

Enskild motion

Motion till riksdagen 2016/17:2992

av **Peter Helander och Helena Lindahl (båda C)**

Bäddpeng för att stärka besöksnäringen

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om behovet av att utveckla nya möjligheter att stärka utveckling av besöksnäringen och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Besöksnäringen omsätter 282 miljarder, genererar ett exportvärde på 113 miljarder och levererar 165 000 jobb – i hela landet. Sedan 2010 har exportvärdet ökat med 52 %. Den globala turismen beräknas växa med 60 % till 2030.

Resandet både i arbetet och på fritiden ökar samtidigt som den globala konkurrensen mellan regioner och platser blir hårdare. Detta gäller konkurrensen om både etableringar och besökare. Konkurrensen inom besöksnäringen spelar en central roll i den ekonomiska tillväxten samt är en viktig strategisk faktor till den framtida samhällsutvecklingen och de nya arbetena. Ur ett sysselsättningsperspektiv utgör besöksnäringen en basnäring som skapar ett stort antal arbetstillfällen, inte sällan på landsbygden. En satsning på besöksnäringen ger en positiv samhällseffekt. Besöksnäringen är tjänsteintensiv och på varje omsatt miljon skapas ett arbetstillfälle.

Enligt branschorganisationen Visita ökar turismen i Sverige snabbare än i övriga Europa men genomsnittligt sämre än resten av världen. Det internationella resandet ökar och därmed finns en stor potential att ta marknadsandelar.

Turistbranschen svarar för drygt 165 000 årsarbetare. Den ökning som kommer inom den globala turismen ger goda förutsättningar att starka destinationer kommer att ha en fortsatt stark utveckling. Varje månad skapas 390 nya jobb inom besöksnäringen och många av dem som får jobb är ungdomar och nyanlända.

Men för att Sverige fortsatt skall kunna hävda sig i en hårdnande konkurrens om turisterna behövs sänkta kostnader för att anställa men också ökad marknadsföring och resurser till att utveckla attraktiva reseanledningar och platser i hela landet. Nya lösningar måste få prövas, för att därigenom stimulera utveckling av befintliga

destinationer och underlätta för nya besöksnäringföretag att etablera sig. Med denna personalintensiva tjänstesektors behov av arbetskraft innebär en expansion med säkerhet nya arbetstillfällen, vilket inte alltid är fallet i andra branscher. Den regionalpolitiska betydelsen väger tungt, då besöksnäringen är en mycket viktig växande del av tjänstesektorn, också för landsbygden.

Ofta lyfts det fram från besöksnäringens bransch att Sverige ger mindre medel än övriga länder i vår närhet till marknadsföring. Bäddpeng, eller annat avgiftsuttag som tillämpas i många länder både inom EU och i andra delar av världen, har aldrig prövats i Sverige. Avsikten med en bäddpeng är att det på besöksnäringens utbud av boende ska läggas en avgift på några kronor för lokal/regional marknadsföring, försäljning, utveckling och underhåll av reseanledningar/produkter, exportmognad, resurspersoner o dyl.

Idag sker delar av finansieringen av destinationers marknadskommunikation genom kommunalt och regionalt skattefinansierade insatser. Ett system som fungerar ungefär likadant över hela världen. Men detta system gör att turistiskt intressanta destinationer får ett ekonomiskt stöd som bygger på antalet innevånare i en ort/region och inte attraktiviteten av själva destinationen. Som exempel får Dalarna stöd utifrån en befolkning på 275 000 invånare och inte på antalet kommersiella övernattningar som uppgår till mer än 6 530 000. I förlängningen ger det nuvarande systemet en konkurrens fördel till de stora befolkningscentra runt våra tre storstäder som kommer att ha muskler stora nog att konkurrera om besökaren på en helt annan nivå än reseanledningar som lockar besökare till landsbygden.

Hur en bäddpeng kan beräknas eller administreras finns det sedan tidigare förslag på. Pengen kan vara antingen obligatorisk eller frivillig, kommunal eller statlig. Redan vid låga belopp skapas det stora resurser för lokal/regional utveckling.

Nu är det dags att, som andra länder i Europa och i världen, våga tänka nytt och finna nya möjligheter till utveckling och finansiering. Erfarenheter vid resa både inom EU och i övriga världen är att bäddpeng upplevs som en del av priset. Låt oss ge besöksnäringen i Sverige nya resurser som rätt använt kommer att stärka vårt land som attraktivt för utländska turister att besöka.

Peter Helander (C)

Helena Lindahl (C)