

Stortingets næringskomité

Vår dato:

11.10.2022

Deres dato:

11.10.2022

## NHO Reiselivs hørings svar på forslaget til statsbudsjett – kapitler fordelt til næringskomiteen

Vi takker for muligheten til å komme med innspill til neste års næringsbudsjett. NHO Reiseliv er den største arbeidsgiver- og næringsorganisasjonen for reiselivet i Norge med over 3 700 medlemsbedrifter. Vi er tilknyttet Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) som er den største interesseorganisasjonen i Norge, og vi arbeider for å sikre våre medlemmer arbeidsvilkår og utviklingsmuligheter som styrker reiselivsnæringen, slik at man legger best mulig til rette for økt lønnsomhet og sunn vekst for våre medlemmer.

Med dette notatet ønsker vi å gjøre komiteen oppmerksom på mulighetene som ligger i en satsing på markedsføringen av Norge som reisemål og reiselivets naturlige del i den ønskede økningen av eksport fra fastlands-Norge, og hvorfor en økning i markedsføringsmidlene til Visit Norway ikke direkte bidrar til inflasjon.

### Kap 2421, post 74: Det er nå Norge bør satse på å treffe de ønskede turistene

NHO Reiseliv ønsker at kuttet i 2020-budsjettet reverseres, det vil si minimum en økning på 50 millioner til 234 millioner. Det er mange grunner til at 2023 burde bli det året hvor vi igjen øker trykket med profilering av Norge som reisemål – blant annet viser to nasjonale strategier og en ekstern rapport om fremtidsnæringene at tjenester og reiseliv har et område med stort potensiale for vekst:

#### 1. Eksportreformen - Hele Norge eksporterer

Skal Norge øke fastlandseksporten med 50 % som er det uttalte målet til regjeringen, må eksport av tjenester ta hoveddelen av økningen. Forbrukertrendene tilsier også at det er opplevelser og ikke gjenstander som folk ønsker å bruke sine penger på nå, både på grunn av eget klimaregnskap og egne prioriteringer. Det gir lite mening å satse på eksport og nye virkemidler og så ikke satse på de virkemidlene man allerede har, som fungerer godt, slik som Visit Norway og deres profileringskampanjer.

#### 2. Reiselivsstrategien – sterke inntrykk med små avtrykk

Reiselivsstrategien, som ble lagt frem midt i pandemien som hadde rammet reiselivet hardt, trekker frem de viktige mulighetene som Norge kan gripe nå.

Reiseliv var før koronapandemien Norges 5. største eksportnæring, men Norge som destinasjon for internasjonale besøkende har fortsatt et uforløst potensial, og Menon Economics beregnet i 2020 et eksportpotensial for nye 20 milliarder kroner etter pandemien og fram mot 2030.

#### 3. McKinseys rapport - Norge i morgen

Konsultentselskapet McKinsey trekker i sin rapport fra 2021 frem turisme som en av 10 mulighetsnæringer med stort potensiale for vekst. De ser for seg at Norge bør bli verdens ledende land på bærekraftig høykvalitetsturisme. De skriver "Samtidig må vi bli mer bevisste på hvordan vi henvender oss til attraktive

målgrupper som er nysgjerrige på Norge som destinasjon. Dette for å heve prisnivået, og sikre at vi henter ut verdiskapingspotensialet i reiselivet på lik linje som våre nordiske naboer. For eksempel legger utenlandske turister i snitt igjen 50 prosent mer penger i Finland enn i Norge."

Den statlige bevilgningen til Innovasjon Norges reiselivsvirksomhet har blitt både reelt redusert over mange år og kuttet etter 2019, samtidig har reiselivet fått økt momssats og blitt stengt ned under pandemien. Det som trengs nå er å styrke Norges evne til å tiltrekke seg flere av de lønnsomme kundene som reiser lenger, langsommere og legger igjen flere penger. Norge har god plass til mange flere turister særlig i skuldresesongene. Ifølge SSB lå hotellbelegget i Norge i snitt på 55 % før pandemien og distriktene har større sesongsvingninger enn byene, med større behov for å markedsføre lavsesongene. Norge har som ambisjon å selge "Hele Norge, hele året". Mangel på satsing vanskeliggjør denne ambisjonen og gir heller makt rundt salg og profilering av Norge til store globale aktører innen online-booking og cruise, som ikke skatter til Norge og bidrar lite til sysselsettingsvekst.

Skal økningen i reiselivseksporten skje med de besøkende som blir lenge og har lavest klimaavtrykk, nemlig fra nærmarkedene i Europa, krever det at man i større grad retter markedsføringstrykket mot disse, og utvikler nye kampanjer som både viser frem Norge som et grønt og allsidig alternativ for deres reiser. Etter pandemien og med den uroen som er i Europa nå, er det viktig å bruke anledningen til å vise hvorfor Norge er et godt alternativ for dem nettopp nå.

Sett sammen mener vi disse tre rapportene tydelig viser potensialet som ligger i å få til en god økning av markedsføringsmidlene. Norges konkurransefortrinn som et land med behagelig sommerklima selv under hetebølger og et reisemål godt tilpasset den aldrende befolkningen med mulighet for å reise utenom de tradisjonelle sesongene. Markedsføringsmidlene skal i all hovedsak benyttes i de landene hvor de reisende befinner seg, de er en investering i fremtidige turister og vil derfor ikke direkte øke trykket i Norsk økonomi med en gang.

Næringskomiteen bør også være klar over den store negative effekten forslagene til skatteskjerpelser vil ha for reiselivsnæringen, særlig i distriktene. Budsjettet for 2022 og budsjettforslaget 2023 innebærer en reversering av de siste års økning av verdsettelsesrabatten. Rabatten er foreslått for 2023 ned til 20 %, samt en økning av satsen. Dette innebærer en stor skatteøkning for norskeide reiselivsbedrifter. Et lite, historisk hotell som er medlem i NHO Reiseliv får sammenliknet med 2021 doblet formuesskatten sin til over 300.000 kroner hvis forslaget for statsbudsjett for 2023 går igjennom. Dette vil i de kommende årene ha negativ effekt på nødvendig vedlikehold, nye investeringer, nye ansettelser eller nye konsepter. Etter en svært krevende pandemi tapte mange mye likviditet, og nå står disse midt oppe i en formidabel økning i både strømpriser og innkjøpspriser. Det er ikke rom for økte skatter hos disse nå. Mange reiselivsbedrifter må ta ut utbytte for å betale formuesskatten. Når oppjusteringsfaktoren for utbytteskatt også øker, blir skattesmellen dobbel.

Vennlig hilsen  
NHO Reiseliv