

Svensk Turism AB

Frågor och svar om besöksnäringens samverkansarena

Svensk Turism AB, januari 2021

1. Beskriv kortfattat: Vad ska ni göra, för vilka och varför?

Svensk Turism AB ska bygga en samverkansarena för besöksnäringen. Syftet är att bidra till näringens långsiktiga utveckling och målet är att ha samverkansarenan på plats under 2021. Samverkansarenan ska företräda besöksnäringens intressen, inklusive dess små och medelstora företag, formulera näringens behov och ha en drivande roll i näringens utveckling.

2. Varför är arenan viktig för Sverige och för företagen?

Genom att etablera en samverkansarena finns en samlad röst för besöksnäringen i Sverige. Det betyder att den svenska besöksnäringens behov och betydelse kan tydliggöras nationellt samtidigt som det för ett enskilt företag betyder att insatser som genomförs i projekt eller genom andra stödinsatser, bygger på faktiska behov.

3. Vem är arenan till för? Vilket värde ska den skapa?

Samverkansarenan ska fungera som samlingspunkt för besöksnäringens företag, branschorganisationer och främjare. Arenans aktörer ska bidra till hållbar utveckling av turism och besöksnäring i hela landet. För att skapa en internationellt hållbar och konkurrenskraftig besöksnäring behövs ökad samverkan och fokus på framtida behov. Det handlar bland annat om att stärka näringen som helhet och samspelet mellan det offentliga och företagen. När den samlade besöksnäringen intresse drivs, underbyggda och formulerade utifrån näringens egna behov skapas värde och nytta för företagen. Arenan kan därtill, genom att vara en aktiv samordnande aktör, ha en drivande roll i näringens utveckling. Detta ska arenan bidra till.

4. Vad ska arenan göra initialt, snart, sen, aldrig?

Initialt ska Svensk Turism etablera och bygga upp samverkansarenan. Långsiktigt ska den fungera som samlingspunkt för besöksnäringen och andra aktörer, som vill bidra till hållbar utveckling av turism och besöksnäring i hela Sverige. Arenan kommer inte att bli ett nytt marknadsföringsbolag, ett nytt Visit Sweden. Arenan kommer heller inte att ersätta offentliga nätverk eller samverkansarbeten. Däremot kommer arenan att etablera långsiktiga och strategiska relationer med de offentliga aktörerna som har till uppgift att främja turism och besöksnäring.

5. Konkret, vilka aktiviteter ska ni göra?

Under våren 2020 genomfördes ett antal inledande samtal med olika intressenter för att inventera behovet av och möjliga former för en arena. Under hösten/vintern 2020–2021 arbetas affärsmodell, vision, syfte, mål, effekter, gränssnitt m.m. fram.

Uppdraget att etablera och bygga upp arenan pågår till maj 2021. Planen är att det då ska finnas en struktur, organisation och långsiktig finansieringsmodell och att projektet sedan övergår i permanent verksamhet.

Svensk Turism AB

6. När är ni färdiga/i mål?

Uppdraget att etablera och bygga upp arenan pågår till maj 2021, därefter är planen att projektet övergår i permanent verksamhet.

7. Vad är det som gör Svensk Turism lämpad för detta uppdrag?

Svensk Turism samlar den svenska besöksnäringen och ägs av 170 företag och organisationer som representerar tiotusentals företag i hela besöksnäringen inom områdena äta, bo, resa och göra. Våra uppgifter är att vara huvudman för Nationell strategi för svensk besöksnäring och att utgöra ett forum för den svenska besöksnäringens strategiska utveckling. Genom att vi redan i dag företräder näringen och är en plattform för turismen i Sverige, ser vi det som lämpligt att vi blir grunden för det bygge av samverkan som arenan ska utgöra i framtiden. Vi vill samla hela besöksnäringen och bidra till en hållbar och konkurrenskraftig besöksnäring i Sverige, byggd på företagens behov och möjligheter, i samverkan med det offentliga.

8. Är inte det här bara en ”ny” kostym för Svensk Turism?

Samverkansarenan är en samlingsplats för hela Sveriges besöksnäring. Arenan behöver etablera samverkan och formalisera samarbeten med många fler aktörer, på både den privata och offentliga sidan, jämfört med vad Svensk Turism gör idag. Svensk Turisms roll i arenan ska också utredas under uppbyggnadsfasen, det arbetet är redan påbörjat och kommer att bedrivas parallellt. Genom samverkansarenan bygger vi långsiktigt en hållbar och konkurrenskraftig svensk besöksnäring-tillsammans!

9. Hur ser rollfördelningen ut mellan Tillväxtverket och Svensk Turism?

Tillväxtverket är finansiär och uppdragsgivare. I slutet av november 2019 meddelade regeringen att man avser att finansiera en samverkansarena som ska ägas och drivas av besöksnäringens aktörer. Tillväxtverket fick uppdraget att i en uppstartsfas stödja näringen i det arbetet. Svensk Turism AB är utförare av uppdraget. I februari 2020 tilldelades Svensk Turism AB uppdraget, efter beviljad ansökan. Svensk Turism AB ska utföra uppdraget att etablera och bygga upp en samverkansarena för svensk besöksnäring, i enlighet med den plan som har presenterats. För att leda arbete har Svensk Turism AB anlitat en extern konsult, Ola Lindgren Nilsson som projektledare som jämte Svensk Turisms ordförande Susanne Andersson Pripp och Linn Uggerud (anställd på Svensk Turism AB) planerar, genomför och rapporterar aktiviteter och insatser enligt plan. Uppdraget ska avslutas i maj 2021. En styrgrupp är tillsatt och består av företrädare för Svensk Turism AB och Tillväxtverket. Styrgruppens ordförande är Susanne Andersson Pripp, ordförande i Svensk Turism AB.

10. Vad har Ola för bakgrund och kompetenser som gör honom lämpad att projektleda samverkansarenan?

Ola Lindgren Nilsson är anlitad som konsult för att leda detta arbete, på uppdrag av Svensk Turism. Ola har genom sina 15 år inom hotell, restaurang och turism både i

Svensk Turism AB

Sverige och utomlands en bred bakgrund från besöksnäringen. Ola är idag VD för ”STUA- utvecklar besöksnäringen!” och styrelseledamot i Svensk Turism AB på ett mandat för Regionala nätverket för turism (Sveriges 21 regionala turism-organisationer). Han har goda kunskaper om och erfarenheter av hur den svenska besöksnäringen är uppbyggd och fungerar, lokalt-, regionalt och nationellt och har ett brett kontaktnät i besöksnäringen vilket gör Ola till en lämplig utförare av uppdraget.