu att forma strategier för att ta den tillvara. Ett långsiktigt hållbart näringsliv är en av förutsättningarna för att kustsamhällena ska leva.

Ett fortsatt arbete med att skapa förutsättningar för en positiv utveckling behöver ske i samverken mellan olika aktörer där olika perspektiv ryms. Denna studie har förhoppningsvis bidragit till att sätta ljuset på några av de områden som behöver gemensamma insatser som kan vara till nytta för flera sektorerna inom de maritima näringarna.

5.1 Företagens fortsatta engagemang

Efter intervjustudien kommer ett e-postutskick gå ut till de deltagande företagen, med undantag för de företag som valt att vara anonyma, (30 procent av de deltagande



Swedish Agency
for Marine and
Water Management



företagen). I utskicket kommer resultaten av studien presenteras samt mer information om projektet och hur de kan komma att involveras fortsatt i projektet.

Partners

Interregprojektets hemsida: www.land-sea.eu

Look up and follow us on social media [#LandSeaAct](https://twitter.com/LandSeaAct)



Bilaga 1. Frågeformulär

Marknader och kompetens

1. Ingår ert företag i en koncern?
2. Vilka är företagets viktigaste marknader?
(Flervalsfråga)
3. I vilken omfattning arbetar ni för att attrahera, utveckla och behålla rätt medarbetare?
4. Finns det tillgång till rätt kompetens för ert företag på marknaden?

Samverkan och mötesplatser

5. Samverkar ni lokalt på orten med andra företag, med kommunen eller med utbildningsväsendet?
6. Träffar ni lokala politiker? Vad är de huvudsakliga diskussionsteman?
7. Deltar ni i mötesplatser eller nätverk med:
 - a. Offentliga aktörer och myndigheter?
 - b. Företag inom samma bransch eller branschnätverk?
 - c. Företag i andra branscher?
 - d. Forskare inom akademi eller forskningsinstitut?
 - e. Annat?

Förutsättningar och behov

8. Är er verksamhet säsongberoende?
9. Är er verksamhet platsberoende?

10. Hur stor andel av era kunder är fastboende eller andra företag på orten?
11. Är ni beroende av ortens utbud av kommersiell service för er verksamhet?
12. Saknar du något på orten som skulle kunna göra att din verksamhet kan växa och utvecklas?
13. Hur ser ditt lokalbehov ut de kommande åren?
14. Hur ser ditt markbehov ut de kommande åren?
15. Om företaget behöver mark/nya lokaler – skulle det kunna bli aktuellt med flytt till annan ort?

Framtid

16. Hur tror ni företaget kommer att utvecklas på tre års sikt vad gäller:
 - a. Omsättning?
 - b. Antal anställda?
 - c. Lönsamhet?
17. Var ser ni företaget om 3-5 år?
18. Vad krävs för att nå dit?
19. Ser ni några utmaningar/hinder? Vilka?...
20. Hur ser ni på framtiden i Göteborgsregionen för er verksamhet och inom er sektor/bransch?
21. Slutligen, är det något du vill tillägga, ytterligare information du vill lyfta fram?
22. Acceliterar du att Göteborgsregionen får veta vad just du svarat på frågorna?