

Motion till riksdagen
2013/14:N220

av **Sten Bergheden (M)**

Bättre villkor för turismen i Sverige

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om möjligheten till en översyn av turistföretagens villkor.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om möjligheten till en sänkt och mer enhetlig turistmoms.¹
3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om möjligheten att se över om resegarantierna i bussbranschen behöver vara så höga som i dag.²

¹ Yrkande 2 hänvisat till SkU.

² Yrkande 3 hänvisat till CU.

Fel! Okänt namn på

Motivering

Svensk turismnäring är en av landets starkast växande branscher. Den skapar jobb, växande företag och bidrar till hela landets tillväxt. Besöksnäringen sysselsätter nästan 168 000 på helårsbasis i dagsläget. Turismens exportvärde, mätt som utländska besökarens konsumtion i Sverige, ökade med 7,5 procent år 2012 till 106,5 miljarder kronor – det är mer än järn- och stålexporten och även mer än värdet av den svenska personbilsexporten under 2012. Turismens totala omsättning i Sverige år 2012 ökade med 4,8 procent till 275,5 miljarder kronor. Dessutom bidrar turismen som en av få exportnäringar med en ansevärd del moms till statskassan.

Men konkurrensen om turister är tuff, och om den svenska besöksnäringens positiva utveckling inte ska brytas bör vi satsa mer på att marknadsföra oss som turistdestination. Bland våra nordiska grannländer anslår Finland motsvarande 16 kronor per capita, Danmark 23 kronor och Norge drygt 31 kronor medan Sverige anslår 12 kronor per capita – lägst i Norden alltså. Det är därför angeläget att anslagen till marknadsföring av Sverige som besöksdestination harmoniseras runt genomsnittet för de nordiska länderna. Möjligheten till en översyn av anslagen till marknadsföring av Sverige som turistland så att de harmoniserar med övriga nordiska länders nivåer bör därför ses över.

Besöks- och turistnäringen har hög tillväxt och det är här en stor andel av de nya arbetstillfällena i Sverige skapas, inte minst för unga människor. Sverige har goda förutsättningar med storstadspuls, naturupplevelser, skärgårdar och en ökad landsbygdsturism med gårdsbutiker och spännande smakupplevelser. Men momssatserna inom turistnäringen är både många och olika, vilket snedvrider konkurrensen och innebär att små turistföretag riskerar att läggas ned på grund av orimligt höga och godtyckliga momssatser.

I vissa fall ska det vara 6 procent, ibland 12 procent och i andra fall 25 procent. Tex har guidade båtturer 6 procent moms medan guidade klätter- och kajakturer har 25 procent moms. Om man lägger till i en gästhamn erlägger man 25 procent moms medan en 12-procentig moms gäller för en husvagnscamping. Konferensarrangemang beläggs med moms på 25 procent, men momsen för logidelen för samma konferensdeltagare är 12 procent.

Turistföretag som erbjuder liknande upplevelser får alltså betala vitt skilda momssatser, det uppmuntrar till fusk och kan leda till gränsdragningsproblem. Det snedvrider konkurrensen och hotar små turistföretags överlevnad. Olika momssatser medför regelkrångel för turistföretagare och klingar inte speciellt väl med att det ska vara enkelt att vara företagare. Företagen ska syssla med att utveckla sin verksamhet, inte med administrativt krångel. Den svenska turismnäringen behöver rättvisa och lika villkor.

En lägre och mer enhetlig momssats skulle underlätta för företag att våga starta utan att behöva tänka på vilka tjänster som belastas med en mer fördelaktig moms. Regeringen bör överväga att se över dagens momssatser för olika verksamheter inom turistnäringen i syfte att de harmoniseras på en lägre nivå. Det skapar tillväxtmöjligheter, nya arbetstillfällen och underlättar för bran-

Fel! Okänt namn på

schen, samtidigt som fusket kan minskas. Det bör därför göras en översyn av möjligheten till en sänkt och mer enhetlig turistmoms.

Ytterligare en aspekt som är viktig för turistbranschen i Sverige är att den som arrangerar färdiga researrangemang som till exempel bussresor enligt lag ska ställa resegaranti som är kundens försäkring för att få tillbaka inbetalda pengar om företaget av någon anledning skulle komma på obestånd och inte kan genomföra resan. Svenska bussbolag måste dock sätta undan en ansevärd summa pengar per år i denna resegaranti jämfört med övriga Europa, dessutom ska man ha i åtanke att det är mycket sällan att resenärer med svenska bussbolag har behövt använda denna garanti. Dessa höga resegarantier, som inte ter sig fullt ut motiverade, drar upp kostnadsläget för svenska bussbolag och riskerar att hindra turismens utveckling. Möjligheten att se över om resegarantierna i bussbranschen behöver vara så höga som idag bör därför övervägas.

Stockholm den 27 september 2013

Sten Bergheden (M)