

Landbruks- og matdepartementet  
postmottak@lmd.dep.no

Vår dato:

14.09.2016

## **Innspill til strategi for landbruksbasert reiseliv**

NHO Reiseliv viser til invitasjon fra Landbruks- og matdepartementet om innspill til strategien for landbruksbasert reiseliv som nå skal lages, som en oppfølging av Meld.St.31(2014-2015) Garden som ressurs – marknaden som mål.

### **Bakgrunn**

Alle tall så langt tyder på at norsk reiseliv kan legge bak seg nok en rekordsommer. Så langt i år (t.o.m. juli) har Norge hatt en vekst på 9 % av utenlandske gjestedøgn, og det norske markedet holder seg stabilt. I en tid hvor andre næringer nedbemanner, så vokser reiselivsnæringen. Norsk reiseliv er en sysselsettingsmotor, og har en høy andel av både unge og de med utenlandsk bakgrunn. I tillegg til en gunstig kronekurs skjer mye av veksten i norsk reiseliv på grunn av bevisst og målrettet produktutvikling og en spisset markedsføring, gjennom å ta i bruk det teknologiske skifte.

I stadig større grad velges destinasjon basert på hvilke opplevelser som tilbys. I Norge har opplevelsesbedriftene hatt en tredobling i verdiskaping i løpet av de siste ti årene. De mest etterspurte opplevelsene i Norge, er tilknyttet naturen. Dette er også det som markedsføres. Det landbruksbaserte reiselivet er en sentral del av dette.

### **Landbruksbaserte reiselivet er en del av det totale reiselivet**

Det landbruksbaserte reiselivet må utvikles sammen med det norske reiselivet, og ikke på siden. Det er viktig at strategien utvikles tett opptil stortingsmeldingen om reiselivsnæringen, som skal komme før jul. NHO Reiseliv har hatt syv overordnede innspill til reiselivsmeldingen, og disse er også gjeldene for innspillene til strategien til det landbruksbaserte reiselivet.

### **1.En reiselivspolitik tilpasset en digital nåtid og fremtid**

Hele samfunnet er i sterk endring, der digitalisering og automatisering foregår i de fleste bransjer. Tjenestesektoren, som reiseliv, ikt- og banknæringen er sterkt berørt, og nye reiselivstjenester er i vekst. Produktivitetsøkninger i reiseliv de siste årene skyldes i første rekke digitaliseringsutviklingen. Fokus på produktivitet, som i Produktivitets-utvalget, vil forsterke behovet for tempo i digitaliseringen av hele samfunnet.

- Det offentlige har et tilretteleggingsansvar som en primær oppgave, med utbygging av infrastruktur som gir wifi overalt. Wifi er en like sentral offentlig primær oppgave som tidligere tiders vann- og strøm-forsyning til hele landet.
- Det offentlige har ansvaret for selv å digitalisere alle sine tjenester som næringslivet er sterkt avhengig av; søknads-skjemaer, godkjenninger i alle kommuner og på alle områder, i digitalisert form på Alltinn e.l. I dag bruker reiselivsbedriftene, med i gjennomsnitt 5-10 ansatte, altfor mye tid på tungvint og lovpålagt kommunikasjon på gammeldags vis knyttet til søknader, bevilgninger, godkjenninger med offentlige myndigheter.
- Alle pålagte kurs mm må kunne tas som e-learning slik at små reiselivsbedrifter ikke må sende ansatte langt bort fra daglig drift med unødig tidsbruk og kostnader.
- Nye betalingsordninger må tillates tatt i bruk som overflødiggjør kontantbruk, både mobilbetaling, kortbruk, cashless-systemer og en rekke digitale ordninger som gir enkel og trygg overføring av midler og sparer næringsdrivende for store kontanthåndteringskostnader i et samfunn der færre og færre banker har kontanthåndtering som tjeneste for sine næringskunder. Den enkelte reiselivsbedrift må selv kunne velge å si nei takk til kontanter.

## **2. Offentlige virkemidler tilpasset tjenestesektoren og reiseliv**

Generelle offentlige virkemidler som forsknings og utviklingsmidler fra Forskningsrådet og midler fra Innovasjon Norge må tilpasses tjeneste- og reiselivssektorens utviklings og innovasjonsprosjekter. Disse skiller seg på flere områder fra prosessene i tradisjonelle utviklingsprosjekter i industrien, jfr. NHH senter for tjenesteinnovasjon.

## **3. Den særskilte markedsføringsordningen for reiseliv må rendyrkes, styrkes og utredes omorganisert**

I et Innovasjon Norge som tydelig fronter næringsnøytralitet, har reiselivsnæringens markedsføringsordning en mindre logisk plassering enn tidligere. Ordningen eksisterer fordi reiselivsnæringen skiller seg tydelig fra andre eksport-næringer på ett område; vi kan ikke sende produktet ut til kunden, kunden må komme til oss. Å markedsføre nasjonen Norge er derfor et offentlig ansvar, mens bedriftene markedsfører seg selv.

Menon har på oppdrag fra næringsministeren laget en utredning hvor man ser på den eksisterende ordningen og skisser ulike modeller for hvordan de kan utvikles. Denne ble overlevert næringsministeren juni 2016. Reiselivsmeldingen vil omhandle dette.

## **4. Tilsynsveldet må få en veiledningskultur og samarbeidsholdning**

Effektivitet og produktivitet i det norske samfunn er basert på tillitt. Norge skårer høyest på det internasjonale tillitsbarometeret, gjort av World Value Survey. Tillitt er en forutsetning for verdiskaping, skapertrang, endringsvilje, skattevilje og velferd. Mangel på tillitt er et betydelig hinder for det samme. I dag er det store mylder av offentlige tilsyn som utvikles i Norge i sterk ubalanse til bedriftenes tid og ressurser for å tilfredsstille disse, og utviklingen er i ferd med å ødelegge en sentral verdi i norsk verdiskaping. I et samfunn der flere skal kontrollere enn de som skal produsere og betjene kunden, stopper mye opp og tillitt mellom næringsdrivende og det offentlige brytes ned. Når reiselivsbedrifter på 5-10 ansatte opplever at 4 tilsyn kommer på besøk

på en uke, og legger beslag på ledelse og ansattes viktige tid med kundene, gjerne i høysesong, og oppførselen er kritisk og respektløs, og alle funn går rett til media før klagebehandling eller tid til oppretting av mangler er gjennomført, da er tillitten brutt.

- Det er et hovedansvar for Næringsdepartementet som koordineringsdepartement for næringslivet og reiselivet, å gjenskape en tillitskultur mellom de offentlige tilsynene og næringsdrivende, basert på vellykket veiledning som norm og suksess-indikator, ikke det å finne flest mulig feil og henge ut enkeltbedrifter i media. Tilsynsveldet er et særlig problem for reiselivet, for de våre små bedrifter er berørt av så mange av dem at de hemmer skapertrang og næringsutvikling. Skjenketilsyn, Mattilsyn, Personallistetilsyn og Arbeidstilsyn er en særlig utfordring for reiselivsbransjen, og det må nye politiske føringer til fra toppen for å endre holdninger og skape positiv veiledningskultur i tilsynene.

### **5.Næringen må unngå nye skatter og avgifter som hemmer fremtidig vekst, nyskaping og konkurranseevne**

Scheel-utvalget har foreslått kraftig økning i moms på overnatting (hotell-momsen). Regjeringen må si et klart nei til forslaget som vil ramme vår mulighet til å ta en andel av den økte internasjonale reiselivs-veksten. Den særnorske skatten på norsk eierskap av norske bedrifter, formuesskatten bør fjernes i tråd med Regjeringens løfter. Reiselivet er eid av mange små bedrifter med høye kapitalutgifter til bygninger og lokaler, og så vel formueskatt som eiendomsskatt rammer reiselivet hardere enn mange andre bransjer. I tillegg straffes kokkekunst og sunn mat gjennom serveringsmomsen, der "takeaway"-bransjen og "bensinstasjon"-mat slipper unna med lavere sats. En felles momssats sikrer like konkurransevilkår for god kokkelaget mat basert på sunne norske råvarer med mer usunn kioskmatt, og kan styrke en viktig internasjonal mat-trend i reiselivet.

- Reiselivets internasjonale konkurranseevne avhenger av kostnadsnivået. Nye "turistskatter" vil være en særskatt på den reisende og bør ikke utredes, og det bør fortsatt føres en politikk for å sikre en konkurransedyktig lav kronekurs.

### **6.Arbeidsmiljølov og regelverk tilpasset reiselivets virkelighet**

Et moderne reiseliv må tilpasses sesongsvingninger og bedriftenes behov for å jobbe når kundene er der. I reiselivet er det sesongene som er "attraktive", noen aktiviteter er forbeholdt vinteren, andre sommeren eller høsten. Her kan det også være store variasjoner fra landsdel til landsdel. Vår bransje har derfor behov for stor fleksibilitet i organiseringen av arbeidet, og mange arbeidstagere tiltrekkes nettopp av anledningen til å kunne jobbe mye i perioder, for så å ta det mer rolig i andre. Ikke alle ønsker en 8-16 jobb, og reiselivsgjestene er der tvert imot når andre bransjer har stengt, etter 1600, i helger og i ferier. Nordlyset sees best om natten, midnattssolen likeså.

- Reiselivet er fornøyd med at Arbeidsmiljøloven er noe oppmyket, men det er behov for å gå videre i samme retning. Vi aksepterer at det er en maksimumsgrense for overtid på årsbasis, men mener fleksibiliteten gjennom året må være større. Det blir meningsløst når preppemaskinene i alpinsentrene ikke kan preppe natt til søndag i høysesongen fordi

kvoten på søndagsjobbing er oppbrukt. Skisesongen er kort, og lør/søn er viktigste dager for kundene.

- Godkjenning av ID-bevis mm for sesongansatte må praktiseres gjennom digitale løsninger, eller at myndighetene kan stille ute på de viktigste destinasjonene. I dag må ledelsen i enkelte reiselivsbedrifter reise 36 mil med den ansatte for å få bekreftet gyldig ID. Godkjenningskrav fra det offentlige må tilpasses reiselivsbedriftenes virkelighet og åpningstider, ikke motsatt.

## **7.Effektiv transport med fly, buss, ferge og tog er en offentlig primæroppgave**

Effektiv transport inn til Norge og mellom viktige norske destinasjoner er et myndighetsansvar. At den reisende har tilstrekkelig antall flyruter og kostnadseffektive konkurransedyktige flyplasser for inngående trafikk er avgjørende. På ruter med mer en ett flyselskap er prisene betydelig lavere enn på monopolstrekninger. Konkurransen må stimuleres.

- Likeså må langruter for busser og hurtigbåter være et nasjonalt ansvar, da dagens konsesjonsmakt i fylkeskommunene hemmer langruter på tvers av flere fylker. Langbussrutene mellom våre største byer passerer mange fylker, og det er dag stor frustrasjon for reiselivsbedriftene hvordan disse sub-optimaliseres for det enkelte fylke istedenfor å optimalisere selve transportstrekningen.
- Konsesjonene må også tilpasses volumer for feriereisende, ikke bare fastboende. Destinasjoner med svært få fastboende og mange sesongturister får ikke tilpasset tilbudet til det reelle behovet for buss/ferge-ruter, da kriteriet for tildeling er antall fastboende.
- Alle rutetider må finnes på app, og konsesjonene må betinge rutetider ett år frem slik at reiselivsplanlegging er mulig.

Vennlig hilsen  
NHO Reiseliv



Kristin Krohn Devold  
Administrerende direktør



Dagny Margrethe Øren  
Bransjeansvarlig