

Kommittémotion

Motion till riksdagen 2016/17:122

av **Johan Nissinen m.fl. (SD)**

Turism och besöksnäring

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att utreda förutsättningarna för att harmonisera momssatserna för olika turistattraktioner och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att ge Visit Sweden i uppdrag att öppna ett kontor i Indien och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

På många håll i Sverige finns goda möjligheter att främja en växande turistnäring. Vad som gör näringen extra intressant gällande inverkan på arbetsmarknaden är dess arbetskraftsintensitet. Nya projekt och höjd omsättning leder snabbt till nya jobb. Några exempel på för landsbygden lämpliga upplevelser är hästturism, stuguthyrning, aktivitetspaket med naturupplevelser samt jakt och fiske. Enligt World Economic Forum placerar Sveriges attraktionskraft utomlands oss på plats 23 av cirka 150 jämförda länder. Intresset för Sverige är relativt stort i omvärlden. Dock har Sveriges ranking dalat kraftigt sedan en 5:e plats 2011. År 2014 omsatte näringen 268 miljarder kronor och hade ca 159 000 sysselsatta. En av Sveriges största turistorganisationer har i projektet ”Nationell strategi för svensk besöksnäring” satt upp som mål att till 2020 ha en omsättning på 500 miljarder. Intresset utomlands finns, den egna tilltron till framtiden finns och från Sverigedemokraternas håll vill vi säkra att den politiska viljan finns.

Oavsett gren inom turismen finns ett antal utmaningar som måste lösas för att skapa tillväxt. Viktigast från politiskt håll är att lösa frågor kring en ordentlig infrastruktur, förenklade regelverk, investeringar, utbildning och attraktionskraft utomlands.

Turism och mervärdesskatten

Den differentierade momssatsen inom olika turistnäringar är problematisk, emedan den leder till onaturliga konkurrensfördelar och missgynnar småskalig natur- och ekoturism, vilket främst återfinns på landsbygden. Exempelvis betalar man 6 procent i moms vid ett besök på en djurpark, medan man vid viltskådning i det fria betalar 25 procent. Guidning på ett museum beläggs med 6 procent medan en stadsvandring beläggs med 25 procent.

Ekoturismföreningen genomförde en undersökning kring effekterna av detta och kom fram till att ”dagens system är krångligt, byråkratiskt och missgynnar de mest arbetsintensiva delarna”. Vidare kunde man notera att de områden som speciellt missgynnades var naturupplevelser där man tillsammans med lokala guider paddlar, cyklar eller åker skidor jämfört med båtar, bussar och skidliftar i mer tätbefolkade områden. Vi noterar att landsbygden är otillbörligt förfördelad.

En liknande problematik finns också inom bokbranschen, där tryckta böcker har en momssats på endast 6 procent medan man för e-böcker får betala 25 procent i moms. Detsamma gäller den så kallade dansbandsmomsen. Musik utan tillgång till dansgolv belastas med 6 procent i moms medan musik med dansgolv belastas med 25 procent i moms.

Sverigedemokraterna anser att det är hög tid att göra en översyn av dessa gränsdragningsproblem. En översyn av momssatser pågår förvisso i EU:s regi, men givet att detta kan ta lång tid är det motiverat att skyndsamt utföra en nationell översyn.

Visit Sweden

Visit Sweden är Sveriges kommunikationsföretag med uppdrag att marknadsföra Sverige internationellt och bidra till att stärka Sveriges varumärke för att få fler turister att resa hit.

Bolaget ägs till hälften av staten via Näringsdepartementet och till hälften av Svensk Turism AB, som i sin tur ägs av den samlade svenska besöksnäringen.

Bolaget har idag närvaro på 13 prioriterade marknader med egna kontor. Dessa lokalkontor ger en exklusiv närvaro för att hitta lämpliga målgrupper och segment och kan därmed matcha efterfrågan med upplevelser.

Sverigedemokraterna ser Indien som en växande ekonomi med många potentiella framtida turister för Sverige som ytterligare en marknad om bör prioriteras. För att kunna ta del av dessa framtida turister bör Visit Sweden öppna ett eget kontor i Indien med syfte att marknadsföra Sverige vilket ger rätt förutsättningar för ökad indisk turism.

Johan Nissinen (SD)

Josef Fransson (SD)

Mattias Bäckström Johansson (SD)