

# Visit Sweden

**Diarienummer** N2017 /07438/FF  
**Yttrande:** SOU 2017:95  
**Datum** 2018.04.06  
**Till:** Näringsdepartementet  
[n.registrator@regeringskansliet.se](mailto:n.registrator@regeringskansliet.se)  
[n.remisser.ff@regeringskansliet.se](mailto:n.remisser.ff@regeringskansliet.se)

Visit Sweden avdelningen för Corporate Communications  
Tina Olsson  
Åsa Stengel Egrelius

## Yttrande på betänkandet: En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring (SOU 2017:95)

Visit Sweden är kommunikationsbolaget för Sverige. Bolaget marknadsför resmålet och varumärket Sverige för att genom kreativ kommunikation väcka lusten hos fler utländska turister att välja Sverige som nästa semester mål. Fler utländska turister och längre vistelser bidrar till affärsmöjligheter för svensk besöksnäring, ökad tillväxt och fler jobb i hela landet. Bolaget ägs till 50 procent av svenska staten och till 50 procent av svensk besöksnäring.

Visit Swedens kommunikation skapar bryggan mellan de företag och organisationer i Sverige som vill nå en internationell marknad, och turister i utlandet som söker inspiration och information om nästa resmål.

Visit Sweden är en internationell organisation med dotterbolag och representationskontor på plats i flera länder i världen för att lyfta fram Sverige och svenska upplevelser.

## Sammanfattning av Visit Swedens ställningstagande

Besöksnäringen har stor betydelse i hela Sverige och skapar en positiv bild av Sverige vilket främjar näringslivet samt attraherar besökare, investerare och kunskap i och till landet. Det är viktigt att besöksnäringens och statens strategier samspelar för att stärka Sveriges attraktionskraft och bidra till en hållbar tillväxt.

Visit Sweden är mycket positiv till regeringens initiativ att utreda och föreslå en nationellt sammanhållen politik för hållbar turism och växande besöksnäring. Utredningen SOU2017:95 belyser och skildrar frågor i och kring besöksnäringssystemet i hela Sverige och ambitionshöjden med utredningen kommer att skapa många positiva effekter och bidra till hållbar utveckling i besöksnäringen under lång tid framöver. Visit Sweden har i följande remissvar sammanfattat sina primära ställningstaganden enligt följande:

- Det nya målet att *öka besöksnäringen och turismens bidrag till hållbar ekonomisk, social och miljömässig utveckling i hela landet* behöver inkludera en inspirerande ansats för att driva och motivera besöksnäringen samt ge tydligare vägledning mot hållbar tillväxt internationellt. Det övergripande målet bryts sedan ner till mätbara mål för verksamheter. Den viktiga hållbarhetsaspekten där besöksnäringen ska bidra till hållbar tillväxt bör förtydligas i att även innefatta Agenda 2030. Visit Sweden avstyrker därför den nya målformuleringen till förmån för den gamla målformuleringen med ett tillägg av en inkludering av Agenda 2030.
- I en tvärspektoriell näring som är beroende av många offentliga aktörer, anser Visit Sweden att *befintliga strukturer och processer gällande myndigheter och andra offentliga aktörer ska stärkas* istället för att utveckla nya. Visit Sweden anser därför inte att en ny innovations- och utvecklingsenhet ska startas utan att Tillväxtverket ska vara den myndighet som får utökat mandat och uppdrag.
- Om Sverige ska nå de globala målen 2030 måste det som skapas för en hållbar besöksnäring och som planeras och genomförs på *alla samhällsnivåer, ta sin ansats i de tre hållbarhetsaspekterna och leverans på Agenda 2030*. Visit Sweden delar utredningens uppfattning att besöksnäringens utmaningar ofta är desamma som näringslivet som helhet och att besöksnäringen som alla näringar ska bära sitt ansvar samt att större vikt bör läggas vid tydlig inriktning och styrning. Visit Sweden anser att Tillväxtverket ska vara den ansvariga myndigheten för samordning och kunskapsspridning inom hållbar utveckling inom besöksnäringen.
- För hållbar turism och växande besöksnäring i hela Sverige behöver en modell och en produkt- och tjänstestrategi utvecklas, som kan appliceras oavsett tematiskt område såsom natur-, kultur- eller måltidsturism. Utvecklingen av modell och strategi bör uppdras åt Tillväxtverket som ansvarig myndighet för besöksnäringens frågor och destinationsutveckling. Utvecklingen av tematisk strategi inom respektive område sker tillsammans med berörda myndigheter och statliga bolag. En särskild satsning på en nationell evenemangstrategi för Sverige bör bli verklighet.
- Företagen i besöksnäringen har stora möjligheter att dra fördel av den digitalisering som sker, *men ett större fokus på besöksnäringens förutsättningar och behov i befintliga strukturer krävs*. Både större och mindre företag behöver få möjligheter att öka takten för att snabbare möta konkurrensen. Strategin för regeringens digitaliseringspolitik och visionen om ett hållbart digitaliserat Sverige är en viktig utgångspunkt för en digitaliserad besöksnäring. Visit Sweden anser att Digitaliseringsrådet och övriga myndigheter ska få ett tydligare uppdrag att inkludera besöksnäringens behov i genomförandet av digitaliseringsstrategin.

Visit Sweden har deltagit i utredningsarbetet i en expertroll och genom myndighetsintervjuer och enskilda möten.

## Yttranden

Visit Sweden har besvarat utredningen utifrån de insatsområden som har stor påverkan på besöksnäringens konkurrenskraft på den internationella marknaden i fem punkter. Övriga beskrivna insatsområden har samlats i "Övriga yttranden".

### 1. En samlad politik

#### Mål för politiken

Det nuvarande övergripande målet från 2005 är följande *"Sverige ska ha en hög attraktionskraft som turistland och en långsiktig konkurrenskraftig turistnäring, som bidrar till hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i hela landet"*.

Det nya målet att *öka besöksnäringens och turismens bidrag till hållbar ekonomisk, social och miljömässig utveckling i hela landet* behöver inkludera ett inspirerande sätt att driva och motivera besöksnäringen samt inkludera ett internationellt perspektiv där attraktionskraft och konkurrenskraft ger viktig vägledning mot tillväxt. Den viktiga aspekten att besöksnäringen ska bidra till hållbar tillväxt bör även innefatta Agenda 2030. Visit Sweden avstyrker därför den nya målformuleringen.

#### Organisering

Visit Sweden anser som utredningen beskriver att besöksnäringen har behov av ett horisontellt angreppssätt och välkomnar förslaget att Tillväxtverket får utökat mandat att leda och samordna strategiarbetet i en nationell strategi för hållbar turism och växande besöksnäring. Visit Sweden förordar att övriga myndigheter får förtydligande krav att verka för besöksnäringen i sina instruktioner och regleringsbrev samt en fortsatt förstärkning och utveckling av befintliga strukturer. Visit Sweden tillstyrker även Tillväxtverkets mandat att fortsätta samordna, leda och återrapportera i Besöksnäringens myndighetsgrupp. Visit Sweden avstyrker inrättandet av ett Nationellt besöksnäringens forum och förordar istället fortsatt utveckling av Näringsdepartementets Dialogforum. Visit Sweden ser positivt på etableringen av en starkare samverkansarena för näringslivet då närings- och statens strategier bör samspela.

### 2. Besöksnäringen – en del av ett hållbart samhällsbygge

Regeringen behöver ge tydliga direktiv till näringslivet och de myndigheter som verkar inom besöksnäringen för att vi gemensamt på de olika samhälls nivåerna och på bred front ska arbeta mot en mer hållbar besöksnäring. Både offentliga och privata aktörer behöver arbeta tillsammans för att förverkliga Agenda 2030 och för besöksnäringen primärt i mål "12.b Hållbar konsumtion och produktion". Visit Sweden samtycker till utredningens förslag att ge Tillväxtverket tydliga instruktioner för utbildning och information kring hållbar turism. Fler myndigheter bör dock tilldelas instruktioner att verka för att Sverige uppfyller målet "Utveckla och genomföra verktyg för att övervaka hur en hållbar utveckling påverkar en hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter".

Visit Sweden anser även att Tillväxtverket ska tilldelas ett tillfälligt uppdrag enligt utredningens förslag att i samråd med berörda organisationer och näringslivsrepresentanter skapa, alternativt sammanställa tydlig information om tillgänglighetsstandarder som finns i Sverige inom "bo, äta, resa, göra". Detta skapar bättre förutsättningar för det enskilda företaget att delge sin information och därmed underlätta för personer med funktionsvariationer att skapa sig en överblick inför resan. Det nordiska ministerrådets arbete att förstärka konkurrenskraften genom bland annat hållbarhet för att förbättra de internationella möjligheterna för svensk och nordisk besöksnäring bör fortsätta inom ramen för den strategi som beslutas under 2017.

Sveriges nationella klimatpolitik är tätt sammankopplad med internationella klimatavtal och EU:s gemensamma klimatpolitik. Besöksnäringens utmaningar är ofta desamma som näringslivets som helhet.

# Visit Sweden

Besöksnäringen ska liksom övriga näringar bära sitt eget ansvar, och större vikt bör därför läggas vid tydlig inriktning och styrning om vad som ska uppnås samt uppföljning av resultaten. Myndigheter och statliga bolag bör ange tydliga direktiv kring hållbarhet exempelvis i utlysningar i syfte att stödja och stimulera arbetet med att minska besöksnäringens miljömässiga avtryck.

## 3. Digitaliserad besöksnäring med fokus på delnings- och plattformsekonomi

Teknisk utveckling och utveckling av hur information finns tillgänglig digitalt påverkar beteenden och affärsmodeller i grunden. Företagen i besöksnäringen har stora möjligheter att dra fördel av den pågående digitaliseringen, men ett större fokus på besöksnäringens förutsättningar och behov i befintliga strukturer krävs. Företagen behöver i snabbare takt utveckla sin affär, öka sin digitala kompetens och få förutsättningar att konkurrera på lika villkor i hela Sverige - för att möta konkurrensen.

Stora globala ägare av digitala plattformar utvecklar ständigt nya möjligheter och delningsekonomi ger helt nya förutsättningar för Sveriges besöksnäring i hela landet.

Resenärernas beteende och krav när det gäller semester förändras i snabb takt. När resenären planerar sin resa krävs inspirerande budskap och man söker information både via sajter och från andra resenärer. Vid bokning söker resenären bästa pris och kvalitet på upplevelser. På destinationen vill många fortsätta planera sin resa och dela sina upplevelser med andra varför det ställs höga krav på till exempel wifi-uppkoppling. *Kunskap om resenärerna, det vill säga besöksnäringens kunder, och deras beteende och köpprocess är avgörande för besöksnäringens tillväxt.*

Visit Sweden anser att regeringens program för digital förnyelse av det offentliga Sverige är en viktig del i arbetet med att stärka styrningen och samordningen på området och skapa ett enklare, öppnare och effektivare samhälle.

Strategin för regeringens digitaliseringspolitik och visionen om ett hållbart digitaliserat Sverige är en viktig utgångspunkt även för en digitaliserad besöksnäring. Visit Sweden anser därför att Digitaliseringsrådet och övriga myndigheter ska få ett tydligare uppdrag att inkludera besöksnäringen i genomförandet av digitaliseringsstrategin.

Visit Sweden avstyrker att Vinnova får uppdrag att i dialog med partners skapa en nationell accelerator utan insatser bör ske inom befintliga strukturer och insatser.

Visit Sweden stödjer utredningens förslag till tvärssektoriella uppdrag till myndigheter med ansvar för konsument- och konkurrensfrågor.

## 4. Tematiska områden (Naturturism / Kulturturism / Måltidsturism)

I en näring där upplevelsen är anledning till köp krävs attraktiva produkter och tjänster för att fortsätta öka exportvärdet av turism. Den internationella målgruppen efterfrågar idag upplevelser inom natur och svensk livsstil i Sverige. För hållbar turism och en växande besöksnäring i hela Sverige behöver en modell och en produkt- och tjänstestrategi utvecklas, som kan appliceras oavsett tematiskt område. Utvecklingen av modell och strategi bör ligga på Tillväxtverket som ansvarig myndighet för besöksnäringens frågor och destinationsutveckling. Utvecklingen av tematisk strategi inom respektive område bör ske tillsammans med berörda myndigheter och statliga bolag. För att skapa starka internationella attraktiva destinationer och upplevelser, såväl i städer som på landsbygd, krävs insatser och samverkan inom en rad olika sektorer och tematiska områden. Hållbara erbjudanden och förutsättningar för företagare att attrahera den internationella målgruppen inom "bo, äta, resa, göra" bör skapas. Visit Sweden avstyrker därför utredningens förslag att decentralisera strategiarbetet på respektive myndighet.

## 5. Evenemangs- och möteslandet Sverige

Möten och evenemang kan bidra till att stärka ett lands varumärke och att stärka dess attraktivitet som besöksmål. Visit Sweden stödjer utredningens förslag om att tilldela Tillväxtverket medel för en förstudie om stora möten och evenemang. Visit Sweden ser även positivt på ett utökat uppdrag att stödja aktörer som arbetar för fler internationella evenemang och möten i deras kommunikationsinsatser för varumärket Sverige. Genom att synkronisera och utveckla befintlig Sverigekommunikation för möten och evenemang, och använda den kompetens som Visit Sweden besitter om den internationella marknaden och Sverige bilden, stödjer regeringen de aktörer som är verksamma inom möten och evenemang. Genom ett utökat uppdrag kan Visit Sweden koordinera och utveckla hållbara kommunikationslösningar till nytta för hela evenemangs-Sverige. Då ansvaret för marknadsföringen av Sverige som mötes- och evenemangsland idag inte ingår i Visit Swedens uppdrag ställer vi oss frågande till insatsens uppskattade kostnad om 10 miljoner kronor, då förväntningarna på uppdraget inte beskrivs i utredningen. I jämförelse med konkurrerande länder står summan inte i paritet till andra länders uppdrag att marknadsföra landet som ett attraktivt mötes- och evenemangsland. Resurser och förväntan bör diskuteras med berörda myndigheter och aktörer.

Området möten och evenemang växer, men den internationella konkurrensen är hård. Visit Sweden stödjer utredningens förslag att "Team Sweden - Möten och Evenemang" ges uppdrag och resurser att koordinera näringens erfarenheter och kompetens i syfte att skapa underlag för den nationella strategin för möten och evenemang.

Evenemang ställer krav på arrangörer och myndigheter att genomföra och säkerställa trygga och säkra upplevelser. Visit Sweden stödjer utredningens förslag om utveckling av hållbara evenemang och även att evenemangen ingår i samhällsplaneringen. Visit Sweden anser att Myndigheten för Samhällsskydd och Beredskap tillsammans med berörda myndigheter får i uppdrag att stödja och vägleda kommunerna i arbetet kring hur ett tryggt och säkert evenemang kan planeras och genomföras.

## Övriga yttranden

### Utveckling, forskning och innovation

Forskning och innovation är viktiga instrument för att höja kvaliteten i svensk besöksnäring. Besöksnäringens förutsättningar skiljer sig till stora delar från mer mogna branscher inom utveckling, innovation och forskning. Visit Sweden ser positivt på utredningens förslag att stärka kunskapen om besöksnäringen och inkludera besöksnäringen i befintliga strukturer, planeringar och processer. Besöksnäringen behöver samla sig inom området, vilket bör ske inom befintliga strukturer. Utifrån den forskning som idag sker bör kunskapsspridning och sökbarhet av forskningen stärkas.

### Data, statistik och analys

Visit Sweden ser mycket positivt på att ge Tillväxtverket ett stärkt mandat och tydligt uppdrag samt mer resurser att ansvara för nationell turismstatistik. Att stärka den löpande kommunikationen av relevant data är nödvändigt för att tillsammans med snabbare digital data skapa robusta underlag, vilket stärker alla aktörer. Inom inkvarteringsstatistiken är det viktigt att inkludera fler boendeformer, till exempel uthyrning via plattformar, och att arbeta för ökad exakthet när det gäller besökarens nationalitet. För ökad kunskap och insikter på regional och tematisk nivå bör den officiella statistiken om möjligt kunna brytas ner på fler nivåer och vara tillgänglig för alla regioner och kommuner på lika villkor.

### Kompetensförsörjning / Möjligheter till ökad sysselsättning

Det råder brist på kvalificerad arbetskraft i flera av besöksnäringens yrkeskategorier. Ökad samordning i utbildningsplaneringen och en nationell struktur för gymnasie- och högskolenivå inom besöksnäringen bör, istället för att läggas på Tillväxtverket, placeras på de myndigheter som besitter kunskap om hela utbildningsväsendet, såsom Skolverket, Myndigheten för yrkeshögskolan och Högskoleverket. Genom en nationell plan kan en likvärdig, modern och för besöksnäringen relevant utbildningskedja säkerställas för en långsiktig kompetensförsörjning.

### Trafikutbud och transporter

Visit Sweden ser mycket positivt på att Trafikverket tilldelas uppgiften att addera till besöksnäringen i befintliga modeller som på ett adekvat sätt kan beräkna och hantera besöksnäringens behov i infrastrukturplaneringen. Då transport är ett grundläggande behov för resenären behöver kollektivtrafiken utvecklas för att kunna ombesörja "hela resan". Besöksnäringen behöver få tillgång till ett tillförlitligt och högkvalitativt transportsystem som blir ett relevant alternativ för turisterna. Tillväxtverket, Trafikverket och SKL m fl behöver samverka än mer och skapa samsyn kring transportsystemet.

### Regler, tillstånd och tillsyn

Regler, tillstånd och tillsyn är viktiga för ett sunt företagsklimat, men reglerna måste hanteras opartiskt oavsett handläggare och instans. Regeringen har tillskjutit medel för att realisera flertalet förslag att förenkla företagarens kontakter med myndigheter och kommuner. Med fler digitala tjänster och processer blir myndighets- och kommunkontaktarna enklare för företag. Digitaliseringen skapar möjligheter för att förenkla för företagare i hela landet.

Samtliga Sveriges kommuner och landsting måste påskynda processen för och utvecklingen av en nationell standard och tillförlitlighet i regeltillämpningen.

Ewa Lagerqvist  
Vd Visit Sweden