

Kristina Algotson  
Huvudsekreterare  
N2016:04 Utredningen om en  
sammanhållen politik för  
hållbar turism och växande  
besöksnäring

## Visit Stockholms inspel till besöksnäringens utredningen

### Turistpolitiskt mål

Det gällande målet refererar till Sverige som ”turistland”. Visit Stockholm menar att målet bör revideras till ”turist-, evenemangs- och mötesland”.

### Förväntningar på den statliga nivån

Besöksnäringens politik sammanblandas alltför ofta med landsbygds politik eller närings politik. Det är av stor vikt att den statliga nivån gör ett positionsskifte och betraktar besöksnäringen som en egen näring med egna behov som andra näringar. Utöver en sådan markering behöver ytterligare resurser skjutas in i besöksnäringen från statlig nivå. Den största delen av kostnaden för näringen bärs idag av kommuner och regioner.

I ett sådant positionsskifte uppfattar Visit Stockholm det som att en strategisk styrning av resurser och insatser följer som ett konkret resultat. Besöksnäringens behov måste betraktas på en aggregerad nivå eftersom många aktörer är små, men samtidigt är behoven ofta likartade.

Staten bör formulera nationella mål avseende besöksnäringens utveckling. Det kan handla om nya arbetstillfällen, tillväxt, kompetensförflyttning etc. I samverkan med besöksnäringen kan mål beskrivas som får en mer konkret innebörd för den statliga nivån och samtidigt göra samverkan mellan staten och kommunerna/regionerna mer resultat inriktad. För näringslivet blir det samtidigt tydligare hur staten agerar. Det är nödvändigt att statliga myndigheter och bolag får tydliga uppdrag inom besöksnäringen.

När det gäller kongresser och evenemang saknar Sverige en nationell nivå. Konkurrens läget är sådant att statliga insatser allt oftare är nödvändiga för att vinna hem stora kongresser/evenemang som har internationell räckvidd. Det är mycket angeläget att staten tar ett finansiellt ansvar på för att vinna hit evenemang och större kongresser. Idag är det kommuner och regioner som driver frågorna samtidigt som det är staten som tar emot de största vinsterna



som arrangemanget genererar genom olika skatter. Evenemang har viktiga effekter vid sidan av internationell kännedom och tillväxteffekter eftersom det bidrar till att stärka folkrörelserna och idrotten även här hemma. När det gäller stora kongresser bidrar det i hög grad till att stärka Sverige som ett land i världen men också för att här hemma stärka den vetenskapliga inriktning som är temat för kongressen. Politiska möten bör staten också eftersträva att vinna hit. Vi har förmågan att genomföra kongresser och evenemang, vilket visats på senare år med bl.a. Eurovision 2016 och UEFA Europa League finalen 2017. De logistiska och säkerhetsmässiga utmaningarna löstes på ett smidigt sätt och har gett oss kunskap och förmåga att genomföra liknande arrangemang. Staten bör eftersträva en viss regelbundenhet för att hålla kunskaps- och kompetensnivån uppe i berörda myndigheter och bolag. Ambitionerna i Team Sweden är en god början och de synpunkter som där kommer in kan ligga som en grund för en vidareutveckling, inte minst när det gäller det statliga ansvaret för möten/kongresser och evenemang.

## **Hållbar tillväxt**

Utredningen bör problematisera förhållandet mellan ökade besökarströmmar och hållbarhet i tillväxten. I många städer, tex Amsterdam, ser vi hur befolkningen reagerar mot vad man menar är en för stor andel av besökare i staden. Det får olika konsekvenser som bland annat minskat politiskt stöd för i första hand privatresenärer.

Sverige och Stockholm har ännu möjligheter att växa betydligt men en strategi för hur detta kan ske på ett hållbart sätt behöver formuleras. Tillväxten och de nya jobb som skapas tillsammans med att investeringar i besöksnäringen också kommer medborgarna tillgodo är ett nationellt intresse. Det är angeläget att den positiva utvecklingen kan fortsätta, men det kräver att vi möter utmaningarna som följer av detta.

## **Marknadsandelar**

Resebeteendet är under stark förändring. Den ökade konkurrensen och den växande marknaden gör att nya modeller för insatser på den internationella scenen behöver utvecklas. Perspektivet i besöksnäringen har varit alltför lokal och måste bli mer internationell när potentialen ska analyseras.

Ett sätt att arbeta är att titta på andra städers utveckling och analysera attraktionskraften utifrån en analys. Ett annat är att titta på enstaka marknader. Det är t.ex. uppenbart att den svenska marknadsandelen av de kommersiella gästnätter som kineser gör globalt är alltför liten.

Hur besöksnäringen tillsammans med det offentliga kan samverka i projekt med tydliga målsättningar behöver analyseras och bli mer konkret. Det bör vara ett statligt ansvar att säkerställa att kompetensen att genomföra sådana analyser finns.

## **Det urbana som dragare**

Storstädernas förmåga att attrahera besökare har bara ökat. Resemönstret och resebesluten är i ständig utveckling och det är tydligt att s.k. ”independentresenärer” bara ökar. Det får en lång rad konsekvenser som behöver återspeglas i utredningen och i konkreta förslag.

Det är nödvändigt att tala om urban turism och definiera vad det begreppet innehåller. Våra städers förmåga att på en internationell nivå attrahera besökare vilar på många olika parametrar som sammantaget kan definieras som attraktionskraft. Utredningen bör definiera hur denna attraktionskraft kan graderas i en exportmogen produkt. Städerna innehåller ett bredare och större utbud, ju större och bredare desto större förmåga att attrahera besökare. Städerna fungerar som en inkörspport till fler besök i hela landet.

Stockholm utvecklas allt mer till en kosmopolitisk stad. Häri lägger vi begreppet att människor från olika kulturer och religioner med varierande sexuell läggning ska känna att vår stad är en stad för dem. Utbudet av hotell, restauranger, attraktioner, evenemang, kongresser måste utvecklas i en riktning där en allt mer varierad efterfrågan kan mötas. För att näringslivet ska kunna utvecklas i den riktningen behöver marknaden ha en tillräcklig storlek. De senaste årens utveckling i Stockholm pekar tydligt att vi har viljan och förmågan att göra detta jobb.

Stockholm fungerar redan som en dragare för besök till Sverige. Vår möjlighet att utveckla den här förmågan ytterligare behöver erkännas och stödjas av den nationella nivån. Visit Stockholm är beredda och önskar samverka med andra exportmogna produkter i Sverige för att med olika kombinationserbjudanden locka fler besökare hit.

## **Ökad tillgänglighet**

Stockholms stad har länge satt betydande resurser på att öka den internationella tillgängligheten till Sverige. Primärt har det handlat om flygtillgänglighet och kryssningstrafik.

Insatserna för fler direktlinjer till Arlanda har skett i nära samverkan med i första hand Swedavia. Arbetet har varit mycket framgångsrikt de sista åren och förklarar till stor del den positiva utvecklingen besöksnäringen har sett. Stockholms stad kommer fortsätta och öka detta arbete. Staten behöver också öka sina ansträngningar för att utveckla tillgängligheten med flyg, det handlar dels om resurser för att kunna attrahera en investering i en ny flyglinje men också om infrastrukturen på Arlanda.

Det goda samarbetet mellan kommunen och staten när det gäller flyget har dock inte sin motsvarighet när det gäller kryssningstrafiken. Olika förslag om ökade farledsavgifter bland annat försämrar vår konkurrenskraft som destination i Östersjön. Som tidigare påpekats är det viktigt att staten ger tydliga uppdrag till statliga bolag och myndigheter att verka för en positiv utveckling för besöksnäringen. Det bör även gälla sjöfarten.

Utan ökad internationell tillgänglighet riskerar andra ansträngningar som görs för ökad tillväxt i besöksnäringen vara förgäves.

När besökaren väl är på plats behöver infrastrukturen och kollektivtrafiken möta även den tillfälliga besökarens behov. Staten kan genom att besluta om ett sådant perspektiv i infrastrukturplaneringen och kollektivtrafikregleringen skapa bättre förutsättningar för att tillfredsställa det behov som den tillfälliga besökaren har. Här ligger också ett behov att möta de behov som funktionsnedsatta resenärer har.

## **Bilden av Sverige**

Sverige är ett resultat av sekler av utveckling. Bilden av vårt land sätts samman av en historia och en nutid. Det statliga ansvaret för denna bild är betydande. Vi är ett litet land och har inte resurser att skicka många eller motsägelsefulla bilder av Sverige.

Den bild som sänds måste relatera till vår förmåga att sedan också leverera det man förväntat på plats. Marknadsföringen behöver ha en tydlig förankring i platsen. Vårt svenska kulturarv skapar bättre möjligheter för den internationella besökaren att förstå varför Sverige ser ut som det gör idag. Balansen att beskriva Sverige idag och varifrån vi kommer behöver utvecklas vidare. Här har staten en viktig uppgift för ett rikt och starkt kulturarvsarbete.

Arbetet behöver bedrivas i olika steg. För många internationella marknader är kunskapen om vad Sverige är och var Sverige finns mycket begränsad. Det offentliga roll i att sätta bilden av Sverige och i vårt fall Stockholm är betydande. Vi bygger kännedom, först därefter kan vi få ett beslut att välja Stockholm och Sverige hos den potentiella resenären. När väl resebesluten finns där övergår ansvaret för mottagandet och värdskapet successivt på företagen i besöksnäringen. Med det sagt finns ett stort behov av mer kunskap och forskning för att förstå och kunna lyfta fram besökarnas beteende och besöksnäringens betydelse ur olika aspekter.

Mycket av kommunikationen kring Sverige är idag värderingsstyrd. Visit Stockholm tycker att det är ett föredömligt sätt att kommunicera Sverige och Stockholm på.

## Teknisk utveckling

Den tekniska utvecklingen påverkar givetvis besöksnäringen. Här vill vi främst föra fram två perspektiv som utgår från att vi har förutsättningar och förmåga att göra mer utan allt för stora insatser. Statliga insatser inom detta område tror vi främst har bäring på Vinnova, men också till viss del i olika EU-program.

Med fler besökare följer logistiska utmaningar som idag kan lösas genom att använda realtidsdata och mobil teknologi. Det handlar om allt från att styra beställningstrafik med bussar för att undvika trängsel vid besöksmål till att styra besöksströmmar till attraktioner för att undvika köer. Genom ny teknik kan upplevelsen förbättras väsentligt, besökarens tid användas mer effektivt, intäkterna öka och samtidigt stödja bilden av Sverige som ett tekniskt avancerat land. Delar av detta kan integreras i begreppet ”smart stad”.

Distributionen och möjligheten att köpa ser idag helt annorlunda ut. Många av aktörerna kring distributionen är stora och riktningen är att de blir allt större. Närvaron på dessa plattformar är helt central och insatser liknande den där Visit Sweden gjort hela landet Sverige bokningsbart på AirBnB är ett exempel på hur man kan arbeta vidare.

Bägge dessa perspektiv utvecklas sannolikt bäst av näringslivet, men givet hur besöksnäringen ser ut krävs offentliga stöd för att snabba på den tekniska utvecklingen och implementeringen av nya system.

## Hållbarheten i centrum

Vi har ovan berört hållbar tillväxt i relation till medborgarnas behov. Hållbarheten är givetvis mycket bredare än så och besöksnäringen är generellt duktig på att möta gästens önskemål att bo, äta eller besöka en plats som tänker och agerar hållbart.

Staten kan genom lagstiftning, avgifter och skatter påverka branschens agerande i önskvärd riktning. Sådana möjligheter bör dock vägas mot självreglering och konkurrenskraft.

Besöksnäringen har stor påverkan på miljön, inte minst kopplat till det resande som krävs och de målkonflikter som då uppstår måste givetvis vägas av i det politiska systemet.

Besöksnäringen är en viktig pusselbit i den sociala hållbarheten. Det är utan tvivel så att näringen genom sitt sätt att arbeta kan fungera som inspiration för många andra branscher. En ytterligare dimension av den sociala hållbarheten handlar om trygghetsfrågor. Händelsen i Stockholm 7 april visar behovet av ett ständigt arbete med säkerheten i fokus. Utredningen bör adressera denna fråga särskilt.

Kring evenemang och kongresser bör särskilda program utformas för att utveckla en hållbarhetsstrategi för att minska avtrycket och samtidigt fungera som en stor tillgång i vår förmåga att vinna hit stora kongresser och evenemang.

## Finansiering och Visit Sweden

Utredningen har inte fått uppdraget att titta på finansiering eller hur Visit Sweden är organiserat. Vi tar oss ändå friheten att framföra några synpunkter kring dessa ämnen.

En långsiktig finansiering av offentliga insatser inom besöksnäringen behövs. Givet att de offentliga intäkterna inte förändras kan det vara svårt att få till en rejäl resursökning. En översyn av de offentliga intäkterna kan därför vara ett sätt att åstadkomma en positiv förändring. Ett sätt att göra det på är att införa en turistskatt. En sådan skatt skulle kunna bestå av en obligatorisk statlig del och en frivillig kommunal del och således finansiera kostnader på olika offentliga nivåer.

Visit Sweden är under förändring och en hel del av förändringarna är positiva. Visit Stockholm har noterat att man lagt ned kontoren i Finland, Ryssland och Italien. Vi ställer oss positiva till den förändringen, men menar samtidigt att bearbetningen av dessa marknader inte bör försvinna. Vi menar också att Visit Sweden borde sett över hela sin internationella kontorsrörelse och gjort ett mer strategiskt vägval än att stänga tre kontor baserat på kostnadsskäl. Visit Stockholm menar därtill att den affärsmodell som Visit Sweden använder leder till suboptimeringar. Vi gör en del insatser tillsammans med Visit Sweden samtidigt gör vi en hel del andra satsningar som har positiv effekt på Sveriges dragningskraft men som inte räknas i den affärsmodell Visit Sweden arbetar med för tillfället. Affärsmodellen innebär att i huvudsak skattemedel från kommuner och regioner växlas upp med 15 procent statliga medel, något vi ställer oss mycket frågande till. Affärsmodellen skapar, menar vi, en obalans mellan resurser som prioriteras på lokal nivå mellan olika behov och vilka prioriteringar som den nationella nivån utför. Innebörden är bland annat att beslut om internationell bearbetning och styrningen brister.

Med vänlig hälsning



Thomas Andersson

VD

Telefon (direkt): 08-508 28 517

E-post: [thomas.a.andersson@stockholm.se](mailto:thomas.a.andersson@stockholm.se)