

Motion till riksdagen 2016/17:3129

av **Lars Hjälmered m.fl. (M)**

En stärkt besöksnäring

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ta fram en samlad strategi som tydliggör hur Sverige kan attrahera besök, evenemang, möten och kongresser och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att göra en samlad översyn av regler och villkor för camping i syfte att skapa fler arbetstillfällen inom denna näring under en utökad säsong och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att tillåta gårdsförsäljning av lokalproducerade alkoholhaltiga drycker och tillkännager detta för regeringen.
4. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att se till möjligheterna i nya marknader med tyst turism, kulturturism, stadsturism och digital tillgänglighet för besöksnäringen och tillkännager detta för regeringen.
5. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att effektutvärdera statens samlade besöksfrämjande och tillkännager detta för regeringen.

En levande turist- och besöksnäring

Moderaterna anser att Sverige ska ta tillvara sin fulla kompetens genom att bli ett än mer framgångsrikt turistland som skapar fler arbetstillfällen inom turistnäringen.

Viktiga framgångsfaktorer är bland annat ökad kännedom om svenska destinationer, höjd kompetensnivå inom näringen och fler direkta flyglinjer.

Under 2015 stod de utländska besökarna för 112,6 miljarder kronor i ”exportintäkter” och den svenska turistnäringen sysselsätter närmare 165 000 årsarbetskrafter i Sverige. År 2015 omsatte turistnäringen 281,7 miljarder och genererade 14,6 miljarder kronor i momsintäkter till staten. Sedan 2000 har turismens exportvärde ökat med 177 procent. Turistnäringens andel av Sveriges totala export var samma år 6 procent. Idag ger turisternas konsumtion mer och mer inkomster till företagare och den svenska staten liksom hundratusentals jobb till arbetande svenskar. Vi moderater vill stärka denna utveckling.

Näringslivet är starkt beroende av samspelet mellan privat och offentligt, eftersom besökarnas upplevelser i hög grad byggs kring platser och tjänster som tillhandahålls av det offentliga. Det handlar bland annat om offentliga miljöer, transporter, rekreationsområden och lokal service.

Besöksnäringens företag omgärdas av ett omfattande regelverk, och ser lagar och myndighetsregler som ett större hinder än genomsnittsföretaget. Olika avgifter kan innebära stora kostnader för många olika verksamheter, ofta mindre företag. Detta är ett återkommande bekymmer som upprepas över landet och behöver ses över.

Marknadsföring av Sverige

Genom att vara värdland för olika idrotts-, kultur-, företags- och branschevenemang exponeras Sverige. Människor i andra länder får upp ögonen för Sverige och det leder till att vi får fler utländska turister. Många goda insatser görs idag av Visit Sweden, Tillväxtverket och Svenska institutet för att stärka Sverige bilden utomlands, attrahera fler utländska turister och verka för att evenemang och möten kommer till Sverige. För att bibehålla den positiva utveckling svensk besöksnäring sett det senaste decenniet menar vi att mer kan göras för att främja en fortsatt positiv utveckling. Inom ramen för Visit Swedens uppdrag vill vi kraftsamla insatserna för att attrahera evenemang, möten och turism till Sverige. Detta bör ske genom att gemensamt med andra relevanta organisationer stärka och utveckla Sverige bilden i syfte att locka fler turister och evenemang till landet. Samtidigt som man sprider goda exempel och stöttar regionala turistorganisationer.

Tillväxtverket kan jämfört med andra länders turistorganisationer sägas ha en snävare roll och ett mer avgränsat uppdrag i turismutvecklingen. Verket har en främjande och stödjande roll och kan i den rollen fungera som projektfinansiär. Det är angeläget att se över hur Tillväxtverkets roll tillsammans med andra myndigheter kan kopplas samman med Visit Sweden för bästa möjliga organisation.

Camping för alla

Camping är en näring som tar ett stort ansvar för att ge ungdomar det första jobbet. Camping är samtidigt en av de allra största turistaktiviteterna i Sverige med fortsatt växande intresse. För att ta tillvara och utveckla campingen krävs öppenhet för det nya som efterfrågas. Olika regler gäller idag beroende på var i Sverige man befinner sig. Moderaterna vill underlätta för campingverksamheter att verka över en längre tid under året genom en enklare tillståndsgivning och större möjligheter att anpassa verksamheterna över säsong. Orter som tidigare varit starkt säsongsbetonade bör få möjligheten att erbjuda turism även under andra årstider. Det kan exempelvis vara skidorten som får möjlighet att rikta in sig på fjällvandring och ekoturism under sommarmånaderna då backarna inte är täckta av snö. Därför bör en översyn göras av miljölagstiftningen samt plan- och bygglagen för en bättre anpassning vad gäller till exempel campingreservat och enklare villkor för uppställning av villavagnar.

Öppna upp för gårdsförsäljning som en del i en modern besöksnäring

Mikrobryggerierna och vingårdarna i Sverige växer så det knakar och intresset för drycker som producerats i mindre skala har växt betydligt. Det skapar inte minst nya arbetstillfällen och försörjning på landsbygden. Men samtidigt upplever flera mindre producenter att det är svårt att komma in i Systembolagets sortiment med deras nya regler. Möjligheten att sälja sina egna produkter ger dessa producenter en grundtrygghet att stå på samtidigt som det ökar möjligheten att marknadsföra sina produkter. Det stärker turist- och besöksnäringen vilket i sin tur skapar fler jobb.

Alkohol- och utskänkningstillstånd måste vara anpassade till en internationell turism. Exempelvis bör det bli möjligt för lokala alkoholproducenter att sälja produkter till privatkunder direkt från gården, under reglerade former. Sveriges framväxande mikrobryggerier och vingårdar har här möjlighet att vara bidragande till ökad mat- och dryckesturism. Idag är Sverige det enda land inom EU där gårdsförsäljning är förbjuden. Alkohollagen bör göras mer transparent så att den som uppenbart missköter sig enkelt ska kunna förlora sitt tillstånd. Samtidigt som den skötsamma entreprenören inte ska belastas med ett allt för tungt regelverk.

Besöksnäringen som jobbskapare

I Sverige ser vi ett nytt utanförskap växa fram. Det breda utanförskap Sverige hade under det tidiga 2000-talet har nu ersatts av ett smalare och djupare utanförskap. Det handlar om människor som aldrig får en chans på arbetsmarknaden, främst unga och nyanlända. Hindren för att ta sig in på arbetsmarknaden för dessa grupper är höga.

Besöksnäringen utgör ofta en inkörsport för många människor, inte minst unga. För att besöksnäringen ska kunna fortsätta växa och anställa är det rimligt och angeläget att ett förstajobbetavdrag införs. Med tydliga incitament för att arbeta. Målet är att ge fler unga och nyanlända chansen att få sitt första jobb. Detta presenterades i Moderaternas budgetmotion för 2016.

Tyst turism

Under sommaren 2016 har det varit inslag från olika delar av vårt avlånga land från olika smultronställen. En sådan aspekt är att vårt land äger en fantastisk rikedom i att ha platser och områden där det är riktigt tyst. För många kan tystnad vara besvärande då man söker andra människors gemenskap men lika väl så är det också en källa till den avkoppling som många behöver för att koppla av från den innehållsfyllda vardagen med mycket kontakter, såväl fysiska som via nätet. Många andra länder saknar också dessa platser med stillhet och ro som vårt land kan erbjuda nära naturen. Turister har börjat söka sig till vårt land för dessa upplevelser av tystnad och det finns en stor potential i detta.

Kultur- och världsarvsturism

Sverige har ett flertal kulturarv och andra platser som återfinns på FN:s världsarvslista. Dessa attraktioner ger goda förutsättningar för Sverige att hävda sig i konkurrensen om den internationellt allt mer växande kulturturismen. Kunskapen om attraktionerna leder till att Sveriges historia uppmärksammas och ger fler utländska turister. Sverige kan bli bättre på att använda sig av sina rika kulturarv i marknadsföring gentemot utländska turister. Det finns en trend som rör sig mot mer nischad turism såsom upplevelseresor och ekoturism. Här har Sverige med sin unika natur och sitt rika kulturarv en möjlighet att rikta sig mot nischade målgrupper i bred bemärkelse. För att få maximal utväxling på de svenska förutsättningarna bör en samlad besöksnäringstrategi utvecklas.

Friluftssektorn omsätter årligen 100 miljarder kronor och sysselsätter 75 000 årsarbetare. Det finns därför stor potential för växande naturturism kopplat till friluftssektorn. Moderaterna vill därför se över möjligheterna på detta område samt hur förutsättningarna för naturturism kan förbättras genom översyn av gällande regelverk.

En tillgänglig och attraktiv besöksnäring

För att Sverige ska kunna vara ett attraktivt resmål för turister både inom och utom landet krävs det tillgänglighet och kvalitet. Möjligheten för branschen själv att certifiera guider är något som vi välkomnar. Den möjligheten finns idag och utgör en god incitamentsstruktur för flera olika branscher som riktar in sig på guideade turer. Möjligheten för branschen att snabbfotat ändra kriterier efter det som efterfrågas av branschen och konsumenterna själva är större än om staten genom lagar och förordningar försöker styra den processen.

Vidare välkomnar vi möjligheten till certifiering av tillgänglighet. Alliansregeringen klubbade igenom en historisk tillgänglighetslag som gäller i hela landet. Möjligheten att gå längre och mer specifikt finns för branschen själv genom tillgänglighetscertifiering som kan åskådliggöra och ta hänsyn till de speciella förhållanden som kan råda på en ekoturismcamping i fjällen såväl som för segelverksamhet utanför Öland.

Att det finns tillgänglig information på flera språk än svenska och engelska blir allt mer nödvändigt i takt med att fler turister kommer från andra länder än de vi tidigare varit vana vid. Här har branschen själv tillsammans med kommuner ett viktigt ansvar att genom ett aktivt turismarbete genom hotell, turistbyråer och andra kanaler se till att information kommer ut på så många berörda språk som möjligt.

Effektutvärdering av statens samlade besöksfrämjande

Svensk besöksnäring står för en stor och växande andel av företag, arbeten och skatteintäkter. Som turistdestination står sig Sverige väl och det är en styrka vi bör bejaka. De gemensamma investeringarna i tid och skattemedel vi investerar för en stärkt besöksnäring måste genomsyras av effektivitet och utväxling utifrån väl underbyggda analyser, bra genomföranden samt uppföljning och utvärdering så de blir så hållbara och långsiktigt bärkraftiga av sig själva som möjligt. Vi vill därför att det sker effektutvärderingar av statens samlade besöksfrämjande.

Lars Hjalmered (M)

Hans Rothenberg (M)

Ann-Charlotte Hammar Johnsson (M)

Gunilla Nordgren (M)

Sten Bergheden (M)

Hanif Bali (M)

Sofia Fölster (M)

Jessika Roswall (M)

Jessica Polfjärd (M)