

Publicerad i Smålandsposten 1 oktober 2010

Bra kommunikationer viktigt för företagens utveckling

Goda kommunikationer är avgörande för att företagen skall kunna utvecklas. Genom att marknadsföra Kronoberg som turistdestination i länder med vilka vi har omfattande handel skapas underlag för förbättrade kommunikationer, t ex genom nya flyglinjer. Ett land där vi upplever behovet och möjligheterna som stora är Norge.

Lite förenklat kan man säga att ett företag använder kompetens som finns i regionen för att framställa produkter som sedan säljs på en ofta internationell marknad. För att företagen skall vara framgångsrika krävs delar i omvärlden som stöttar den processen. Det handlar om bra skolor och universitet och inte minst om goda kommunikationer, som säkrar tillgången till effektiva resor och transporter. Länets företag tillhör de mest exportintensiva i landet och Kronoberg har Sveriges största export i relation till befolkningmängden. Totalt handlar det om nära 200 000 kr per invånare i länet. De Kronobergska företagen är alltså framgångsrika, men förbättrade kommunikationer kan stärka dem ytterligare.

Det har skett en intressant utveckling av de internationella kommunikationerna i regionen de senaste åren. Förlusten av flyglinjen till Köpenhamn upplevs dock fortfarande som ett problem av många företag, men tågtrafiken till Kastrup utvecklas kontinuerligt. Förhoppningsvis blir förbindelserna ännu bättre när länstrafiken i Kronoberg respektive Skåne inleder sitt samarbete kring Öresundstågen i januari. Men Smaland Airport har också lyckats attrahera internationella direktlinjer. Ryan Airs linje till Düsseldorf har rönt stor uppmärksamhet, men flygplatsen erbjuder också förbindelser med Vilnius och Berlin.

Resenärer till och från Kronoberg kan kategoriseras utifrån två variabler. De kan antingen resa privat eller i tjänsten och de kan antingen bo i Sverige eller i ett annat land. Just flyglinjerna till Tyskland är intressanta, eftersom de är attraktiva för samtliga dessa kategorier. Den typen av linjer har självfallet ett större resandeunderlag än förbindelser som enbart fokuserar på t ex turister från Kronoberg eller resenärer i tjänsten. Därmed kan man få ett tillräckligt underlag för att starta nya linjer. En naturlig slutsats blir att de satsningar som görs för att marknadsföra Kronoberg som en attraktiv region för turister framför allt bör göras i länder med vilka vi har stor handel.

Norge är vår tredje viktigaste exportmarknad, samtidigt som Sverige är Norges överlägset viktigaste exportmarknad. Den svenska exporten till Norge ökade med åtta procent mellan 2007 och 2006, att jämföra med den totala exporten som ökade med fem procent. Men i dagsläget är kommunikationerna mellan Kronoberg och Norge inte bra. Tåget till Oslo tar som bäst åtta timmar, medan bilen är en och en halv timme snabbare. Väljer man att flyga från Kastrup eller via Arlanda tar det ungefär fem timmar och innebär en onödig omväg.

Givet de exportintensiva företagen i Kronoberg, vikten av bra internationella kommunikationer och Norges betydelse som marknad bör länet marknadsföras gentemot norska turister. På så sätt skapas förhoppningsvis underlag för en ny direkt flyglinje, till gagn för både företag och invånare i Kronoberg.

/Nils Arthur, VD ProfilGruppen AB

Ola Hermansson, VD Hammarsplast AB

David Svensson, regionchef Sydsvenska Industri- och Handelskammaren