

En politik för besöksnäringens utveckling i hela landet

Turism- och besöksnäringen är unik. Den finns i hela landet och den kan inte flaggas ut eller flytta till låglöneländer. Turismnäringen är också unik i ett annat avseende, det är en av de få basnäringar som verkligen växer och utvecklas.

Turism- och besöksnäringen sysselsätter idag 140 000 personer på årsbasis vilket innebär att näringen är större än exempelvis bilindustrin som av tradition har varit väldigt associerad med Sverige. Trots detta för turism- och besöksindustrin en mera anonym tillvaro.

Kärnan i turistprodukten är ofta små företag på landsbygden som erbjuder unika upplevelser. De bildar grunden för stora företag som levererar tjänster som exempelvis transporter och boende.

I det fördolda har denna näring utvecklats till att på många orter och regioner i Sverige vara en av de allra viktigaste källorna till inkomst och sysselsättning. Många lokala utvecklingsgrupper, det vill säga byalag och samhällsföreningar, i Riksorganisationen Hela Sverige ska leva jobbar aktivt med att utveckla turismen.

Den totala omsättningen uppgår till 191 miljarder, varav 62 miljarder utgör export, det vill säga utländska turisternas konsumtion i Sverige. Dessutom är turismen den enda näring där staten får in moms på exportomsättningen, i dag 7 miljarder.

De traditionella basindustrierna har historiskt gynnats genom förmånliga skattemässiga villkor bland annat genom befrielse från energiskatt. Turismnäringen betalar energiskatt med samma procentsats som vanliga hushåll.

Turismnäringens specifika förutsättningar ställer delvis nya krav på både privata och offentliga institutioner. *För det första är turismen väldigt sysselsättningsintensiv.* Eftersom upplevelsen och mötet med människor är en del av själva produkten och affärsidén är det svårt att rationalisera bort arbetstillfällena. Det ställer självklart krav på politikerna att finna former för hur personalkostnaderna kan minska. *Regeringens initiativ att sänka arbetsgivaravgifterna är i detta sammanhang mycket lovvärda men vi eftersöker konkreta besked.*

För det andra behöver det göras stora investeringar i infrastrukturen. Sveriges geografiska förutsättningar med gles befolkning i många bygder är en fördel i turistsammanhang. Det innebär att det finns gott om rika naturmiljöer på vår landsbygd där vi kan erbjuda turister från mer tätbefolkade områden både stillhet och lugn. Men om dessa miljöer ska bli tillgängliga för turism måste stora investeringar till. Vi vill att potentialen för ökad turism ska finnas med vid planering av infrastrukturinvesteringar. I begreppet infrastruktur inkluderar vi även satsningar på bredband och mobiltelefoni som blir allt viktigare för de turister som kommer hit.

För det tredje behöver det göras betydande investeringar i forskning och utveckling inom tjänstesektorn. Medan det finns hundratals professorer som sysselsätter sig med industriforskning finns det nästan ingen motsvarande forskning för tjänstesektorn. Sedan en tid tillbaka bedrivs ett arbete i denna riktning inom Vinnova som vi följer med intresse.

För det fjärde och sista vill vi se en kraftfull satsning på att marknadsföra Sverige som turism- och besöksland. Den internationella konkurrensen blir allt hårdare och om Sverige inte hänger med i utvecklingen finns risken att vi kommer att bli hopplöst akterseglade. För närvarande ligger ett förslag på regeringens bord från den turistmarknadsföringsutredning som avslutades i början av maj i år. Med de förslagen fullt genomförda kommer Sverige att ha en nivå på sina insatser som åtminstone tangerar de övriga nordiska ländernas nivå.

9 av 10 svenskar tror att besöksnäringen kommer att få en större betydelse i framtiden. Inser våra folkvalda politiker det?

Nils Carlsson
Ordförande
Svensk Turism

Karl-Erik Nilsson
Ordförande
Hela Sverige ska leva