

Diarienummer: Ku2025/00871
Remissvar: En kulturkanon för Sverige (SOU 2025:92)
Kulturdepartementet
ku.remissvar@regeringskansliet.se och med kopia till
ku.kkm@regeringskansliet.se
2025-12-19

Visit Sweden tackar för möjligheten att lämna synpunkter på utredningen "En kulturkanon för Sverige (SOU 2025:92)". Vårt övergripande inspel är att utredningen i högre grad bör beakta kulturens roll ur ett resenärsperspektiv och med en helhetssyn på kulturturism. En stor del av turismen, både nationellt och internationellt, kan just betraktas som kulturturism. För Sverige utgör detta en betydande potential för att stärka nationens attraktivitet, identitet och konkurrenskraft.

Utredningen föreslår en kulturkanon som syftar till att synliggöra och värna svensk kultur. Vi vill understryka att kultur inte enbart är ett innehåll för samhällsinstitutioner, utan i hög grad en del av människors upplevelser av vardag, resor och plats. Därför bör en eventuell kulturkanon också sättas i relation till det faktum att kultur redan utgör en av de starkaste drivkrafterna för resande till Sverige.

Då Visit Sweden som marknadsföringsbolag inte besitter bred kompetens i kulturfrågan i sig väljer vi att lämna synpunkter utifrån turism/turisternas preferenser.

Kulturturismens omfattning och betydelse

EU-kommissionen har uppskattat att omkring 40 procent av den europeiska turismen kan betraktas som kulturturism. Detta belyser att kultur är en bärande del av reseanledningen för många besökare.

UNWTO:s definition av kulturturism är väl etablerad. Visit Sweden har i sin kommunikation tidigare förenklat denna definition för att bättre spegla svenska förhållanden.

"Kulturturism är turism där besökarens motiv är att upptäcka, uppleva, konsumera och lära sig mer om Sverige, svensk kultur, tradition och livsstil".

Detta inkluderar allt från historiska miljöer och kulturarv till samtida kultur, design, teknik, arkitektur och vardagsliv. Med denna breda förståelse går det att konstatera att stora delar av svenska besöksmål, städer, landskap, lokala traditioner, gastronomi, livsstilar, naturmiljöer och innovationsmiljöer i praktiken är kulturattraktioner.

Den internationella turistens perspektiv – kulturen är upplevelsen

Ur turistens perspektiv är kulturen inte avgränsad till museer, institutioner eller enskilda verk. Utan kultur upplevs som en helhet:

- Den gestaltade livsmiljön
- Mötet med lokalbefolkning och vardagsliv
- Språk, normer, traditioner och högtider
- Mat och dryck
- Musik, konst, litteratur, design
- Naturen som bärare av tradition och identitet

Turisterna gör sällan åtskillnad mellan dessa områden. För dem är det helhetsupplevelsen som räknas: att få "lära och känna Sverige".

Därför finns risken att en allt för snäv kulturkanon göra det svårare att kommunicera det som redan driver turister till Sverige dvs mångfalden, variationen och den levda kulturen. Dock ser Visit Sweden mycket positivt på att fysiska destinationer så som Lilla Hytttäsk, Stockholms stadshus, Drottningholms slottsteater etc är med då dessa platser redan i dag är betydelsefulla destinationer för våra internationella besökare.

Kulturkanon som möjlig resurs för internationell attraktionskraft

Utredningen betonar främst kulturkanonens roll som inrikes identitetsbärare och pedagogiskt verktyg. Vi ser samtidigt en betydande potential i att använda kanon som ett strategiskt verktyg för att:

- Stärka Sveriges internationella position som kulturland
- Bidra till att öka exporten
- Förstärka attraktionskraften hos svenska destinationer
- Skapa bättre samsyn mellan kulturpolitik och turismutveckling

En kulturkanon som formuleras med medvetenhet om kulturturismens betydelse kan bidra till tydligare bild av landet, större spridning av resenärerna inom landet och ökad konsumtion av turistiska produkter.

Sammanfattningsvis:

- En bredare definition av kultur i sammanhanget - utredningen bör tydligare inkludera kulturella uttryck såsom gastronomi, fest och högtider.
- Ett tydligare fokus på tillgänglighet och upplevelse - Visit Sweden ser positivt på den digitala portalen önskan är att portalen byggs på öppna data så att innehållet lätt kan spridas och integreras med andra lösningar.
- Samverkan mellan kultur, turism, regional utveckling och näringsliv - En kulturkanon bör ses som ett tvärsektoriellt verktyg där kulturinstitutioner, regioner, destinationsbolag och näringslivsaktörer kan bidra.
- Perspektiv mångfald och samtid - turisterna söker idag autentiska och moderna uttryck av ett land. Det är viktigt att kanon inte skapar en statisk eller exkluderande bild av Sverige utan att den lyfter bredden och föränderligheten.
- Ett tydligt definierat uppdrag, tillsammans med nödvändiga resurser, för att stärka marknadsföringen av kulturen mot både nationella och internationella besökare och turister.

Visit Sweden stödjer intentionen att stärka förståelsen för och synliggörandet av svensk kultur. Samtidigt vill vi starkt betona att svensk kultur inte enbart är något som "skapas" och "samlas", den levande, möts, utvecklas och upplevs i det dagliga både av medborgare och turister. För den som reser är kulturen ofta resans kärna, varför man väljer att resa till landet. För Sverige är kulturturismen en av våra mest värdefulla resurser.

Vi rekommenderar att utredningen kompletteras med ett tydligare turistiskt perspektiv.

Susanne Andersson

Vd Visit Sweden