

Motion till riksdagen 2016/17:1133

av **Mathias Tegnér (S)**

Sverige som turistland

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att överväga permanenta offentliga strukturer för att förbättra branschens förutsättningar och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att undersöka möjligheterna för statlig delfinansiering av destinationsutveckling och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om en översyn av regelverk och tillsyn och tillkännager detta för regeringen.
4. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om arrangerandet av stora evenemang och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Turismen ökar världen över. Enligt Svensk Turism reser 1,1 miljarder människor utomlands i år och sysselsätter 284 miljoner människor världen över. Vidare tros den globala turismen växa med 60 % till 2030.

Monarkin, det nordiska matundret och ishotellet i Jukkasjärvi är några exempel på svenska turistmagneter. Annat som attraherar turister i Sverige är Stockholms skärgård, de internationellt kända svenska deckarna och naturligtvis Göteborg och Liseberg.

Alla exemplen ovan är goda exempel på svensk attraktionskraft. Glädjande nog myllrar gatorna i våra städer av turister från olika delar av världen, men även Sveriges landsbygd och natur lockar människor från när och fjärran.

Med tanke på vad Sverige har att erbjuda är det inte konstigt att omsättningen ökar. I just Sverige omsatte besöksnäringen 282 miljarder svenska kronor 2015 och skapade 165 000 jobb. Samtidigt finns det en del som tyder på att Sverige skulle kunna bli en ännu starkare turistdestination. Enligt den årliga rankningen som World Economic Forum gör av länders konkurrenskraft inom turistbranschen hamnar Sverige på 23:e plats i världen. Platsen är förstås inte dålig, men frågan är om vi som land inte kan

bättre. Landet som toppar listan är Spanien, där turismen utgör mer än en tiondel av landets bruttonationalprodukt.

Ingen skall låta sig luras att Spaniens förstaplats är en slump eller att det har hamnat där, utan att konsekvent arbeta med frågan. Istället är det ett idogt och uthålligt arbete som har gjort att landet rankas som världens bästa land för turism. Bland annat har turismen placerats på högsta politiska nivå och problem för turistindustrin har hanterats tvärpolitiskt. Till yttermera visso finns en statssekreterare med ansvar uteslutande för turism.

Det är därför ingen överraskning att Spanien slog ett nytt rekord för antal utländska besökare i landet i juli i år med över sex miljoner besökare, vilket var högre än det tidigare rekordet från augusti 2015 på 5,8 miljoner, allt enligt Instituto Nacional de Estadística (INE).

Skandinaviens mest framgångsrika turistland, Norge, har valt en lösning som handlar om att ett permanent organ för att hantera frågor kopplat till besöksnäringen har inrättats, vilket även detta leder till att de centrala frågorna för besöksnäringen hamnar i fokus. I skenet av detta är näringsminister Dambergs initiativ med ett dialogforum ett synnerligen klokt drag. Likaså är det av vikt att den samverkansgrupp på myndighetsnivå som idag finns fungerar och ges handlingsutrymme. Dock är frågan om det inte vore ett ytterligare steg framåt om dessa grupper permanentades.

Ett ytterligare sätt att verka för att besöksnäringen stärks och växer är att lyckas utveckla redan idag framgångsrika, men småskaliga koncept. Destinationsutvecklingsbolag finns redan i olika utsträckning i Sverige idag, men små aktörer har svårt att själva finansiera utvecklandet av sin idé. Därför bör staten överväga någon form av offentlig delfinansiering av destinationsutveckling.

En nyckel till framgång är förstås att bolag inom besöksnäringen kan etablera sig och börja verka. I Sverige är det idag enkelt att starta bolag, men många nystartade företag inom just denna bransch får ofta problem med kommunal tillsynsverksamhet som ibland visar sig vara långsam och godtycklig. Exempel är alkoholtillstånd för uteserveringar som skickas in i april och beviljas i september eller oliklydande utfall för likalydande mathanteringsansökningar som skickas in till flera kommuner. Staten måste garantera en rättssäker, snabb och effektiv kommunal tillsyn.

Avslutningsvis bör Sverige som turistland ha en evenemangsstrategi som syftar till att dra till sig olika typer av arrangemang, då detta är ett av de bästa sätten att marknadsföra sig internationellt. Dessa evenemang måste naturligtvis genomföras på ett sätt som väl speglar Sverige, med effektivitet och finesse. En slik strategi skulle vara en stor tillgång för bilden av Sverige och en tydlig markering mot den bakåtsträvande attityden mot arrangerande av stora evenemang som präglade den politiska ledningen av Sverige innan skiftet 2014.

Mathias Tegnér (S)