

Remissvar

N2017/O7438/FF, Ett Land att besöka

"Ett land att besöka" tydliggör komplexiteten inom besöksnäringen på ett bra sätt. I huvudsak känns resonemanget i utredningen ordentligt kompetent utifrån det faktum att Sverige behöver flytta fram positionerna. Det finns dock några utmaningar vi behöver förtydliga för att komma framåt utifrån ett samverkande perspektiv.

3.2 Besöksnäringens aktörssystem

Resonemanget kring stat, regioner, kommuner och destinationer behöver nyanseras och förtydligas. Utredningen förefaller ha en stark tilltro på det nuvarande offentliga aktörssystemet inom besöksnäringen i ett rakt nedåtstigande led. Men faktum är att nya destinationer och samarbeten skapas mer och mer kring nya och befintliga reseanledningar och teman som går över administrativa gränser och hierarkier. Några exempel inom vårt arbete följer.

Visit Linköping & Co ingår i ett E4/Ostlänk-samarbete där kommunerna mellan Södertälje och Linköping samarbetar och de två regionerna ingår. Visit Linköping & Co ingår även i Officiell partner för Göta Kanal som är ett samarbete mellan sju kommuner, näringsidkare och regioner som ingår på samma nivå som kommun. Visit Linköping & Co driver dessutom East Sweden Conventionbyrå tillsammans med Upplev Norrköping, där cirka trettio medlemsföretag från näringslivet ingår och regionen har en roll som huvudintressent. I samarbeten med Visit Sweden har Visit Linköping & Co även arbetat tillsammans med Upplev Norrköping istället för via region i de fall det varit mest gynnsamt att samarbeta med en liknande destination. Att Visit Sweden numera samarbetar direkt med lokala destinationer får också anses vara ett bevis på uppluckring kring de gamla strukturerna.

På ett eller annat sätt är vår regionala turismorganisation delaktig i flera av dessa samarbeten, men inte utifrån initierande och kompetensperspektiv utan snarare utifrån gamla strukturer och i vissa fall utifrån finansiering. Utöver detta har Sveriges större kommuner och destinationer sedan två år tillbaka skapat en förening i vilken vi är delaktiga, Swedish Network of Destination Management Organisations, SNDMO. Ett starkt och växande nätverk som missats i denna utredning. SNDMO borde inkluderas som tongivande aktör i illustrationen i figur 3.1.

Vi ser att kompetens och utvecklingstempot på lokal nivå med välorganiserade destinationsbolag i kommuner och drivna aktörer tydligt påverkar strukturer av utvecklingsarbete ute i landet. Behovet av den regionala kompetensen finns fortsatt inom regioner där själva regionen är destinationen och det starkaste varumärket, likt Dalarna. Ett annat viktigt område där den regionala kompetensen kommer till sin rätt är mindre kommuner i behov av regionalt- och statligt stöd samt i utvecklingen av vår landsbygd, men i större städer och på större destinationer blir det ibland ett ineffektivt och otydligt arbete med lokalt och regionalt destinationsarbete. Något som också fastslås indirekt i utredningen under 3.7 Konsekvenser, där utredningen berättar att besöksnäringen sysselsätter fler i städer än på

landsbygden. Fler sysselsatta i näringen ställer därför också andra krav på den lokala besöksnäringens organisationen.

Utredningen tydliggör att det finns ett behov att utöka satsningen på besöksnäringen utifrån ett statligt perspektiv. Forskning, kompetensförsörjning, digitalisering m.m. Utifrån redogörelsen blir det dock mycket tydligt att besöksnäringen fortfarande har en lång väg att vandra innan näringen betraktas som fullvärdig näring i Sverige. Även här blir vikten av samarbeten utifrån starka destinationer och utvecklingsområden framför ett äldre hierarkisystem tydligt för att öka takten på utvecklingen.

I utredningen framstår dessutom svensk besöksnäring som anmärkningsvärt svagt bemannad på nationell nivå. Att utredningen föreslår utökade personella resurser på nationell nivå är därför av yttersta vikt. Faktum är att den nationella nivån verkar vara så svag att de regionala besöksnäringensbolagen verkar starkare än de nationella krafterna. Och när de lokala besöksnäringensbolagen i de svenska mellanstora städerna i sin tur är starkare än flertalet regionala besöksnäringensbolag uppstår en otydlighet i det nationella organisatoriska pusslet som utredningen missar.

Omvänt kan det därmed sägas att besöksnäringen som näring växer underifrån vilket definitivt är en styrka men kanske också en anledning till varför den offentliga rollfördelningen upplevs som otydlig. Ett inspel är därför att våga utmana och utreda rådande strukturer ur ett destinationsperspektiv där man bortser från region och kommun och arbetar utifrån utvecklingskraft eftersom näringen dessutom har en tydlig ådra av entreprenörskap. Samma entreprenörer och aktörer kräver också handling av de regionala turismorganisationerna och tydligare fördelning över "vem som gör vad" för att kunna vara effektiva. I dagsläget är marknaden öppen för konsulter och mätbarheten i att göra skillnad är svår. När för många offentliga aktörer säger ungefär samma sak utan att förändra minskar trovärdigheten och därmed effekten av offentligt stöd.

Besöksnäringens karaktär och definition kräver också att människor förflyttar sig över gränser och nya samarbeten uppstår därför och avslutas hela tiden. Samma tänk borde även anammas när det gäller hierarkin och därmed dynamiken inom den svenska besöksnäringen. Inga konstellationer varar för evigt utan vi som offentliga bör noggrant följa utvecklingen i samspel med Sveriges privata aktörer.

8 Data, Statistik & Analys

Data, statistik och analys är en trovärdighetsfråga för besöksnäringen. Vårdskap, digitalisering m.m. har betydelse, men effekterna av insatser inom besöksnäringen måste kunna följas upp och användas i utvecklingsarbete och presenteras med tillförlitlig data från offentligt håll likväl som det görs för den enskilda aktören. I dagsläget saknas data för analys och utveckling på kommunal nivå och det är också en av huvudfrågorna för SNDMO.

Sveriges större kommuner och destinationer är helt eniga om behovet av jämförbar data på kommunal nivå. Ett förekommit resonemang om att data inte blir tillförlitlig på lägre geografiska skalor än regional nivå är inte hållbar då det finns regioner i Sverige som har färre kommersiella gästnätter än flera svenska större kommuner. Därför ser vi att man från nationellt håll, förslagsvis Tillväxtverket, skapar en gemensam oberoende metod/modell utifrån data som tillhandahålls från SCB. Metoden ska vara låst så att näringen på ett jämförbart sätt kan mäta turistekonomisk omsättning och



sysselsättning likvärdigt. Det innebär att man på regional eller lokal nivå kan genomföra analysen på egen hand eller med hjälp av en konsult. Men källan till data och metoden ska fortsatt vara densamma.

Det är av yttersta vikt att använda trovärdig data som beslutsunderlag inom besöksnäringen. Särskilt när besöksnäringen exempelvis inkluderar svårsmätbara områden som natur- och kulturturism där vi alla är överens om dess attraktivitetsfrämjande, men har en relativt oviss bild av dess turistekonomiska värde. Dessa delar av näringen anses också ibland vara rekreation eller bildning vilket representanter från dessa inriktningar också använder beroende på vem frågan adresseras till.

Ett annat inspel är att vi i framtiden bör fundera över nya mätmetoder kopplat till den explosionsartade digitala utvecklingen kopplat till betaltjänster och andra funktioner. Utifrån ständigt utvecklad teknik öppnas nya möjligheter att mäta flöden, besökare och nationaliteter.

11 Kulturturism

Under detta kapitel saknas inspel gällande Göta Kanalbolag där Officiell partner och Göta Kanal 2.0 kan inkluderas som satsningar för framtiden gällande kulturturism.

13 Evenemangs- och möteslandet Sverige

Ett viktigt kapitel som kopplar samman resonemangen kring mätbarhet och geografiska skalor. När det gäller behovet av nationella strategier m.m. råder det ingen tvekan. Men även här måste man skapa jämförbara mål och mätmetoder. Effekter och metoder måste vara jämförbara likt inspel under kapitel 8.

I kapitel 13 framgår tydligt att större delen av evenemang genomförs i städer och kommuner utan involvering av regionala aktörer. Eftersom mötesindustrin förutspås växa kommer också kunskapen inom besöksnäringen att öka på de platser möten och evenemang genomförs. Majoriteten av medlemmarna i SNDMO arrangerar såväl möten som idrott- och nöjesevenemang av nationell- och internationell karaktär. Det innebär att dessa kommuner/destinationer får en bättre känsla och större närhet till besöksnäringens frågor. Pga. de uppenbara effekterna av evenemang får de lokala besöksnäringensbolagen dessutom en starkare profil och lokal förankring.

Eftersom evenemang och möten är flyttbara som reseanledningar krävs kontinuerligt ökade insatser från de lokala besöksnäringensbolagen för att fortsatt kunna attrahera akter och evenemang på nationell och internationell nivå. Konkurrensen på marknaden leder till ett ökat behov av kompetent personal och därmed starkare lokala besöksnäringensbolag. De lokala offentliga besöksnäringensbolagen stärks utifrån konkurrens och affärsmässiga drivkrafter och har i flera fall därför passerat de regionala organisationerna i både kompetens och kapital. De regionala besöksnäringensbolagen har därmed blivit mindre betydelsefulla i den regionala kontexten då likasinnade kommuner och privata aktörer finner större utväxling i samarbete med varandra, inom alla frågor som egentligen berörs i denna utredning vilket vi redan berört i remissvar under rubrik 3.2.

Under konsekvenser 13.7, vore det önskvärt med en tydligare fokus mot 13.6.6. Utvärdering och analys av evenemang är av yttersta intresse för alla parter. Eftersom olika aktörer använder olika verktyg för mätning kan resultaten framstå som oseriösa i siffror och jämförbarheten blir svår. I motsats till detta förstår oftast invånare och politiker att t.ex. Fotbolls-EM, Vätternrundan eller en konsert med Håkan

Hellström skapar attraktivitet och massor av positiva värden för en stad. Men exakt vad det handlar om behöver förtydligas och bli jämförbart ur ett hållbarhetsperspektiv mellan evenemang och städer.

14 Regler, tillstånd och tillsyn

Ökad effektivitet gällande regelutövning, tillstånd och tillsyn kan vara de viktigaste faktorerna för de enskilda företagen och därmed utvecklingen av svensk besöksnäring i framtiden.

Om oss

Linköpings kommun är Sveriges femte största kommun i antal invånare. Visit Linköping & Co är Linköpings besöksnäringbolag och ett av kommunen helägt kommunalt bolag. Visit Linköping & Co's uppdrag är att marknadsföra, och utveckla Linköping till en av Sveriges ledande besöks-, evenemangs-, och mötesdestinationer.

Med bästa hälsningar



Jörgen Nilsson
Affärsutvecklingschef, Visit Linköping & Co

