

Motion till riksdagen 2010/11:N416

av Anders Sellström (KD)

Turism

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om satsningar inom turism för att utveckla Sverige som turistland.

Inledning

Sverige har goda förutsättningar för en växande turistnäring. Det är ett stort land med en vacker natur, ren luft och rent vatten, en spännande historia och ett rikt kulturutbud över hela landet. Vi har också områden som kan erbjuda en upplevelse av tystnad, något som allt fler i våra mest tätbefolkade regioner i Europa och världen efterfrågar. Sverige är ett naturskönt land med stor variationsrikedom i landskapet. De milsvida skogarna, sjöarna, älvarna och fjäll- len, liksom våra vackra kuster och skärgårdar, lockar människor från mer tätbefolkade områden i landet och från andra länder.

Men det behövs fler och tydligare satsningar för att utveckla Sveriges turistpotential till fulla. I denna motion listar jag nio viktiga satsningar för Sverige som turistland.

Det goda samhället och en god välfärd förutsätter ett konkurrenskraftigt och differentierat näringsliv. Detta innebär i sin tur att ett gott klimat måste skapas och vidmakthållas för ett dynamiskt småföretagande, där enskilda människors idéer, kreativitet och entreprenörskap får möjlighet att blomma ut. En del av näringslivet som blir alltmer betydelsefull är turismen.

Turism är enligt WTO:s definition: "Människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för affärer, fritid eller andra syften." År 2009 ökade turistnäringens omsättning i Sverige till 251,7 miljarder kronor, en ökning med 6,1 procent från 2008. Exportvärdet, det vill säga utländska besökarens konsumtion i Sverige, ökade med nästan 13 procent till 93,6 miljarder kronor och är därmed större än både järn och stål (30,5 miljarder kronor) och personbilsexporten (33,6 miljarder

Fel! Okänt namn på

kronor) tillsammans. Svenska affärsresenärers konsumtion uppgick till 43,6 miljarder kronor.

Turistnäringen skapar drygt 159 000 arbetstillfällen i Sverige enligt siffror från Tillväxtverket. Det är lätt att inse att utvecklingskraften för Sverige som helhet är enorm. De jobb som skapas inom turistnäringen blir jobb i våra egna regioner, de kan inte flyttas utomlands. Dessutom bidrar turisterna genom sin konsumtion för närvarande med över 12 miljarder kronor till statens moms-kassa. Till skillnad från flera andra exportnäringar så tillför alltså turisterna momspengar till staten.

Undersökningar visar också att det är lättare för ungdomar, lågutbildade och invandrare att få sina första jobb i turistbranschen. Besöksnäringen är extra personalintensiv och ger därför en möjlighet för många att få ett arbete.

Satsningar för ökad turism i Sverige

Fördubblad satsning på marknadsföring

Sverige har goda förutsättningar för en växande turistnäring. Turismen som bransch tillhör världens snabbast växande men där Sverige har svårare att hävda sig som turistland. Det finns några tillväxthämmande faktorer som regelkrångel, brist på riskkapital, högre moms än grannländerna och dålig infrastruktur.

Idag spenderar staten cirka 150 miljoner kronor per år på Visit Sweden som har som uppgift att marknadsföra Sverige. Det innebär att vi i Sverige satsar drygt 16 kronor per capita. Motsvarande siffra i Danmark och Norge är en bit över 30 kronor per capita medan man i Norge lägger cirka 47 kronor per invånare på att marknadsföra turismen. Jag anser att en rejäl uppväxling behövs på detta område.

Den ökade marknadsföringen av Sverige som turistland ska inriktas på marknadsföring av det som är unikt för Sverige: glesbygden, vildmarken, fjälltrakterna, mörkret och kylan, norrsken och midnattssol, allemansrätten, våra många sjöar, älvar och vackra havskust. Detta marknadsföringsarbete bör även omfatta Sveriges storstäder. Det handlar också om möjligheterna till fiske, jakt, bär- och svamplockning, kanotsafari, försränning, bo på lantgård med mera.

Bättre samordning av de offentliga insatserna

De offentliga organen, staten, landstingen/regionerna och kommunerna, branschen och den ideella sektorn, behöver i högre grad arbeta tillsammans och samordnat för att utveckla den svenska besöksnäringen. Alliansregeringen har under våren 2010 gett Tillväxtverket och Visit Sweden i uppdrag att tillsammans leda arbetet i en samordningsgrupp, där en rad statliga myndigheter ingår, för destinationsutveckling och tillväxt i besöksnäringen. Denna typ av

samordning från statens sida är mycket angelägen, men arbetet måste också på ett aktivt sätt involvera regioner, kommuner och de företag som verkar inom näringen och inte bara de som är kopplade till ett delägarskap i Visit Sweden.

En utbyggd infrastruktur och utvecklad trafik

En väl fungerande infrastruktur är av avgörande betydelse för turismen på landsbygden. Exempelvis spelar priser på flyg- och tågresor en avgörande roll om avlägsna resmål ska få underlag för en på sikt lönsam turistnäring. Fjällturismen har under de senaste femton åren dragit söder ut. Allt fler söker sig till Dalarna, Jämtland och Härjedalen medan utvecklingen Västerbotten och Norrbotten inte varit lika positiv.

Flyget måste också utnyttjas mer för att öka turismen, inte minst i norra Sverige och då särskilt i Lappland. Fjällturismen till Hemavan har till exempel ökat kraftigt sedan man fick en fungerande flygtrafik. Utvecklingen mot att staten tar ägaransvar för ett mer begränsat antal flygplatser i ett nationellt basutbud, får inte leda till att staten drar tillbaka sitt finansieringsansvar i form av driftbidrag till övriga flygplatser. Vägarnas standard betyder också mycket för besöksnäringen. De små turistanläggningarna ligger ofta vid sidan av de stora vägarna, och tjälskador kan ställa till stora problem. Anslagen till de enskilda vägarna har höjts under alliansregeringens tid och måste fortsätta prioriteras. Jag anser att turismen måste vara framtidsinriktad och mer miljöanpassad.

Järnvägstransporter bör när förutsättningar finns nyttjas i högre grad. Idag saknas till exempel järnväg till Nordeuropas största vinterturistområde, Sälen, vilket gör att den miljömässiga belastningen på vägar och tillfarter blir stor. En jämförelse kan göras med skidorten Åre som ligger betydligt längre norrut, men genom sin järnvägsförbindelse har utmärkta kommunikationer med omvärlden och därmed avlastar så väl vägar som närmiljö. Den omreglering av järnvägstrafiken som alliansregeringen genomfört, skapar förutsättningar för fler transportlösningar som är skräddarsydda för besöksnäringens behov. Redan har etableringsmöjligheterna för andra bolag än SJ ökat vad gäller charter, veckosluts- och helgtrafiken. Det mer omfattande marknadsöppnandet som sker under 2011, måste få sådana former att goda förutsättningar etableras för olika typer av evenemangs- och säsongsanpassad trafik.

Utveckla fler turistkluster

I dag finns tydliga turistkluster i exempelvis småländska Glasriket, de svenska fjällorterna, Åland, Gotland och västkusten. Sverige behöver dock bli bättre på att ta tillvara de allmänna kluster som utbildning-turistort-företagsetablering innebär. Genom att förlägga en högskola på en turistort kan man också locka till sig företag med det humankapital som utbildade studen-

Fel! Okänt namn på

ter på orten innebär. Ett förslag skulle kunna vara att etablera en turisthögskola i någon av de turistorter som finns i Sverige.

Satsa på lokalt ambassadörsskap och lokal samverkan

För en god marknadsföring krävs inte bara satsningar på nationell turism i Sverige. Lokalbefolkningen är de bästa ambassadörerna för sin bygd. Genom att ha varit så att säga turist på hemmaplan har man lättare att berätta för externa besökare om sin hembygd. Skolan bör på ett tidigt stadium framhålla bygdens betydelse och kopplingen till historien för att på så sätt göra eleverna mer medvetna om den lokala förankringen.

I strävan att utveckla turism på landsbygden ska målsättningen vara att skapa förutsättningar för en ekologiskt uthållig näring. Samarbeta och en målmedveten samordning mellan flera intressenter kan ge goda resultat. En förebild kan vara det samarbete som etablerats genom IEF, Inlandskommunernas ekonomiska förening, där ett 20-tal kommuner från Halmstad i söder till Gällivare i norr aktivt samarbetar med Inlandsbanan och Inlandsvägen som de sammanhållande banden. En annan är Siljan Turism, där kommunerna och näringslivet runt Siljan har utvecklat en lokal samverkansmodell.

Öka turismutbildningen

Det är viktigt att Sverige deltar aktivt i den forskning som bedrivs kring turism. Lika viktigt är att de erfarenheter och de forskningsrön som framkommer på ett enkelt, snabbt och effektivt sätt förs ut till näringen.

På utbildningssidan finns ett brett utbud av kurser på gymnasienivå, inom vuxenutbildningen och de kvalificerade yrkesutbildningarna liksom högskoleutbildning. Den kvalificerade yrkesutbildningen varvar teori och praktik och finns på ett tjugofemtal platser. Utbildningarna har olika inriktning och de flesta kurser är på 80 poäng. Efterfrågan på kvalificerad arbetskraft ökar successivt inom rese- och turistnäringen och möjligheterna att få arbete efter utbildningen är goda. Platserna på KY-utbildningar bör därför ökas.

Viktigt är att skapa studievägar för att de som har erfarenhet ska kunna komplettera med teori, det vill säga man måste ha turismutbildning med flexibilitet.

Samordna myndighetskontrollen och minska avgifterna

Myndigheterna ska fokusera på syftet med en regel. Ett tillsynsuppdrag bör inte inskränka sig till bara myndighetsutövning utan också uppfylla en viktig servicefunktion. I dag måste ofta turistföretagen betala dubbla avgifter för myndighetskontroll. Vid kontroller av exempelvis kylanläggningar krävs att ett auktoriserat företag utför besiktningen. Efter denna kontroll sker en ytter-

ligare kontroll av den ansvariga myndigheten. Turistföretagen betalar båda kontrollerna.

Ett system utformat på ett liknande sätt som kontrollen inom bilbesiktningen där myndigheten bara ackrediterar och granskar besiktningföretaget skulle vara mycket smidigare för de små företagen. Är kontrollen utförd av en certifierad besiktningssman ska kvaliteten på besiktningen vara garanterad. Myndigheten kontrollerar alltså endast reparationsfirman och inte turistföretaget.

Vid nyetableringar är ofta många myndigheter inblandade, vilket förhåller företagsstarten. Lagstiftningen inom olika sektorer kommer också ibland i konflikt med varandra, vilket går ut över företagaren. Jag menar att det krävs en bättre samordning mellan de olika myndigheterna. En ökad samlokalisering av alla statliga myndigheter bör eftersträvas på regional nivå. Då kan regionala behov stödjas och samordnas. Myndigheterna bör minimera kontrollen av anläggningar som fungerat utan anmärkning under en längre tid och i stället fokusera resurserna på de anläggningar som har problem.

Myndigheterna bör också åläggas att inom en viss tid meddela företagaren om tillstånd ges eller inte. I de fall där olika myndigheter ställer motstridiga krav ska detta hanteras mellan myndigheterna, dock självklart med möjlighet för företaget att yttra sig.

Jag föreslår att särskilda så kallade företagshandläggare ska svara för samordning av tillstånd för en viss bransch, till exempel hotell och restaurang, småskalig och naturnära turism, evenemang och så vidare. Det borde vara möjligt med ett interkommunalt samarbete så att flera kommuner kan nyttja den specialkompetens inom en bransch som byggts upp i en av dem.

Förenkla regelverket och anpassa resegarantilagen

Många regler och bestämmelser kan vara välmotiverade, men det finns alltför många exempel där systemet, som är till för att skydda och hjälpa, i stället stjälper företagen. Det lilla företaget kan inte på samma sätt som storföretagen hålla speciell kompetens för administrativa uppgifter. De rigida bestämmelserna innebär höga tillsynskostnader för alla företagare och då också turistföretagen.

En stor del av lagstiftningen kring livsmedel och hälsoskydd utgår från företag som är knutna till byggnader och fasta inventarier. De turistföretag som är baserade på upplevelser i skog och mark stöter ofta på problem eftersom fasta byggnader ofta saknas. Det lilla turistföretaget har inte de resurser som reglerna är utformade för. Detta hämmar turistnäringens fortsatta tillväxt. För att inte hindra det lilla turistföretaget att bedriva sin verksamhet krävs flexibla regler. Det är orimligt att samma lagstiftning gäller för samtliga företag oavsett inriktning, lokalisering och storlek. Självklart får det inte innebära att god livsmedelshygien och hälsoskydd åsidosätts.

Ett exempel på inflexibel lagstiftning är resegarantilagen. Lagens syfte är att ge konsumenter ett skydd mot förseningar och ekonomiska förluster. Resegarantilagen är bra för konsumenterna men kan vara bekymmersam för

Fel! Okänt namn på

mindre företag som den i dag är utformad. Småföretagen får ofta ta lån för att finansiera garantin med ofta oförmånliga villkor som i sin tur innebär stora risker för småföretagaren. I vissa andra länder förekommer det fondlösningar som visat sig fungera bra. En utredning om resegarantisystemet bör snarast tillsättas. I utredningen bör särskilt de mindre företagens situation beaktas. Även om det på vissa områden behövs genomgripande förändringar av regelverket handlar det till stor del om attityder och värderingar när det existerande regelverket tillämpas.

Ge svenska turistentreprenörer en bra start

För en del av dem som är verksamma inom turistnäringen är eget företagande ett alternativ. Det är dock ett stort steg att ”starta eget” och det är inte alltid så lätt att få finansiering. I Danmark finns sedan 1965 möjlighet att skattefritt spara för att starta eget företag. På ett så kallat etableringskonto är insättningarna avdragsgilla och möjliga upp till 40 procent av nettolönen. Om sparmedel tas ut utan att användas till anläggningstillgångar i ett nystartat företag, efterbeskattas kontohavaren och får dessutom betala en ränta för den tid som pengarna varit obeskattade. Avdrag för insättningar på kontot kan göras upp till fyra år efter etableringsåret, men begränsat till 40 procent av löneintäkten eller vinsten vid egen verksamhet. Mellan 550 och 800 danskar har årligen de senaste fyra åren valt att göra insättningar på ett etableringskonto. Många nya företag har startats tack vare etableringskontot. Jag vill också i Sverige införa denna typ av etableringskonto.

Jag vill dessutom introducera en möjlighet att göra avdrag för satsningar som görs i andras nystartade företag, ett så kallat riskkapitalavdrag. Konkret innebär förslaget att personer som köper nyemitterade aktier i onoterade bolag ska ha möjlighet till skattereduktion för investeringar upp till 100 000 kronor per år. Avdrag ska få göras mot inkomst av kapital såväl som mot inkomst av tjänst. Reduktionen ska även gälla köp av aktier i egna och närståendes fåmansföretag.

Stockholm den 21 oktober 2010

Anders Sellström (KD)