



Analys av besöksnäringen i Stockholms län

Region Stockholm möjliggör en hållbar utveckling av Stockholmsregionen genom en regional utvecklingsplanering som grundas på kvalificerat underlag och analys. Genom samverkan och kommunikation bidrar vi till att regionens aktörer når en samsyn gällande regionens tillväxt och utveckling. Vi tar initiativ till och skapar förutsättningar för att visioner, mål, strategier och åtaganden i den regionala utvecklingsplanen för Stockholmsregionen, RUFS, kan förverkligas. Citera gärna innehållet i rapporten men uppge alltid källan. Även kopiering av sidor i rapporten är tillåtet, förutsatt att källan anges och att spridning inte sker i kommersiellt syfte. Att återge bilder, foto, figurer och tabeller (digitalt eller analogt) är inte tillåtet utan särskilt medgivande.

Innehållsförteckning

1	Sammanfattning	4
2	Covid-19 pandemin och besöksnäringen i Stockholms län	7
2.1	Optimism som bytts ut mot ovisshet	7
2.2	Stockholms besöksnäring drabbas hårdast	8
2.2.1	Tomma hotellrum	9
2.2.2	Utan flyget stannar besöksnäringen	10
2.3	Stöd i osäkra tider	11
2.4	Attraktivitet och osäkerhet	12
2.5	Drivkraft till hållbar (digital) omställning	12
2.6	Vad händer sen – hemester i glesare geografier?.....	13
3	Bakgrund och läsanvisning	15
4	Besöksnäring – en introduktion	17
4.1	Förutsättningar för besöksnäring i Stockholm län	17
4.2	Besöksnäringens koppling till de kreativ och kulturella näringarna	18
4.2.1	Film- och tv-branschen – ett exempel på en koppling mellan två näringar.....	19
4.2.2	Den kulturella sektorns koppling till besöksnäringen i Stockholms län	20
5	Omvärld och trender	21
5.1	Demografiska skiften och föränderlig efterfrågan.....	21
5.2	Turismtillväxtens hållbarhetsdimensioner.....	22
5.2.1	Möjligheter och utmaningar för besöksnäringen	24
5.3	Tekniska innovationer/Digitalisering.....	25
5.3.1	Möjligheter och utmaningar för besöksnäringen	26
5.4	Förändrad mobilitet	26
5.4.1	Möjligheter och utmaningar för besöksnäringen	27
6	Tillväxthinder i turism- och besöksnäringen	28
6.1	Kompetensförsörjning.....	28
6.1.1	Integration och karriärvägar.....	29
6.2	Regler, tillstånd och tillsyn	30
6.3	Tillgänglighet.....	30
6.3.1	Stockholmsregionens tillgänglighet	31
6.3.1.1	Flygtrafiken.....	31
6.3.1.2	Järnväg	32
6.3.1.3	Sjö- och kryssningstrafik	32
6.3.1.4	Digital tillgänglighet	33
6.4	Bostäder, mark och lokaler.....	34
6.5	Innovativ besöksnäring.....	34
6.5.1	Triple Helix och forskning inom turism- och besöksnäring.....	35

6.6 Reflektioner om näringsens tillväxthinder	36
7 Aktörsstruktur och strategier	38
7.1 Hur kan man förstå besöksnäringens aktörssystem?	38
7.2 Flernivåstyrning och strategier	44
7.2.1 Nationell nivå	44
7.2.2 Regional nivå.....	45
7.2.3 Kommunal nivå.....	45
7.3 Företagens tillväxtvilja, innovationsgrad och internationalisering.....	47
7.3.1 Marknad, kunder och innovation	50
8 Workshop och intervjuer	52
8.1 Sammanställning av workshop.....	52
8.1.1 Tillgänglighet och infrastruktur.....	53
8.1.2 En gemensam mötespunkt	53
8.1.3 Regelförenkling	53
8.1.4 Kompetensförsörjning	54
8.1.5 Utveckling och anpassning	54
8.1.6 Övriga frågor som lyftes vid workshopen	54
8.2 Kommunernas kapacitet, förutsättningar och behov	54
8.2.1 Varierade förutsättningar och kapacitet	55
8.2.2 Besöksnäring bortom kommungränser – nätverk och samverkan	55
8.2.3 Destinationsutveckling och etablering av företag	56
8.2.4 Kollektivtrafikförsörjning.....	56
9 Synteskapitel.....	57
9.1 Växande näring med internationell attraktivitet	57
9.2 Hållbarhet och tillgänglighet	57
9.3 Styrkor	58
9.4 Svagheter	58
9.5 Hot	58
9.6 Möjligheter	59
10 Referenser	60

1 Sammanfattning

Besöksnäringen har en stor betydelse för Stockholms län och därmed för hela riket. I denna rapport presenteras en nulägesanalys av besöksnäringen, innan pandemin, i Stockholms län som avser att vara till stöd för det framtida arbetet i länet för en hållbar utveckling och en växande näring. Nulägesanalysen som visar på en stadigt växande näring innan pandemin, vilket påvisar vikten av utvecklingsarbete för en snabb omstart av näringen idag och resiliens i framtiden.

Besöksnäringen spänner över många olika branscher och efterfrågar en bredd av kompetenser i tätorter såväl som på landsbygd och i skärgården. Det är en näring på tillväxt i Stockholms län. Denna rapport är ett resultat av WSP:s uppdrag från Region Stockholm att ta fram en nulägesanalys av besöksnäringen i Stockholms län. Metoden för detta är genomgång av litteratur och statistik samt kartmaterial, en workshop samt intervjuer. Notera att informationen som rapporten bygger på är insamlad innan covid-19-pandemin. Analysen bekräftar hur en växande näring mycket snabbt kan påverkas av oförutsedda händelser och kan ligga till grund för att ytterligare påvisa vikten av insatser för snabb omstart av en av länets viktigaste branscher. Av den anledningen är rapporten kompletterad med ett tillägg (kapitel 2) som syftar till att belysa besöksnäringen i Stockholms län utifrån det nya (osäkra) läget pandemin innebär.

Större städer med sin bredd av besöksmål spelar en viktig roll i tillväxten av näringen. De svenska storstadslänen, och inte minst Stockholm, fyller funktionen som nav för tillgänglighet, genom flygplatser, tågnätet, större vägar och hamnar. Stockholms län har under senaste åren haft en stark tillväxt i antalet utländska besökare. Framtida förändringar i Stockholms internationella tillgänglighet och möjligheten att resa långväga kommer därmed att påverka Stockholms län märkbart. Detta kan vägas upp något med ett ökat antal inhemska besökare i tider när semester i närområdet prioriteras.

Stockholm som huvudstad är en destination för många olika typer av besökare. Men att ha en stark tillväxt i antalet besökare för med sig utmaningar, speciellt om antalet besökare ökar i begränsade geografiska områden såsom skärgården eller vid vissa besöksmål. Det är därför bra att arbeta för att undvika överkoncentration av besökare på vissa platser under vissa tider på året.

Vi vet i skrivande stund inte exakt i vilken omfattning nuvarande covid-19 kommer att förändra besöksnäringen. Förutom pandemins konsekvenser som idag är svåra att till fullo överblicka står näringen för flera utmaningar och ett antal tillväxthinder utpekade från riks- såväl som regional nivå. I korthet handlar det om kompetensförsörjning, tillgänglighet, regler/tillstånd och innovationer. Kompetensförsörjning är en utmaning i och med att det saknas arbetskraft i vissa yrken men det är också en utmaning som kopplar till näringens struktur. Delar av besöksnäringen präglas av säsongsanställningar. Det är en näring med

hög personalomsättning. Samtidigt är besöksnäringen en så kallad lågröskelnäring som innebär den är en viktig för individer att komma in på arbetsmarknaden. Mångas första jobb finns i någon av besöksnäringens branscher.

Ett annat hinder; brist på tillgänglighet, är avgörande för näringen. Besöksnäringen är en platsbunden näring som i många fall är helt beroende av att besökare fysiskt kommer till besöksmålet. Därmed är näringens företag beroende av transportmöjligheter infrastruktur. Utöver fysisk tillgänglighet är digital tillgänglighet avgörande för att kunna driva sin verksamhet och nå ut till besökare. Många av besöksnäringens företag konkurrerar globalt från start. En annan struktur som påverkar näringslivet i stort och därmed även besöksnäringen är flernivåstyrning. I korthet innebär det att samhällets aktörer behöver samordna och samverka trots att tillväxtarbetet på kommunal, regional och nationell nivå skiljer sig sinsemellan. Kopplar man dessutom på det privata näringslivet tillkommer ytterligare ett perspektiv. Att kraftsamla och prioritera behöver göras på den regionala nivån, men med insikten att det operativa arbetet behöver anpassas till lokal nivå. Mottagarkapaciteten skiljer sig åt mellan länets 26 kommuner. Kommunerna i länet studeras i denna rapport både utifrån styrdokument, genom en workshop och i intervjuer. Det är tydligt att det råder stor variation mellan kommunerna vad gäller kapacitet och förutsättningar att arbeta strategiskt med besöksnäring. Återkommande utmaningar påminner om de tillväxthinder som pekas ut på riksnivå där tillgänglighet är en viktig aspekt.

Sammantaget kan styrkorna hos besöksnäringen i Stockholms län beskrivas enligt följande: en bredd av besökare, affärs- såväl som nöjesbesökare, många attraktiva reseanledningar; däribland arkitektur, shopping, renhet, upplevelsen av trygghet, natur och kultur, hållbarhet. Under senaste åren har länet uppvisat en stark ökning av besökare, inhemska och internationella, som innebär en snabbt växande näring.

Det finns dock en rad svagheter: brist på tillgänglighet anpassad till besökare, och aktörer i länet betonar bristen på kapital. Därtill kommer svårigheter att arbeta utifrån en enhetlig bild, genom t.ex. statistik, som också är nödvändigt för att bättre kunna beskriva näringens betydelse och nytta. Ytterligare en utmaning är att näringen reagerar snabbt på omvärldshändelser, inte minst på grund av dess platsbundenhet och exponering mot utlandet vilket märks tydligt under pågående covid-19-pandemi.

Andra utmaningar är det fragmentariska aktörssystemet som kan försvåra ett strategiskt, gemensamt arbete. Kopplat till det finns en risk för mindre effektiva satsningar om enskilda kommuner ska göra egna satsningar utan att ha en övergripande inriktning för hela länet.

Men näringen har också en rad möjligheter. Till exempel är besöksnäringen en viktig näring för att fortsätta utveckla landsbygderna och skärgården i länet, inte minst om säsongen kan förlängas och besökare och konsumtion spridas över en större geografi. Besöksnäringen kan användas som hävstång att skapa

samsyn för en mer effektiv samhällsplanering mellan länets offentliga aktörer. En attraktiv plats är attraktiv både för boende, näringsidkare, investeringar och besökare. En annan aspekt är att en fortsatt grön omställning i näringsbranscher, däribland i transportbranscherna, kan locka fler besökare. Bilden av Stockholm är redan idag ett besöksmål med hållbarhetsprofil med ren miljö och en social balans mellan lokalbefolkning och besökare. Helt enkelt ett tryggt och hållbart besöksmål.

2 Covid-19 pandemin och besöksnäringen i Stockholms län

Merparten av denna rapport författades under senhösten 2019 och de slutsatser som drogs byggde på det läget som besöksnäringen befann sig i då. Under den tidiga våren 2020 stod det klart att världen stod inför en pandemi. Att hantera en pandemi handlar i mångt och mycket om att begränsa möten människor emellan. Besöksnäringens grund är just mötet mellan människor, varför det är en näring, med sina många olika branscher, som tidigt påverkades. Besöksnäringen blev en av de snabbast och hårdast drabbade näringarna, både i Sverige och globalt (UNWTO, 2020).

Detta kapitel syftar till att sätta rapporten i en uppdaterad kontext, ett kapitel som reflekterar över den situation vi befinner oss i just nu. Ingen vet hur denna omställning slutligen kommer att landa. Men, vi kan lyfta några perspektiv som är relevanta för besöksnäringen i Stockholms län framöver.

2.1 Optimism som bytts ut mot ovisshet

Besöksnäringen är ett av sju utpekade styrkeområden i länets regionala utvecklingsstrategi RUFSS 2050¹. Den spelar en viktig roll i länets näringslivsbredd och för länets attraktionskraft. Besöksnäringen är inte en bransch, utan består av elva olika branscher som har gemensamt att en varierande andel av konsumtionen inom branschen kan härledas till turism. Merparten av företagen är små med begränsade möjligheter att hantera längre bortfall av besökare eller kunder. Tjänstebaserade småföretag är generellt sett mer känsliga för snabba konjunkturedgångar än stora företag och produktionsinriktade företag som kan bygga upp ett varulager. Tjänstenäringsbranschen kan inte ta igen en förlorad dag. För de aktörer som är beroende av sommarsäsongen, vilket många är i Stockholms län, är det svårt att ta igen en solig julidag i ett regnigt november. Besöksnäringens produkt, upplevelsen, kan helt enkelt inte lagras tills när tiderna är bättre (HUI, 2020). Många av näringens företag är säsongsberoende med sommaren som en viktig del av årets totala inkomster. I det andra kapitlet i denna rapport slås det fast att besöksnäringen i Stockholm efter en lång tids tillväxt andades optimism innan pandemin slog till, inte minst tack vare en stark ökning av internationella besökare. Denna optimism byttes mot ovisshet under våren och sommaren 2020. Osäkerhet är aldrig bra för ett robust näringsliv, speciellt inte för besöksnäringen som bygger mycket på en upplevelse av trygghet. Dessutom är besöksnäringen, liksom andra sektorer som domineras av mindre företag, beroende av förutsägbarhet för att våga satsa, investera och anställa.

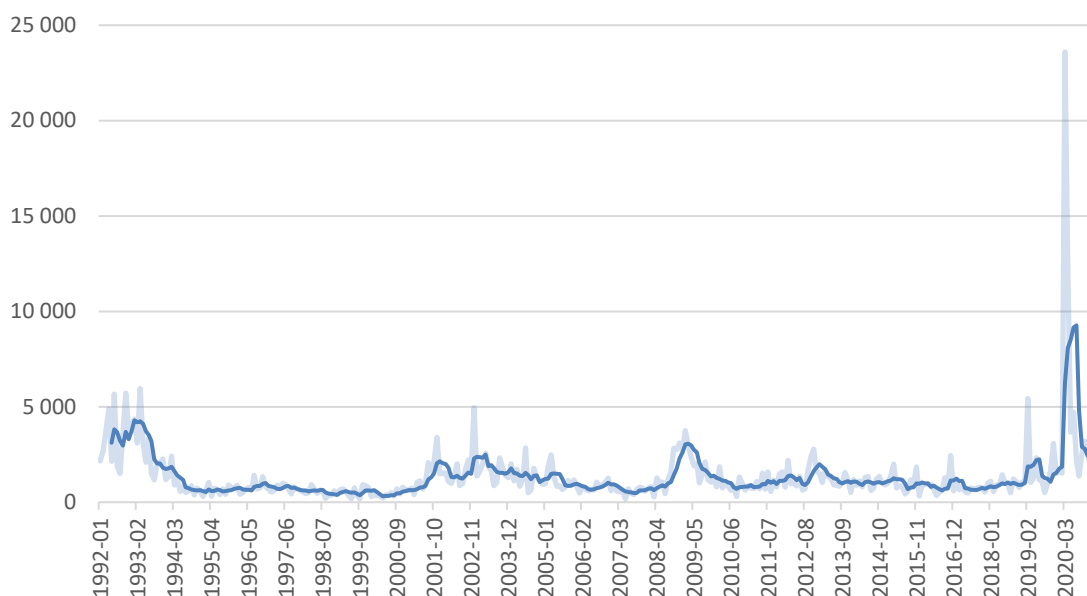
¹ RUFSS 2050 pekar ut 7 styrkeområden i det regionala näringslivet: IKT, Life Science, högspecialiserad industriell tillverkning, kulturella och kreativa näringar (KKN), besöksnäring, miljöteknik och finans.

2.2 Stockholms besöksnäring drabbas hårdast

Pandemin har visat vilken drivkraft besöksnäringen är för det regionala näringslivet. Inte minst gäller detta större städer som Stockholm. Företag verksamma i Stockholms län inom besöksnäringen har påverkats av förändrade ekonomiska förutsättningar och minskade möjligheter till fysisk interaktion. Under våren tappade Stockholm, Göteborg och Malmö drygt hälften av sina besökare till stadskärnan där en stor andel av besöksmålen återfinns (Market.se).

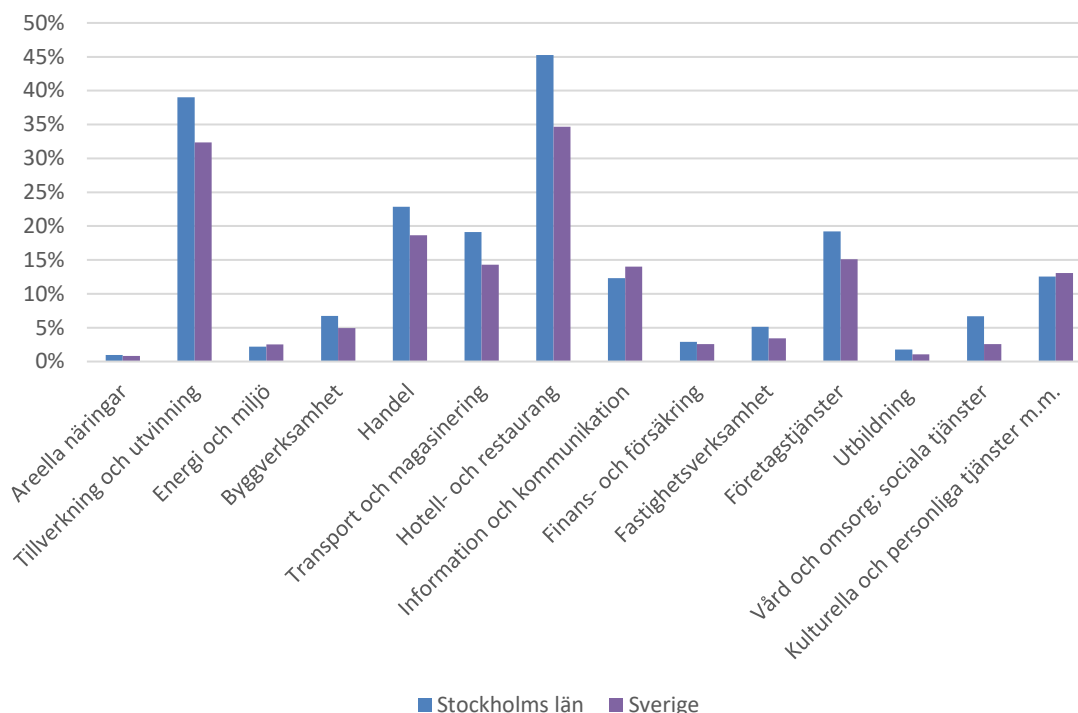
Pandemin påverkar även näringsens anställda negativt. Statistik över länets varsel visar på historiska nivåer under mars och april 2020, långt över antalet varslade en enskild månad vid tidigare händelser såsom 1990-talskrisen, IT-kraschen och den globala finanskrisen 2008. Sedan dess har antalet varsel fallit tillbaka mot mer normala men fortfarande höga nivåer.

Figur 1. Varsel per månad i Stockholms län, januari 1992 - februari 2021



Många företag har använt möjligheten till korttidspermittering av personal för att möta pandemins ekonomiska effekter. I flertalet branscher har företag i Stockholms län hittills nyttjat korttidspermitteringar för att motverka konsekvenserna av covid-19 i högre utsträckning än i riket i stort. De två branscher i Stockholms näringsliv som påverkats i störst utsträckning sett till andel sysselsatta som blivit korttidspermitterade är i dagsläget *Hotell och restaurang* samt *Tillverkning och utvinning*. Nästan hälften av alla anställda inom *Hotell och restaurang* i Stockholms län har i någon utsträckning korttidspermitterats under 2020. Också *Handel, Transport och magasinering* och *Företagstjänster* har påverkats i stor utsträckning. Delar av de två förstnämnda branscherna är direkt knutna till besöksnäringen.

Figur 2. Andel personal korttidspermitterad till och med 2021-01-19 som andel av totala antalet sysselsatta per bransch 2019

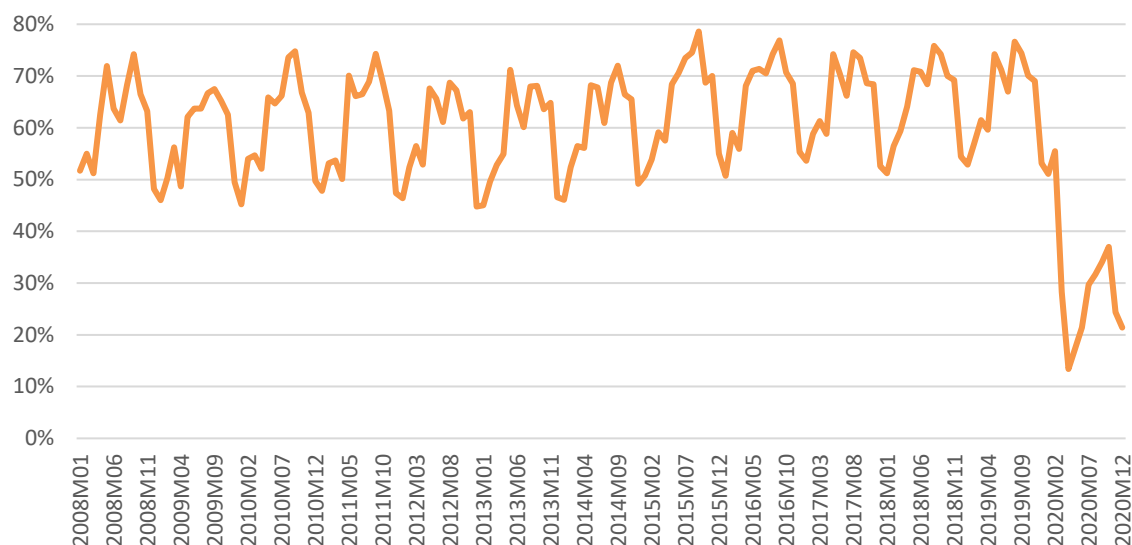


Att besöksnäringen består av flera tjänstenärningar innebär att den ekonomiska påverkan från pandemins restriktioner varierar. Vissa delar av näringen påverkas direkt, som hotell, resebyråer och flygbolag, och vissa indirekt, som verksamheter i stadskärnor vars kundunderlag minskar bland annat eftersom flyget står stilla och många arbetar hemifrån. Inställda evenemang leder till färre kunder för transportföretagen, färre hotellgäster, färre restauranggäster och färre som shoppar längs Drottninggatan eller som passar på att besöka Stockholms skärgård när man ändå är i Stockholm.

2.2.1 Tomma hotellrum

Ett exempel på en del av besöksnäringen som påverkats märkbart är hotell. Inställda flyg, reserestriktioner, inställda evenemang och stängda besöksmål ger tydliga avtryck i hotellrumstatistiken. Beläggningen på hotellrum i Stockholms län följer normalt en tydlig årsrytm som enbart marginellt förändras från år till år. Tidpunkten på året då pandemin nådde Stockholms län var ur hotellnäringens perspektiv synnerligen illa; precis vid den tidpunkt på året då kapacitetsutnyttjandet av rummen normalt sett ökar efter vinterns nedgång. Kapacitetsutnyttjandet för hotellrum i Stockholms län har gått ned kraftigt till nivåer långt under 1990-talskrisens lägsta notering på 23 procent. Lägst notering nåddes i april månad på 13 procent. Därefter skedde en uppgång till oktober, om än fortfarande på mycket låga nivåer, innan beläggningen åter sjönk i november månad.

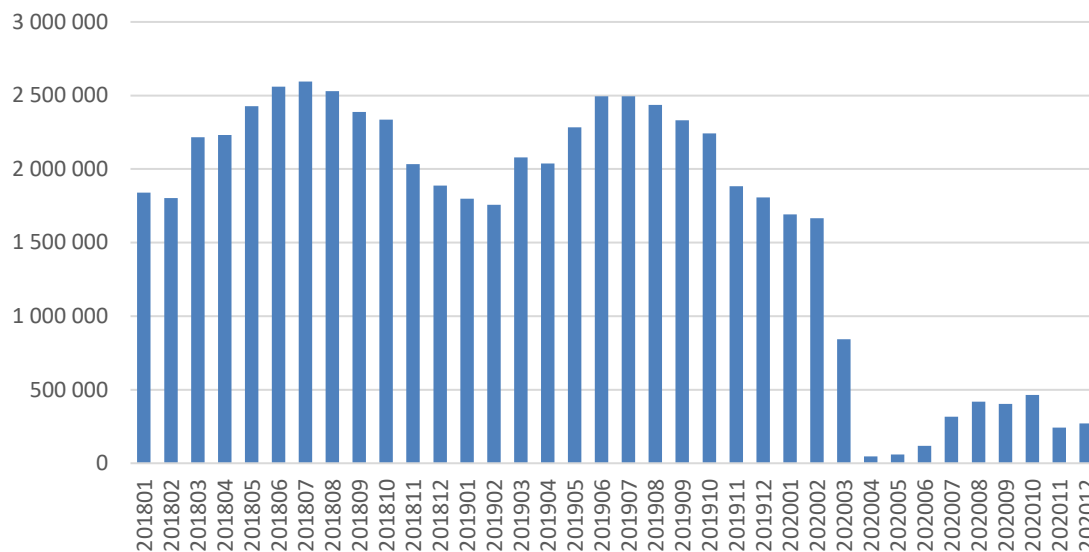
Figur 3. Kapacitetsutnyttjande i procent för hotellrum i Stockholms län, 2008–01 till 2020–12



2.2.2 Utan flyget stannar besöksnäringen

Besöksnäringen bygger på att skapa upplevelser, ofta fysiska sådana. En grundförutsättning är således tillgänglighet; att kunna ta sig till en destination i form av till exempel en konferens, en konsert eller en restaurang. I och med covid-19 drogs den fysiska tillgängligheten ner till ett minimum. En av de kanske mest påtagliga minskningarna stod flyget för. Även flygresorna har en tydlig årsrytm med en uppgång i antalet resenärer under sommarhalvåret. En nedgång i antalet affärsresor under sommarens semestermånader kompenseras vanligtvis med en uppgång i antalet semesterresor. Vårmanaderna brukar normalt innebära ett ökat antal resenärer på Arlanda flygplats med en årlig topp i antal resenärer under juni, juli och augusti. År 2020 inleddes våren istället med en kraftig nedgång. April och maj visar på en nedgång i antal resenärer på 98 respektive 97 procent, såväl inrikes som utrikes resande. Under sommaren och tidiga hösten återhämtades antalet passagerare något, främst genom inrikes resenärer, men nivåerna var fortfarande låga. Antalet resenärer sjönk sedan åter under årets två sista månader.

Figur 4. Antalet passagerare på Arlanda flygplats, 2018–01 till 2020–12



Flygets nedgång får stora konsekvenser på besöksnäringen. Utöver den direkta effekten i form av uteblivna kunder för flygbolagen finns en mycket stor indirekt effekt hos de många besöksmål och destinationer som är beroende av utländska besökare, till vilka merparten anländer till Stockholm via flyg. Enligt Stockholms handelskammare (2020) förlorar länet 100 miljoner per dag i uteblivna intäkter från utländska besökare. Arlandas ägare Swedavia (2020) bedömer att flygmarknaden kommer fortsätta vara kraftigt påverkad inom överskådlig tid, vilket leder till att även andra delar av besöksnäringen kommer att påverkas under längre tid.

2.3 Stöd i osäkra tider

Den chock som pandemin innebär gör att besöksnäringen står inför en omställning. Omställningen kan ses som ett tillfälle att sträva efter en alltmer hållbar tjänstenäring som med nya lösningar tar sig an en ny verklighet. Det kommer att utkristalliseras nya rese- och konsumtionsmönster, och näringen behöver vara med att definiera och skapa mönstret för det nya normala. I tider av omställning krävs olika typer av stöd att driva på denna förändring. Tillväxtverket (2020) beskriver i en scenarioanalys av besöksnäringens framtid att offensiva offentliga satsningar krävs för återhämtning såväl som utveckling av Sveriges besöksnäring. Risken med uteblivna satsningar beskrivs av Tillväxtverket framför allt som att Sverige tappar internationell konkurrenskraft och att utländska besökare i framtiden istället väljer andra destinationer, vilket leder till att landets besöksnäring inte kan återta det som idag förlorats. Tillväxtverkets rekommendation är därför att satsa sig ur krisen genom ökade offentliga investeringar i besöksnäring och omställning, såväl som ökad samverkan mellan berörda aktörer, kompetensutveckling och en nationell strategi för besöksnäring.

I Stockholms län har flera stöd initierats, bland annat av Region Stockholm och länets kommuner. Visit Stockholm AB har beviljats medel för att anpassa marknadsföringen av regionalt utbud till inhemska målgrupper, med beredskap att komplettera detta med närliggande marknader i takt med att marknadsmöjligheter återkommer. Visit Stockholm har med stöd från Region Stockholm underlättat digital samordning av båtturer ut i skärgården, och stöd har möjliggjort för ALMI att öppna en företagsjour (Region Stockholm, 2020a; Region Stockholm, 2020b). Destination Sigtuna har med regionalt och kommunalt stöd utvecklat Sigtunamodellen som hjälper företag att hålla en trygg och säker konferensupplevelse (Besöksliv.se). Generellt handlar modellen om att underlätta för att länets aktörer ska kunna våga testa nya vägar för att besökare ska våga boka och våga mötas utan att kompromissa med känslan av trygghet och säkerhet.

2.4 Attraktivitet och osäkerhet

Upplevelsen av trygghet och säkerhet är byggstenar för besöksnäringen. Det påverkar platsens attraktionskraft som inverkar på synen på platsen som ett besöksmål såväl som för de boende. Men även om restriktioner förändras kan känslan av osäkerhet sannolikt hänga kvar länge och påverka besöksnäringen även efter att pandemins värsta effekter är hanterade. Dock har tidigare kriser visat att besöksnäringen generellt har en förmåga att studsa tillbaka relativt snabbt med en förhållandevis stor anpassningsförmåga. Under den pågående pandemin uppvisar besöksnäringen generellt en god förmåga att med gott samarbete tillsammans agera kreativt och snabbt för att hantera situationen (Tillväxtverket, 2020a).

Besöksnäringen bygger på möten som i sin tur bygger på att en besökare väljer att besöka just den specifika destinationen. Om en plats uppfattas som trygg och förtroendeingivande är det enklare att attrahera investeringar, besökare och talanger, inhemska såväl som internationella (Svenska Institutet, 2020). Organisationer och företag kan därför inte räkna med att saker och ting snabbt återgår till det marknadsläge som rådde innan pandemin, till exempel förmodas internationella besökare föredra resmål som upplevs tryggare än andra och undvika tätt befolkade städer och platser (Svt, 2020). Stockholms län har en styrka i att det finns besöksmål i mer glesa geografier, men kan bli lidande om Sverige eller Stockholm som helhet uppfattas som ett otryggt besöksmål. Utöver den grundläggande åtgärden att fortsätta bekämpa smittspridning regionalt behövs därför även ett arbete för att besökare ska *känna sig säkra* att besöka hela Stockholms län och vidare ut i övriga Sverige.

2.5 Drivkraft till hållbar (digital) omställning

Pandemin har gett upphov till nya kundbeteenden och påföljande behov av anpassning. För många aktörer har omställningsarbetet påbörjats med utvecklandet av nya affärsmodeller, marknadsföring mot nya målgrupper, påskyndad digitalisering och nya samarbeten. Digitala konserter som

Konserthuset Play, digitala interaktiva festivaler som Stockholm Pride och Järna Festival Academy är några exempel. Andra anpassningar är förbokning av biljetter till besöksmål i länet såsom Tom Tits och Parkteatern. Animerad publik som ger intryck av att läktarna inte ekar tomma är andra exempel på nya angreppssätt att hantera situationen och förstärka upplevelsen. På sikt kan digitala lösningar leda till en ökad tillgänglighet av länets utbud, precis som förbokningar och möjlighet att planera sitt besök måhända kan leda till ökad kundnöjdhet och bättre hantering av flöden av besökare.

Tidigare kriser, som finanskrisen, har visat på länets goda förmåga till omställning och att hantera förändringar. En nyckel till denna resiliens och flexibilitet är Stockholmsregionens befolkning. Det handlar om kompetens och utbildning, men inte minst dess förmåga att ta till sig nya tekniker, tjänster och innovationer såväl som anpassning till nya förutsättningar. Stockholmsregionens och Sveriges robusta samhällsstruktur med internationellt sett hög tillit och låg korruption är också en styrka för samhällets och besöksnäringens nu pågående omställning.

2.6 Vad händer sen – hemester i glesare geografier?

Trots smittskyddsåtgärder och en bred ekonomisk nedgång visar indikatorer att det finns en stark längtan till en återgång till det normala. Internetsökningar efter hotell och restaurang gick ned kraftigt under våren 2020 för att under sommaren åter nått – och till och med överträffat – normala nivåer. Även transaktionsomsättningen för samma branscher återhämtades något under sommaren, från -50 procent i april månad till -10 procent i slutet av juli, jämfört med motsvarande månader 2019 (Konjunkturinstitutet, 2020). Sammantaget visar detta på en marknad som lurar i bakgrunden, en återhämtning som kommer ske och som delvis inletts.

Besöksnäringens aktörer kommer att behöva anpassa sig att verka i en ny verklighet som kommer att vara föränderlig men som trots all sin osäkerhet behöver hanteras. Det behöver hanteras för en hållbar robust och attraktiv besöksnäring och i förlängningen Stockholms näringsliv i stort.

Viktigt är att särskilja mellan enskilda företag och besöksnäringen som helhet. Omställning och anpassning ser olika ut i olika delar av näringen, och det som kan vara en katastrof för enskilda individer och företag kan för andra delar av besöksnäringen innebära nya möjligheter, idéer och marknader. Ett exempel är Sveriges fine dining-restauranger vars gäster till betydande del består av internationella besökare. Flera restauranger har vittnat om en snabb och förhållandevis lyckad omställning riktad mot lokala besökare när deras vanliga kundbas plötsligt försvann (Abend, 2020). Kajakuthyrare i centrala Stockholm berättar också hur lokala kunder kunnat kompensera för uteblivna utländska besökare under sommaren, och att omsättningen till och med ökat kraftigt (Dagens Nyheter, 2020).

Något som generellt är högt efterfrågat hos besökare är autenticitet och genuina upplevelser, *localness*, gärna utomhus. Detta är något som Stockholms län har gott om. I en tid då internationella resor till exotiska resmål inte är ett alternativ kan detta ge lokala och inhemska besökare möjligheter att se nya sidor av Stockholms län, bortom de främsta besöksmagneterna. Skärgården och mindre tätorter kan mycket väl få ett uppsving i dessa tider av omställning och krav på anpassning och innovativ kapacitet. Denna trend kan dessutom antas fortsätta även när internationella besökare återkommer.

3 Bakgrund och läsanvisning

Besöksnäringen är viktig för Stockholms län och därmed för hela riket. I denna rapport presenteras en nulägesanalys av besöksnäringen, innan pandemin, i Stockholms län som avser att vara till stöd för det framtida arbetet i länet mot en hållbar utveckling och en växande näring.

Region Stockholm har sedan 2019 det regionala utvecklingsansvaret i Stockholms län. Med det ansvaret följer ett behov av att skapa goda förutsättningar för ett systematiskt och strategiskt utvecklingsarbete. En förutsättning för det är att genom kunskapsinhämtning skapa underlag för en gemensam bild av utgångsläget. Analysen ska sättas i en regional utvecklingskontext och ses som en grund för det fortsatta regionala utvecklingsarbetet med Region Stockholms roll som regionalt utvecklingsansvarig som utgångspunkt.

Besöksnäringen påverkas kraftigt av den, i skrivande stund, pågående covid-19-pandemin. Notera att en stor del av rapportens information samlades in innan covid-19-utbrottet. Det som fångas i resterande delar av rapporten återspeglar således situationen innan pandemin.

Som kunskapsöversikt beskriver rapporten näringen utifrån flera olika teman. Rapportens inleds med en introduktion till besöksnäringen med en definition av vad som inkluderas i besöksnäringen och ett resonemang om förutsättningar för företag inom näringen. Besöksnäringen omfattar många olika branscher. Ett sådant kluster av branscher är kulturella och kreativa näringar (KKN). I ett delkapitel beskrivs och diskuteras relationen mellan kulturella och kreativa näringar och besöksnäringen, olikheter såväl som överlapp.

I kapitel fem beskrivs en rad globala trender som påverkar besöksnäringen, bland annat åldrande befolkning, ökad digitalisering och förändrad mobilitet. Därefter diskuteras de tillväxthinder som anses avgörande för besöksnäringen, på riksnivå och med nedslag i Stockholms län. Vilket rör sig om kompetensförsörjning, regler och tillstånd, tillgänglighet, bostäder och innovationskapacitet.

Det är många aktörer som kan påverka besöksnäringen och i kapitel sju presenteras en genomgång av aktörslandskapet samt befintliga strategier på nationell ner till kommunal nivå. Strategier som tillsammans skapar det formella handlingsutrymmet för aktörerna att påverka inom.

Nästföljande kapitel åtta är ett rent kvalitativt kapitel som sammanställer workshop och intervjuer genomförda i Stockholms län med aktörer som har koppling till länets besöksnäring. Som med övriga kapitel baseras även detta kapitel på information som beskriver läget i länet innan covid-19.

Det sista kapitlet är ett synteskapitel som fångar essensen av nulägesanalysen med fokus på identifierade styrkor, svagheter, hot och möjligheter för besöksnäringen i Stockholm län.

4 Besöksnäring – en introduktion

Besöksnäringen har effekter på många olika delar av samhället. Den spänner över många olika branscher och efterfrågar en bredd av kompetenser. Det är sammantaget en näring som får allt större betydelse för Sverige och Stockholms län är en viktig motor för hela landets besöksnäring och tillväxt. Länet har en bredd av attraktiva besöksmål som lockar till sig inhemska och utländska besökare och här konsumeras flest gästnätter i riket.

Besöksnäring är inte formellt definierad, i SOU 2017:95 beskrivs den utifrån ”de aktörer i de branscher som säljer tjänster till besökare – definierat genom de branscher som ingår i turismstatistikkontoberäkningarna. Det betyder att alla aktörer som har någon del av en försäljning till kunder vars konsumtion definieras som turismkonsumtion, eller är en del av en sådan bransch där detta gäller, kan sägas tillhöra besöksnäringen”

Den totala turismkonsumtionen i Sverige har ökat kraftigt under de senaste tjugo åren. Besöksnäringens exportvärde, dvs. utländska besökares konsumtion i Sverige, är större än exportvärdet av stål och järn sammantaget (BFUF, 2014a). Därtill genererar denna export momsintäkter till staten, som under 2016 uppgick till drygt 17 miljarder kronor (SOU 2017:95). Under de senaste åren är det främst utländsk turismkonsumtion som har ökat. Ökningen av utländska besökare har mellan år 2000-2019 varit mer än 200 procent. En stark ökning av antalet besökare har inneburit en ökning av antalet sysselsatta inom besöksnäringen, men det ställer också större krav på kompetensförsörjning och medför ett ökat fokus på hållbarhetsaspekter av resande.

Om man blickar bortom Sveriges gränser uppvisar näringen samma växande mönster globalt. Generellt ger en växande medelklass i tillväxtekonomier kombinerat med billigare reskostnader en ökning i det internationella resandet. Till och inom Europa förutspås resandet att öka med drygt 50 procent till totalt 744 miljoner resor år 2030 (UNWTO, 2019). Men som med alla växande branscher sker inte den starka tillväxten lika överallt. Besöksnäringens aktörer behöver arbeta aktivt med att finna en balans mellan tillväxt och hållbarhet framöver.

4.1 Förutsättningar för besöksnäring i Stockholm län

Besöksnäringen utvecklas olika i olika delar av landet. Städerna och storstadslänen spelar en viktig roll som motorer för tillväxten av näringen. Storstadslänen har en bredd inom näringen som är svår att uppnå på andra platser. Bredden medför en variation av besökare och dessa län lockar till sig människor bland annat för att arbeta, studera, driva företag, investera eller som besökare. Storstadslänen, och inte minst Stockholm, har också stor betydelse som nav för infrastruktur, genom flygplatser, tågnätet, större vägar och hamnar. Tack vare tillgängligheten är det i hög grad till storstäderna som internationella besökare först anländer.

Människor reser till Stockholms län med olika mål för sitt besök. Stockholm har en bredd av besökare som kommer för fritid såväl som för affärer. Stockholm är Skandinaviens ledande affärsstad med många internationella och konkurrenskraftiga företag. Jämfört med övriga Norden har Stockholms län högst andel globala företags nordiska huvudkontor. Även från ett europeiskt perspektiv placerar sig Stockholm högt. Stockholm rankas topp tre i Europa och har fler globala huvudkontor än tex Zürich och Köpenhamn (Region Stockholm, 2020c). På så sätt har Stockholms län kopplingar ut i världen och i takt med att fler typer av besökare upptäcker Stockholm och spenderar pengar i länet på evenemang, kultur och rekreation har bredden och kvaliteten på utbudet ökat (SLL, 2015). Men det sker inte en jämn utveckling över länet. Olika delar av länet har olika förutsättningar vilket påverkar utvecklingen. Länet har tätt befolkade kärnor men även en förhållandevis stor andel landsbygd, alltifrån tätortsnära landsbygd med växtvärk till skärgårdens mer glesa struktur. Besöksnäring är en extra viktig näring i denna geografi.

Anledningen är att besöksnäringen är en ovanligt platsbuden näring, det vill säga en destination eller ett hotell i de flesta fall inte går att flytta. Detta gör att turismen och besöksnäringen har en stor potential att skapa en levande landsbygd i Stockholms län. Men det gör också näringen extra sårbar vid efterfrågechocker såsom pågående covid-19 som kan antas påverka individuella näringsidkare väldigt hårt på landsbygden, i skärgården såväl som länet i stort.

En utmaning för Stockholms län är obalansen mellan länets kommuner. Vissa kommuner har fler invånare än vissa större städer i Sverige och fler gästnätter än många andra svenska kommuner, men de kan ha svårt att hitta sin roll som besöksnäringsskommun. Till det tillkommer besöksnäringens ofta förekommande säsongvariation med många besökare under en viss del av året. För Stockholms län är det viktigt att ta med sig de olika geografiernas olika förutsättningar. Stockholm stad har andra förutsättningar och därför delvis andra behov än exempelvis länets minsta kommun Nykvarn. Stockholm som huvudstad är en destination för många typer av besökare. Men att ha en stark tillväxt i antalet besökare för med sig utmaningar, till exempel så kallad överturism. I miljöer där naturupplevelsen lockar besökare kan ett för stort antal besökare tära på infrastruktur och känslig natur och urholka näringens själva ”produkt”. Från ett hållbarhetsperspektiv är det avgörande att länets aktörer gemensamt arbetar för att sprida ut besökare över länet och över säsongen och därmed öka möjligheterna för en hållbar turismutveckling för hela länet.

4.2 Besöksnäringens koppling till de kreativ och kulturella näringarna

Det finns olika sätt att definiera och avgränsa de kulturella och kreativa näringarna i förhållande till besöksnäringen. EU såväl som nationella myndigheter som Tillväxtverket föreslår i sin definition av kulturella och kreativa näringar att inte fokusera på besöksnäring (Volante research, 2012, Tillväxtverket 2018c). Det betyder dock inte att det inte finns överlapp mellan

de olika näringarna. I tabellen nedan redovisas de branscher som brukar beskrivas som kulturella och kreativa näringar. De kursiva (dataspel, reklam & PR samt Mode) exkluderas i en avsmalnad definition som benämns: kulturella sektorn. Den smalare definitionen är funktionell i detta sammanhang då den uppvisar tydligast överlapp med besöksnäringen. (Volante research, 2016)

Tabell 1. Branscher inom Kulturella och kreativa näringarna. Källa: Volante Research, 2016

Arkitektur	Film	<i>Dataspel</i>
Design och formgivning	Musik	<i>Reklam och PR</i>
Litteratur	Media	<i>Mode</i>
Slöjd och hantverk	Scenkonst	Foto
Kulturarv	Konst	

Ett sätt att se hantera skillnaderna och likheterna mellan besöksnäring och kulturella och kreativa näringar är att inkludera båda när det kommer till utvecklingsarbetet, men behandla dem separat när det kommer till statistik (Tillväxtverket, 2018c, s 65). Anledningen till denna distinktion är att besöksmål ofta har koppling till verksamma inom konst, mode, design och hantverk. Dessa företag kan därför ses som en dragare för besöksnäringen, även om deras verksamhet i första hand inte syftar till att locka till sig besökare. Det är därför också viktigt att den kulturella och kreativa sektorn prioriteras också på landsbygden eftersom den kan locka besökare från länet men också från andra platser och därmed bidra till en ökad besöksnäring.

4.2.1 Film- och tv-branschen – ett exempel på en koppling mellan två näringar

För Stockholms län finns det flera kopplingar, exempelvis film- och tv-branschen som kan bidra med mervärden för besöksnäringen. Att lyfta Sverige och Stockholm som inspelningsplats för internationella filmer ses som värdefullt både för kulturella näringar och besöksnäringen. Vid beräkning av vad Millennium-filmerna hade för nyttor visade det sig att värdet av exponeringen var 960 miljoner kronor för regionen Stockholm-Mälardalen. För besöksnäringen uppskattades de svenska filmerna under perioden 2009–2013 ha bidragit till strömmar av besökare som motsvarade en konsumtion på minst 430 miljoner kronor (Tillväxtverket, 2018c). Det innebär alltså att film kan exponera geografiska områden som kan locka till sig besökare som i sin tur leder till exempelvis ekonomiska nyttor. Kulturföretag kan skapa attraktion för både besökare och andra företag och kan därför ge indirekta nyttor. I många fall är det en kreatör eller liknande som ligger bakom det som utgör ett besöksmål, vilket länkar besöksnäring och kulturella och kreativa näringar (Tillväxtverket, 2018c, intervju med representant för KKN inom Region Stockholm). Bland annat av denna anledning gav regeringen 2016 i uppdrag till Tillväxtverket och Svenska Filminstitutet att utreda lämpligheten i och förutsättningarna för att kunna införa någon form av produktionsincitament och finansieringsstimulanser för filminspelningar.

4.2.2 Den kulturella sektorns koppling till besöksnäringen i Stockholms län

I jämförelse med andra europeiska regioner har Stockholms län en hög andel anställda inom den kreativa sektorn (European Cluster Observatory 2011 återgiven i Volante Research, 2016). Enligt den smalare definitionen av kulturella och kreativa näringar (se tabell 1) är cirka 31 000 personer anställda inom sektorn i Stockholms län, vilket jämfört med Sverige ger att 46 procent av alla anställda är lokaliserade i Stockholms län. Ungefär samma siffra (45 procent) gäller för andel av företagen (inom den smalare definitionen) som är lokaliserade i Stockholm jämfört med riket (Volante research, 2016).

I likhet med besöksnäringen domineras den kulturella sektorn av små- och soloföretag som ofta kompletterar sin verksamhet med annan inkomstkälla och sysselsättning. Det finns också ofta en stark internationell närvaro i företagen. Det finns en hög andel nyföretagare som i stor utsträckning samarbetar med andra branscher. För företag inom den kulturella sektorn, precis som för många inom besöksnäring, är närhet en viktig faktor, vilket innebär att Stockholms län ger bra förutsättningar för dessa företag. Det finns också tillgång till många olika typer av arbetstillfällen, vilket möjliggör till arbete vid sidan av företaget för att dryga ut inkomsten (Volante research, 2016).

5 Omvärld och trender

Innan pandemin växte turismen och besöksnäringen såväl globalt som i Sverige. Med detta följer en rad trender som pekar på näringsens generella utveckling. Till varje trend följer en rad utmaningar, men även potential. I detta kapitel diskuteras ett urval av trender och dess utmaningar och potential.

Det finns flera megatrender som påverkar samhället i stort och därmed även besöksnäringen. I denna rapport utgår analysen från fyra övergripande megatrender som på olika sätt förmodas ha påverkan på besöksnäringens framtida utveckling under de kommande 10–20 åren. Det handlar om processer som rör globalisering, digitalisering, hållbarhetsperspektivet och demografiska skiften. Dessa är trender som kommer att påverka förutsättningar för hållbarhet i turismens alla led; resa, bo, äta och uppleva. Megatrenderna berör såväl framväxten av nya konsumentgrupper som attitydförändringar och betydelsen av tekniska innovationer (se t.ex. OECD, 2018, Tillväxtverket, 2018a, ECM, 2019 samt intervju med professor Donald Getz). Som nämnts tidigare är fokuseras följande kapitel utifrån ett nuläge innan covid-19. Det kan därför hållas som troligt att effekterna av trenderna kommer att påverkas i olika grad av de förändrade förutsättningarna som pandemin innebär för näringen i Stockholm och landet i stort. Trender som åldrande befolkning påverkas antagligen i mindre utsträckning, medan pandemin kan påskynda behovet och efterfrågan av tekniska innovationer för att möta nya former av mobilitet och rörlighet.

5.1 Demografiska skiften och föränderlig efterfrågan

Den generella bilden inom denna trend är att industriländerna, såsom Sverige, får en ökad andel äldre samtidigt som den arbetsföra befolkningen kan antas nå höjda inkomst- och utbildningsnivåer. Sammantaget leder detta till uppkomsten av nya konsumentgrupper. Dessa faktorer påverkar dels villigheten att resa, dels vilka förväntningar och förutsättningar som resenärerna har. Utifrån detta har megatrenden tre tydliga komponenter.

Den globala medelklassen växer och ökningen sker framförallt i tillväxtekonomierna. Dessa länder kommer bidra med allt fler köpstarka kunder till den globala besöksnäringen.

I och med en **åldrande befolkning** förväntas andelen av befolkningen globalt som är 60 år eller äldre nära nog fördubblas de närmaste 35 åren. Därmed ökar också efterfrågan på varor och tjänster inom turism från denna åldersgrupp. Infrastruktur och supporttjänster behöver särskilt anpassas utifrån ökad efterfrågan och nya krav från äldre besökare, exempelvis kopplat till tillgänglighetsanpassning.

Framväxande generationer som "Generation Z" (födda sent 90-tal till tidigt 10-tal) och "Millennials" (födda tidigt 80-tal till mitten av 90-talet) kommer vara viktiga målgrupper för besöksnäringen fram till 2040. Dessa grupper är

uppväxta med teknik, ställer högre krav än tidigare generationer, samt prioriterar och är mer självständiga i sitt resande.

Den förväntade utvecklingen för med sig nya och förbättrade affärsmöjligheter, samt ett antal utmaningar för besöksnäringen. Dessa presenteras nedan.

- Besöksnäring riktad mot en äldre demografi har identifierats ha särskilt goda möjligheter till både hög tillväxt och hög avkastning. Infrastruktur, transportlösningar och informationstjänster kan behöva tillgänglighetsanpassas för att attrahera en äldre målgrupp.
- ”Multi-generationsturism” ökar när äldre, köpstarka besökare med mycket fritid driver på att familjer reser tillsammans, vilket påverkar typ av önskat boende och typ av besöksmål som anses attraktiva.
- Utbudet av reseanledningar kan behöva anpassas, dels för att locka olika generationer att resa tillsammans, dels för att locka resenärer som söker upplevelser utanför besöksstråken. Att locka bortom de vanliga besöksmålen kopplar till att bemöta överturism som globalt påverkar många välkända resmål. Stockholmsregionen har områden med trängsel och slitage med negativ lokal påverkan, såväl som attraktiva miljöer som skulle kunna ta emot fler besökare. Att underlätta för besökare att få upp ögonen för nya attraktiva miljöer i länet är en viktig faktor i att skapa en hållbar besöksnäring.
- Besöksnäringens potentiella marknad växer med den globala medelklassen. Högre krav på marknadskännedom medför nya kompetenskrav för de som jobbar i näringen, exempelvis marknadsföring i nya kanaler och på nya språk.
- En förändrad efterfrågan kommer ställa krav på rätt typ av kompetens. Utbildning behöver sträva efter livslångt lärande för att möta förändring inom besöksnäringen med nya och förändrade yrken. Automatisering kommer påverka och förändra eller ersätta vissa moment och att hantera detta sker med fördel i dialog med besöksnäringen. En gemensamt formulerad kompetensförsörjningsstrategi för turism, besöksnäring och evenemang är en väg att gå.

5.2 Turismtillväxtens hållbarhetsdimensioner

Turismen lyfts i många sammanhang som en global kraft för ekonomisk tillväxt och utveckling som skapar jobb och fungerar som en katalysator för innovation och entreprenörskap (Tillväxtverket, 2019a). Men, vad menas med hållbar besöksnäring? Precis som med andra aspekter av samhället strävar hållbar turism efter att upprätthålla en lämplig balans mellan miljö, ekonomiska och socio-kulturella aspekter för att garantera dess långsiktiga hållbarhet. Hållbar turismutveckling anses tillämpliga på alla former av besöksnäring i alla typer av

destinationer, inklusive massturism och de olika nischsegmenten. Hållbarhetsprinciperna avser miljö, ekonomiska och sociala aspekter av turismutveckling och en lämplig balans måste upprättas mellan dessa tre dimensioner för att garantera dess långsiktiga hållbarhet. I takt med att besöksnäringen växer är en av de största utmaningarna såväl globalt som nationellt att tillväxten sker på ett hållbart sätt, det vill säga hållbart på ett ekonomiskt, socialt och miljömässigt sätt (UNWTO.org).

Besöksnäringen är i hög grad beroende av naturresurser, samtidigt som den bidrar till energianvändning, växthusgaser, vatten- och landanvändande, miljöförstöring och ohållbar konsumtion. Men besöksnäring kan också vara en möjlighet att uppmärksamma kulturella och miljömässiga värden, finansiera naturskyddsområden och driva på övergången till en koldioxidsnål och resurseffektiv ekonomi.

Det är i många fall en fin linje mellan att vara hållbar och att överbelasta till exempel kust-, öar och kulturarvsområden. I Stockholmsregionen finns denna problematik exempelvis kopplad till nyttjande av dricksvatten i skärgården och på platser med lågt grundvatten eller risk för saltvatteninträngning. Inte minst kopplat till många av besöksmålen kraftiga säsongsvariation som ger en ojämn belastning på vatten och avloppsystemen.

Det finns behov av att hantera relationen mellan besöksnäringens betydelse för samhällets tillväxt, arbetstillfällen etc., genom ett aktivt hållbarhetsarbete. Det går inte att komma ifrån att besöksnäringen innebär resor och transporter av både besökare och varor vilket i dagsläget ger en negativ påverkan på miljö och klimat. Besöksnäringens utsläpp beräknas utgöra ca. 5 procent av de globala utsläppen av växthusgaser (UNWTO.org). Av dessa står transporter av olika slag för tre fjärdedelar. Men, det går att arbeta med dessa frågor utifrån ett hållbarhetsperspektiv, och det finns ett ökat intresse att hitta hållbara vägar framåt för besöksnäringen. Certifiering lyfts som ett viktigt verktyg för detta (Tillväxtverket, 2020b). Internationella aktören UNWTO har en rad initiativ som från olika perspektiv belyser hur besöksnäringen kan bli mer hållbar. Exempel på initiativ som riktar sig att skapa mer hållbar produktion såväl som konsumtion är arbetet med hållbar resursanvändning av allt från plast, mat såväl som bredare initiativ till att skapa ett hållbart nyttjande av naturvärden som mark och vatten (UNWTO, 2019).

Besöksnäringen bidrar till positiva ekonomiska och sociala effekter lokalt, men riskerar också att påverka negativt om den sker okontrollerat eller ökar snabbt, alltså om det sker på ett icke hållbart sätt. Besöksnäringen har en viktig roll för social hållbarhet eftersom mångaas första arbete återfinns i näringen, särskilt för grupper som står längre från arbetsmarknaden. Att arbeta för en socialt hållbar arbetsmarknad såväl som en ekonomisk och ekologisk hållbar näring är stora frågor framöver som engagerar och involverar aktörer på internationell, nationell såväl som regional och lokal nivå.

5.2.1 Möjligheter och utmaningar för besöksnäringen

Turismtillväxtens hållbarhetsdimensioner skapar möjligheter för besöksnäringen, samtidigt som det medför nya utmaningar.

- Marknaden för hållbara alternativ är inne i en omvandling, kunder blir mer villiga att betala mer för sådana alternativ och vissa ser det som en självklarhet. I förlängningen kan det uppstå en ovilja att betala för icke-hållbara alternativ. Sverige har goda förutsättningar att vara ett föregångsland för hållbar turism.
- Olika dimensioner av hållbarhet kan stärka den lokala attraktionskraften och användas i marknadsföringssyfte. Hållbarhetsfrågan bör hanteras som en gemensam angelägenhet för hela länets framtida attraktionskraft och som en konkurrensfördel.
- Nya preferenser kopplat till hållbart resande ställer nya krav på boende och transportsätt; ”hemester” som alternativ till långväga resor. Stockholmsregionen har ett brett utbud av besöksmål, relativt god hållbar tillgänglighet från andra delar av landet samt en stor andel av rikets befolkning vilket sammantaget är en potential för närväga besökare att upptäcka länet. Detta är en aspekt som skulle påverka efterfrågan positivt i covid-19 spår.
- Klimatförändringar kan komma att förändra förutsättningarna för många destinationer, exempelvis kortare vintersäsonger, eller längre sommarsäsonger. Detta skapar incitament för besöksnäringen att anpassa sina erbjudanden och analysera hur man förvaltar destinationer. Aktörer verksamma i länets skärgård är ett exempel på aktörer som aktivt arbetar med att förlänga säsongen. Planering på strategisk regional nivå bidrar till att förhindra överkoncentration av aktiviteter på platser med många besökare, och på de tider som tenderar att gynna invånare och besökare – vanligtvis helgdagar och under sommartid. Utspridning av evenemang och skapa förutsättningar för en besöksnäring över hela året är därför en klok hållbarhetsstrategi.
- Effekterna av överturism kan vara sociala, ekonomiska och miljömässiga och de mest utsatta destinationerna är inte nödvändigtvis städer utan snarare kust-, öar och kulturarvsområden. Från ett europeiskt perspektiv bedöms Stockholm stad ha varit framgångsrikt att motverka överturism, men i länet finns ändå utmaningar kopplade till bland annat vattenbehandling och avfallshantering, främst i skärgårdsmiljöerna.
- Potentiella konflikter mellan naturskyddsintressen och ekonomiska intressen skapar behov av att se över hur lokala ”naturtillgångar”, vilka i förekommande fall är den produkt som besöksnäringens företag erbjuder, nyttjas och utvärdera planer för framtida förvaltning. Här kan strategiska arbeten med exempelvis regionala skogsstrategier belysa skogens värde.

- Den ekonomiska hållbarheten är en utmaning för besöksnäringen med utpräglad säsongsverksamhet och inlåsnings effekter. Att underlätta för säsongsförlängning är därför en viktig faktor, liksom att stödja besöksnäringens företag med hållbar affärsutveckling. Dock behöver det säkerställas att en ökad aktivitet på landsbygden, oavsett om det finns öar eller landsbygdsområden, sker med hänsyn tagen till hållbarhetstriaden (socialt, ekologiskt, ekonomiskt).
- En strategisk utveckling av turism bör inriktas på att besökare ska resa hållbart, stanna länge, konsumera hållbart och sprida konsumtionen till flera platser.

5.3 Tekniska innovationer/Digitalisering

Besöksnäringen, liksom andra branscher, förändras och utvecklas under inflytande av nya tekniska innovationer och affärsmodeller. Innovationer kan bidra till att göra resande billigare, effektivare och mer tillgängligt. Branschstrukturen förändras i takt med att tekniken ger kunderna möjlighet till att själva boka och planera sitt resande. Samtidigt kan förändringarna även påverka de som arbetar inom besöksnäringen. Dagens nya teknik har radikalt förändrat konsumenternas beteende vilket påverkar besöksnäringen att anpassa nya verktyg och upplevelser som är betydligt mer komplexa än klassiska informationscentrum för besökare.

Digitala plattformar används för att planera och boka resor, särskilt sociala medier har stort inflytande när "Millennials" och "Generation Z" fattar beslut om resor. De beslut besökaren fattar bygger inte enbart på besöksnäringens "egna" plattformar utan det finns andra digitala ingångar till val av besöksmål. Digitaliseringen kommer medföra nya behov av marknadsföring och säkert också efterfrågan av andra typer av upplevelser. Eftersom näringen till stor del består av små företag är det viktigt att de har förutsättningar att hänga med i denna snabba utveckling och kan anpassa sin verksamhet.

Automatisering, robotisering och artificiell intelligens kommer förändra vilka jobb som finns och vilket innehåll de har. Inom besöksnäringen kommer exempelvis hotellpersonal, resebyråer, guider m.fl. sannolikt påverkas när tekniska lösningar ersätter mänsklig arbetskraft. Näringen kommer efterfråga alltmer högkvalificerad kompetens.

Blockkedjeteknologi förknippas främst med kryptovalutor, men har långt fler användningsområden. Inom besöksnäringen kan det exempelvis användas för säkrare kommunikation mellan kunder och tjänsteleverantörer, eller för att förenkla medlemskap och lojalitetsprogram.

Urbaniseringen skapar ett behov av nya lösningar för transport och infrastruktur i syfte att möta utvecklingen av **smarta städer**. Ur ett besöksnäringssperspektiv innebär det exempelvis att behovet av att minska koldioxidutsläppen leder till mer tonvikt på kollektivtrafik. Smarta städer gör det lättare för besökare att fatta beslut, det vill säga, hitta sin väg och att njuta

av sina upplevelser. Besöksnäringen kan fungera som en demonstrationsmiljö för att testa nya sätt att hantera flöden av människor.

5.3.1 Möjligheter och utmaningar för besöksnäringen

Den tekniska utvecklingen skapar nya produkter, tjänster och verktyg för affärsutveckling inom besöksnäringen, samtidigt som det medför helt nya utmaningar.

- Digitalisering, nya betalningslösningar och delningsplattformar (exempelvis för boende och transport) förenklar för mindre aktörer och kan potentiellt främja nyföretagandet inom besöksnäringen.
- Delningsekonomin förväntas växa allt eftersom kunder vänjer sig vid nya tjänster.
- Den tekniska utvecklingen ställer krav på ny kompetens för att kunna dra nytta av tekniken, som annars blir en konkurrensnackdel. Jobb inom besöksnäringen kommer, såsom i många andra branscher, att förändras eller försvinna i takt med ökad automatisering och strukturomvandling. Men det kan också öppna upp för nya typer av yrken med kompetensen att innovera, laga och utveckla den nya tekniken.
- ”Big data” möjliggör analys och ökad kännedom om kunders beteende. Därigenom kan utbud och tjänster anpassas och effektiviseras. Samtidigt krävs kompetens för att göra analysen och dra slutsatser om exempelvis marknadsföring på internet, liksom att säkerställa den personliga integriteten.
- AR (Augmented Reality) och VR (Virtual Reality) har potentiella användningsområden både inom marknadsföring och för att addera värde till befintliga sevärdheter/upplevelser.
- Besökare ställer högre krav på utbyggd digital infrastruktur, även på mer avlägsna destinationer. Det kan till exempel handla om digitala kartor, övervakning och talteknologi. Detta ställer i sin tur krav på god digital tillgänglighet och stabil uppkoppling.
- Liksom i andra branscher med en hög andel små företag innebär förändringsarbetet i sig en utmaning. Mindre företag har sällan resurser och rätt förutsättningar för att arbeta strategiskt.

5.4 Förändrad mobilitet

Transporter är en bärande del av besöksnäringen, vare sig det handlar om att förflytta resenärer från hemmet till destinationen, eller mellan olika destinationer. Dessutom kan transporten i sig vara en del av destinationens

attraktionskraft. Transportsystemets kapacitet, effektivitet och anslutningar kan ha stor påverkan på hur en plats utvecklas och hur besökare rör sig.

Flygtrafiken förväntas fördubblas till fram till 2035, något som både nya och gamla resmål kan vinna på. Samtidigt står flyget för majoriteten av växthusgasutsläpp inom näringen, så det kommer att krävas anpassningar för att dra ner på utsläppen och därmed utveckla en mer hållbar besöksnäring.

Även resande på **väg och räls** förutspås växa mycket globalt; hur mycket påverkas bl.a. av framtida bränslepriser. På kortare sträckor kan framtidens höghastighetståg komma att konkurrera med flyget, både ur bekvämlighets- och miljöhänseende.

En rad andra faktorer, utöver infrastrukturen, påverkar mobiliteten i resandet. Det handlar exempelvis om **säkerhetsåtgärder och gränskontroller**, risken för **terror, pandemier och naturkatastrofer**, och **politisk instabilitet**. Stockholm har här en fördel i att det generellt upplevs som ett tryggt län med en stabilitet i institutioner och en allmän tillit till offentligheten. Dock bör detta inte tas för givet, upplevelse av trygghet kan förändras och rädslor underminera mötet med andra människor vilket skulle påverka besöksnäringen negativt.

5.4.1 Möjligheter och utmaningar för besöksnäringen

Den förväntade utvecklingen inom transporter och mobilitet skapar möjligheter och utmaningar för både besöksnäringen och transportsektorn.

- Synergier mellan transport och turism, och koordinering av transporter, kan förbättra upplevelsen för besökare, men också bidra till att lokala transportsystem får ekonomisk bärighet, till nytta för boende samt är mer fördelaktigt i förhållande till klimat- och miljöaspekter. Skärgården och landsbygderna i Stockholms län är bra exempel på geografier där en ökad koordinering av transporter eller tillgänglighet är en nyckelfråga för näringslivet generellt och besöksnäringen specifikt. En ökad hållbar tillgänglighet kan också användas som ett sätt att hjälpa besökare hitta till nya upplevelser.
- Som knutpunkt i Sveriges järnvägsnät kan Stockholm komma att få en fördel om tågresor i större utsträckning ersätter flygresor, även för något längre sträckor.
- Goda anslutningar till destinationer på landsbygden och i skärgården breddar erbjudandet och kan öka den egna attraktionskraften, samtidigt som trycket på större destinationer lättar.
- Ökad efterfrågan på mikromobilitet inom destinationen, t.ex. cyklar eller elskotrar, skapar nya affärsmöjligheter. Samtidigt finns potentiella intressekonflikter i infrastrukturen eller stadsbilden.

6 Tillväxthinder i turism- och besöksnäringen

Besöksnäringens aktörssystem präglas av flernivåstyrning. Det innebär att det sällan finns en aktör som har mandat att driva frågan utifrån den egna agendan. Istället ställs krav på samarbete, delaktighet och förankring. I detta kapitel fokuserar vi på tillväxthinder inom besöksnäringen generellt och, där så är relevant, diskuterar dessa utifrån ett regionalt Stockholmsperspektiv.

Världsbanken (2015) identifierar kompetens och innovation som viktiga faktorer för städer och platser att beakta generellt men inte minst utifrån ett besöksnäringssperspektiv. Globalt sett råder det generellt en konstant brist på kvalificerade arbetare inom besöksnäring. Denna situation har uppstått på grund av flera faktorer, däribland:

- högre efterfrågan, särskilt resor mellan städer
- icke-konkurrenskraftiga löner och svåra arbetsvillkor
- brist på utbildningsprogram och livslång karriärorienterad utbildning för arbetare
- allt högre och förändrade standarder som krävs av besökare, inklusive språkkunskaper och teknikfärdigheter

Om vi ser på Sverige kan vi utgå från det nuvarande nationella turismpolitiska målet² som menar att besöksnäringen ska vara långsiktigt konkurrenskraftig och bidra till en hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i alla delar av landet (Regeringens proposition, 2004/05:56). Den svenska besöksnäringen har utvecklats starkt under 2000-talet (Regeringskansliet, 2015) och har de senaste åren präglats av en snabb tillväxt, men det finns flera utmaningar relaterat till att göra tillväxten långsiktigt hållbar, i enlighet med det nationella målet. Utmaningarna berör exempelvis kompetensförsörjning och frågor om tillstånd och tillsyn, men även digital omställning och transporttillgänglighet (Tillväxtverket, 2019b).

6.1 Kompetensförsörjning

Kompetensförsörjning är ett av besöksnäringens främsta tillväxthinder enligt en undersökning (Tillväxtverket, 2018b) där företag själva har definierat näringens utmaningar. En betydande andel av företagen som deltog i studien anger att de mellan 2014 och 2017 års rekryteringar har fått svårare att hitta lämplig arbetskraft med tillräcklig kompetens (Tillväxtverket, 2019b).

² Sverige skall ha en hög attraktionskraft som turistland och en långsiktigt konkurrenskraftig turistnäring, som bidrar till en hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i alla delar av landet, Regeringens proposition 2004/05:56.

Om man representativt skulle beskriva en typisk anställd inom besöksnäringen skulle följande ingå (BFUF, 2019b, s 5):

- Arbetskraften är yngre
- Andelen kvinnor är högre
- Högre grad av ensamstående
- Anställda har sällan en längre högskoleutbildning
- Andelen med utomeuropeiskt ursprung är högre, särskilt inom restaurangbranschen
- Lönenivån är lägre
- Andelen med hög utbildning eller ledande position är lägre
- Arbetsplatserna är relativt små
- Andelen som lämnar sitt arbetsställe från ett år till ett annat är högre (över 30 procent)

Några av de stora samhällstrenderna, som digitalisering och automatisering, hänger i hög grad ihop med kompetensförsörjningsfrågan i och med att dessa trender ställer krav på nya kompetenser inom besöksnäringens branscher. På så vis är näringens utveckling även tätt sammankopplad med utbildningsväsendet, som behöver utvecklas i linje med den bredd av kompetenser som efterfrågas inom turism- och besöksnäringens branscher (SOU, 2017:95). Bara hotell- och restaurangbranschen beräknas enligt en undersökning (BFUF, 2014b) ha ett rekryteringsbehov på upp till 50 000 personer årligen till och med år 2023, medan antalet examinerade från relevanta yrkesgymnasieprogram motsvarar ungefär 10 procent av det uppskattade behovet. Samma typ av utmaning definieras även inom handels- och transportbranschen (SOU, 2017:95), vilka utgör några av besöksnäringens branscher.

Det stora rekryteringsbehovet kan förklaras av att besöksnäringen växer, men även av att näringens branscher präglas av en hög personalomsättning. Detta kan i sin tur möjligtvis förklaras av uppfattningar om branschernas löneläge och otydliga karriärvägar (SOU, 2017:95). Mot denna bakgrund är matchningen på arbetsmarknaden och tillvaratagande av utrikes föddas kompetens en viktig fråga för besöksnäringens långsiktiga utveckling, varför även validering av utrikes föddas yrkeskompetens relaterar till näringens utvecklingsmöjligheter (Tillväxtverket, 2019b). Detta är frågor som näringen är medveten om och arbetar med, inte minst hur karriärvägarna kan bli mer hållbara.

6.1.1 Integration och karriärvägar

Besöksnäringen beskrivs ofta som en viktig näring för att komma in på arbetsmarknaden. Med den starka tillväxten som näringen uppvisar och den genomgripande omställning företagen står inför kommer olika typer av kompetenser att efterfrågas. Inom besöksnäringen går mer än hälften av de nya jobben till utlandsfödda, vilket är en ökning sedan år 2000. Den siffran är även ovanligt hög i jämförelse med andra branscher i riket. Många av yrkena inom besöksnäringen ställer låga eller inga krav på utbildning eller tidigare

erfarenhet. Det innebär att branscherna inom besöksnäringen är något som kan beskrivas som lågtröskelbranscher (Visita, i.d.).

Det är en styrka att ha en växande näring som underlättar unga kvinnors och mäns inträde på arbetsmarknaden. Men, man bör också ha i åtanke att hög personalomsättning kan vara problematisk. Det riskerar att bli en näring som ständigt introducerar nya vilket kan hämma möjligheterna att utveckla verksamheten framåt (BFUF, 2019b). Och för de som vill arbeta inom näringen längre, hur ser karriärvägarna ut? Andra frågor som lyfts som begränsningar till att få en lång karriär inom besöksnäringen är slitsamma arbetstider och generellt låga löner (BFUF, 2019b). Stockholmsregionen har dock en fördel här. Med en stor lokal arbetsmarknad, såsom Stockholms läns, finns det möjlighet för arbetskraften att stanna i länet även om de byter yrke och till och med bransch. Det kan förstås vara negativt för den enskilda näringsidkaren, men för länets arbetskraft i stort är påverkan mindre än i län med mindre arbetsmarknader.

6.2 Regler, tillstånd och tillsyn

Regler, tillstånd och tillsyn är ytterligare några av turism- och besöksnäringens främsta tillväxthinder. Företag i näringen behöver ha kontakt med myndigheter på såväl nationell, som regional och kommunal nivå för att få olika tillstånd på plats (SOU, 2017:95). Besöksnäringens branscher och företag bedöms omfattas av fler än 370 uppgiftskrav från över 25 olika aktörer. Det råder stora skillnader i handläggningstider, rättstillämpning av samma regelverk och skillnader i tillsynsavgifter beroende på i vilken kommun ett företag befinner sig. (Tillväxtverket, i. d).

Vidare upplever många företag att det är krångligt att följa statliga regler och det finns ett behov av att effektivisera och koordinera uppgiftslämnande i syfte att frigöra mer tid för företagen. Mindre företag, särskilt inom måltidsturismen, är särskilt drabbade av ”regelbördan” och olika administrativa krav i och med att mindre företag också har lägre administrativ kapacitet jämfört med större företag. Digitaliseringen har identifierats som en möjliggörare med potential att effektivisera och koordinera företagens uppgiftslämnande till myndigheter (SOU, 2017:95).

6.3 Tillgänglighet

Den trafikrelaterade tillgängligheten är också ett identifierat tillväxthinder för turism- och besöksnäringen, inte minst i landets mer glest befolkade områden (Regeringskansliet, 2015). Näringen bygger i sak på att människor kan förflytta sig mellan platser, varför transportsystemet har en avgörande roll för besöksnäringens utveckling. Transportbehoven ökar med ökad efterfrågan och befolkningstillväxt, men idag finns det ingen nationell strategi för att hantera den frågan. Kapacitetsbrist, låga hastigheter och avsaknad av bra anslutningstrafik är exempel på utmaningar som definieras kopplat till

tågtrafiken i Sverige. En mängd besöksmål är vidare beroende av tillgänglighet med bil (SOU, 2017:95).

Besöksnäringens företag ger uttryck för ett behov om en god tillgänglighet i hela landet, både avseende persontransporter och godstransporter. Att säkerställa väl fungerande transporter, av både gods och människor, påverkar den direkta tillgängligheten för en plats, men även mellan olika besöksmål och därmed i förlängningen möjligheterna att utveckla näringen. Mot den bakgrunden är samordningslösningar och samarbetsavtal mellan privata och offentliga aktörer inom transportsystemet ett viktigt utvecklingsområde, i relation till turism- och besöksnäringens långsiktiga tillväxtpotentialer (SOU, 2017:95).

6.3.1 Stockholmsregionens tillgänglighet

En viktig aspekt bakom en växande näring är tillgänglighet. Stockholms län är en viktig nod för att nå även andra delar av riket. Stockholms län har två internationella flygplatser med Arlanda som dominerar i antalet resenärer och antalet destinationer. Dessutom har Stockholms län flera hamnar och terminalområden som är viktiga för Östersjöns omfattande färje- och kryssningstrafik (SLL, 2015). Stockholm kan därför ses som nod för vidare resa och fyller därför funktionen för tillgänglighet både till länet och till övriga delar av landet.

6.3.1.1 Flygtrafiken

Sveriges geografiska läge gör det svårt för vissa grupper av besökare att nå hela Sverige på annat sätt än med flyg. Mellan åren 2010 och 2018 har det skett en kraftig ökning i antalet flygpassagerare till Sverige och det är framförallt utländska resenärer som står för ökningen (50 procent till närmare 16 miljoner passagerare) men även inrikes flygresenärer har ökat (25 procent till drygt 7,5 miljoner passagerare). (Copenhagen Economics, 2019).

Under 2018 passerade närmare 32 miljoner flygresenärer (ankommande och utresande passagerare) någon av Stockholms flygplatser. Arlanda dominerar med 84 procent av det totala antalet passagerare. Bromma- Stockholm och Stockholm-Skavsta utgör tillsammans nästan 5 miljoner ankommande och utresande passagerarna (Transportstyrelsen, 2020).

Ur ett hållbarhetsperspektiv finns det flera utmaningar som kopplar till flyget. Det är en global utmaning med lokala effekter hur besöksnäringens ökning och behov av tillgänglighet ska balanseras mot långsiktig hållbarhet. Utmaningen för Stockholms län som för hela landet är att förhålla sig till att öka flygresandet samtidigt som det skall ske på ett hållbart sätt. Detta gäller ambitionen att stärka Stockholm Arlanda som internationellt nav med potentialen att stärka besöksnäringen i Stockholmsregionen och södra Mellansverige.

Traditionellt finns det vissa målkonflikter mellan att utveckla transportsystemet för att öka tillgängligheten och olika nationella målsättningar som berör ekologisk hållbarhet och klimatfrågan. Detta är inte minst uppenbart i relation

till den debatt som pågår om landets flygplatser och flygutbud. För den internationella tillgängligheten är flyget ett centralt transportmedel och ur ett ekonomiskt tillväxtperspektiv finns det behov av att förbättra tillgängligheten till Sverige, som är ett jämförelsevis perifert land i internationell bemärkelse.

Flygets negativa klimatpåverkan kan därmed betraktas som ytterligare ett tillväxthinder för turism- och besöksnäringen, varför den tekniska utvecklingar kopplat till alternativa bränslen, är en central framtidsfråga för näringens långsiktiga utveckling. Uppbyggnaden av storskalig produktion av biobränsle för flyget kommer dock att ta tid, och det är därmed inte sannolikt att biobränslen kan bidra till en substantiell minskning av flygets klimatpåverkan på kort sikt. Copenhagen Economics (2019) konstaterar att flyget är mycket viktigt för den svenska turism- och besöksnäringen då de menar att 60 procent av Sveriges gästnätter kommer från flygande besökare. Flyget är även en viktig källa för arbetstillfällen i länet.

6.3.1.2 Järnväg

Data om järnvägens resenärer är inte tillgänglig på samma sätt som för flygtrafiken. Det som finns är framförallt prognoser. Likt all andra tillgänglighetsdata i denna rapport innefattas alla resenärstyper, det vill säga besöksnäringen är en icke specificerad andel av totala antalet.

Antalet resor på järnväg totalt i Sverige är närmare 250 miljoner och av dessa passerar merparten Stockholms Centralstation. 80 procent av rikets totala persontrafik avslutas eller börjas på Stockholms Centralstation (tåg) eller Cityterminalen (bussar). (Jernhusen). Sett till riket uppvisar spårbunden trafik en ökning av antalet resor såväl som en ökning av hur långt vi reser. Resenärer i Sverige reser alltså oftare och längre med spårbunden trafik (järnväg, spårväg, tunnelbana). Över 90 procent av antalet resor sker regionalt. (Trafikanalys, 2018)

Till år 2030 och år 2050 prognostiseras de största resbehoven från Stockholm C uppstå söderut. Förutsättningarna för scenarierna är en befolkningsprognos med hög tillväxt samt en utökad kapacitet i tågtrafiken. Exempelvis genom höghastighetståg mot Göteborg och Malmö och kortare restider i såväl fjärr- som regionaltrafik på övriga linjer till Stockholm. Botniabanan ses som en viktig orsak till en ökad efterfrågan av norrgående resor. (Nelldal *et al*, 2009)

6.3.1.3 Sjö- och kryssningstrafik

Sjö- och kryssningstrafiken har också blivit allt viktigare för besöksnäringen (SOU, 2017:95:95). Kryssningstrafiken till Stockholmsregionen står för över en miljon passagerare på år och genererar årligen cirka två miljarder i intäkter och sju miljarder kronor i köpkraft till länet. (Stockholms hamnar, 2019)

Under 2019 reste drygt 12 miljoner passagerare sjövägen till och från Stockholmsregionen och ytterligare fyra miljoner reste med skärgårdstrafiken. Den största delen av passagerarna står färjetrafiken för och flest av de

internationella passagerarna reser mellan Sverige och Finland. Trenden går mot större fartyg, vilket enligt prognoser av Stockholms hamnar innebär att passagerarantalet kommer att fortsätta att stiga. Dessutom innebär stängningen och flytten av containerhamnen i Frihamnen till nya Stockholm Norvik ökad flexibilitet för kryssningsfartyg i centrala Stockholm. Det kommer antagligen också att bidra till ytterligare färje- och kryssningspassagerare. (Stockholms hamnar, 2019)

Den lokala skärgårdstrafiken är också viktig för länets besökare. Länets unika skärgård med öar utan fast förbindelse är helt beroende av sjötrafiken, för boende såväl som besökare. Det finns dock en utmaning i att tillgodose både boendes och besökares transportbehov då det är starkt säsongsbetonat. Grupperna resor vid olika tider på dygnet och med olika resmönster. Med växande turism är tillgänglighet på vatten en fråga om att tillgodose många olika behov. Besökare kan ta del av kollektivtrafikens utbud och under sommarperioden med många turister kompletteras kollektivtrafikutbudet med privata alternativ.

Trafikförvaltningen arbetar utifrån principerna i RUFSS 2050 och trafikförsörjningsprogrammet, med mål och principer för hur trafikeringen ska bedrivas. Utifrån RUFSS 2050 är det tydligt att sjötrafiken mellan kärnöar och replipunkter ska prioriteras. En sjötrafikutredning pågår om hur den framtida sjötrafiken ska fungera och vilka utgångspunkter den ska bygga på.

6.3.1.4 Digital tillgänglighet

Tillgänglighet till snabbt och pålitligt bredband är idag en viktig förutsättning för att kunna bedriva många affärsverksamheter, inte minst inom besöksnäring. Bredband behövs för att kunna ta betalt i kortmaskiner, såväl som att kunna ta emot konferensgäster med behov av uppkoppling mot organisationens egna företagsnät.

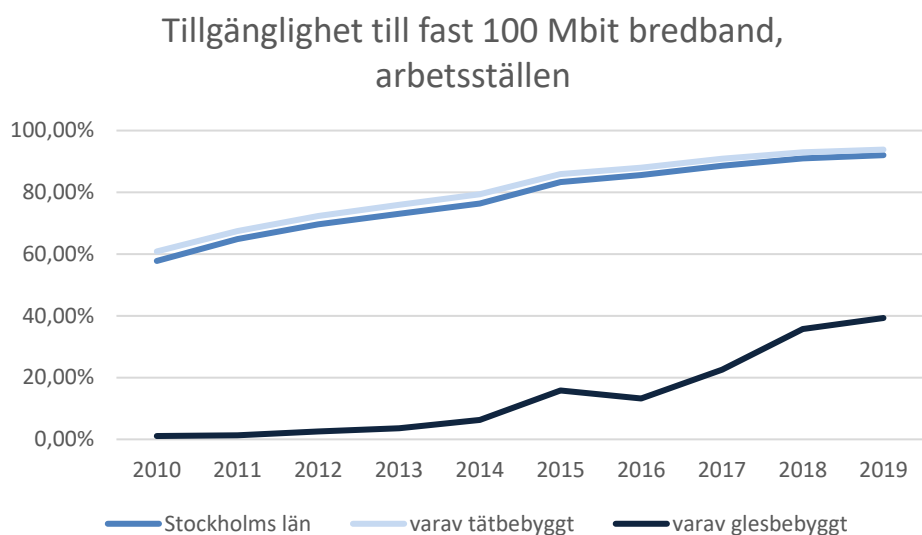
Idag har över 90 procent av alla arbetsställen i Stockholms län tillgång till snabbt och fast bredband, men skillnaden är stor mellan länets tätare och glesare bebyggda delar. I de glesbebyggda delarna av länet har fyra av tio arbetsställen tillgång till ett snabbt bredband. Andelen ökar snabbt och har nästan fördubblats på två år.

Besöksnäringens relativa betydelse för sysselsättningen är som störst i många av länets glesare områden. För besöksnäringen är det därför viktigt att bredbandsutbyggnaden fortsätter. Om landsbygdernas företag ska kunna konkurrera på lika villkor som tätorternas behöver också skillnaden mellan tätbebyggda och glesbebyggda områden i länet minska.

Insatser för social distansering och arbete från hemmet i samband med covid-19-pandemin har för många stockholmare visat på möjligheterna med distansarbete. Situationen har även tydliggjort vilka begränsningar som finns, bland annat genom EU:s uppmaning till streamingaktörer att tillfälligt sänka sin bildkvalitet för att upplåta nätkapacitet åt annan användning (Europeiska

kommissionen, 2020). En fortsatt bredbandsutbyggnad i länets glesare delar har därför även en potentiell uppsida i form av beredskap inför liknande situationer i framtiden.

Figur 5. Tillgänglighet till bredband, arbetsställe. Källa: Pts



6.4 Bostäder, mark och lokaler

Bostadsförsörjning och tillgång till mark och lokaler definieras också som ett generellt hinder för hållbar tillväxt och utveckling (Regeringskansliet, 2015). Tillgången till bostäder, mark och lokaler är centralt för att ge näringslivet bra utvecklingsmöjligheter. En bristande tillgång på bostäder kan inverka på företagens vilja och möjlighet att expandera och etablera sig i regionen. Tillgängliga bostäder är en viktig del i att attrahera kompetens till Stockholmsregionen. En väl fungerande rörlighet är viktigt för bostadsmarknadens funktionssätt. Även bristande tillgång till grundläggande service påverkar områdets attraktionskraft, och därmed näringslivets möjlighet att attrahera kompetens, varför även detta kan betraktas som ett hinder för tillväxten i flera branscher.

6.5 Innovativ besöksnäring

I och med att besöksnäringen präglas av internationell konkurrens behöver företag och destinationer erbjuda upplevelser i form av produkter och tjänster som håller mycket hög kvalitet. För att trygga den svenska besöksnäringens långsiktigt hållbara tillväxt och konkurrenskraft finns det ett behov av att såväl privata som offentliga aktörer inom näringen håller en hög innovationsförmåga. I dagsläget saknas det ett forum med nationellt samlat ansvar för långsiktig kunskapsutveckling och innovation inom besöksnäringen (SOU, 2017:95) vilket kan betraktas som ett tillväxthinder för näringen. Vidare finns det ett behov av

att identifiera arbetssätt för att inkludera besöksnäringens aktörer i befintliga innovationsstrukturer i större utsträckning (SOU, 2017:95).

6.5.1 Triple Helix och forskning inom turism- och besöksnäring

Sett till den nationella forskningsbudgeten är det generellt en liten andel som går till forskning om besöksnäringen. Det finns dock en efterfrågan på att koppla ihop forskningen om besöksnäringen med de regionala innovationssystemen (BFUF, 2014b). En modell för att skapa en mer effektiv regional utveckling generellt och en starkare innovationsmiljö i synnerhet är den så kallade triple helix-modellen. Triple helix innebär ett samarbete mellan det offentliga, privata och akademien för att kunna organisera sig för att driva innovativ utveckling tillsammans. Det innebär inte att aktörerna ska göra samma sak, men de ska ha en samsyn på gemensamma mål. Tidigare har triple helix-samarbeten applicerats på tillverkningsidan av näringslivet.

Tjänstenärings, dit besöksnäringen hör, har inte varit del av triple helix³ i lika stor utsträckning vilket påverkar hur näringen värderas i innovationslandskapet, och i vilken utsträckning näringen tar plats i tillväxt eller näringslivsstrategier (Braunerhielm, 2016). Det finns tecken på att detta är på väg att ändras och flera tjänstenärings som besöksnäringen börjar finna sin plats inom triple helix. Flera regioner i Sverige har exempelvis valt besöksnäring som ett fokusområde inom arbetet med Smart Specialisering (Tillväxtverket, 2021).

De större forskarmiljöerna för besöksnäring är Centrum för turism vid Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Högskolan Dalarna, Cerut vid Karlstads universitet, ETOUR vid Mittuniversitetet, Umeå universitet, Campus Gotland vid Uppsala Universitet och Örebro Universitet (Jonsson och Pettersson, 2020). I den sammanställning av betydande forskarmiljöer som BFUF gjort (BFUF 2014a, 2019a) är inget lärosäte i Stockholms län nämnt. Dock nämns Stockholmsbaserade lärosäten under forskningsmiljöer med mindre betonad turismforskning. Där nämns KTH och Södertörn samt Handels forskningsinstitut. Södertörns högskola har ett treårigt turismprogram med storstadsturism som huvudsaklig inriktning och med undergrupperingarna (Södertörns högskola, 2020):

- Hållbar destination
- Kulturarvsattraktioner ffa maritima kulturarvsdestinationer
- Evenemang och möten
- Enterprenöriellt hospitality management

Generellt efterfrågas mer forskning inom besöksnäring. Forskningsteman som framförallt efterfrågas är arbetsmarknad, kompetensförsörjning, konsumentmarknad, AI och teknikutveckling, besöksnäringens roll i samhälls-

³ Eller quadruple helix som innebär att man även inkluderar civilsamhället

och stadsplanering samt hållbarhet och mångfald. (Jonsson och Pettersson, 2020)

6.6 Reflektioner om näringsens tillväxthinder

De olika faktorer som utgör tillväxthinder för besöksnäringen spänner över flera olika politikområden, som i sin tur omfattar många olika aktörer, varför näringsens långsiktigt hållbara tillväxt och utveckling är en komplex fråga.

Kompetensförsörjning framstår som den största långsiktiga utmaningen, tillika det tyngst vägande tillväxthindret, för besöksnäringen. Som ovan nämnt är behovet av kompetens och arbetskraft inom hotell- och restaurangbranschen uppskattat till 50 000 arbetstillfällen per år. Utmaningar relaterat till kompetensförsörjningen är inte unik för besöksnäringen, utan är en högst relevant fråga även för exempelvis vård- och omsorgssektorn. Det är sannolikt att anta att det i framtiden (och även idag) kommer att råda en omfattande konkurrens om arbetskraft mellan olika näringar och branscher. Samtidigt står cirka sju procent av befolkningen utanför arbetsmarknaden (år 2019), och bland utrikes födda en ännu större andel. Därmed finns det anledning att anta att utrikes föddas bristande etablering på arbetsmarknaden både utgör ett tillväxthinder för besöksnäringen, samtidigt som denna grupp utgör en möjlig lösning. På så vis är besöksnäringens framtid i sak beroende av de nationella strukturer och processer som hanterar utrikes föddas etablering på arbetsmarknaden. Å ena sidan ligger arbetsmarknadspolitikerna utanför näringsens rådighet, men å andra sidan kan näringen betraktas som en nyckelaktör och en möjliggörare för att förverkliga delar av den nationella arbetsmarknadspolitikerna genom att betrakta gruppen utrikes födda som en viktig resurs värd att investera i.

I SOU (2017) identifieras en återkommande utmaning för näringen, som handlar om avsaknaden av nationella strategier och formaliserade samverkansprocesser, mellan å ena sidan statliga myndigheter och å andra sidan stat och kommun. Forum för samverkan mellan aktörer, och en översyn av befintliga regelsystem och relaterade processer tycks vara några av de främsta utvecklingsområdena på den nationella nivån, det vill säga för att trygga förutsättningarna för näringsens långsiktiga tillväxt. Denna fråga berör både kompetensutveckling, regelsystem och bostadsförsörjning.

Det finns också externa drivande faktorer som utgör utmaningar för näringsens tillväxt. Det handlar om globala trender och fenomen, som digitalisering och automatisering, global konkurrens och det förknippade behovet av en hög innovationsförmåga. I tillägg till det finns behovet av en ökad internationell tillgänglighet och de förknippade målkonflikter som handlar om (såväl internationella som nationella) ambitioner om att minska klimatpåverkan. Detta är externa faktorer som varken besöksnäringen eller offentliga nationella aktörer har någon direkt kontroll över, men är tvingade att förhålla sig till. Av den anledningen kan behovet av att knyta forskning och innovation närmare till besöksnäringen framstå som det mest angelägna utvecklingsområdet, för att kunna trygga näringsens tillväxt på lång sikt. Det finns ett särskilt angeläget

behov av att hitta innovativa lösningar för att göra besöksnäringen långsiktigt ekologiskt hållbar. I den frågan framstår transportsektorn som i särskilt behov av utveckling.

7 Aktörsstruktur och strategier

Utveckling av besöksnäringen berör frågor som ligger på såväl kommunal, regional som nationell nivå. Utvecklingsarbete riktat mot näringen kopplar genom detta an till en rad utmaningar förknippande med flernivåstyrning inom den regionala tillväxtpolitiken.

Det finns ett antal utmaningar när man talar om flernivåstyrelse. En utmaning handlar om en grundläggande komplexitet där aktörer har skilda roller, uppdrag och perspektiv men behöver samverka och koordinera sitt arbete. Därutöver handlar det om att det finns en asymmetri mellan framförallt kommuner och regioners förutsättningar att delta i det regionala tillväxtarbetet. Det handlar om en asymmetri i dels tid och pengar och dels kompetens och mandat. En tredje utmaning som frekvent lyfts är att den regionala organiseringen är – eller åtminstone upplevs vara – splittrad och otydlig (se t.ex. Tillväxtanalys, 2012:09; SoU, 2017:95 för en mer fördjupad diskussion kring detta).

Samtliga utmaningar är i högsta grad också är relevanta när man ser på utvecklingsarbete inom besöksnäringen. Näringslivet är till sin karaktär bred och spänner över en rad politik- och sakområden. I SOU (2017:95) beskrivs exempelvis att i princip samtliga departement på nationell nivå ansvarar för aspekter som har betydelse för besöksnäringen. Frågeställningarna spänner över områden såsom utrikespolitik, tillväxtpolitik, arbetsmarknad och utbildning till landsbygds-, miljö- och kulturfrågor (SOU, 2017:95 s 69 ff.). Något som i sin tur innebär att det finns en bredd av aktörer som på olika sätt ingår i ett större aktörssystem som omgärdar besöksnäringen. Detta på såväl nationell, regional som lokal nivå. Tillväxtverket lät under våren 2017 kartlägga aktörer verksamma med att stötta och utveckla besöksnäringen lokalt, regionalt och nationellt, med fokus på s.k. destinationsorganisationer, och listar där nära 200 aktörer. Man pekar även på att besöksnäringens intressenter verkar inom ramen för ett komplext system där aktörer är länkade med varandra såväl horisontellt som vertikalt. Det konstateras vidare att kartläggningen ger bilden av ett såväl svårstyrt som svåröverblickbart system. (Tillväxtverket, 2017b)

7.1 Hur kan man förstå besöksnäringens aktörssystem?

Utgångspunkten för resonemanget är SOU (2017:95) och det arbete som där gjorts för att kartlägga besöksnäringens aktörer. I utredningen pekas på fyra vertikala nivåer (internationell, nationell, regional samt lokal) samt fem horisontella nivåer, eller sektorer, baserat på olika politikområden. Här fokuseras på två av de vertikala nivåerna – regional och lokal (det vill säga kommunal) nivå, dock utifrån samma politikområden som i den statliga utredningen.

Inom varje område verkar aktörer, på såväl regional som lokal nivå. Tyngdpunkten ligger på offentliga aktörer, samt intresse/bransch/fackliga

organisationer, framförallt sådana som har driver någon form av utvecklingsarbete, alternativt är aktörer med stor betydelse för närings företag (exempelvis kopplat till tillsyn eller lagstiftning). De fem horisontella områden i systemet utgörs av:

- **Kompetensförsörjning:** rymmer aktörer inom strategisk kompetensförsörjning, såsom Arbetsförmedlingen, utbildningsystemet (grund-, gymnasie-, YH och högskola). Hit räknas vi också ESF-rådet.
- **Utveckling, innovation, forskning:** hit räknas aktörer som på olika sätt arbetar för kunskapsutveckling, forskning eller innovation med bäring mot någon av besöksnäringens delar
- **Marknad, tillväxt och företagande:** innefattar aktörer verksamma med att utveckla företag, marknader eller som arbetar med ”generell” tillväxtfrämjande verksamhet inom näringen.
- **Infrastruktur.** som arbetar dels med fysisk infrastruktur dels med digital infrastruktur.
- **Tillstånd och tillsyn:** aktörer som ansvarar för tillstånd och tillsyn kopplat till besöksnäring och turism – kan exempelvis handla om livsmedelskontroll, alkoholtillstånd men också plan- och byggfrågor hamnar i denna kategori.

Utifrån denna indelning samt från de båda nivåerna regional respektive lokal, kan aktörsystemet illustreras i två bilder som presenteras nedan. Att de båda figurerna ter sig svåröverskådliga är dels en följd av att de försöker greppa över ett brett område, men även för att systemet är komplext och rymmer en mängd aktörer.

Figurerna ska läsas enligt följande. På regional nivå finner vi exempelvis att Region Stockholm, som i sin verksamhet bedöms verka inom Kompetensförsörjning, Marknad, tillväxt och företagande, Utveckling, innovation och forskning, samt infrastruktur. Även länsstyrelsen har en bred roll framförallt inom tillstånd- och tillsyn samt inom den fysiska planeringen. Inom kompetensförsörjning finner vi exempelvis arbetsförmedlingen, Europeiska socialfonden, regionens universitet och högskolor samt fack- och arbetsgivarorganisationer.

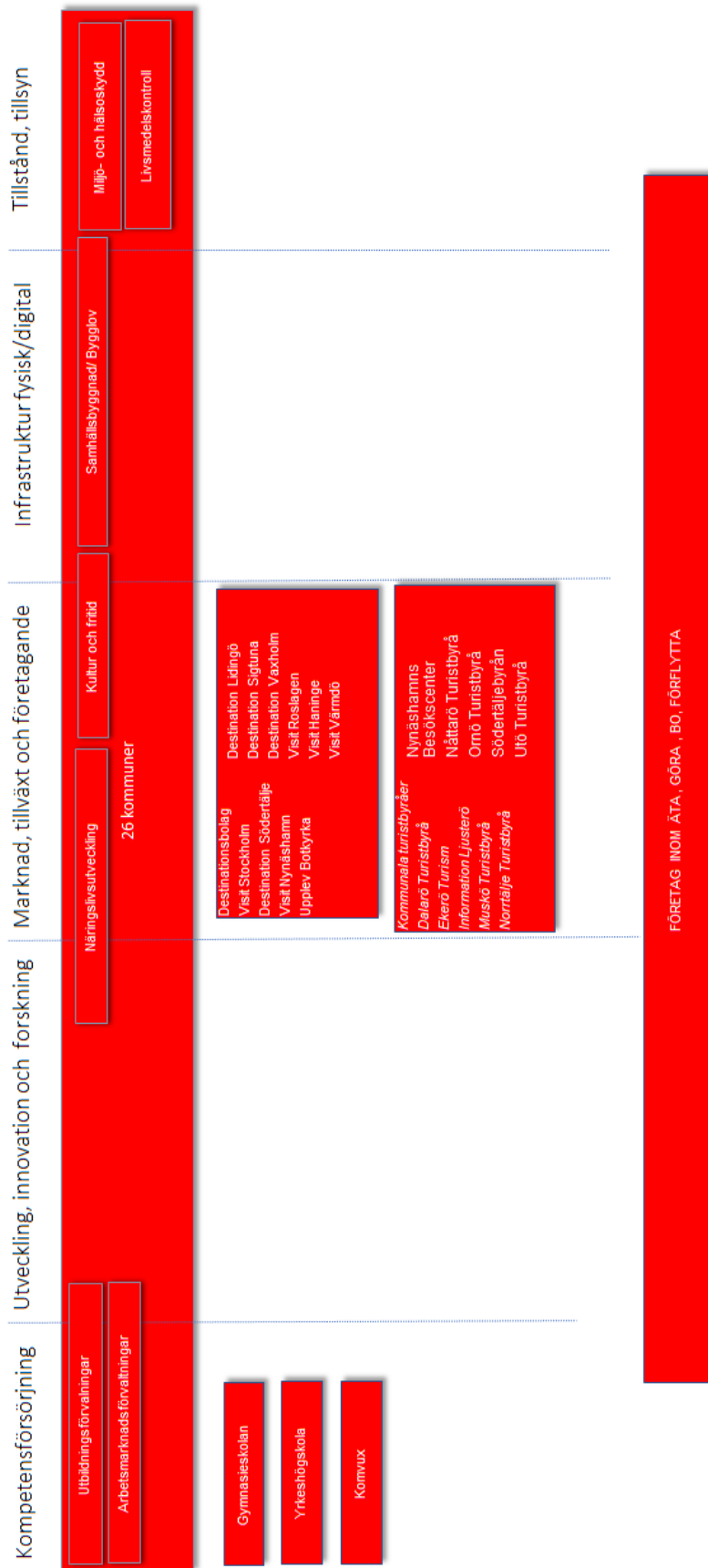
Inom exempelvis marknad, tillväxt och företagande finner vi, utöver Region Stockholm, aktörer såsom Visit Stockholm och Stockholms handelskammare, och företagsfrämjande aktörer såsom exempelvis Almi Företagspartner, Coompanion, Nyföretagarcentrum och Connect. Tanken är således att placera in aktörer utifrån deras verksamhetsområde, och därmed få överblick över vem

som gör vad och vilka eventuella luckor som finns i systemet. På lokalnivå ser vi exempelvis att en rad aktörer är verksamma inom Marknad, tillväxt och företagande (främst destinationsorganisationer) samt att det är förhållandevis tomt på aktörer som arbetar med utveckling, innovation och forskning.

Figur 6. Aktörsystem, regional nivå



Figur 7. Aktörssystem regional nivå



Denna uppställning kan te sig schematisk, och här betonas att den inte ska ses som en komplett uttömmande kartläggning av besöksnäringens aktörssystem. Men den ger grund för en mer fördjupad diskussion kring utmaningar och möjligheter kopplade till driva ett regionalt utvecklingsarbete kopplat mot näringen. Vilket kan ses som extra viktigt i tider av oro eller osäkerhet då näringar såsom besöksnäringen genomgår stora förändringar och omställningar. Inte minst med tanke på att rigga för möjligheterna att underlätta för en återgång när krisen är över.

På en övergripande nivå pekar kartläggningen mot att besöksnäringen med fördel kan förstås utifrån ett flernivåsystemperspektiv och det är därför relevant att koppla diskussionen kring flernivåstyrning inom den regionala tillväxtpolitiken. Besöksnäringen särskiljer sig från många andra näringar i det att den i sin "logik" dels spänner över en bredd av politikområden (flera horisontella nivåer, om man så vill) och dels att det finns en tydlig nationell, regional och lokal dimension i näringen (vertikala nivåer).

Ser vi till de vertikala nivåerna omfattar utvecklingsarbete inom näringen frågor som ligger på såväl kommunal, regional som nationell nivå. Tillväxtanalys har i studier konstaterat att det finns ett antal utmaningar som är svåra att hantera på lokal och regional nivå för att få till stånd en fungerande flernivåstyrning (Tillväxtanalys, 2014). Utmaningar har sammanställts i följande tre punkter:

- De kommunala och regionala aktörerna har **olika roller, uppdrag och perspektiv** – här behövs en grundläggande diskussion kring vem som gör vad, och hur en koordinering kan ske.
- En andra svårighet är att **engagera näringslivet** i aktörssystemet - det kan uppfattas som "rörigt" och otydligt och ligga långt från de, ofta små företagens, upplevda behov.
- En tredje svårighet är att **kommuner och regioner har olika förutsättningar** att delta i det regionala tillväxtarbetet – det handlar dels om resurser i termer av medel (projektmedel eller "fria" utvecklingsmedel) del om resurser i termer av kunskap, kompetens och personal att driva strategiskt utvecklingsarbete.

Att "systemet" upplevs som krångligt och svårgreppbart för företagen är en utmaning som följer med detta. Det är dock viktigt att ha sig att merparten av företagen har liten eller ingen kontakt med stödsystemens aktörer. Däremot ser man när man belyser tillväxthinder att flera av de frågor som offentliga aktörer arbetar med är viktiga för företagen (exempelvis kompetensförsörjning, regelförenkling och tillgång till kapital). Tydlighet kring var företag kan hitta stöd kring detta är en central fråga.

De olika förutsättningar som kommuner och regioner har att delta i utvecklingsarbete är i sig en logisk följd av att man har olika uppdrag i grunden. Utmaningen ligger här i att samordna och koordinera arbetet för att få största möjliga effekt.

7.2 Flernivåstyrning och strategier

Som beskrivits ovan består besöksnäringen av många olika offentliga och privata aktörer. För att nå en hållbar destinationsutveckling är det viktigt att dessa offentliga och privata aktörer samverkar. I denna del beskrivs de strategier som påverkar det formella handlingsutrymmet för besöksnäringen framöver.

Besöksnäringen kan ses som en hävstång som skapar gemensamt intresse för offentlig och privata aktörer i ett län. Inte minst då besöksnäringens platsbundenhet kopplar till det offentliga, ”såsom transporter och infrastruktur, stads- och kulturmiljöer, rekreationsområden och lokal offentlig service” (Tillväxtverket, 2019a, s 41). Ytterligare en viktig aspekt till att offentliga och privata aktörer bör samverka är för att öka konkurrensen och attraktionskraften av teman på destinationerna (Tillväxtverket, 2017b). Konkurrenskraften uppstår ofta initialt av de privata aktörerna (företagen), men platsens attraktionskraft skapas ofta i samspelet mellan de offentliga och privata aktörerna. Det krävs alltså ett samarbete mellan olika aktörer som utifrån sina olika perspektiv kan belysa och berika besöksnäringen. I SOU (2017, s 197) beskrivs destinationsutveckling i form av ett arbetsätt som således visar ”sig ha många fördelar, inte minst när det gäller att mobilisera aktörer och resurser för att etablera samarbeten som annars är svåra att skapa”.

Det finns dock olika logiker mellan det offentliga och det privata som är viktigt att ha med sig för att förstå möjligheter såväl som utmaningar. Precis som i andra tjänstenäringsområden sker besöksnäringens produktion och konsumtion på samma plats. Besöksnäringens företag har en platsbundenhet som inte är lika påtaglig för exempelvis tillverkningssektorn. De företag som är verksamma inom näringen bedriver ofta sin verksamhet på den plats de anser attraktiv, oberoende av administrativa gränser. Att bedriva besöksnäringens verksamhet innebär i många fall att marknadsföra en produkt som de inte helt förfogar över. Ett företag kan skapa möjligheter för sin kund att uppleva en miljö, men det kan inte helt styra över natur- eller kulturmiljön som de marknadsför. Att sälja en typ av tjänst som inkluderar flera komponenter, vilket illustreras i kedjan resa-sova-äta-göra-bo, kräver ett helhetstänk som ställer krav på samarbete och samordning.

Samarbetet och samordningen är dock inte bara en fråga för näringslivet utan det är ett samspel mellan offentliga aktörer, företagarna och besökaren. För att skapa hållbara destinationer som attraherar besökare från när och fjärran krävs insikten hur näringen kopplar till samhällsplanering. Kanske tydligast är den kopplingen på kommunal nivå, men även den mer strategiska regionala planeringen och tillväxtpolitiken påverkar möjligheterna till utveckling av ett lokalt besöksmål.

7.2.1 Nationell nivå

På nationell nivå finns strategier som rör olika delar av besöksnäringen, exempelvis Nationell strategi för världsarvsarbetet och Nationella

naturturismstrategin (se till exempel Naturturismföretagen, 2018). Idag finns en strategi framtagen av näringen själv, "Visit the future", som väntas uppdateras i närtid. Därutöver inväntas regeringens nationella strategi för turism och besöksnäring som har sin grund i utredningen Ett land att besöka – En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring (SOU 2017:95). Strategin syftar till att skapa en långsiktig hållbar riktning för besöksnäringen fram till år 2030. Oavsett tematisk inriktning beskrivs besöksnäringen som en växande näring och de fokusområden som lyfts av samtliga strategier kan sammanfattas som:

- Affärsutveckling, kompetensförsörjning
- Hållbarhet, destinationsutveckling
- Bättre samordning – inte minst mellan privat och offentlig sektor.

Från nationella styrdokument betonas vikten av natur, kultur och måltid som besöksanledningar. Det kopplar väl till kommunala dokument.

7.2.2 Regional nivå

Under de senaste åren har aktörskartan för Stockholms län målats om. Region Stockholm fick 2019 regionalt utvecklingsansvar och med det följde ett fokus på tillväxt- och näringslivsfrågor. Detta inkluderar besöksnäringen. Utvecklingen i Stockholms län såväl som andra storstadslän är dock komplex. Den består av olika organisationer som samarbetar men där ingen aktör äger helheten.

I den regionala utvecklingsstrategin för Stockholmsregionen, RUFSS 2050, pekas besöksnäringen ut som ett styrkeområde och som en framtidsbransch, inte minst för länets landsbygder och skärgård. Besöksnäringens vikt belyses i samband med tillgänglighet, näringsliv, kärnöar och naturmiljöer med mera. I RUFSS 2050 ses besöksnäringen som en viktig faktor bakom förutsättningarna att förlänga säsongen, främst i skärgården. Besöksnäringen ses därmed som en viktig näring i att möjliggöra att verka och bo i skärgården.

I Landsbygds och skärgårdsstrategin (SLL, 2018b) utges turism, friluftsliv och besöksnäring som faktorer som möjliggör säsongsförlängning och säsongsvariation med en breddning av aktiviteter. Besöksnäringen med sin lokala anknytning ses som viktig drivkraft i lokal livskraft och attraktivitet. Utvecklingen bör ske i kollektivtrafiknära lägen, och främst i utpekade noder enligt RUFSS 2050. För att detta ska bli verklighet efterfrågas ett fortsatt kunskapsutbyte i befintliga nätverk för att samordna insatser och öka medvetenheten om Stockholms län attraktivitet.

7.2.3 Kommunal nivå

På kommunal nivå skiljer sig ansatsen mellan länets 26 kommuner. Vissa har utpekade besöksnäringstrategier medan andra mer eller mindre inkluderar frågan i översiktsplaner eller näringslivsstrategier. Till denna rapport har följande dokument analyserats för länets 26 kommuner:

- 7 Besöksnäring- /turismstrategier
- 13 Näringslivsstrategier
- 4 översiktsplaner och 2 mål- och budgetdokument

I analysen av dokumentet framkommer fem återkommande fokusområden:

- Natur och friluftaktiviteter
- Lokalt och regionalt samarbete
- Stärka/locka nyföretagande
- Värdskap och kulturell kunskapsutveckling
- Säkerhet och trygghet

Inom ramen för dessa fokusområden finns det även återkommande aktiviteter som sammanlänkar länets kommuner:

- Digitalisering och marknadsföring online
- Stärka samverkan lokalt/regionalt
- Insatser för att locka nyföretagare
- Förlänga säsongen

En SWOT-analys fångar styrkor, svagheter, hot och möjligheter i de studerade dokumenten (se figur nedan). Utifrån denna SWOT går att utläsa att länets natur är en viktig tillgång, särskilt i relation till golf- och idrottsturism. Återkommande svagheter är att det på vissa platser är för trångt, att varumärkeskommunikationen brister och råder brist på mark. Återkommande hot är konkurrens mellan kommuner/företag som försvårar samverkan och brist på mark. Vanliga möjligheter som omnämns som potential för länets besöksnäring är att vidareutveckla cykel- och vandringsleder och naturutveckling, vilket länkar väl med uppfattade styrkor. Återkommande arbetsområden är att öka tillgängligheten och arbeta mer tillsammans lokalt, kommunalt och regionalt.

Figur 8. SWOT kommunala strategiska dokument

<p>Styrkor</p> <p>Natur och sport (främst golf)</p> <p>Speciell matkultur</p> <p>Strategiskt läge (t.ex. hamn, kust eller nära Stockholms tätort)</p>	<p>Svagheter</p> <p>Närhet/konkurrens med Stockholm</p> <p>Oklart varumärke</p> <p>Otillräcklig marknadsföring</p>
<p>Möjligheter</p> <p>Cykel- och vandringsleder</p> <p>Naturutveckling</p> <p>Redan existerande profil (t.ex. festivaler)</p>	<p>Hot</p> <p>Konkurrens (kommuner/företag)</p> <p>Brist på mark</p> <p>Säsongsorter svårt med året runt</p>

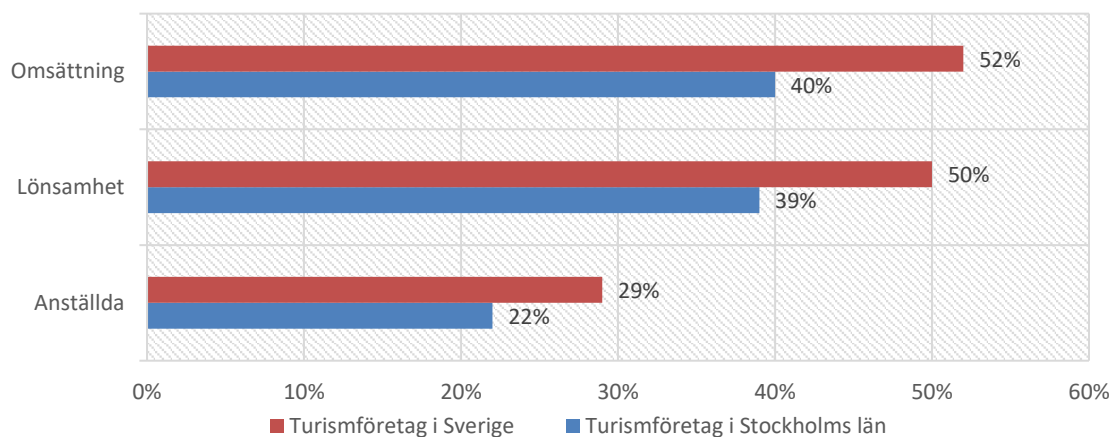
7.3 Företagens tillväxtvilja, innovationsgrad och internationalisering

Syftet med föreliggande avsnitt är att ge en bild av besöksnäringens tillväxtpotential, i vilken utsträckning företagen är innovativa samt i vilken grad man verkar internationellt. Detta görs genom en regional nedbrytning av Tillväxtverkets temarapport kring besöksnäringen, från Företagens villkor och verklighet. Tillväxtverket benämner svarsgruppen "Turistföretag" (se Tillväxtverket, 2018b för en diskussion kring definition och avgränsning).

I undersökningen har respondenterna fått ange hur de bedömer företagets utveckling de kommande åren. Undersökningen genomfördes under 2017, där tidshorisonten sträcker sig fram till 2020.

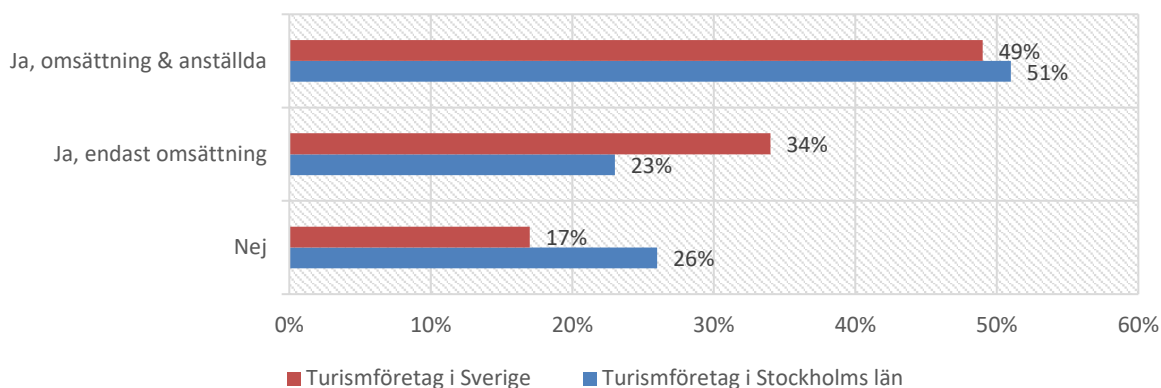
I de nedanstående diagrammen har svaren för turistföretag i Stockholms län ställts i relation till motsvarande företag i hela Sverige. Inledningsvis redovisas hur de svarande bedömer den ekonomiska utvecklingen de kommande tre åren, där en lägre andel företag i Stockholms län som bedömer att omsättning, lönsamhet och antalet anställda kommer att öka de kommande tre åren. Runt 40 procent av de svarande menar att omsättning och lönsamhet kommer att öka, medan 22 procent bedömde att de kommer att öka antalet anställda de kommande tre åren.

Figur 9. Andel företag inom besöksnäringen i Stockholms län och i Sverige som tror på ökad omsättning, lönsamhet och antal anställda på tre års sikt, Källa. Tillväxtverket, 2018



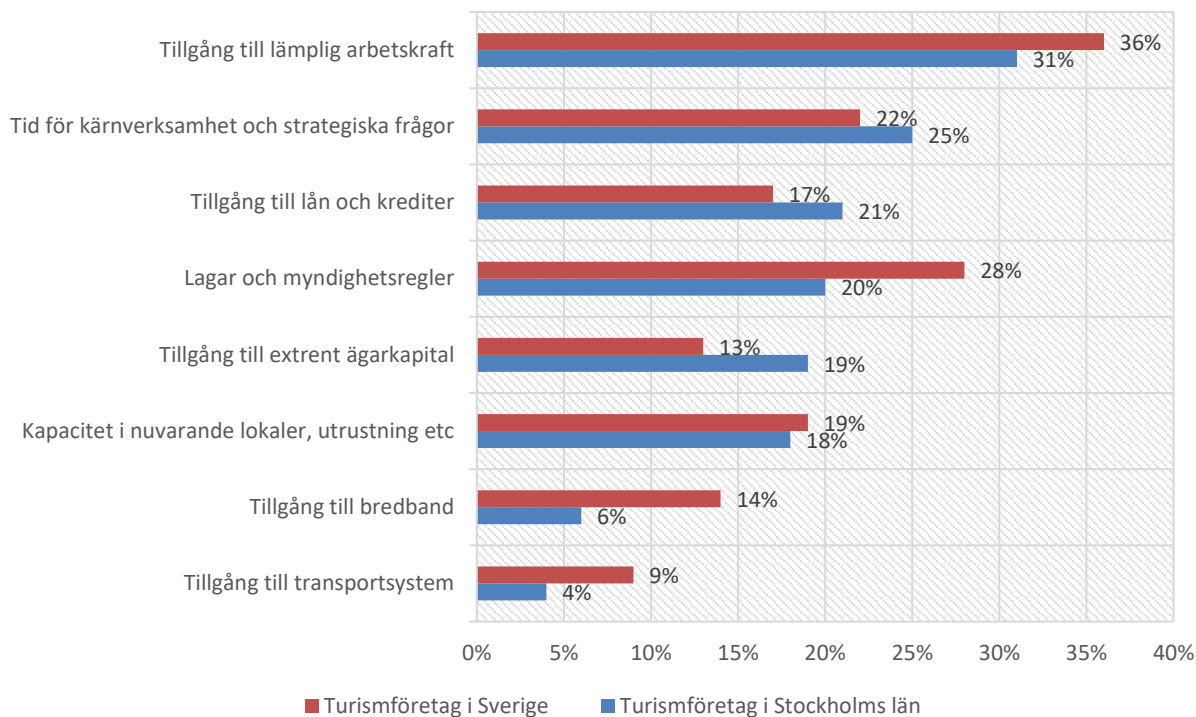
I undersökningen ställs också frågor om företagens vilja till tillväxt. De svarande har fått ange om de vill växa omsättningsmässigt och genom ett ökat antal anställda eller endast genom ökad omsättning. I Stockholms län anger strax över hälften av de svarande att de vill växa genom att öka antalet anställda, vilket är ett par procentenheter högre än för motsvarande företag i riket. En dryg fjärdedel (26 procent) anger att de vill att företag ska växa endast omsättningsmässigt, vilket är nära 10 procentenheter lägre än vad turistföretagen i riket.

Figur 10. Andel som uppger att de skulle vilja att företaget växte om de hade möjlighet, Källa: Tillväxtverket



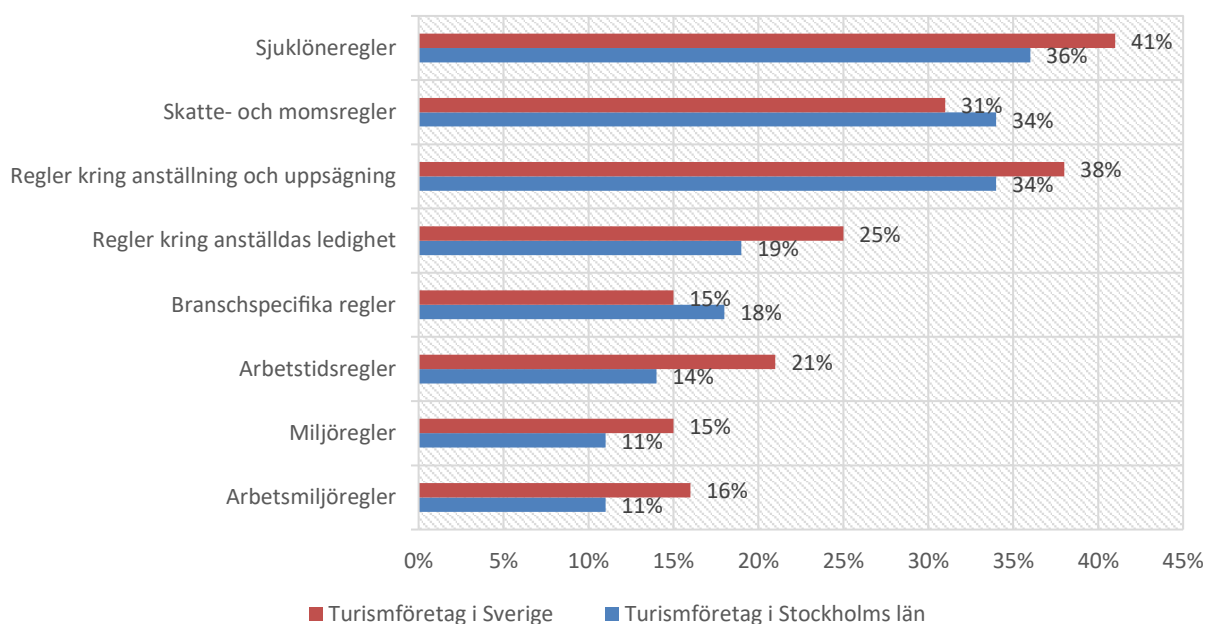
De svarande har fått ange vad de upplever vara de största hindren för tillväxt. Det största hindret anges vara tillgången till arbetskraft. Något som anges vara ett mindre hinder av företag i Stockholms län än för turistföretag i riket. Stockholms företagen skiljer sig från riket avseende faktorn ”tid för kärnverksamhet och strategiska frågor” samt ”Tillgång av lån och krediter” samt ”tillgång av externt ägarkapital” som företagen i Stockholms län upplever som ett större hinder än vad som är fallet för företagen i riket. Vidare upplever turistföretagen i Stockholms län att infrastruktur (såväl fysisk som digital) samt ”lagar och myndighetsregler” vara ett mindre hinder än motsvarande företag i riket.

Figur 11. Andel företag inom besöksnäringen i Stockholms län och i Sverige år 2017 som anser att olika faktorer är ett stort hinder för företagets utveckling och tillväxt, Källa: Tillväxtverket



Gällande regelhinder är det främst sjuklönerregler, skatte- och momsregler samt regler kring anställning och uppsägning som uppges vara hinder för företagens utveckling och tillväxt. De regelområden som upplevs som hinder av lägst andel företag är arbetsmiljöregler, miljöregler och arbetstidsregler.

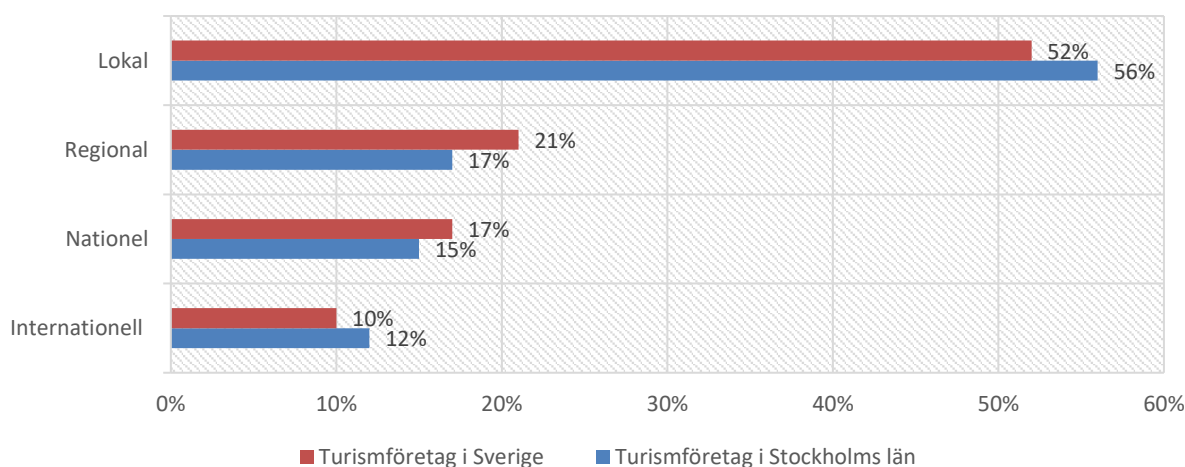
Figur 12. Andel företag i Stockholms län och Sverige 2017 som upplever olika regelområden som ett stort hinder för utveckling och tillväxt, Källa. Tillväxtverket (2018)



7.3.1 Marknad, kunder och innovation

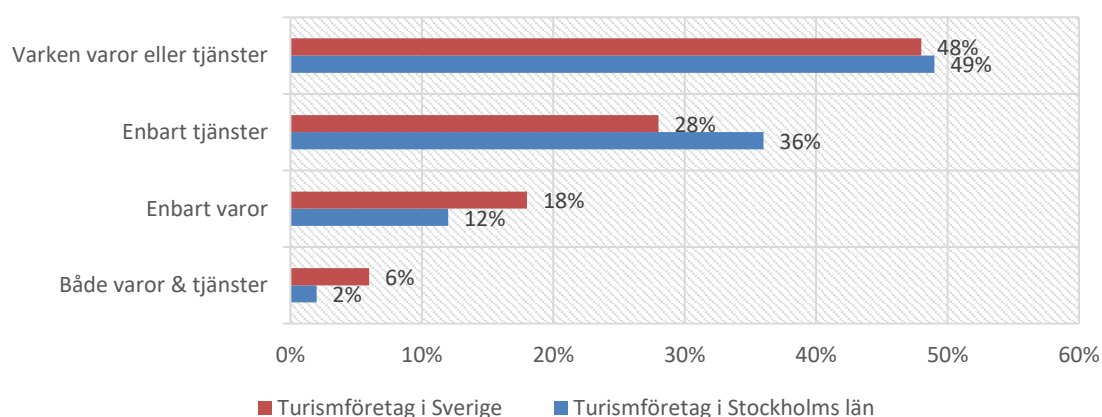
Majoriteten av turistföretagens kunder anger sig producera tjänster för den lokala marknaden. Stockholmsföretagen anger sig ha en något högre andel lokala kunder än motsvarande företag i riket. Dessa anger i sin tur i hög grad att de producerar varor och tjänster för kunder på regional och nationell nivå. Samtidigt visas att turistföretagen i Stockholm i högre utsträckning säger sig rikta sig mot internationella marknaden.

Figur 13. Andel turismföretag i Stockholms län och Sverige år 2017 som i huvudsak producerar varor/ tjänster för olika marknader, Källa: Tillväxtverket (2018)



Strax under hälften av turistföretagen i Stockholms län anger att de utvecklat eller sålt nya eller väsentligt förbättrade produkter under de senaste tre åren, vilket i princip är samma nivå som företagen i riket. Företagen i Stockholm skiljer sig något mot sina motsvarigheter i riket i och med att det är en högre andel som anger att de utvecklat nya tjänster (anges av 36 procent av turistföretagen i Stockholm mot 28 procent i riket), samt att en lägre andel i Stockholm anger att de utvecklat nya varor (18 procent i Stockholm, mot 12 procent i riket). Förhållandena redovisas i figuren nedan.

Figur 14. Andel företag i Stockholms län och Sverige år 2017 som har utvecklat och sålt nya eller väsentligt förbättrade produkter under de senaste tre åren, Källa: Tillväxtverket (2018)



8 Workshop och intervjuer

I syfte att få ett djupare perspektiv på besöksnäringen i länet genomförde Region Stockholm en workshop med processtöd från WSP. Vid workshopen gavs möjlighet att diskutera näringen i länet. Efter workshopen genomfördes ett antal intervjuer som syftade till att komplettera workshopen. Efter workshopen och intervjuerna drabbades världen och Stockholm av covid-19 vars konsekvenser har påverkat besöksnäringen hårt. Detta kapitel beskriver såldes läget i länet innan pandemin.

Workshopen genomfördes i januari 2020 i centrala Stockholm. Drygt 20 personer som arbetar med besöksnäring i olika organisationer och roller samlades. Merparten av deltagarna arbetade med frågan utifrån ett näringslivsperspektiv, bland annat deltog kommunala näringslivsutvecklare, Region Stockholm, länsstyrelsen i Stockholms län, Visit Stockholm AB och Skärgårdsstiftelsen. På workshopen presenterades en nulägesanalys av besöksnäringen i Stockholmsregionen som låg till grund för den fortsatta dialogen om vad respektive aktör ser som viktiga frågor för att skapa en hållbar besöksnäring i länet.

På samma tema och som ett komplement till workshopen har fem intervjuer med nyckelpersoner från ett urval av kommuner och destinationsbolag⁴. Utöver att komplettera workshopen syftade intervjuerna till att ge en djupare bild av hur kommunerna, kommunala bolag och destinationsbolagen arbetar, deras behov av regionalt stöd och samverkan samt hur arbetet är organiserat och förankrat internt. Därutöver har en representant för Tillväxtverket intervjuats för att fånga in ett nationellt perspektiv på länets förutsättningar.

I det här kapitlet presenteras först resultatet och analysen av workshopen, vilket följs av intervjuerna med nyckelpersoner i kommunerna om deras kapacitet, förutsättningar och prioriteringar. Slutligen beskrivs analysen av en intervju med Tillväxtverket ur ett regionalt utvecklingsperspektiv.

8.1 Sammanställning av workshop

Fem övergripande återkommande teman framkom vid workshopen. Det första är infrastruktur och tillgänglighet som till stor del handlar om hur besökarnas tillgänglighet kan underlättas. Det andra temat är en önskan om en gemensam mötespunkt. I korthet handlar den om att skapa plattformar för erfarenhetsutbyte och samordning. Precis som lyfts på riksnivån ser aktörer i Stockholms län regelförenklingar och kompetensförsörjning som viktiga för besöksnäringens tillväxtmöjligheter och detta är det tredje och fjärde temat. Därefter beskrivs det femte temat som är utveckling och anpassning som knyter an till samordning för bättre innovativ kapacitet.

⁴ Destinationsbolagen är ägda av både kommunen och det lokala näringslivet i olika kon

8.1.1 Tillgänglighet och infrastruktur

Tillgänglighet identifieras av i stort sett samtliga vid workshopen som en nyckelfråga för att attrahera besökare. Exempelvis går det att se en ökning i antalet gästnätter kopplat till flyglinjerna till och från Stockholm. Dock skiljer sig graden av tillgänglighet mellan olika delar av länet. Vid workshopen lyftes frågan kring ansvar för transport av besökare och det blev tydligt att deltagarna upplevde att det saknas en aktör med övergripande ansvar. Vissa workshopsdeltagare lyfte att det blir billigare för besökare att nyttja pendlarbåtstransport istället för de transporter som det är tänkt att de skall använda. Det påpekades att det finns en möjlighet att utöka trafiken på vattnet eftersom den inte lider av samma trängselproblematik som vägar. Replipunkter i skärgården skulle kunna utvecklas ur ett besöksnäringssperspektiv.

8.1.2 En gemensam mötespunkt

Deltagarna vid workshopen efterfrågade en gemensam mötespunkt för att utbyta erfarenheter och utveckla nya idéer. Det skulle också vara en möjlighet att lära känna varandra samt att utöka befintliga och bygga nya nätverk. Deltagarna lyfte dock att det finns ett behov av att samordna ett sådant arbete med länsstyrelsen och andra regionala aktörer för att undvika överlappningar och dubbelarbete.

På workshopen efterfrågades också ett regional strategiskt arbete med besöksnäringen. Ett exempel är ett förslag att utifrån ett regionalt perspektiv utse ett antal viktiga noder för besöksnäringen. Därefter föreslogs att gemensamt utveckla modeller för satsningar på dessa noder. Det skulle möjliggöra ett strategiskt regionalt arbete, likt arbetet som görs med utpekade noder/kärnöar i RUFSS. Deltagarna lyfte dock att det skulle vara viktigt att i ett sådant arbete tydliggöra ansvarsfördelningen mellan involverade aktörer.

Ett annat område som rör behovet av en gemensam mötespunkt är förbättrad samordning. Vid workshopen diskuterades om regionen kan ha som uppgift att definiera frågorna och samlas kring dem, så att inte alla springer på samma beslutsfattare utifrån de projekt som man arbetar med.

8.1.3 Regelförenkling

Vid workshopen lyftes problematiken kring varierande regelverk och dess tillämpning. Problematiken består i att kommunerna i länet tolkar regelverk olika vilket ger olika beslut beroende på kommun, vilket skapar oförutsägbarhet som missgynnar näringslivets utveckling. Besöksnäringföretagen får olika förutsättningar för att bedriva sin verksamhet beroende på var i länet de är etablerade.

Deltagarna vid workshopen efterfrågar att regionen tar ett initiativ för att hitta förslag på gemensamma tillämpningar av regler, vilket skulle förenkla arbetet för både kommuner och lokala aktörer.

8.1.4 Kompetensförsörjning

Kompetensförsörjning inom besöksnäring är en återkommande utmaning som lyftes av workshopsdeltagarna. Ett identifierat bristyrke är kock och flera kommuner arbetar med frågan genom rekryterings- och utbildningsinsatser. Det efterfrågas dock en samordning med arbetet med utbildningsinsatser regionalt för att få upp intresset bland potentiella elever.

8.1.5 Utveckling och anpassning

Besöksnäringen i omvärlden utvecklas kontinuerligt, vilket speglas i besökarens preferenser och resmönster. Det innebär att näringen i länet också måste utvecklas och anpassas fortlöpande för att möta den föränderliga efterfrågan bland besökare. Workshopsdeltagarna lyfte att det är viktigt att ha det i åtanke när man utformar framtidens besökservice, marknadsföring och tillvägagångssätt för att attrahera framtidens besökare.⁵

Innovation och implementering av nya lösningar är också en faktor som påverkar besöksnäringens utveckling i Stockholms län. Genom att göra en gemensam analys går det att använda varandras kunskap för att tillsammans hitta lösningar. För att det skall fungera menar workshopsdeltagarna att det är viktigt med samarbete. Regionens roll behöver förtydligas för att skapa mer effektiva och gemensamma lösningar.

8.1.6 Övriga frågor som lyftes vid workshopen

- Vid workshopen lyftes frågan om hur kultur- och naturvärden paketeras och tillgängliggörs.
- Det bedrivs projekt inom ramen för besöksnäring i olika delar av länet som har utvecklat näringen och bidragit till viss tillväxt. Kommunerna ställer sig dock frågan hur aktörerna skall bibehålla en säker och hållbar framdrift efter att projekten tar slut. ”Livet efter projektet” är en ständig fråga för alla som arbetar i projektform och behöver hanteras för att få en långsiktighet i utvecklingsprojekt.
- Det pågår framtagandet av planer på kommunal nivå för hur kommuner ska arbeta med frågan.

8.2 Kommunernas kapacitet, förutsättningar och behov

För att undersöka hur kommunerna arbetar med besöksnäringen har workshopen kompletterats med intervjuer med personer med kopplingar inom näringen och Stockholms län. Intervjuerna ger en djupare förståelse för kommunernas förutsättningar och prioriteringar inom området. I analysen av intervjuerna nedan presenteras de viktigaste slutsatserna från intervjuerna. Slutsatserna tematiseras kring beskrivs kommunerna och de lokala aktörernas

⁵ Viktigt att påpeka att denna diskussion fördes innan covid-19 pandemin som kraftigt påverkat möjligheterna till resande och därmed drivandet av besöksnäring.

varierade kapacitet och förutsättningar, nätverk och samverkan bortom kommungränser, kortfattat om kommunernas arbete med destinationsutveckling och slutligen beskrivs kommunernas identifierade behov av utökad kollektivtrafik.

Det som tydligt framkommer nedan är en variation i hur kommunerna i Stockholms län tar sig an och prioriterar besöksnäringens fråga. Dessutom är arbetet politiskt och strategiskt förankrat i olika utsträckning och resurstilldelningen till kommunalt arbete kopplat till näringen varierar också. Intervjuerna visar att kommunernas arbete i stor utsträckning utgår från lokala aktörernas behov, vilket indikerar att verksamheten bedrivs utifrån ett bottenup-perspektiv.

8.2.1 Varierade förutsättningar och kapacitet

I intervjuerna blir det tydligt att besöksnäringens inriktning och karaktär skiljer sig åt inom olika delar av länet. Länet har även en diversifierad målgrupp av besökare, både mellan och inom kommuner. Det påverkar de lokala aktörernas förutsättningar och verksamhet. Som en konsekvens bedriver kommunerna olika typer av arbete kopplat till besöksnäringen och intar olika roller beroende på de lokala aktörernas behov. Dessutom prioriterar kommunerna näringen i olika utsträckning internt. Besöksnäring är exempelvis utpekad i vissa av kommunernas näringslivsstrategier och översiktsplaner, medan andra kommuner inte inkluderar näringen i liknande skrivelser (se kapitel 7). Det innebär att kommunernas arbete är i varierad grad politiskt och strategiskt förankrat.

Dessutom varierar graden av samverkan bland lokala aktörer och deras behov av stöd från kommunen. Det påverkar vilken typ av roll som kommunen har inom besöksnäringen. Nästan samtliga intervjuade berättar att kommunen har en samordnande roll genom att skapa kommunala forum och nätverk för lokala aktörer. Träffarna syftar bland annat till att utbyta erfarenheter, hitta gemensamma lösningar, ta fram paketerbjudanden och utveckla besöksmålen. I en del kommuner finns det nischade nätverk som riktar sig endast till besöksnäringen och i andra finns det nätverk som inkluderar hela näringslivet. Vissa kommuner har båda typen av nätverk.

8.2.2 Besöksnäring bortom kommungränser – nätverk och samverkan

Flera av de intervjuade ser att besöksnäring är en näring som bedrivs bortom kommungränser. De anser därför att det hade varit fördelaktigt att tänka regionalt kring besöksnäringen istället för endast lokalt. På så sätt skulle det exempelvis bli lättare att ta fram en gemensam strategi för besöksnäringen och ta vara på utvecklingsmöjligheter i hela länet. En del av de intervjuade berättar att de har ett behov av en regional aktör som kan skapa regionala forum för samverkan. Forumet skulle vara en möjlighet att tillsammans identifiera utvecklingsmöjligheter och peka ut en strategisk inriktning på arbetet. Kommuner med större kapacitet och utarbetade nätverk efterfrågar inte ett regionalt forum.

De intervjuade lyfter att det är viktigt att aktörerna inom besöksnäringen har kännedom om varandras verksamheter. Det är viktigt både inom och bortom kommungränserna. Framförallt viktigt är det enligt de intervjuade att aktörer i Stockholms stad har god kännedom om besöksnäringen bortom stadens centrum, annars utvecklas inte näringen i hela länet. I förlängningen kommer det att få konsekvenser för besöksnäringen även i Stockholms stad.

En del av de intervjuade beskriver att det redan finns etablerade nätverk på interkommunal, nationell och internationell nivå för olika typer av frågeställningar kopplade till besöksnäring. Bland kommunerna skiljer sig graden av deltagande i nätverken åt inom länet. Det beror dels på att kännedomen om nätverken varierar, dels på att kommunerna har olika kapacitet att delta. De som redan har befintliga nätverk efterfrågar i mindre grad att Region Stockholm initierar forum, nätverk eller samverkansplattform för besöksnäring. Det finns således en stor skillnad i vilket typ av stöd som de intervjuade kommunföreträdarna efterfrågar från regionen. Det speglar variansen i kapacitet och förutsättningar hos kommunerna att själva arbeta med frågan och utarbeta interkommunala nätverk.

8.2.3 Destinationsutveckling och etablering av företag

En del kommuner arbetar med destinationsutveckling genom kommunala bolag. De berör frågeställningar kring behovsanalys för etablering av nya företag inom besöksnäring och innebär ofta en nära dialog med personer som arbetar brett med näringslivsfrågor i kommunen. Kommunala bolaget kan även ha rollen som spindeln i nätet genom att koppla ihop företag som är intresserade av att etablera sig i kommunen med redan etablerade verksamheter.

8.2.4 Kollektivtrafikförsörjning

Tillgänglighet identifieras som en nyckelfaktor för att kunna attrahera, utveckla och behålla besöksnäringen i kommunen. Kollektivtrafik lyfts av nästan samtliga intervjuade som en utmaning för besöksnäringen i deras kommun och som en svaghet beskrivs att infrastruktur och kollektivtrafik inte är anpassad för besökare. Nästan alla intervjuade menar att fördelningen av kollektivtrafik i länet inte skapar jämlika förutsättningar för kommuner att utveckla och bedriva besöksnäring. Kännedomen bland de intervjuade om vem som är ansvarig för att planera kollektivtrafiken varierar och synpunkter på förändringar i tidtabeller eller utökade turer kan upplevas svåra att framföra.

9 Synteskapitel

Syftet med rapporten är att sammanställa ett kunskapsunderlag för besöksnäringen i Stockholms län. I rapporten belyses näringen utifrån en rad olika perspektiv och i detta kapitel fogas de olika delarna samman till en sammantagen syntes. Analysen struktureras i form av en SWOT: vilka är styrkor, svagheter, möjligheter och hot inom besöksnäringen i Stockholms län? Kapitlet avslutas med en reflektion över region Stockholm möjliga roll att som en aktör bland flera utveckla besöksnäringen i länet.

9.1 Växande näring med internationell attraktivitet

Det kan konstateras att besöksnäringen är viktig i Stockholmsregionen. Stockholm som län har en bredd av besökare, allt från ”hemestrare” till internationella besökare och affärsresenärer.

Att många utländska besökare väljer Stockholms län som besöksmål är ett tecken på internationell attraktivitet. Men det innebär också att Stockholmsregionens besöksnäring är beroende av globala flöden, vilket är en tillgång men även en sårbarhet. Omvärldshändelser kan i större utsträckning komma att påverka Stockholms besöksnäring än i andra delar av landet.

9.2 Hållbarhet och tillgänglighet

Stockholm är en viktig motor för Sveriges besöksnäring, men hur positionerar sig Stockholms län mot andra europeiska huvudstadsregioner? Om flyget minskar som ett resultat av en ökad klimatmedvetenhet, eller pandemier, kommer det att påverka Stockholmsregionen. Med sämre långväga tillgänglighet riskerar Stockholms, sett med europeiska ögon, perifera läge bli allt mer kännbart. En ökad medvetenhet om hållbara transporter kan leda till en ökad andel som reser med exempelvis tåg, vilket kan påverka att länet tappar långväga besökare som idag är en viktig växande besöksgrupp. Men samtidigt kan hållbarheten öka andelen ”hemestrare” och locka andra typer av besökare⁶. Inhemska besökare är en annan viktig grupp som kan tänkas bli alltmer viktigare i framtiden utifrån hållbarhetsutmaningar.

Hållbarhet handlar också om att finna balans i antalet besökare till specifika platser och besöksmål. I nuläget är majoriteten av besökarna koncentrerade till en liten del av länet. Det kan skapa slitningar både socialt mellan besökare och lokalbefolkning såväl som slitage på den fysiska miljön. Hur kan kommunerna bättre länkas samman för att få en mer utspridd besöksnäring? Hur kan den

⁶ I denna rapport särredovisas inte olika typer av besökare även om vi är medvetna om att olika besökare har vitt skilda behov. Framöver kan det vara värt att fördjupa och differentiera volymer och behov för olika typer av besökare. Det kan till exempel handla om att studera människor med specialintressen så som mat, fotboll med mera. Människor med specialintressen tenderar att spendera mycket pengar på sina intressen. Differentieringen skapar också förutsättningar för Stockholmsregionen och kommuner att positionera sig utifrån sina bästa förutsättningar.

regionala fysiska planeringen med fokus på tillgänglighet och utpekade kärnor och den kommunala samhällsplaneringen bättre synkas för att underlätta för exempelvis besöksnäringen? Kan Regionen, likt i RUF5 2050, peka ut noder eller kärnor för besöksnäringen där samlande insatser koncentreras?

Sammantaget kan följande styrkor, svagheter och hot beskriva besöksnäringen i Stockholms län:

9.3 Styrkor

- Stark ökning av besökare, inhemska såväl som internationella, som ger en snabbt växande näring.
- Bredd bland besökare, affärs- såväl som nöjesbesökare, skapar en robusthet.
- Internationell attraktivitet med många utländska besökare.
- Många attraktiva besöksanledningar; byggnader, renhet, upplevelsen av trygghet, natur och kultur, hållbarhet
- Näringen är viktig för inestegsjobb med potential att underlätta integration och ungas inesteg på arbetsmarknaden, och därigenom social hållbarhet.

9.4 Svagheter

- Infrastruktur och kollektivtrafik är inte anpassad för besökare
- Kompetensförsörjning
- Svag koppling till forskning och en näring med generellt låg innovationsgrad
- Brist på kapital
- Brist på enhetlig bild (genom statistik t.ex.) för att bättre beskriva näringens betydelse och nytta, inte minst på kommunal nivå
- Näringen reagerar snabbt på omvärldshändelser, stark exponering mot utlandet vilket märks tydligt under pågående covid-19 pandemi (se mer i kapitel 2).

9.5 Hot

- Fragmentiserat aktörssystem kan leda till en oförmåga att arbeta strategiskt- risk för ”snuttifiering” och icke effektiva satsningar om enskilda kommuner ska göra egna satsningar utan att ha en övergripande riktning för hela länet
- Upplevelse av trygghet är en viktig del av besöksnäringen, om den trygghet som länge varit en styrka för Stockholm naggas i kanten genom en alltmer orolig Sverigebild riskerar det att påverka besöksnäringen negativt.

- Om Stockholmsregionen tappar internationell tillgänglighet, främst när/om Arlanda stänger flyglinjer, gör det länets perifera läge mer påtagligt.
- Omvärldshändelser som påverkar stora besöksgrupper, exv. hur kommer Brexit eller virusutbrott påverka framtidens rörlighet?

9.6 Möjligheter

- Besöksnäringen är en viktig näring för att fortsätta utveckla landsbygderna och skärgården i länet
- Besöksnäringen som en anledning, eller hävstång, att skapa samsyn för mer effektiv samhällsplaneringen mellan länets offentliga aktörer
- Knyta samman länet genom ökad tillgänglighet så närheten till länets kärnor ses som en fördel och inte enbart konkurrens
- Det är en näring som spänner över många branscher vilket ställer krav på samordning. Regionen är en viktig aktör som kan ta ett samlat (efterfrågat) regionalt grepp om frågan.
- Hållbarhet som dragare för besökare. Bilden av Stockholm som ett besöksmål med hållbarhetsprofil med ren miljö, social balans mellan lokalbefolkning och besökare, tryggt besöksmål.
- Besöksnäringen som drivkraft att förlänga säsongen, främst på landsbygderna och i skärgården, men även att bredda näringslivets geografi i länet
- Likt RUFSS 2050 peka ut noder eller kärnor för besöksnäringen.
- Besöksnäringen som testarena för nya hållbara lösningar inom infrastruktur, digitalisering och flöden av människor i stadsmiljö.

10 Referenser

Abend, L. (2020) Sweden's Restaurants Stayed Open in the Pandemic. This Is What Their Chefs Learned. *Vanity Fair*, 1/5 2020. Hämtad från

<https://www.vanityfair.com/style/2020/05/what-swedens-restaurants-learned-staying-open-in-pandemic>

Besöksliv.se, <https://www.besoksliv.se/nyheter/sigtuna-och-hyper-island-skapar-standard-for-fysiska-moten/>

BFUF (2014a). *Vem tänker på besöksnäringen? Kartläggning av forskning och dess finansiering 2013*, Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond, rapport nr. 3, ISBN 978-91-981016-9.

BFUF (2014b). *Besöksnäringens forsknings- och innovationsagenda*, Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond, ISBN 978-91-981016-4-5.

BFUF (2019a). *Hur går det för oss? Svensk forskning om turism och besöksnäring 2019*, Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond, rapport nr. 13, ISBN 978-91-88535-09-2.

BFUF (2019b). *Karriär i besöksnäringen. En studie om rörlighet och karriärvägar inom svensk besöksnäring*, rapport nr. 11, ISBN 978-91-88535-06-1.

Braunerhielm, L. (2016). Är besöksnäringen viktig för den framtida utvecklingen?, I: *SOM-rapport Värmländska utmaningar*. Karlstad: Karlstad University Press, 2016. p. 385-403. ISBN 0284-4788.

Copenhagen Economics (2019). *Flygets roll för besöksnäringen och miljö i Sverige*, Næss-Schmidt, S., Dahlberg, E., och May Hansen, M. Rapport beställd av Tillväxtverket.

Dagens Nyheter (2020) *Lyft för kajakuthyrningen trots att turisterna försvann*. Nyhetsartikel publicerad 2020-08-09, <https://www.dn.se/ekonomi/lyft-for-kajakuthyrningen-trots-att-turisterna-forsvann/>

ECM (2019). *European Cities Marketing's Purpose and Direction 2019-2022*. European Cities Marketing, Frankrike: Dijon.

Europeiska kommissionen (2020). <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-and-european-regulators-calls-streaming-services-operators-and-users-prevenemang-network>

HUI (2020) Coronakrisens effekter på sysselsättningen i besöksnäringen. Tillgänglig 2020-06-25 via <https://newsroom.notified.com/visitapress/media/98259/pm-coronakrisen-del-1-maj-2020pdf>

Jernhusen, din station <https://www.dinstation.se/stockholms-centralstation/>

Jonsson, A. och Pettersson, R. (2020). *Besöksnäringens roll för regional utveckling – Ett nedslag i Jämtland Härjedalen*, ETOUR rapport 2020:1. ISBN: 978-91-88947-37-6.

Konjunkturinstitutet (2020). *Veckosammanställning av viss högfrekvent data för covid-19 och ekonomisk aktivitet*. Senast uppdaterad 2020-08-06. https://www.konj.se/download/18.121e35d21739d74ca6c67083/1596802318371/Veckobrev_hogfrekventdata.pdf.pdf

Market.se, <https://www.market.se/nyhet/stadskarnorna-i-storstaderna-tappade-halften-av-sina-besokare>

Naturturismföretagen (2018). *Nationell naturturism strategi*. Tillgänglig: https://naturturismforetagen.se/wp-content/uploads/2018/07/nationell_naturturismstrategi.pdf [2020-03-18].

Nelldal, B-L., Lindefeldt, O. & Fröidh, O. (2009). *Stockholm Central 2050 – Prognoser över efterfrågan och kapacitetsbehov*, KTH: Avdelningen för Trafik och Logistik. ISSN 1653-4484.

OECD (2018), *OECD Tourism Trends and Policies 2018*, OECD Publishing, Paris. Tillgänglig: <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2018-en> [2020-03-18].

Regeringskansliet (2015). *En nationell strategi för hållbar regional tillväxt och attraktionskraft 2015-2020*, Diariennr. N2015.31. Tillgänglig: <https://www.regeringen.se/informationsmaterial/2015/10/en--nationell-strategi-for-hallbar-regional--tillvaxt-och-attraktions-kraft-20152020/> [2020-03-18].

Regeringens proposition 2004/05:56. En politik för en långsiktigt konkurrenskraftig svensk turismnäring. <https://data.riksdagen.se/fil/462FA768-070F-47EF-9A5B-24D91EC7DB8F>

Region Blekinge, (2018) *Handbok hållbar utveckling inom besöksnäringen* https://regionblekinge.se/download/18.1d1e2ffc1677d3e44b932af8/1545298893627/handbok_hallbar_utv_besoksnaring_web.pdf

Region Stockholm, (2020a) <https://www.sll.se/verksamhet/Regional-utveckling/Nyheter/2020/06/satsning-pa-digital-samordning-av-batturer-for-fler-resor-i-skargarden/>

Region Stockholm (2020b) <https://www.sll.se/verksamhet/Regional-utveckling/sa-arbetar-vi-med-regional-utveckling/stod-till-foretagare-i-samband-med-coronaviruset/>

Region Stockholm, (2020c) Det globala Stockholm – en kartläggning av multinationella företag med huvudkontor i Norden och Stockholmsregionen http://rufs.se/globalassets/e.-rufs-2050/ny-katalog/huvudkontor-stockholmsregionen_langversion_webb.pdf

Regionplane- och trafikkontoret (2004). *Järvakilen, Upplevelvården i Stockholmsregionens gröna kilar*. Rapport 1:2004. Tillgänglig: http://www.rufs.se/globalassets/h.-publikationer/2004-1_upplevelsevarden_jarva-1.pdf [2020-03-23].

SBR (2019). *Facts About Stockholm's Tourism Industry – Statistics for 2018*, tillgänglig: https://www.stockholmbusinessregion.com/globalassets/about-us/facts-and-figures/facts-about-tourism/annually/20191002_facts-about-stockholms-tourism-industry-2018.pdf [2020-03-18].

SCB (2020). *Inkvarteringsstatistik*, tillgänglig: <https://www.scb.se/nv1701> [2020-03-18].

SLL (2015). *Trendanalys Stockholmsregionen Med utblick mot 2030/2050*, Stockholms län och landsting, Tillväxt- och regionalplaneförvaltningen. Tillgänglig: http://www.rufs.se/globalassets/h.-publikationer/trendanalys_final_lowres.pdf [2020-03-18] ARBETSMATERIAL 2015:4.

SLL (2018a). *Regional utvecklingsplan för Stockholmsregionen, RUFSS 2050, Europas mest attraktiva storstadsregion*, rapport: 2018:10, TRN 2015-0015.

SLL (2018b). *Landsbyggs- och Skärgårdsstrategin för Stockholmsregionen*, rapport nr. 2018:2, TRN 2016-0127.

SOU (2017:95). *Ett land att besöka. En samlad politik för hållbar turism och växande besöksnäring*, Statens Offentliga Utredningar, rapport nr. 95, ISBN 978-91-38-24716-7.

Stockholms hamnar (2019). Års- och hållbarhetsredovisning

Stockholms handelskammare (2020). <http://www.mynewsdesk.com/se/chamber/pressreleases/36-miljarder-i-konsumtion-fraan-utlaenska-turister-faller-bort-fram-till-midsommar-2993542>

Stockholms stad (2020). *Norra Djurgårdsstaden, Tidsplan för projektet*. Tillgänglig: <https://vaxer.stockholm/omraden/norra-djurgardsstaden/> [2020-03-23].

Svenska Institutet (2020). *Samtalet om Sverige 29 april- 5 maj 2020* <https://si.se/app/uploads/2020/05/samtalet-om-sverige-2020-05-06.pdf>

Svt (2020) Storstäderna förlorade i slaget om turisterna
<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/storstaderna-forlorare-i-slaget-om-turisterna>

Swedavia (2020). *Swedavias finansiella ställning stärks genom ägartillskott på 3150 Mkr*. Pressmeddelande, 2020-06-15.
<http://www.mynewsdesk.com/se/swedavia/pressreleases/swedavias-finansiella-staellning-staerks-genom-aegartillskott-paa-3-dot-150-mkr-3012403>

Södertörns Högskola (2020). *Forskningsteman*. Tillgänglig [Turismprogrammet - Södertörns högskola](#) [2020-03-18].

Tillväxtanalys (2012), *Destinationsutveckling, turismens betydelse för regional och nationell tillväxt* Rapport 2012:09

Tillväxtanalys (2014) Samverkan inom ramen för flernivåstyrning
https://www.tillvaxtanalys.se/download/18.62dd45451715a00666f1d6e4/1586366178595/pm_2014_09.pdf

Tillväxtanalys (2015) *Utvärdering av hållbara turistdestinationer delrapport 3 -lärdomar* PM 2015:06

Tillväxtverket (2021) Smart specialisering - region för region. Senast uppdaterad: 2021-01-19. <https://tillvaxtverket.se/arnesomraden/regional-kapacitet/smart-specialisering/smart-specialisering--region-for-region.html>

Tillväxtverket (2020a). *Turism och besöksnäring efter coronapandemin – En nuläges- och scenarioanalys*. Rapport nr 0328. Tillgänglig 2020-08-10 via <https://tillvaxtverket.se/download/18.78563d971729d8c3af1ae70d/1593685275139/Turism%20och%20bes%C3%B6ksn%C3%A4ring%20efter%20coronapandemin.pdf>

Tillväxtverket (2020b) Hållbar turism. Senast uppdaterad: 2020-12-30
<https://tillvaxtverket.se/arnesomraden/affarsutveckling/turism-och-besoksnaring/hallbar-turism.html>

Tillväxtverket (2017a). *Företagens villkor och verklighet 2017*, rapport nr: 0232:1, ISBN 978-91-88601-29-2.

Tillväxtverket (2017b). *Destinationsorganisationer inom turism, en kartläggning*, rapport nr. 0210, ISBN 978-91-88601-01-8.

Tillväxtverket (2018a). *Visit the Future*, Tillgänglig:
<https://tillvaxtverket.se/arnesomraden/affarsutveckling/turism-och-besoksnaring/framtidens-besoksnaring/visit-the-future.html>, [2020-03-18].

Tillväxtverket (2018b). *Vardag och framtid för turismföretagen. Temarapport*, rapport nr. 0250:6 i serien om Företagens villkor och verklighet, ISBN 978-88601-66-7.

Tillväxtverket (2018c). *Kreametern* rapport nr 0233, ISBN 978-91-88601-30-8

Tillväxtverket (i.d) *Besöksnäringens Myndighetsgrupp, Tillsammans för en stark och hållbar besöksnäring 2019-2021*

Tillväxtverket (2019a). *Fakta om svensk turism 2018*, rapport nr. 0282, ISBN 978-91-88961-08-2.

Tillväxtverket (2019b). *Tillstånd och trender för regional tillväxt 2018*, rapport nr. 0256, ISBN 978-91-88601-75-9.

Trafikanalys (2018). *Bantrafik*

<https://www.trafa.se/globalassets/statistik/bantrafik/bantrafik/2018/statistikblad-bantrafik-2018.pdf>

Transportstyrelsen (2020). *Flygplatsstatistik*

<https://www.transportstyrelsen.se/sv/luftfart/Statistik/Flygplatsstatistik-/UNWTO.org> <https://www.unwto.org/sustainable-development/climate-change>

UNWTO (2020). *International tourist numbers could fall 60-80% in 2020, UNWTO reports*. Tillgänglig 2020-07-01 via

<https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>

UNWTO (2019). *International Tourism Highlights*, 2019 Edition, World Tourism Organization, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421152>.

Visita (i.d). *Besöksnäringen – en integrationsmotor. En beskrivning av nivån och utvecklingen av utlandsfödda i besöksnäringen perioden 2000-2017*.

Tillgänglig: <https://visita.se/app/uploads/2019/11/besoksnaringen-en-integrationsmotor.pdf> [2020-03-18].

Volante Research, (2012) *Kulturella och kreativa näringarna 2012: statistik och jämförelser* http://volanteresearch.com/wp-content/uploads/2012/11/Volante-KKN-statistik_2012.pdf

Volante Research, (2016) *Stockholms kreativa ekonomi, kulturella och kreativa sektorn i Stockholms län* Rapport 16:01

https://kultur.sll.se/sites/kultur/files/Kartl%C3%A4ggning_Stockholms%20kreativa%20ekonomi_SLL_20160208.pdf

Världsbanken (2015). *Competitive Cities for Jobs and Growth*. The World Bank Group. Washington, DC, tillgänglig:

<https://olc.worldbank.org/system/files/Competitive-Cities-for-Jobs-and-Growth.pdf> [2020-03-18].