

Stärk resmålet Sveriges attraktionskraft och konkurrenskraft

Svensk turism och besöksnäring vill öka takten och fortsätta bidra till att bygga varumärket Sverige.

Turism och besöksnäringen står för ca 2,5 % av BNP och står sig bra i en jämförelse med andra branscher som skogs-, gruv- eller bilindustri. Näringslivet för med sig flera positiva delar i samhället genom att bidra till attraktiva platser för både besökare, boende, företag och investeringar. Med långsiktiga och gemensamma mål för näringslivet blir turism och besöksnäring en katalysator för att driva en hållbar utveckling med innovativa lösningar som stärker Sveriges attraktionskraft och konkurrenskraft.

På Kungliga Djurgården i Stockholm höll nyligen Nätverket Hållbar Besöksnäring sin årliga BarCamp, ett möte som samlar representanter för näringslivet i kreativa framtidsdiskussioner och där insikterna utmynnade i att det behövs en gemensam drivkraft, att arbeta mot samma mål för att tillsammans skapa konkurrenskraft och synlighet.

För att uppnå detta, vill Nätverket Hållbar Besöksnäring skapa ett engagemang för att återta den nationella besöksnäringstrategin och föreslår även prioriterade aktiviteter ur ett nationellt perspektiv.

Besöksnäringen som en kraft för en hållbar samhällsutveckling

Vi står inför en unik möjlighet att ta tillvara möjligheterna att öka lönsamhet och marknadsföra Sveriges alla attraktiva, innovativa och hållbara produkter samtidigt som vi på allvar behöver lösa utmaningar inom vår näring. Arbetet kräver att olika grupper och delar av samhället samarbetar med varandra utifrån specifika utmaningar, förutsättningar och behov. Fler regioner, destinationer och företag i Sverige arbetar med långsiktiga strategier för att utveckla platser som blir intressanta att besöka, bo och leva i samt där bedriva företag med tydliga ambitioner att positivt påverka samhälle och miljö.

Nätverket Hållbar Besöksnäring tillsammans med berörda aktörer, föreslår att vi i första hand:

Återtar och arbetar för "[den nationella strategin för en långsiktig och konkurrenskraftig turism och besöksnäring 2030](#)"

- Genom att fortsätta arbeta utifrån en gemensam riktning för turism och besöksnäringen på region, destination och företagsnivå ges förutsättningar att **driva på en hållbar utveckling** med innovativa företag som på sikt skapar ökad konkurrenskraft.
- Med en ökad enhetlighet för Sverige som resmål ger det en möjlighet till **stärkt synlighet internationellt** och att möta den ökade efterfrågan av hållbara produkter och tjänster genom marknadsföring och kommunikation
- Med en ökad enhetlighet och struktur för Sverige som resmål ökar möjligheterna till att **mäta turism och besöksnäringens gemensamma framgångar**.

Nätverket Hållbar Besöksnäring tillsammans med berörda aktörer föreslår vidare att regeringen:

Prioriterar och finansierar arbetet med lösningar för ökad mobilitet och hållbara transporter

- Transporter utgör idag den största negativa miljöpåverkan för alla aktörer inom turism och besöksnäringen. I våras publicerade Tillväxtverket genom Myndighetsgruppen för turism och besöksnäring (ett samarbete med 16 myndigheter och statliga bolag) en [gemensam rapport](#) som presenterar en rad lösningar som nu bör omsättas i praktik.
- Genom att prioritera och finansiera innovationer som ökar tillgängligheten och samtidigt minskar utsläppen kan näringen som helhet underlätta för resenärer att resa mer effektivt, bekvämt och medvetet.

Riktat innovation, kunskapsutveckling och kommunikation till "Den medvetna resenären"

- Mobilisera innovationskraft och muskler till näringen för att ännu mer utveckla erbjudanden/affärer som både gynnar resmålet och är attraktivt för målgruppen, den medvetna resenären/konsumenten (svensk som internationell). I dagsläget är kommunikation och marknadsföring det ENDA som Sverige satsar på.
- Exponera endast hållbara produkter och tjänster i våra digitala skyltfönster för att öka attraktionskraften och möta framtidens behov. Inför nationella kriterier eller ramverk för vad som är hållbara produkter och tjänster som underlättar resenärernas val.
- Öka kunskapen om hållbarhet, både bland resenärer, yrkesverksamma och allmänheten! Därigenom skapar vi en än mer ansvarstagande besöksnäring. Detta inkluderar kampanjer för medvetet resande och stöd till utbildningsprogram som fokuserar på hållbarhet samt att integrera hållbarhet i branschens redan existerade utbildningar på alla nivåer.
- Öka fokus på nationell kunskapsspridning av goda hållbara exempel och konkreta tips kring hur man kommunicerar sitt hållbarhetsarbete.

Sverige har en lång och stolt tradition av ideellt engagemang och arbete som motor för positiv samhällsutveckling. Som en ideell och helt obunden röst för besöksnäringen i Sverige vill vi, Nätverket Hållbar Besöksnäring, med detta blyxtbelysa risken för en påtagligt negativ utveckling för hela vår näring och istället föreslå ovan åtgärder för att garantera varumärket Sveriges ökade konkurrenskraft.

Vi inom svensk turism och besöksnäring vill tillsammans fortsätta att stärka Sverige och inte bara upprätthålla vår ledarposition i världen, utan också inspirera andra och visa vägen till en global omställning och vara med och forma morgondagens turism.

Stockholm

Kontaktperson: Kristin Lundén, Ordförande för Nätverket Hållbar Besöksnäring

Mail: info@natverkethallbarbesoksnaring.se

Webbplats: <https://www.natverkethallbarbesoksnaring.se>

Faktaruta:

Nätverket Hållbar Besöksnäring är ett nätverk för verksamma inom besöksnäringens organisationer. Allt med syfte att öka takten för den hållbara omställningen. Medlemmars engagerade arbete, utmaningar och generösa delande av erfarenhet och kunskap är ryggraden i nätverket.

Den ideella föreningen bildades för mer än 10 år sedan och samlar engagemang från hela branschen samt akademien och offentlig sektor med medlemmar från Sveriges alla hörn.

Vi ser att en omställning mot en hållbar utveckling är en nödvändighet, och en fantastisk möjlighet att skapa affärsnytta och mervärde för gäster och besökare. Vårt mål är att utveckla besöksnäringen positivt genom att påvisa kraften i hållbarhetsfrågorna som avgörande och nödvändig faktor för långsiktig framgång. För att möjliggöra denna källa till konkurrenskraft och innovation krävs ett systematiskt arbete med långsiktiga mål som delas av alla aktörer.

natverkethallbarbesoksnaring.se



BarCampdeltagare samlade fram Skånska Gruvan på Kungliga Djurgården.