

Næringskomiteen
naering@stortinget.no

Vår dato:

04.04.2017

Høring: Meld.St.19 (2016-2017) Opplev Norge – unikt og eventyrlig

1.1 Innledning

NHO Reiseliv er svært tilfreds med at reiselivsmeldingen er fremlagt. Å få en egen melding om reiselivsnæringen har vært NHO Reiselivs hovedsak de siste årene, og vi er lyttet til. Timingene er riktige; Norge trenger arbeidsplasser, reiselivet har størst sysselsettingsvekst av alle private næringer og nå kan alle partier på Stortinget bidra til at fremtidsmulighetene realiseres over hele Norge, i alle landets fylker. NHO Reiseliv vil involvere bedrifter og stortingspolitikere i alle fylker til å utforme konkrete oppfølgingsforslag til meldingen.

Meldingen berører et bredt sett med temaer som næringen har etterlyst, og gir et godt grunnlag for ytterligere konkretisering av tiltak i dialog med Regjering og Storting. NHO Reiseliv peker på at Innovasjon Norge basert på meldingen legger frem en egen strategi 24. april som konkretiserer tiltak innenfor deres ansvarsområde for internasjonal markedsføring, slik at den også er kjent under Stortingsbehandlingen.

Næringen sysselsetter rundt 160.000 ansatte (nærmere 9 pst av sysselsettingen). Dette er flere enn landbruk, oppdrett og oljeutvinning til sammen (s.18 i meldingen). Som sysselsettingsmotor for privat sektor i en tid med robotisering, automatisering og arbeidsplasser som bortfaller, har næringen økende betydning over hele landet. Skatteinntekter fra alle ansatte i reiselivsnæringen og fra bedriftene er en viktig bærebjelke for kommuner landet rundt. I tillegg har det stor verdi for den enkelte å ha en jobb og være inkludert i samfunnet. Samtidig har en av tre hoteller underskudd, og næringen trenger en periode med høyere inntekter og lavere kostnader for å skape trygge arbeidsplasser. Lokal eiendomsskatt og formuesskatt er skatter som må betales enten bedriften har overskudd eller underskudd, og er særlig problematiske for bedrifter med underskudd eller marginale overskudd.

1.2 Hovedpunktene i meldingen

- NHO Reiseliv støtter *reduksjoner i formuesskatt og senket selskapskatt*. Vi er også enig med meldingen om at i en næring med pressede marginer, så er det viktig med *ingen nye skatter* (turistskatt).

- Veiledningen fra Forskningsrådet og Innovasjon Norge mht *forsknings og omstillingsmidler* til tjenestesektoren og reiseliv må tilpasses tjenestebedriftene. Det bør lages egne workshops med bransjen for å etterse at midlene er mulig å anvende for reiselivet. Disse workshopene må inkludere både store og små aktører.

- Næringen fremhever både økonomiske og tidsmessige kostnader som følge av byråkratiske ordninger. Særlig kostnader knyttet til *tilsynsøvelsen* fra 18 tilsyn nevnes som en av reiselivsnæringens aller største utfordringer. Altfor mye av bedriftens tid går med til å betjene tilsyn. Det er avgjørende at digitalisering av alle tilsyn, gode digitale sjekklister for hva som skal være på plass, og digital tilbakemelding fra bedriftene må utarbeides. Likeså må de ulike tilsynene koordineres seg imellom slik at tilsynsbesøkene blir fordelt ut over hele året og ikke alle samtidig. Tilsynskulturen må endres slik at tilsynet veileder fremfor å kun kontrollere. Tilsynene må prioritere de som systematisk bryter loven, og bedrifter som viser god etterlevelse av regelverket bør kontrolleres sjeldnere. En risikobasert tilnærming til tilsyn må innebære en form for gradering av bedriftene i henhold til risiko. Det innebærer at tilsynet i større grad må sammenligne virksomhetene med hverandre og gjøre en vurdering av hvem som skal få tilsyn. Risikovurderingen må gjøres tilgjengelig for andre tilsyn, slik at ikke alle tilsyn må gjøre samme vurdering. Dette forutsetter gode digitale verktøy som muliggjør informasjonsdeling mellom tilsynene.

- Næringen støtter økt oppmerksomhet om *bærekraft og grønt skifte*, og støtter arbeidet med å lage gode kriterier for bærekraftige destinasjoner gjennom en frivillig sertifiseringsordning som også er tilpasset storbyene, og kan bli en nordisk norm. Næringen ønsker å styrke dagens støtteordninger (spillemiddelordningen) til frivillige organisasjoner som utfører merking av stier og løyper for ferdsel i naturen. Dette er den klart mest kostnadseffektive måten å kanalisere ferdsel på som også gir minst mulig slitasje på naturen. Ordningen med statlig midler til Nasjonale Turstier der ferdselen er så stor at den ikke kan tilrettelegges med lokale midler er viktig at opprettholdes og styrkes.

- Næringen støtter bedre *samordning* lokalt av ulike fellesgodefinansieringsordninger, og viser til at dette allerede skjer mange steder. Kommunene har ansvar for regulering av parkeringsplasser, toalett-tilbud og camping-fasiliteter, basert på brukerbetaling. Kommune og stat har et felles ansvar for å bidra til frivillige organisasjoner og lokale initiativ for lokale løypemerking og tilrettelagt ferdsel gjennom sentrale og lokale spillemidler, samt spleiselag i kommunen, løypeforeninger og frivilligheten.

- Et samarbeidsråd for kultur og reiseliv kan styrke utvikling av gode opplevelsesprodukter, og en nasjonal kulturkalender for festivaler, events og idrettsarrangementer med stor tiltrekningskraft vil øke interessen for opplevelser i hele Norge. Næringen støtter ambisjonen om å utarbeide en strategi for kultur og reiseliv.

- *Profilingen* av Norge som reisemål må styrkes, og næringen støtter at primæroppgaven for markedsføringsmidlene i Innovasjon Norge er målrettet markedsføring for å få flere til å reise til og i Norge. En større del av midlene må benyttes mer målrettet til dette, og næring støtter at markedsføringsmidlenes effekt evalueres med involvering av reiselivsnæringen for å sikre at primæroppgaven er oppfylt.

- Det er positivt at Regjeringen viderefører en særskilt *forskning* på reiseliv, utfra behov definert av næringen selv. Reisepol er et godt eksempel på forskningsprosjekt initiert av næringen som har frembrakt viktig kunnskap om bransjen og mulighetene.

2. Utvikling i næringen

Antall *hotellrom har doblet seg* på 20 år og er i 2016 ca. 85.000 rom. Dette tallet inkluderer ikke den økende veksten av rom formidlet gjennom digitale plattformer som Airbnb. For å få korrekte tall for næringen og dermed lage gode planer for fremtiden, må offentlig statistikk bedres. SSB er hovedleverandør, og næringen støtter meldingens formulering om at statistikkgrunlaget for norsk reiseliv må utvides. Likeså må det offentlige, gjerne Innovasjon Norge, etterspørre stordata (big data) fra tele- og korttransaksjonleverandørene, slik at man kjenner døgn- dag- og sesongbevegelser hos gjester. Dette bør ikke løses på bedriftsnivå, men sees samlet for nasjonen av en offentlig aktør.

I tillegg til alle de om lag 160.000 ansatte som arbeider i næringen, kommer aktiviteten knyttet til ca. 500.000 hytter som utgjør en stor del av reiselivsnæringen, samt 430.000 Airbnb gjester i 2016 (kilde: Delingsøkonomiutvalget), der hver i snitt bor 3 netter (det vil si til sammen 1,3 mill.gjestedøgn). Næringen understreker at Delingsøkonomiutvalgets forslag om plikt til *statistikkrapportering og skatterapportering* fra digitale plattformsselskaper som Airbnb, er avgjørende både for å få korrekt statistikk for planleggingsformål, og for å få rettferdige rammevilkår for de som lever av kommersielt salg av overnattinger. Det haster å følge opp med konkret regelverk og pålegg, da veksten i segmentet er svært høy. I Bergen anslås det at i 2017 vil være 6000 hotellrom, og det finnes allerede 2000 Airbnb utleiere. Dette bekrefter at verdens største "hotellkjede" i dag er utenfor både reiselivsstatistikken og kontroll av at skatteregler overholdes.

Stadig mer av bookingen til europeisk reiseliv skjer gjennom såkalte Online Travel Agents (OTA). Her dominerer noen få aktører markedet og har tilnærmet monopol på trafikken. Det betyr at de kan diktere provisjonsprosenten som i mange tilfeller fjerner lønnsomheten til tilbyderne av små og store hotelltjenester i hele Europa. Temaet har høy prioritet i den europeiske reiselivsbransjen, men EU har fortsatt ikke lykkes bekjempe problemet tilstrekkelig selv om mange enkeltland har rettsavgjørelser eller lover som begrenser OTA'enes makt over enkelthotellene. (Dette er særlig knyttet til "rate parity"-klausulen, der OTA'ene prøver nekte enkelthoteller selv å fastsette billigste pris på sitt hotellrom når dette selges utenom OTA'ene.) Norske konkurransemyndigheter har fulgt utviklingen av reguleringen (både på nasjonalt og EU-nivå) av dette markedet i Europa, og kjenner således til at andre lands konkurransemyndigheter har gjort flere grep opp mot disse aktørene. Nå må også norske konkurransemyndigheter ta tak i disse utfordringene i Norge.

Videre er det svært viktig at norske og nordiske hotellkjeder og flyselskaper får jobbe med økt direkte booking gjennom egne bookingkanaler og medlemskort, slik at mer av verdiskapingen blir igjen lokalt. Begrensinger på kredittkortmisbruk som nå utredes i justis/finansdepartementet må ikke utformes slik at de rammer lojalitetsprogrammene til norske og nordiske reiselivsaktører.

Cruise-trafikken møtes med økt lokalt engasjement for å tilpasse den til kommunens og innbyggernes behov. Visit Bergen og Bergen kommunes cruise strategi er et godt eksempel der også Enovas støtteordninger for etablering av landstøm kan være relevant. Flere mindre kommuner setter tak for anløp (antall skip eller antall passasjerer) knyttet til destinasjonens

bærekraft. Nærmere 700.000 cruisepassasjerer i 2016 krever at hver enkelt kommune drøfter og vedtar hva som er riktig volum for sin destinasjon. Næringen ønsker ikke et sentralt regelverk for dette, men at dette behandles og løses på kommunalt nivå.

Verdiskapingen i næringen kan aldri bli den samme som for helautomatiserte bransjer med et minimum av ansatte. Reiselivsnæringen er arbeidsintensiv med personlig service og vertskap som en vesentlig faktor, og næringens samfunnsbidrag er derfor særlig rollen som sysselsetter, samt skatteinntekter gjennom næringens ansatte i tillegg til skattebidrag fra bedriftene. Til tross for dette viste Menon-rapporten at norsk overnattings- og serveringsbransje er Europas mest produktive, ikke minst grunnet høyt nivå på digitalisering og moderne it-løsninger.

Næringens lønnsomhet og verdiskaping vil øke betydelig om man får flere besøk gjennom hele året slik at hver destinasjon får *mer helårsdrift*. Både markedsføring og produktutvikling må tilpasses dette. Samtidig må det være greit at noen destinasjoner har ferie/stengt i des-feb, mens andre destinasjoner har mai som feriemåned for bedriftene. Reiselivet er basert på at det jobbes når andre har fri; på kvelder, i helger og i ferier, og kan aldri bli en 8-16 næring som følger det norske skoleåret. Det betyr at bedriftene må kunne jobbe mye når kunden er der, og ta fri til andre tider. *Arbeidsmiljøloven* må tilpasses dette. Konkret betyr dette at rammene for gjennomsnittsberegning av arbeidstiden må være tilstrekkelig vide og at reglene om søndagsarbeid må mykes opp ytterligere. Sammen med kostnader ved tilsynsutøvelse er mer fleksibilitet i arbeidsmiljøloven de to viktigste sakene for reiselivs-bedriftene.

3. Gjestefokus i besøksnæring – og økt samarbeid.

Internasjonalt er begrepet turist i ferd med å avvikles. De besøkende vil i større grad inngå i det lokale livet, og ikke kalles turister. *Gjesteindustrien eller besøksindustrien* blir mer brukt. Besøkende er opptatt av ekte og unike opplevelser som lokalbefolkningen selv bruker.

For å skape gode destinasjoner må det utvikles gode produkter for følgende fire hovedgrupper: gjester som er fastboende og ofte kan gi verdifulle inntekter i lavsesongene, forretningsgjester, kongress-/arrangementsgjester, og feriegjester. Reiselivsaktørene jobber målrettet for å tiltrekke seg store konferanser eller årlige arrangementer, gjerne til andre tider enn når feriegjestene er i flertall. Samspillet mellom de *fire gjestegruppene* gir best resultat for helårsarbeidsplasser, og må sammen med målrettet markedsføring av nye sesonger bidra til helårsaktivitet. (Norsk jul, nordlys, høststorm, bryllupssesong og sykkelløyper på skisteder om sommeren er gode eksempler.) Internasjonal *markedsføring av sesonger med uforløst potensial i Norge* er viktig for å ta vår andel av den internasjonale veksten, og vil bidra til løfte presset fra tider og steder som allerede er fullbooket.

Historiske bymiljøer, kultur, natur, arrangementsturisme, god mat og drikke med lokale råvarer, festivaler og sjømat gir alle grunnlag for unike norske reiselivsprodukter. I tillegg er allemannsretten særnorsk og gir en unik tilgang til uberørt natur, rent vann og ren luft for alle. En digital hverdag og gode destinasjonsselskaper har muliggjort utvikling av *helhetlige opplevelser*, og her er samarbeidet bare i startgroppen med stort fremtidig utviklingspotensial. Kobling av linker mellom ulike aktører på nettet og digital pakking av sammensatte opplevelser har muliggjort

samarbeid på kostnadseffektive måter. Nye samarbeidsformer og fora i bransjen oppstår, og vilje til praktisk samarbeid er positiv og voksende.

4. Digitalisering og samferdsel

Digitalisering av offentlige kontorer for å lette kommunikasjonen med et digitalt reiseliv og det offentlige er avgjørende for produktiviteten til bransjen. Altinn-lignende systemer må utvikles i alle deler av offentlig forvaltning for å sikre rask og effektiv dialog og rapportering til det offentlige. En ineffektiv og papirbasert offentlig sektor er et vesentlig hinder for produktivitetsøkning i næringslivet.

De besøkende må kunne orientere seg selv gjennom digitale løsninger, apper og oversetterprogrammer. Stadig flere reiser som individuelt reisende, og er avhengig av *4g dekning i hele Norge* for å kunne benytte det norske reiselivstilbudet. Det er et offentlig ansvar å sikre at alle reiselivsbedrifter har god nettdekning, dette er sentral offentlig infrastruktur like viktig som strøm og vann. Norge er kåret som nest best i Europa på 4G dekning. Målet må være førsteplassen. Vårt langstrakte land med store avstander gjør det viktigere for oss enn noe annet land i Europa at reiselivsbedriftene kan nås digitalt, noe som forsterkes av veksten i digitale betalingsløsninger. For reiselivet er det viktig at enkeltbedrifter kan velge å avstå fra å ta imot kontanter. Giro, vipps, mobilbetaling, kort mm muliggjør dette og ivaretar samtidig kundens behov til flere alternative oppgjørsformer.

Gardermoen er hovedinnfallsporten for alle norske destinasjoner, og det er avgjørende med god og effektiv trafikk inn til landet. NSB og fergeforbindelsene til Europa må tilsvarende gi rammebetingelser for å håndtere økende innkommende trafikk. *Passkontroll, gjennomgående bagasjehåndtering, og rask ekspedering av visumsøknader* er offentlige tjenester som ikke kan tillates å være flaskehals for besøksnæringen. Det hjelper lite med økt markedsføring hvis ikke det offentlige sikrer effektiv håndtering av sine monopoloppgaver. Særlig passkontrollen på Gardemoen må løses teknologisk og ressursmessig uten at profesjonskamp hindrer reiselivsnæringens lønnsomhet og fremtidige arbeidsplasser.

Over hele landet må det finnes flyplasser som er store nok til å kunne ta imot charterfly og dermed gir grunnlag for aktiviteter fra mer enn ett flyselskap. Ny hovedflyplass på Helgeland og i Lofoten er viktig.

En *ny reiselivs-app* med alle rutetider for busser og ferger over hele Norge er avgjørende for besøkendes evne til å bevege seg rundt i landet, og det haster å få denne løsningen på plass. Likeså er det viktig at *fylkeskommunens anbudsinvitasjoner* for ferge- og bussruter plikter å vektlegge turisttrafikk sammen med lokaltrafikk, slik at vi ikke får uakseptable køer i turistsesongen basert på dårlig anbudsgrunnlag. Dette må det utarbeides konkrete føringer på fra statlige myndigheter.

5. Utdanning og kompetanse.

En av tre ansatte av alle ansatte i overnatting og servering er under 24 år. Reiseliv er en ungdomsnæring, er en inngang til arbeidslivet for mange og har som en sosial og menneskeorientert næring appell til mange. Næringen er internasjonal og ansetter mange med ulik kulturell bakgrunn. Hotell- og restaurantbransjen melder om at tilgangen til ungdom som søker jobber i reiselivet er vesentlig enklere i byene. Dette er i tråd med tilbakemeldingene fra varehandelen. I mindre kommuner med færre varierte arbeidsplasser er utfordringene større for å rekruttere fagutdannet personell, på lik linje med det andre næringer og offentlige etater opplever. Gode og varierte destinasjoner og arbeidsregioner er viktig for rekrutteringen av unge og nye arbeidstagere.

Reiselivsnæringen rekrutterer mye bredere kompetanse enn tidligere. Økt digitalisering, flere store konserner, økt profesjonalisering, bedre samarbeid og organisering av mindre aktører, mer profesjonelle destinasjonsselskaper og fremveksten av nye opplevelser er noe av forklaringen. Næringen rekrutterer så vel webdesignere og økonomer som marinejegere og naturguider.

Samtidig er det et stort behov for *yrkeskompetanse i restaurant og matfag*. Søknaden til yrkesfagene varierer fra skole til skole og landsdel til landsdel. For reiselivet er det viktig at fylkeskommunene lokaliserer kokk- og servitørfagene til byer og destinasjoner med at aktivt reiseliv med hotell- og restaurantbedrifter, da dette øker praksismuligheten for elevene og bidrar til å gjøre linjevalget mer attraktivt. Dette vil kunne bidra til økte søkertall.

Vennlig hilsen
NHO Reiseliv



Kristin Krohn Devold
Administrerende direktør



Ingjerd Sælid Gilhus
Næringspolitisk fagsjef



Ole Michael Bjørndal
Politisk rådgiver