

Handläggare: Thomas Andersson

Tel: 0850828517

E-post: thomas.a.andersson@stockholm.se

## **Ett land att Besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring (SOU 2017:95)**

### **Svar på remiss**

#### **Stockholm Business Regions förslag till beslut**

Stockholm Business Region överlämnar följande tjänsteutlåtande som svar på remiss om Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring. (SOU 2017:95).

Ärendet anmäls som kontorsyttrande på styrelsens sammanträde den 22 maj 2018.



Olle Zetterberg



Caroline Strand

#### **Ärendet**

Regeringskansliet har översänt betänkandet Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring (SOU 2017:95) och bereder Visit Stockholm, dotterbolag till Stockholm Business Region, möjlighet att svara på remissen. Svar på remissen ska vara Regeringskansliet tillhanda senast den 6 april 2018.



## Stockholm Business Regions analys och bedömning

Behovet av att se över och utreda besöksnäringen har länge efterfrågats, och Visit Stockholm välkomnar det arbete som genomförts inom ramen för utredningen. Sedan den förra utredningen gjordes har mycket förändrats vilket understryker behovet av anpassningar av den statliga politiken. Den förra utredningen föreslog bland annat förändringar i hur staten tillsammans med näringslivet marknadsför Sverige utomlands, något som Visit Stockholm menar har bidragit till den positiva utvecklingen de senaste tio åren. Samtidigt är nu tiden mogen för en revidering av insatser och överväganden för att fortsätta uppnå en positiv utveckling.

Inledningsvis vill vi poängtera att vi gärna sett att utredningens direktiv även givit möjligheten att lägga förslag att till exempel införa turistskatter som ett sätt att tillföra mer resurser för det gemensamma arbetet att marknadsföra och utveckla platsen Sverige. Det är mycket vanligt förekommande i andra länder att turister betraktas som en egen skattekölla och i avsaknad av andra sätt att beskatta dessa, göra det genom en beskattning vid boendeformen. Generellt är resurserna för små för att ett litet land ska nå fram ordentligt i den globala konkurrensen. Dessutom kan det ifrågasättas varför inte tillfälliga besökare också ska bidra till den generella offentliga servicen som finns på platsen man besöker.

Vi hade också gärna sett att utredningen fått direktiv att föreslå åtgärder kring det statliga främjandearbetet. Enligt Visit Stockholms uppfattning borde insatser som marknadsför Sverige utomlands samordnas under samma myndighet oavsett om det gäller turism, evenemang, möten och kongresser, talangattraktion, investeringsfrämjande eller exportfrämjande. Dagens splittrade organisation bidrar inte till en sammanhållen bild för ett litet land som Sverige.

Flera olika insatsområden pekar på att skillnaden mellan olika delar av främjandearbetet minskar. Som ett exempel kan nämnas hur gastronomi och evenemang kring mat i allt högre utsträckning vävs samman med tech och attraktionskraft för talanger. Inom Stockholms stad kan vi vidareutveckla vår samverkan ytterligare, men det försvåras av att staten valt en organisationsform som är splittrad i utförande, målgruppsval och kommunikationsmanér.

Intill dess att främjandearbetet samordnats finns behov av att se över Visit Swedens affärsmodell så att bilden av Sverige kan stå fri och över det som är regionala överväganden inom landet. En sådan utveckling är påbörjad och Visit Stockholm är positiv till den och hoppas att den vidare processen möjliggör för Visit Sweden att arbeta friare utifrån mer objektiva styrkor för marknadsföringen av Sverige istället för till den som för tillfället har bäst förutsättningar att köpa bilden av Sverige.

Arbetet med Sverige-bilden är angeläget, en bild som påverkas av andra delar av vårt samhälle. Det är viktigt att tänka på hur landet uppfattas utomlands i olika avseenden. Det gäller t.ex. upplevd trygghet och säkerhet men också hur man hanterar ryktesspridning och

förvrängd fakta. I bägge dessa fall behövs en statlig politik för att möta och hantera behovet att säkra en positiv Sverigebild.

Behovet av väl fungerande och utvecklade förbindelser med utlandet är vitalt för fortsatt positiv utveckling. För vår geografiska placering råder liten tvekan om att flyget är helt centralt för fortsatt positiv utveckling och arbetet för ökad tillgänglighet med flyg måste prioriteras högt. Även de statliga farlederna till och från Stockholm behöver förstärkas för att förbättra tillgängligheten till Stockholm vattenvägen. Likaså gäller det att verka för bättre tillgänglighet med tåg.

När det gäller utredningens resonemang saknas inte förståelsen för stadens och den urbana miljöns tilltagande betydelse för möjligheten att locka fler till vårt land. Däremot brister utredningen i konkreta förslag för att tillgodose de behov som finns för att bidra till att städerna kan attrahera än fler besökare. Detta gäller såväl inom måltids- och kulturturism men även inom naturturism. Staden förenar många olika intressen och är därmed vanligtvis, och särskilt mot våra prioriterade målgrupper oavsett marknad, mer konkurrenskraftig än en destination som enbart kan erbjuda på en del av turismens olika delar. Detta understryker behovet av sampaketering och gemensam marknadsföring.

Visit Stockholm är mycket intresserat av att hitta samarbetsformer med andra svenska destinationer för att attrahera fler besökare till Sverige. Bolaget ser en stor potential i gemensam positionering med andra exportmogna produkter och Stockholm. I takt med att fler produkter i landet blir exportmogna kan Stockholm bidra till både nationell, regional och lokal attraktionskraft om rätt organisatoriska förutsättningar finns.

För att bidra till en sådan utveckling behövs en regional struktur i Stockholms län som kan svara upp mot hur man organiserar sig i resten av landet. Utredningens förslag att ge Länsstyrelsen i Stockholm uppdrag och resurser att tillsammans med Visit Stockholm AB att finna nya lösningar för regional samverkan är mycket positivt. Det skulle bidra till det som anförts ovan, men också skapa möjligheter för Stockholms län att verka inom länet och i närområdet för att därmed bidra till att skapa nya produkter som är exportmogna. I sammanhanget är det viktigt att peka på processen kring arbetet att föra fram Stockholms skärgård till en internationell målgrupp. Insatser som inom det projektet bidrar till utveckling i glesbygd inom huvudstadslänet samtidigt som det understryker behovet av samverkan mellan kommunerna. Stockholm Archipelago i Stockholms län är ett exempel på hur regional samverkan leder till att flera olika mål kan nås.

För Stockholms län är ofta förutsättningarna annorlunda avseende näringslivsutveckling jämfört med andra län i Sverige. För det första är de resurser länsstyrelsen i Stockholms län har för ändamålet ytterst begränsade jämfört med andra län i Sverige. För det andra saknas, som sagt, en regional struktur. Visit Stockholm menar att besöksnäringen också i huvudstadslänet har utmaningar som knappast motiverar att skillnaden i regionala

utvecklingsmedel ska vara så stor som den är och ytterligare resurser bör tillskjutas för att utjämna skillnaderna mellan storstaden och landsbygden.

I detta sammanhang bör poängteras att en viktig förutsättning för utveckling i områden som är mindre urbana finns svårigheter kring kompetens. Även om detta även gäller mer urbana områden, leder en kompetensbrist till att utvecklingen försvåras utanför städerna. Behovet av utbildade kockar är ett exempel på hur utveckling försvåras. De förslag som utredningen föreslår kring kompetensutveckling är otillräckliga och berör i huvudsak enbart åtgärder kring organisationer som arbetar för att främja eller utveckla besöksnäringen och inte besöksnäringen i sig själv. Behovet av akademisk forskning inom besöksnäringens område är också betydande, inte minst i Stockholm, och här krävs sannolikt större statliga insatser för att åstadkomma en tillräckligt stark akademisk disciplin i landet.

Den stad eller det land som önskar fler gäster och besökare behöver också planera för att få plats med och hysa den som är här tillfälligt. Utredningen berör frågan kring hur besöksnäringen kan få en tydligare plats i den regionala planeringen och den kommunala översiktsplaneringen. Visit Stockholm instämmer i dessa överväganden. Stadsutveckling utgår inte bara från vad medborgarna i staden efterfrågar, utan genom fler besökare kan investeringar bli ekonomiskt motiverade. Investeringar som också leder till att bofasta får en bättre stad att leva i. I Stockholm är det nyligen förnyade området kring Brunkebergs torg ett gott exempel på en sådan utveckling som bidrar till att flera mål kan uppnås för kommunen som inte bara är kopplade till besöksnäringen.

Vi ser en tydlig utveckling bland våra konkurrenter att inte bara marknadsföring av staden internationellt är betydelsefull utan även olika typer av händelser lokalt, primärt olika typer av evenemang eller citydressing, har stor inverkan för attraktionskraften. Sådana bidrar till en möjlighet att öka antalet besökare till vår stad inte minst från mer nära marknader, även nationella, samtidigt som det skapar ett innehåll som vi kan använda för att öka intresset från mer långväga marknader. Kulturarvet spelar här en mycket väsentlig roll för att skapa en levande historia och intressanta berättelser i ett sammanhang som är unikt i jämförelse med majoriteten av andra destinationer. Utredningen lyfter världsarvet Skogskyrkogården och vi delar bedömningen att världsarven är viktiga. Vid sidan av Skogskyrkogården som sköts av Stockholms stad har länet ytterligare två världsarv på Ekerö – Drottningholm och Birka. Bolaget bedömer att fördjupad samverkan på regional nivå kan stärka vår förmåga att dra nytta av dessa tillgångar.

Visit Stockholm saknar mer konkreta och tydliga nationella insatser som ökar våra möjligheter att locka hit evenemang, kongresser och större möten. Vi menar också att staten genom bland annat Statens Fastighetsverk (SFV) har förutsättningar att själv agera och bidra till en mer positiv utveckling. I Stockholm innehar SFV en rad ikoniska byggnader på Riddarholmen, som idag används till kontor. Dessa skulle kunna byggas om till hotell och samtidigt ge holmen mer liv och rörelse även kvällar och helger. Utredningen stannar i

princip vid förslag avseende ökad nationell representation. Vår bedömning är att detta har liten eller ingen effekt på vår förmåga att i konkurrens med andra vinna hit betydande möten, kongresser eller evenemang såvida inte resurser tillförs. Dagens modell där hela ansvaret ligger på arrangörer och kommuner/regioner räcker inte till för att Sverige ska kunna försvara och förstärka sin position som evenemangs- och mötesland.

En utmaning för besöksnäringen är att näringslivet är förhållandevis svagt organiserat. Genom samverkan kan flera olika parter bidra för att ta hem en affär som gynnar flera aktörer inom branschen. Utmaningen för kommunen är att någon direkt avkastning av en sådan affär sällan finns. De indirekta effekterna kan dock vara betydande när människor långt från arbetsmarknaden får sysselsättning och flyttas från bidragsberoende till egenförsörjning. En färsk prognos från Manpower visar att störst efterfrågan på arbetskraft finns inom hotell- och restaurangbranschen med störst optimism hos arbetsgivare i Stockholm- och Uppsalaregionen.

Regeringen har fattat beslut om en feministisk utrikespolitik som inte givit några tydliga avtryck i den nationella turismpolitiken. Visit Stockholm har under några år alltmer fokuserat på en värderingsstyrd kommunikation och marknadsföring för att locka besökare hit som trivs i ett sammanhang där svenska värderingar är tydliga. Denna aspekt lyser tyvärr med sin frånvaro i utredningen.

SLUT