

## Motion till riksdagen 2017/18:3418

av **Lars Hjälmered m.fl. (M)**

# En attraktiv och stärkt besöksnäring

---

## Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att kraftsamla kring en nationell strategi för landets besöksnäring och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om en genomlysning av besöksnäringens infrastruktur och transportbehov och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att se över Tillväxtverkets roll kopplat till myndigheter och Visit Sweden inom området besöksnäring och turism och tillkännager detta för regeringen.
4. 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.
5. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att gårdsförsäljning av öl, vin, sprit och andra alkoholhaltiga drycker ska tillåtas och att producenter ska ges möjlighet att bli ombud för Systembolaget med rätt att lagerhålla sina produkter och tillkännager detta för regeringen.
6. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att se över möjligheterna på nya marknader med tyst turism, kulturturism, stadsturism och digital tillgänglighet för besöksnäringen och tillkännager detta för regeringen.
7. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att en översyn bör göras av miljölagstiftningen samt plan- och bygglagen för en bättre anpassning vad gäller t.ex. campingreservat och enklare villkor för uppställning av villavagnar och tillkännager detta för regeringen.
8. 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 vara på sin fulla kompetens genom att bli ett än mer framgångsrikt turistland som skapar fler arbetstillfällen inom turistnäringen. Viktiga framgångsfaktorer är bl.a. ökad kännedom om svenska destinationer, höjd kompetensnivå inom näringen och fler direkta flyglinjer. Under 2016 omsatte turistnäringen 296 miljarder kronor, vilket är en ökning med 6,6 procent från året innan samt att turismen genererade 17,3 miljarder kronor i momsintäkter till staten. Turismens exportvärde, dvs. utländska besökarens konsumtion i Sverige, uppgick till 119,6 miljarder och den svenska turistnäringen sysselsätter 169 000 människor. I dagsläget står turismen för 2,7 procent av Sveriges BNP och under 2016 växte turismens exportvärde med 12,7 procent eller 13,5 miljarder kronor. Med andra ord ger turisternas konsumtion mer och mer inkomster till företagare och den svenska staten liksom hundratusentals jobb till arbetande svenskar. Moderaterna vill stärka denna utveckling.

Turist- och besöksnäringen är starkt beroende av samspelet mellan privata och offentliga aktörer, eftersom besökarnas upplevelser i hög grad byggs kring platser och tjänster som tillhandahålls av det offentliga, såsom 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. Detta är ett återkommande bekymmer som upprepas över landet och behöver ses över.

## Fungerande transport och infrastruktur

Att kunna ta sig till en destination är avgörande för att turist- och besöksnäringen ska kunna blomstra i detta område. Här spelar satsningar som görs på infrastruktur roll, likväl som den planerade flygskatten som regeringen vill införa kommer att ha en negativ påverkan på turismen i många regioner i Sverige.

Vill vi kunna attrahera turister från andra länder till exempelvis de svenska fjällen behövs goda kommunikationer. Att höja skatt på flyget fördyrar och försvårar möjligheterna att ta sig dit. Det här drabbar inte enbart den svenska turismen utan även den individ som försörjer sig på turist- och besöksnäringen.

## Marknadsföring av Sverige

Många goda insatser görs idag av Visit Sweden, Tillväxtverket och Svenska institutet för att stärka Sverige bilden utomlands och attrahera fler utländska turister samt 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.

Moderaterna anser att Visit Sweden, inom ramen för sitt regleringsbrev, även bör få i uppdrag att se över samt ha ett helhetsperspektiv gällande vad som finns på en lokal,

regional och nationell nivå i relation till marknadsföring och låta tekniska lösningar såsom appar bli vägledande för att locka turism till sevärdheter, boenden och matupplevelser. Det vill säga, möjliggöra ett verktyg för att få turismen att blomstra. Tillväxtverket har jämfört med andra länders turistorganisationer sagts 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 kopplat samman med Visit Sweden för bästa möjliga organisation.

Hur bärande och beroende en region är av turism ser olika ut i Sverige och turismen är aktuell under olika årstider vilket gör att regioner skulle ha en möjlighet till större utbyte av varandra om det fanns en plattform för detta. Regioner som arbetar med turism har inte mandat att arbeta med nationella strukturer och system samtidigt som det är viktigt att alla nivåer hänger samman för att en bättre utväxling professionellt för destinationer ska kunna ske. Önskvärt är en plattform där goda exempel kan delas för att spridas och att de regionala turistorganisationerna får den stöttning de behöver för att kunna fullgöra ett gott arbete.

## Tyst turism

Under sommaren 2017 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. Visit Sweden bör kunna bidra till spridningen av dessa miljöer.

## Kultur- och världsarvsturism

På FN:s världsarvslista återfinns ett antal av Sveriges kulturarv och andra platser. Det här ger Sverige en attraktions fördel 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 men även gentemot den inhemska turismen. 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 bland annat genom cykel och vandring. För att få maximal utväxling på de svenska förutsättningarna bör en samlad besöksnäringstrategi utvecklas.

## Fler evenemang till Sverige

Genom att vara värdland för olika idrotts-, kultur-, företags- och branschevenemang exponeras Sverige. På sådant sätt hamnar Sverige på kartan, människor i andra länder får upp ögonen för vårt land och detta leder till fler utländska turister. Här kan Sverige göra mer för att locka till sig företagskonferenser och branschorganisationers kongresser såväl som vissa idrottsarrangemang och kulturevent.

## Camping för alla

Camping är en näring som tar ett stort ansvar för att ge ungdomar det första jobbet. Samtidigt är camping en av de allra största turistaktiviteterna i Sverige med fortsatt växande intresse. För att ta vara på och utveckla campingen krävs ett nytänk och öppenhet för det nya som efterfrågas. Olika regler gäller idag beroende på var i Sverige man befinner sig, vilket är orimligt. Moderaterna vill underlätta för campingverksamheter att kunna verka över en längre tid under året genom en enklare tillståndsgivning och större möjligheter att anpassa verksamheterna över säsong. Orter som tidigare varit starkt säsongbetonade måste få goda förutsättningar att bedriva sin verksamhet även under andra årstider. Ett exempel kan vara skidorten som får möjlighet att rikta in sig på ekoturism, fjällvandring och downhillcykling 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

Allt fler mikrobryggerier, mustier, vinodlingar och destillerier etableras i Sverige. Det är en utveckling som bör tas tillvara, eftersom den bidrar till en levande landsbygd med fler jobb i tillverkningen och god potential till fler jobb i besöksnäringen. Ett stort problem för de företag som tillverkar alkoholhaltiga drycker är att det idag inte är tillåtet att sälja de egna produkterna på gården, beroende på alkoholmonopolet. Moderaterna anser att de svenska mikrobryggerierna, vinodlarna och andra producenter av alkoholhaltiga drycker ska få motsvarande möjligheter till försäljning vid produktionsstället som finns i övriga EU. Argumenten emot gårdsförsäljning brukar handla om oro för att Systembolagets detaljhandelsmonopol i så fall skulle hotas. Eftersom Finland sedan länge har både detaljhandelsmonopol och gårdsförsäljning menar vi att det är en invändning som saknar relevans. Vi anser därför att gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker ska tillåtas. Det finns olika sätt att genomföra detta. Ett alternativ kan vara att kopiera det finska regelverket, medan ett annat alternativ kan vara att låta alkoholproducenterna agera ombud för Systembolaget med rätt att lagerhålla sina egna produkter. Moderaterna vill att gårdsförsäljning tillåts i hela landet, men är öppna för att försöksverksamhet i någon del av landet kan vara ett första steg.

## 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. Hindren för att ta sig in på arbetsmarknaden för dessa grupper är höga och den politik som regeringen för genererar en bidragslinje istället för en arbetslinje. I det nya utanförskapet är det ofta unga och utrikes födda som drabbas allra hårdast.

Besöksnäringen är ofta en inkörspport för många människor, inte minst unga, till arbetsmarknaden. För att besöksnäringen ska kunna fortsätta växa, utvecklas och anställa samt för att komma åt det nya utanförskapet är det rimligt och angeläget att inträdesjobb, som är en förenklad anställning för nyanlända och unga upp till 23 år utan gymnasieexamen, införs. Målet är att ge fler unga och nyanlända chansen att få sitt första jobb.

## 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 seglingsverksamhet utanför Öland.

Att det finns tillgänglig information på fler 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 och där språkkunskaperna ser annorlunda ut. Här har branschen själv tillsammans med kommuner ett viktigt ansvar att se till att information kommer ut på så många berörda språk som möjligt som är aktuella för den givna destinationen.

It och teknik är viktiga komponenter som Sverige kan ta vara på för sin turist- och besöksnäring. Här bör vi ligga i framkant med såväl uppkopplingsmöjligheter som att anamma visuella spel och koppla till besöksnäringen. Vill vi att Sverige ska vara en tillgänglig och attraktiv besöksnäring behöver nya innovativa idéer kunna frodas och mötas med öppenhet. Slutligen är det viktigt att Sverige kan tillhandahålla attraktiva storstäder för storstadsturism. Då är det avgörande med ett brett utbud av kultur, musik, media och matkultur såväl som nattliv. Levande, spännande städer för storstadsturismen är ytterligare en komponent som bidrar till Sveriges attraktivitet som besöksdestination.

Sverige är ett av världens attraktivaste länder och det land som är mest attraktivt i Norden. År 2016 placerade sig Sverige på en tiondeplats när National Brands Index rankade länder efter deras nationella image och identitet. Sverige som turistdestination har stärkts under de senaste åren och landet är nu högre rankat än kända

turistdestinationer såsom Brasilien, Nya Zeeland, Österrike och Thailand men det finns möjlighet och utrymme till mer.

## 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)*

*Hanif Bali (M)*

*Sofia Fölster (M)*