

## **Hur ska Sverigeturismen bli lönsammare och större? Svaret är: Fler utländska turister.**

Men fortfarande är man inom svensk turism för dåliga på samarbete, ny teknik och besitter för litet kommersiellt tänk.

Att kлона de attraktioner, entreprenörer och personligheter som faktiskt lyckats attrahera utländska turister vore förstås snabbaste lösningen: Kopior av Dan Björk och Yngve Bergqvist på ICEHOTEL, kongressveteranen Bengt Klaesson, Strömmas Jan Larsen och Skistars Mats Årjes och Elby Kwok Drewsen på Lotus Travels incomingbolag –som lyckas bearbeta marknaden för att få fler turister och möten till Sverige och som skapat framgångsrika och större företag.

Men det behövs många fler. Förra året omsatte den svenska turistnäringen ca 215 miljarder SEK och sysselsatte ca 152 000 medarbetare. Men trots att det är en tillväxtbransch, så är det för få nya aktörer och lönsamma företag. Ett antal hotell i storstäder är och har varit lönsamma, men så har det varit hög konjunktur .

Under tjugo års tid har de internationella spelare, framför allt inom chartern och resebyråvärlden, köpt på sig svenska företag. Men det har inte genererat så många nya jobb eller affärer för näringen i Sverige, eftersom dessa företag är fokuserade på att flyga svenskar till utlandet. Var har vi den inkommande turismens svar på Ving eller Carlson Wagonlit? Och vad är det som säger att inte starka varumärken som Fritidsresor och Resfeber och andra med dem i framtiden kan tänkas vilja paketera exklusiva aktiviteter i Sverige som ekoturism, fiske, cykel- och kanotresor som kan säljas på den utländska marknaden? Hos dem finns en proffsighet som svenska turistföretag har mycket att lära av.

Men tillbaka till kloningen. Den må vara en utopisk dröm, men det är definitivt inte benchmarking. Att benchmarka ICEHOTEL och andra företag som verkligen genererar affärer från utlandet är viktigt för att skapa en större och lönsammare Sverigeturism. Maximalt utnyttjande av de nya digitala strukturerna, fokus på turistprodukter som det går att ta betalt för och inte minst samling i stället för splittring måste prioriteras. Här några konkreta förslag:

\* Avgränsa turismfrågorna finansiellt och organisatoriskt till två departement, näringsdepartementet och UD (utrikeshandeln). Idag finns turistfrågor inom fem-sex departement och ingenting rejält händer ...

\* Slå ihop och samordna branschorganisationerna. Vi behöver starka förebilder och en organisation som företräder branschen när det gäller icke-kommersiella frågor. Svensk Turism, RTS, SRF, FRA, RIS – det är för splittrat och försvårar möjligheterna att göra sig hörd i informationsbruset.

\* Vi har en hög it-mognad, men det syns inte i turist-Sverige. Det är för många informations sajter och för få bokningsbara tjänster och produkter. Kunden som går in på svensk turistsajt måste kunna göra en bokning inom ”tre klick”. Vi måste kunna sälja, boka, betala och leverera tjänster på nätet och delta aktivt i utvecklingen inom IT, telecom och media. Även Visit Swedens hemsida borde vara mer av en kommersiell marknadsplats med bokningsbara produkter som transportbiljetter, böcker, evenemang via partners.

\* Mer fokus på e-handel, internet och pris- och servicekunskap på turistutbildningarna på högskolor och KY-utbildningar. Idag är programmen och kompetensen bland utbildarna för mossiga...

Näringen måste också hitta bättre metoder för att mäta värde och lönsamhet. Det krävs för att locka fler attraktioner och evenemang hit och för att minska branschens osynlighet. När detaljhandeln omsätter 12 miljarder på e-handel blir det stora rubriker i media. Resebranschen

omsätter cirka 15 miljarder enligt mina beräkningar, men de syns inte i media för att tjänsterna är så svåra att mäta... och det finns inga starka avsändare.

Så kontentan: Det är viktigt med nya inomingföretag och gamla proffsiga aktörer och basen för framgång är de företag som säljer kunskap, tid och lierar sig med rätt teknik, genererar lönsamhet och därmed säkerställer jobben i framtiden.

Peter Hellman reseanalytiker

[www.merawebb.se](http://www.merawebb.se)