

Kulturdepartementet

Er referens/dnr:
(Ku2015/02515/KL)

2016-03-11

Remissvar

Remiss av betänkandet (SOU 2015:89) Ny Museipolitik

Visita - Svensk besöksnäring har fått ovanstående förslag på remiss och har följande att framföra.

Visita är bransch- och arbetsgivarorganisation för företag verksamma inom - och med nära anknytning till - hotell- och restaurangnäringarna samt övrig turism- och besöksnäring. Medlemmarna i Sveriges Camping- och Stugföretagares Riksorganisation SCR, Svenska Liftanläggningars organisation SLAO, Ekoturismföreningen, Svenska turistföreningen och Svenska Nöjesparksföreningen – som driver landets största djur- och nöjesparker, är också medlemmar i Visita liksom Sveriges auktoriserade turistbyråer. Tillsammans tar vi ett samlat grepp om den svenska besöksnäringens frågor. Våra 4 890 medlemsföretag driver 6 870 hotell, konferensanläggningar, restauranger, campinganläggningar, stugbyar, skidanläggningar, djurparker, nöjesparker, turistbyråer och turistföretag i Sverige.

Sammanfattande synpunkter

- Visita stöder utredningens övergripande förslag om att den politiska styrningen bör bli mer principiell medan institutionerna själva bör få större ansvar och möjligheter att förverkliga sina uppdrag.
- Visita stöder förslaget om en särskild museilag för att stärka museernas fria förmedling av kunskap och upplevelser och att de statliga museerna ska verka för att tillgängliggöra sin verksamhet för människor i hela landet.
- Visita är också positiv till att man vill utveckla kvalitetsdrivande system i museisektorn. Däremot tar vi inte ställning till om det görs bäst genom en nyinrättad myndighet eller om det kan ske inom ramen för befintliga verksamheter. **Det viktigaste är att de offentliga resurserna går till att stärka och utveckla samlingarna, personalens kompetens och den publika verksamheten.**
- Visita välkomnar förslaget om ett nytt statsbidrag för samverkansprojekt kring utställningar och annan publik verksamhet. **Visita uppmanar museerna att i det sammanhanget ta kontakt med lokala, regionala och nationella aktörer med ansvar för turism/besöksnäring så att aktiviteterna kan planeras och genomföras i ett bredare sammanhang.** Museibesökare vill ofta kombinera sitt museibesök med andra aktiviteter som ger en helhetsupplevelse. På så vis kan besöksnäringen och

museerna stärka varandra och generera besökare också från platser utanför den egna kommunen eller regionen.

Inledning

Svensk besöksnäring uppfattas alltmer som en av Sveriges basnäringar. Turismen har stadigt ökat under hela 2000-talet och den totala omsättningen var närmare 269 miljarder kronor 2014 (en ökning med 78,9 procent i löpande priser från 2000). Besöksnäringens verksamheter är bundna till en viss plats och bidrar till sysselsättning, hållbar tillväxt och attraktionskraft i både storstad, landsbygd och glesbygd. 2014 var närmare 160 000 personer (helårsverket) sysselsatta inom svensk besöksnäring, en ökning med 21,7 procent sedan 2000.

Visita har, tillsammans med Svensk Turism AB, varit aktiv i framtagandet av en nationell strategi för svensk besöksnäring (Nationell strategi – hållbar tillväxt för företag och destinationer i svensk besöksnäring, juli 2010). Strategin har satt upp ambitiösa mål för vår näring om att fördubbla omsättningen och öka antalet sysselsatta med 100 000 helårsverken fram till 2020. Visita kraftsamlar på flera plan för att bidra till besöksnäringens hållbara tillväxt: vi kompetensutvecklar våra medlemsföretag och våra medarbetare, vi avsätter resurser för forskning, innovation och utveckling genom den partsgemensamma fonden BFUF (besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond) och samverkar med såväl myndigheter som regionala organisationer för att utveckla attraktiva destinationer runt om i landet.

Besöksnäringens strategi 2020 kompletteras just nu med ett tydligare fokus på samverkan med aktörer som är verksamma inom idrott, natur, kultur och olika former av möten. Kultursektorn omfattar många platsbundna verksamheter som attraherar besök och är därmed viktiga verksamheter i det turistiska systemet.

Besöksnäringens företag är i hög grad beroende av att intressanta, kreativa och kunskapsbyggande besöksanledningar får möjlighet att utvecklas och generera fler besök. Kulturarvets materiella och immateriella värden stärker och bidrar till utvecklingen av de miljöer som vi vill skapa för såväl besökare som invånare på olika platser. Museernas roll är i det sammanhanget mycket viktig för att skapa spännande upplevelser om dåtid, nutid och framtid i sina publika utställningar.

Generella synpunkter på museiutredningens betänkande.

Det som vi inom besöksnäringen kallar kulturturism har vuxit under hela 2000-talet. Det finns många anledningar till det ökande intresset för kulturella besöksmål. Högre utbildningsnivå, en åldrande befolkning och kvinnors ökade egna inkomster är bidragande faktorer då dessa grupper har ett större intresse för kultur, kulturmiljöer och kulturarvet. Man räknar med att över 240 miljoner internationella resor varje år innehåller inslag av kulturturism. Det är dock mindre grupper som reser med kulturutbudet som huvudsaklig reseanledning (15%) medan över hälften av samtliga turister *delvis* ser kulturen som motiv för sin resa. Det gör att vi behöver se kulturturismen i ett större sammanhang som innebär ökad kunskap om och samverkan mellan funktionerna resa, bo, äta och göra (uppleva).

Museerna har potential att i ännu högre utsträckning attrahera såväl nya svenskar som tillfälliga besökare från olika länder. Internationaliseringen handlar inte bara om turism. Men de utländska turisterna är en viktig målgrupp som gynnas av att museerna utvecklar ett internationellt perspektiv i sina verksamheter. Därför är det viktigt att chefer och anställda vid museerna har möjlighet att utveckla internationella kontakter inom den egna professionen och utveckla internationella samarbeten. Svenska museer bör också verka för att få internationella möten inom museisektorns område att förläggas till Sverige så att vi skapar nätverk och fruktbara samarbeten som bidrar till verksamheternas internationalisering.

För att bli tillgängliga för besökare från både Sverige och utlandet så är museerna beroende av ett samspel med transporter, arrangörer, boendeanläggningar, restauranger, caféer osv. Tillsammans bildar vi ett slags ekosystem för turisten/besökaren. Lokala och regionala turistorganisationer, som oftast också är offentligt finansierade, bör ta ett större ansvar för att tillgängliggöra de kulturella besöksmålen och komplettera med fler aktiviteter för att erbjuda bästa möjliga helhetsupplevelse för besökarna.

Sammanfattningsvis anser Visita att museernas verksamheter är viktiga delar för att utveckla en hållbar, attraktiv och högkvalitativ turism i Sverige. Eftersom de offentliga resurserna inte tillåts öka bör regeringen noga överväga var medlem gör mest nytta. Det är angeläget att inte bygga upp administrativa strukturer där styrning och kontroll blir viktigare än kvaliteten på samlingarna och utställningarna. Personalens kompetens måste vara en central fråga i det här sammanhanget. Museerna måste kunna rekrytera olika kompetenser där gedigen kunskap om samlingarna kombineras eller kompletteras med pedagogiska och kommunikativa kompetenser. Då blir museerna attraktiva kunskaps- och upplevelsecenter som används och utvecklas.

För att få en tydligare koppling till besöksnäringen bör man också involvera lokala, regionala och nationella aktörer med ansvar för turism/besöksnäring så att de sprider information och tillgängliggör museernas breda utbud som en del av det offentliga erbjudandet till besökarna.

Eva Östling, VD Visita