

## Motion till riksdagen 2018/19:928

av **Sten Bergheden (M)**

### Svensk turistnäring

---

#### Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om möjligheten till en översyn av turistföretagens villkor och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att se över möjligheten till en sänkt och mer enhetlig turistmoms och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om möjligheten att se över om resegarantierna i bussbranschen behöver vara så höga som i dag och tillkännager detta för regeringen.

#### Motivering

Den svenska besöksnäringen sysselsätter nästan 175 800 personer på helårsbasis i dagsläget och är en av landets starkast växande branscher. Den skapar jobb, och nya växande företag bidrar till hela Sveriges tillväxt. Turismens exportvärde, mätt som utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade år 2017 till 134 miljarder kronor. Dessutom bidrar turismen som en av få exportnäringar med en ansevärd del moms till statskassan. Konkurrensen inom turismen är dock tuff. För att den svenska besöksnäringens positiva utveckling inte ska brytas bör vi satsa mera på att marknadsföra Sverige som en turistdestination. Bland våra grannar i Norden anslår exempelvis Finland cirka 16 kronor per capita på marknadsföring. Detta medan Sverige endast anslår 12 kronor. Danmark anslår 23 kronor. Det är därför angeläget att anslagen till marknadsföring av Sverige som besöksdestination harmoniseras runt genomsnittet för de nordiska länderna. Möjligheten till en översyn av anslagen till marknadsföring av Sverige som turistland så att de harmoniserar med övriga nordiska länders nivåer bör därför ses över.

Branschen har hög tillväxt, och det är inom turistnäringen som en stor andel av de nya jobben skapas i Sverige. Det är inte minst unga människor som anställs inom branschen. Sverige har goda förutsättningar med storstadspuls, naturupplevelser, skärgårdar och en ökad landsbygdsturism med gårdsbutiker och spännande smakupplevelser. Men momssatserna inom turistnäringen är både många och olika,

vilket snedvrider konkurrensen och innebär att små turistföretag riskerar att läggas ned på grund av orimligt höga och godtyckliga momssatser. I vissa fall ska det vara 6 procent, ibland 12 procent och i andra fall 25 procent. T.ex. har guidade båtturer 6 procent moms medan guidade klätter- och kajakturer har 25 procent moms. Om man lägger till i en gästhamn erlägger man 25 procent moms medan en 12-procentig moms gäller för en husvagnscamping. Konferensarrangemang beläggs med moms på 25 procent, men momsen för logidelen för samma konferensdeltagare är 12 procent. Turistföretag som erbjuder liknande upplevelser får alltså betala vitt skilda momssatser, det uppmuntrar till fusk och kan leda till gränsdragningsproblem. Det snedvrider konkurrensen och hotar små turistföretags överlevnad. Olika momssatser medför regelkrångel för turistföretagare och klingar inte speciellt väl med att det ska vara enkelt att vara företagare. Företagare sysslar med byråkrati istället för att utveckla företaget. Den svenska turistnäringen behöver rättvisa och lika villkor. En lägre och mer enhetlig momssats skulle underlätta för företag att våga starta utan att behöva tänka på vilka tjänster som belastas med en mer fördelaktig moms. Regeringen bör överväga att se över dagens momssatser för olika verksamheter inom turistnäringen i syfte att de harmonieras på en lägre nivå. Det bör därför göras en översyn av möjligheten till en sänkt och mer enhetlig turistmoms.

Ytterligare en aspekt som är viktig för turistbranschen i Sverige är att den som arrangerar färdiga researrangemang som till exempel bussresor enligt lag ska ställa resegaranti. En resegaranti är kundens försäkring om att få tillbaka inbetalda pengar om företaget av någon anledning skulle komma på obestånd och inte kan genomföra resan. Svenska bussbolag måste dock sätta undan en ansevärd summa pengar per år i denna resegaranti jämfört med övriga Europa. Dessutom ska man ha i åtanke att det är mycket sällan resenärer med svenska bussbolag har behövt använda denna garanti. Dessa höga resegarantier, som inte ter sig fullt ut motiverade, drar upp kostnadsläget för svenska bussbolag och riskerar att hindra turismens utveckling. Möjligheten att se över om resegarantierna i bussbranschen behöver vara så höga som idag bör därför övervägas.

*Sten Bergheden (M)*