



HUSVAGNS & HUSBILS-
BRANSCHENS RIKSFÖRBUND

MOBILT BOENDE SOM BESÖKSINFRASTRUKTUR

Så kan platser, kommuner, destinationer, markägare och näringsliv välkomna besökare, styra flöden och skapa lokal nytta

FRÅN PARKERING TILL DESTINATIONSUTVECKLING

Campingplatser, ställplatser och andra lösningar för mobilt boende är inte bara ytor för parkering och övernattning. Rätt planerade blir de en strategisk del av destinationens besöksinfrastruktur – med potential att öka tillgängligheten, minska konflikter och göra besöket mer värdefullt för både gästen och platsen.

Kunskaps- och beslutsunderlag • september 2026

Husvagns- och Husbilsbranschens Riksförbund (HRF)

Innehåll

Rapporten följer besökarens resa – från reseanledning och behov till platsval, samverkan, genomförande och uppföljning.

1. Mobilt boende som möjlighet för platsen	3
2. Det börjar med reseanledningen	3
3. Vem är den mobila besökaren?	4
4. Samma besökare – olika beslutssituationer	4
5. Husvagnens och husbilens olika roller	5
6. Från övernattningsplats till besöksinfrastruktur	6
7. När besökskedjan fungerar ökar attraktiviteten	6
8. Styr besöksflöden och förebygg konflikter	7
9. Välj rätt lösning för rätt behov	7
10. Destinationschecken	9
11. Samverkan, ansvar och drift	10
12. Skapa och följ upp lokal nytta	11
13. Regler, säkerhet och hållbar lokalisering	12
14. Så kommer platsen igång	12
15. HRF:s utgångspunkt och fortsatta arbete	13
16. Källor och metod	13

1. Mobilt boende som möjlighet för platsen

Människor reser inte i första hand för att parkera eller övernatta. De reser för ett bad, en vandring, ett evenemang, en stadskärna, en måltid, ett besöksmål eller för att vara tillsammans. För den som färdas med husvagn eller husbil avgörs destinationens tillgänglighet emellertid också av om hela den praktiska kedjan fungerar.

Den här rapporten visar hur mobilt boende kan behandlas som en strategisk del av platsens besöksinfrastruktur. Målgruppen är kommuner, destinationsorganisationer, besöksmål, markägare, camping- och ställplatsföretag samt andra lokala aktörer som vill välkomna besökare, styra flöden och skapa större lokal nytta. Låt oss först slå fast en viktig definition – söktrafik i rapporten betyder en husvagn eller husbil som kör runt i onödan för att hitta en plats att stå på. Det har i den här rapporten inget att göra med digitala sökningar på nätet.

Rapportens huvudbudskap

Börja inte med frågan om platsen behöver fler ställplatser. Börja med reseanledningen, besökarens behov och den konkreta friktion som hindrar ett bra besök. Välj sedan den minsta lösning som gör hela besökskedjan bättre.

Tabell 1. Rapportens strategiska förflyttning.

Tre förflyttningar	Vad de betyder i praktiken
Från parkering och övernattnig	...till en fungerande besöksresa där information, tillfart, plats, service och koppling till upplevelsen hänger ihop.
Från enskilda platser	...till ett sammanhängande lokalt destinationssystem där befintliga campingar, ställplatser, parkeringar, servicepunkter och besöksmål kompletterar varandra.
Från reaktiv problemhantering	...till proaktiv kapacitets- och flödesplanering som förebygger felparkering, trängsel, konflikter och onödiga investeringar.

Det handlar därmed inte om att varje plats ska erbjuda allt. En attraktiv destination gör det lätt för olika besökare att hitta rätt lösning – och lätt för lokala aktörer att se vem som ansvarar för vad.

2. Det börjar med reseanledningen

Reseanledningen är skälet till att gästen kommer. Övernattningsplatsen är möjliggöraren. När ordningen vänds – när en plats byggs först och kopplingen till efterfrågan analyseras senare – ökar risken för fel lokalisering, svag beläggning och låg lokal effekt.

I HRF:s representativa befolkningsundersökning 2026 anger 68 procent sol och bad, 45 procent natur och friluftsliv, 42 procent storstad och 38 procent kultur som attraktiva semesterinriktningar. Resultaten visar bredden i möjliga reseanledningar. De ska inte tolkas som att alla dessa besökare efterfrågar samma boendeform. [1]

2.1 Fyra frågor som sätter platsen i centrum

1

Varför kommer besökaren?

Beskriv reseanledningen så konkret som möjligt: plats, aktivitet, säsong, tid på dygnet och förväntad vistelselängd.

2

Vilken besökare försöker nå den?

Förstå drivkraft, resesituation, fordon och behov – utan att göra målgruppen mer homogen än den är.

3

Var uppstår friktionen?

Är problemet information, framkomlighet, dagparkering, övernattningskapacitet, service, sista sträckan eller otydliga regler?

4

Vilken åtgärd löser problemet med minst negativ påverkan?

Pröva information och samordning före nybyggnad. När fysisk kapacitet behövs: välj permanent, säsongsöppen eller evenemangsbunden lösning efter det faktiska behovet.

En viktig avgränsning

En välbesökt camping eller ställplats är inte i sig bevis för att fler platser behövs. Lokal beläggning, avisade gäster, söktrafik, felparkering, säsong och befintliga investeringsplaner måste vägas samman.

3. Vem är den mobila besökaren?

Mobila besökare är inte en enda målgrupp. De kan vara barnfamiljer, par, ensamresenärer, förstagångs användare, erfarna långresenärer, evenemangsgäster eller naturbesökare. Det som förenar dem är inte livsstilen, utan att boendet följer med på resan och att fordonets praktiska förutsättningar påverkar valet.

HRF:s befolkningsdel visar att 59 procent någon gång har semestrat i husvagn eller husbil. 60 procent kan tänka sig husbilssemester och 33 procent husvagnssemester. Det ger mobilt boende en bred erfarenhets- och intressebas, men innebär inte att efterfrågan ser likadan ut på alla platser. [1]

3.1 Drivkrafter – fyra användbara personaperspektiv

Tabell 2. Fyra drivkraftsperspektiv – inte fasta segment.

Persona	Jag vill...	Platsen vinner på att...
Äventyraren	komma nära natur, leder, vatten och aktivitet och kunna ändra plan när väder eller nyfikenhet styr.	visa framkomlighet, risker, leder, utrustningsservice och lagliga alternativ nära känsliga miljöer.
Livsnjutaren	kombinera frihet med mat, kultur, stadsliv, utsikt och en bekväm vistelse.	knyta platsen till restauranger, handel, evenemang, promenadstråk och tydliga kvalitetsnivåer.
Barnfamiljen	ha en trygg bas där vardagslogistiken är enkel och där barn och vuxna har något att göra.	göra bokning, service, säkerhet, aktiviteter och utflykter begripliga före avresa.
Funktionalisten	att allt fungerar: rätt mått, enkel betalning, lugn, renlighet, service och tydliga regler.	prioritera driftkvalitet och korrekt information framför onödiga tillägg.

Personaperspektiven bygger på HRF:s målgruppsarbete och används här som samtals- och utvecklingsverktyg, inte som statistiskt ömsidigt uteslutande segment. [2]

3.2 En mer träffsäker modell

Besökaren = drivkraft + beslutssituation + fordonslogik + reseanledning

Samma människa kan vara äventyrare på en resa och funktionalist på nästa. En barnfamilj kan vilja ha ett bokat basläger under sommarlovet men göra ett spontant evenemangsstopp på hösten. Generation och livsfas påverkar behoven, men är inte i sig en produkt.

4. Samma besökare – olika beslutssituationer

För platsutveckling är det ofta mer användbart att förstå vilket beslut gästen försöker fatta än att enbart känna till ålder eller hushållstyp. Följande fem situationer fångar återkommande behov i besökskedjan. De kan kombineras med samtliga personaperspektiv.

Tabell 3. Fem beslutssituationer som hjälper platsen att utforma rätt erbjudande.

Beslutssituation	Jag vill...	Jag måste förstå...	Det måste fungera...
Nyfikna instegsgästen	prova mobilt boende utan hög tröskel.	fordon, körning, bokning, kostnad och vad som ingår.	hyr-/lånelösning, tydliga instruktioner, trygg ankomst och enkel grundservice.
Familjebasen	ha en stabil bas för flera dagar.	platsstorlek, aktiviteter, service, säkerhet och utflyktsmöjligheter.	bokning, servicehus, vistelsekvalitet, dragbilens parkering och sista sträckan.
Rörliga upptäckaren	kunna välja nästa stopp sent och stanna kort.	aktuell tillgänglighet, maxvistelse, mått, pris och närhet till upplevelsen.	infart, drop-in/bokning, betalning, hänvisning och snabb grundservice.

Beslutssituation	Jag vill...	Jag måste förstå...	Det måste fungera...
Komfortresenären	få hög kvalitet och bekvämlighet utan att lämna det mobila boendet.	standard, läge, service, lugn och vad premiumpriset ger.	tillförlitlig drift, rymlighet, god miljö och koppling till mat, kultur och upplevelser.
Trygghets- och kontrollgästen	minimera osäkerhet och överraskningar.	regler, väg, risker, tillgänglighet, avbokning och kontaktväg.	korrekt information, belysning, tillsyn, tillgänglig utformning och hjälp vid problem.

4.1 Från målgrupp till konkret beslut

En kommun med ett populärt naturreservat kan exempelvis möta den rörliga upptäckaren i husbil, medan en camping vid samma reservat möter familjebasen i husvagn. Resepersonen kan i båda fallen vara Äventyraren, men besluten, vistelselängden och kraven på infrastruktur skiljer sig.

Tabell 4. Målgruppsmodellen omsatt i fyra beslutssituationer.

Exempel	Besökarens situation	Relevant svar
Sommarbadet	Familjebas + husvagn + flera nätter	Camping med bokningsbar kapacitet, service, aktiviteter och trygg koppling till badet.
Stadsevenemanget	Rörlig upptäckare + husbil + en natt	Tidsbegränsad övernattningslösning eller säsongsplats med enkel resa till centrum.
Vandringsleden	Äventyrare + dagbesök eller kort stopp	Rätt dimensionerad parkering, tydlig övernattningshänvisning, toalett och information om terrängkörning.
Mat- och kulturrundan	Livsnjutare + flexibel rundresa	Ställplats eller camping med gång/cykelkoppling, bokningsbar upplevelse och nästa relevanta stopp.

5. Husvagnens och husbilens olika roller

Fordonet påverkar hur destinationen används, men det får inte bli en stereotyp. Husvagnen stödjer ofta ett basliv där boendet står kvar och bilen används för utflykter. Husbilen stödjer ofta en rörelselogik där hela boendet följer med och där nästa stopp kan bestämmas sent. Samtidigt finns en stor turnerande husvagnsgrupp och många husbilsresenärer väljer camping och längre vistelser.

Tabell 5. Två fordonslogiker som ofta behöver olika lösningar.

	Husvagn – ofta basfrihet	Husbil – ofta rörelsefrihet
Vanlig logik	Stanna flera nätter; använd dragbilen för utflykter.	Röra sig mellan flera stopp; kortare vistelser och spontana val.
Platsbehov	Ekipagelängd, uppställningsyta, dragbil, förtält och vardagsservice.	Enkel infart, rätt fordonsmått, snabb betalning och tydlig service.
Viktig koppling	Campingens basfunktion till omgivande aktiviteter och utflyktsmål.	Övernattningsplatsens gång-, cykel- eller kollektivtrafikkoppling till reseanledningen.
Risk vid fel planering	För trång plats, oklar dragbilsparkering eller svag koppling till aktiviteter.	Söktrafik, felparkering, kö, olaglig tömning eller att besökaren kör vidare.

I ägarurvalet 2026 uppger 92 procent av husvagnsägarna att de övernattar på campingplats. Bland husbilsägare uppger 91 procent ställplats och 62 procent campingplats. Bland campingnära svarande reser samtidigt 61–76 procent av husvagnsägarna och 87–88 procent av husbilsägarna runt under semestern. Resultaten är tydliga beteendesignaler, men urvalen är inte representativa för samtliga svenska ägare. [1]

6. Från övernattningsplats till besöksinfrastruktur

Besöksinfrastruktur är allt som gör en reseanledning praktiskt tillgänglig, begriplig och hållbar. För mobilt boende består den av tre delar som måste fungera tillsammans.

Tabell 6. Besöksinfrastrukturens tre sammanhängande delar.

Del	Omfattar	Typiska brister
Fysisk	Vägar, infart, parkering, uppställningsyta, service, gång/cykel, tillgänglighet, belysning och säkerhet.	Fel mått, svår svängradie, otydlig zonering, avsaknad av tömning eller osäker sista sträcka.
Digital	Sökbarhet, rätt kategori, koordinater, bilder, aktuell kapacitet, bokning, betalning, pris och regler.	Motstridiga uppgifter, inaktuella öppettider, felaktig fordonskategori eller oklart om övernattningsplats är tillåten.
Organisatorisk	Ansvar, drift, tillsyn, underhåll, samverkan, incidenthantering, kommunikation och uppföljning.	Ingen beslutsägare, oklart felansvar, säsongöppning utan driftplan eller investering utan mätning.

En kedja är inte starkare än sin svagaste länk

En väl utformad plats hjälper inte om gästen inte hittar den. Bra digital information hjälper inte om infarten är olämplig. En attraktiv lokalisering hjälper inte om avfall, ordning eller ansvar faller mellan stolarna.

6.1 Den fungerande besökskedjan

Tabell 7. Besökskedjan från idé till fortsatt relation.

Steg	Besökarens fråga	Destinationens uppgift
Inspiration	Varför ska jag åka hit?	Gör reseanledningen tydlig och inkludera mobilt boende i ordinarie kommunikation.
Planering	Kan jag ta mig dit?	Visa färdväg, mått, begränsningar, bokning/drop-in och realistiska bilder.
Ankomst	Var får jag stå och hur gör jag?	Ordna skyltning, infart, betalning, regler och kontaktväg.
Vistelse	Hur når jag det jag kom för?	Knyt platsen till gång, cykel, kollektivtrafik, handel och upplevelser.
Service	Var fyller, tömmer och sorterar jag?	Erbjud eller hänvisa till säker och tydligt beskriven service.
Fortsättning	Vad kan jag göra mer – eller nästa gång?	Ge relevanta förslag och bygg relation, inte bara genomfart.

7. När besökskedjan fungerar ökar attraktiviteten

Platsens attraktivitet avgörs inte bara av upplevelsens kvalitet. Den påverkas också av hur enkelt det är att fatta beslut, komma fram, känna sig välkommen och använda platsen utan att skapa problem för andra. Det är här mobilt boende går från boendefråga till destinationsutveckling.

Tabell 8. Värdet av en sammanhängande besökskedja.

För besökaren	För platsen	För näringslivet
Mindre osäkerhet och färre felval	Mindre söktrafik och tydligare flöden	Fler relevanta gäster och bättre möjlighet att planera kapacitet
Bättre koppling till upplevelsen	Högre användbarhet i befintliga besöksmål	Fler köp av mat, handel, aktiviteter och service
Rätt servicenivå till begripligt pris	Större acceptans hos boende och markägare	Utrymme för differentierade och marknadsmässiga erbjudanden
Tryggare och mer förutsägbar vistelse	Bättre data för framtida beslut	Starkare rekommendationer, återbesök och samverkan

7.1 Information är en kapacitetsåtgärd

Bättre information kan ibland skapa större effekt än nya platser. När gästen ser rätt kategori, storlek, pris, regler, ledighet och alternativ minskar onödig körning och felanvändning. En gemensam lokal informationsstandard bör minst omfatta:

- platstyp och tillåtna fordon; maxlängd, höjd, vikt och rekommenderad infart
- öppettid, säsong, antal platser, bokning eller drop-in samt när informationen senast uppdaterades
- totalpris, vad som ingår, betalning, maxvistelse och regler för markis, möbler, grill och ljud
- el, dricksvatten, grå- och svartvattentömning, toalett, dusch, avfall och närmaste alternativ
- avstånd och färdssätt till reseanledning, centrum, handel, kollektivtrafik och service
- operatör, kontakt vid problem och ansvarig för felanmälan

8. Styr besöksflöden och förebygg konflikter

Höga besökstal är inte automatiskt lokal nytta. Utan planering kan samma flöde skapa trängsel, buller, felparkering, slitage, avfallsproblem och misstro mellan offentliga och privata aktörer. Besöksstyrning handlar om att erbjuda tydliga alternativ, göra önskat beteende enkelt och följa upp verklig påverkan.

Tabell 9. Konflikter kan ofta förebyggas genom att rätt friktion adresseras.

Konflikt eller risk	Bakomliggande friktion	Förebyggande svar
Besökaren kör runt eller ställer sig fel	Otydlig eller inaktuell information; fulla platser utan hänvisning.	Aktuell kapacitetsinformation, vägvisning, alternativ och tydliga villkor.
Boende upplever buller och trängsel	Fel lokalisering, för stor kapacitet, svag tillsyn eller oklara tider.	Zonering, maxvistelse, tysta tider, kontaktväg, tillsyn och säsongsanpassning.
Campingföretag upplever osund konkurrens	Kommunal produkt utan marknadsanalys, marknadsmässigt pris eller tydligt uppdrag.	Dialog, dokumenterat kapacitetsgap, separat kalkyl, privat drift där möjligt och tidsbegränsning.
Trafik, köer och felparkering belastar kommunen	Kapacitet och reseinformation saknas under toppveckor.	Förhandsinformation, trafikledning, pop-up-kapacitet, skyltning och reservplan.
Natur slits eller avfall hamnar fel	Lagliga alternativ och service är för långt bort eller svåra att förstå.	Känslighetsanalys, fysiska gränser, tömningshänvisning, avfallslösning och kontroll.
Besökaren passerar utan att handla	Platsen saknar koppling till centrum, företag och bokningsbara upplevelser.	Gång/cykelkoppling, lokal information, öppettider, paketering och värdskap.

8.1 Värdskap och styrning är samma uppgift

Förbud utan alternativ flyttar ofta problemet. Kapacitet utan regler kan skapa nya problem. Det hållbara mellanläget är ett tydligt värdskap: visa var besökaren är välkommen, varför villkoren finns, vilken service som erbjuds och vart den som behöver något annat ska åka.

Praktisk princip

Gör det lätt att göra rätt – och utforma regler, pris och tillsyn så att platsen fungerar för gästen, näringen, boende och miljön.

9. Välj rätt lösning för rätt behov

Campingplats och ställplats är centrala delar av systemet, men inte de enda verktygen. Lösningen ska matcha reseanledning, fordon, vistelselängd, säsong, efterfrågan, marknadens befintliga utbud och platsens känslighet.

Tabell 10. En bred lösningsportfölj – från information till permanent anläggning.

Lösning	När den passar	Viktig avgränsning
Bättre information och hänvisning	Kapacitet finns men är svår att hitta, jämföra eller nå.	Kräver tydligt ansvar för uppdatering och samordnade uppgifter.

Lösning	När den passar	Viktig avgränsning
Parkering för dagbesök	Resanledningen behöver göras tillgänglig under några timmar.	Dimensionera för fordon och skilj parkering från campingliknande användning.
Parkering där övernattning är tillåten	Kort vila eller enkel övernattning kan ske inom tydliga parkeringsvillkor.	Var tydlig med tid, fordon, avgift och vad som får göras utanför fordonet.
Servicepunkt	Flera enkla platser kan dela vatten, tömning och avfall.	Säker drift, hygien, skyltning och öppettider är viktigare än många små anläggningar.
Säsongsöppen kapacitetsplats – pop-up	Dokumenterat topstryck under begränsad tid, exempelvis 10–14 sommarveckor eller evenemang.	Tidsbegränsad drift, tydligt kompletterande uppdrag och full prövning av faktisk användning.
Permanent ställplats	Återkommande efterfrågan på korta husbilsstopp nära en reseanledning.	Kräver marknadsanalys, lov-/miljöprövning, drift och långsiktig ekonomi.
Utveckling av camping	Efterfrågan gäller basvister, högre service, husvagn och/eller längre säsong.	Dialog med befintlig operatör och förståelse för investering, bemanning och gästprofil.
Ny camping eller annan permanent anläggning	Långsiktigt och tydligt marknadsgap motiverar större investering.	Pröva lokalisering, marknad, kapital, planering, miljö och drift innan mark avsätts.

9.1 Säsongsöppen kapacitetsplats – en pop-up-lösning

I vissa kommuner är efterfrågan extrem under 10–14 veckor men måttlig resten av året. En permanent överkapacitet kan då bli ekonomiskt svag och riskera att tränga undan befintliga campingar och ställplatser under lågsäsong. En planerad, tydligt tidsbegränsad kapacitetsplats kan vara ett mer proportionerligt svar.

Rekommenderad definition

En säsongsöppen kapacitetsplats är en planerad och tydligt tidsbegränsad yta, i första hand för självhushållande husbilar och korta vistelser under dokumenterade belastningstoppar. Den kompletterar ordinarie utbud, styr besöksflöden och stängs samt återställs efter säsongen.

Pop-up är ett arbetssätt – inte en juridisk kategori. Vad platsen kallas avgör inte om den rättsligt bedöms som campingplats, parkeringsplats eller något annat. Verksamhetens faktiska karaktär, omfattning, anordningar, markarbeten och påverkan styr vilka tillstånd och krav som blir aktuella. [6][7]

9.2 När pop-up-lösningen är motiverad

- Det finns ett dokumenterat, återkommande och tydligt säsongs- eller evenemangsrelaterat kapacitetsgap.
- Befintliga campingar och ställplatser är fulla eller nära fulla när trycket uppstår, och bättre hänvisning räcker inte.
- Platsen kan nås säkert och användas utan oproportionerlig påverkan på boende, natur, trafik eller annan markanvändning.
- Det finns en namngiven operatör, en finansierad driftplan och en fast period för öppning, stängning och återställning.

9.3 Minimikrav för säker och professionell drift

Tabell 11. Pop-up-platsens operativa minimikrav.

Område	Krav att lösa före öppning
Kapacitet och yta	Stabilt underlag, markerat maxantal, säkra avstånd, räddningsväg, lämplig infart och plan vid kö/fullbeläggning.
Vistelse	Normalt kort maxvistelse, exempelvis 1–2 nätter; tydliga regler för markis, möbler, grill, generator, hund och tysta tider.
Service	Avfall och toalett efter belastning; tydlig och säker hänvisning till dricksvatten samt grå-/svartvattentömning om detta saknas på platsen.
Information och betalning	Aktuella uppgifter, totalpris, tillåtna fordon, bokning/drop-in, öppettider, flerspråkig information och kvitto.
Drift och trygghet	Daglig kontroll, kontaktväg, fel- och incidentrutin, städning, tillsyn, försäkring och ansvarsfördelning.
Avveckling	Datum och ansvar för stängning, skyltändring, borttagning av utrustning, markkontroll, återställning och utvärdering.

9.4 Skydd mot osund undanträngning

- Fastställ och publicera vilket dokumenterat kapacitetsproblem platsen ska lösa.
- Begränsa öppettiden till den period då kapacitetsgapet finns och ompröva beslutet årligen.
- För dialog med befintliga privata campingar och ställplatser om beläggning, hänvisning, drift och möjliga investeringar.
- Använd marknadsmässigt pris och transparent kostnads kalkyl; undvik att kommunal mark eller administration döljer subventioner.
- Pröva privat drift, arrende eller samarbete – exempelvis att en campingoperatör driver säsongsytan på kommunal mark.
- Följ upp undanträngning, beläggning, avvisade gäster och privata investeringsplaner innan platsen återöppnas nästa säsong.

10. Destinationschecken

Destinationschecken är rapportens praktiska motor. Den hjälper aktörerna att skilja ett verkligt kapacitetsproblem från en informations-, drift- eller samordningsbrist. Den ska genomföras för en konkret reseanledning eller ett tydligt geografiskt område.

1

Definiera reseanledningen

Beskriv varför gästen kommer, när efterfrågan uppstår, hur länge besöket varar och vilken lokal nytta som är möjlig.

2

Prioritera besökarsituationer

Kombinera drivkraft, beslutssituation, fordon och resans syfte. Välj vilka behov platsen ska – och inte ska – lösa.

3

Följ besökskedjan

Testa inspiration, sökning, planering, färdväg, ankomst, parkering/övernattning, service, sista sträckan och avresa.

4

Kartlägg befintligt utbud

Dokumentera campingar, ställplatser, parkeringar, servicepunkter, öppettider, kapacitet, beläggning, pris och planerade investeringar.

5

Identifiera friktionen

Använd bokningsdata, avvisade gäster, trafikobservationer, klagomål, felparkering, digitala frågor och dialog med företag och boende.

6

Välj minsta effektiva insats

Jämför information, hänvisning, driftförbättring, parkering, servicepunkt, säsongsoppen kapacitet och permanent investering.

7

Testa, mät och ompröva

Sätt baslinje, ansvar, tidsram, mätetal och stop-/skalningskriterier. Gör permanenta investeringar först när nyttan är dokumenterad.

10.1 Frågor som avgör kapacitetsvalet

Tabell 12. Från diagnos till rätt kapacitetsnivå.

Fråga	Om svaret är...	Trolig riktning
När uppstår bristen?	Några dagar kring ett evenemang	Evenemangsbunden lösning och trafikplan.
När uppstår bristen?	Återkommande 10–14 veckor	Säsongsoppen kapacitetsplats eller utökad säsong hos befintlig aktör.

Fråga	Om svaret är...	Trolig riktning
När uppstår bristen?	Stabilt under stora delar av året	Permanent ställplats, campingutveckling eller ny anläggning kan behöva utredas.
Finns ledig kapacitet i närheten?	Ja, men gästen hittar den inte	Samordnad information, skyltning och hänvisning.
Är problemet service snarare än nattparkering?	Ja	Gemensam servicepunkt kan vara mest kostnadseffektiv.
Är reseanledningen ett dagbesök?	Ja	Dimensionerad dagparkering och tydlig hänvisning till övernattningsplatser.

10.2 Baslinje före åtgärd

Minst en högsäsong bör, när tiden medger, användas för att samla baslinje: beläggning per dygn och platstyp, avvisade gäster, felparkering, klagomål, incidenter, tömningsproblem, söktrafik, vistelselängd och företagets upplevelse av flödet. Saknas data kan en enkel manuell pilotmätning vara bättre än en avancerad modell utan lokal förankring.

11. Samverkan, ansvar och drift

Mobilt boende korsar ofta flera ansvarsområden: turism, mark, trafik, planering, miljö, VA, räddningstjänst, näringsliv och privat drift. Samverkan behöver därför organiseras kring den gemensamma uppgiften – inte kring en allmän diskussion om turism.

Tabell 13. Roller kring den gemensamma besöksuppgiften.

Aktör	Bidrar med	Behöver ta ansvar för
Besöksmålet	Reseanledning, öppettider och besökskunskap	Korrekt information om tillgänglighet, parkering och kontaktvägar.
Camping-/ställplatsföretaget	Boende, service, drift och kundrelation	Kvalitet, kapacitet, data och dialog om investering eller säsongsutökning.
Destinationsorganisationen	Helhet, marknadsföring och företagsnätverk	Koppla reseanledning till rätt plats och hålla destinationsinformationen samman.
Kommunen	Planering, trafik, myndighetsroller, offentlig mark och lokal service	Tydlig beslutsägare, tidig prövning, konkurrensneutralitet och samordning.
Markägaren	Läge och rådighet över mark	Lämplighet, avtal, ansvar, hänsyn, försäkring och återställning.
Lokalt näringsliv	Mat, handel, aktiviteter, transport och service	Göra flödet till lokal nytta genom relevanta öppettider och bokningsbara erbjudanden.
Region/turistråd	Regionala data, stråk, finansiering och samordning	Stödja när flera lokala analyser visar ett gemensamt behov – inte ersätta den lokala analysen.

11.1 Kommunens dubbla roll

Kommunen kan samtidigt vara planmyndighet, markägare, parkeringsansvarig, VA-aktör, tillsynsmyndighet, näringslivsutvecklare och säljare av övernattnings tjänster. Roller och beslutsunderlag bör därför skiljas åt. Kommunens viktigaste bidrag är ofta att möjliggöra, samordna, styra och informera – inte nödvändigtvis att själv driva platsen.

11.2 Driftformen ska följa uppgiften

Tabell 14. Genomförandeformer att jämföra före beslut.

Genomförandeform	Kan passa när	Särskilt att pröva
Privat etablering	Efterfrågan och långsiktig affär är tydliga.	Mark, lov, kapital, närboende, service och driftrisk.

Genomförandeform	Kan passa när	Särskilt att pröva
Privat drift på offentlig mark	Kommunen har lämplig mark och marknaden har kompetens.	Arrende/upphandling, marknadsmässiga villkor, investering och uppföljning.
Samdrift med befintlig camping	Toppkapacitet behöver komplettera en etablerad aktör.	Hänvisning, bokningssystem, bemanning, pris och ansvar.
Kommunal drift	Ett dokumenterat marknadsgap eller allmännyttigt behov återstår.	Kommunal kompetens, konkurrensneutralitet, transparent kalkyl och särredovisning.

12. Skapa och följ upp lokal nytta

Lokal nytta är bredare än platsavgift och konsumtion. En satsning kan vara värdefull om den samtidigt förbättrar gästupplevelsen, stärker företag, minskar kommunala problem, ökar invånarnas acceptans och gör platsen mer resilient. Effekten måste dock mätas i förhållande till kostnad, påverkan och alternativ.

Tabell 15. Lokal nytta behöver följas upp i flera dimensioner.

Nyttodimension	Exempel på resultat	Exempel på mätetal
Ekonomi	Köp av logi, mat, handel, aktiviteter, bränsle och service.	Självrapporterad lokal konsumtion, företagsförsäljning, platsintäkt och lokal andel.
Besökare	Enklare val, tryggare vistelse och bättre tillgång till reseanledningen.	Nöjdhet, tydlighet, återbesöksavsikt, ombokning och digitala frågor.
Näringsliv	Bättre beläggning, nya samarbeten och längre säsong.	Beläggning per period, bokningar, samerbjudanden och privata investeringar.
Styrning	Mindre söktrafik, felparkering, nedskräpning och otydligt ansvar.	Observationer, incidenter, klagomål, tillsynstid och felanmälningar.
Plats och invånare	Bättre ordning, mer användbar infrastruktur och stärkt värdskap.	Boendedialog, allvar i klagomål, gemensamma nyttor och säsongsspridning.
Miljö och resiliens	Kontrollerad belastning, säkrare avfall/VA och robustare lokalisering.	Avfall per gästnatt, felaktig tömning, vatten, driftstopp och återställning.

12.1 Konsumtion – använd siffran med rätt försiktighet

I HRF:s ägarurval 2026 uppges en genomsnittlig konsumtion på 1 087 kronor per familj och dygn på orten, inklusive camping- eller ställplatsavgift. First Camp-urvalet anger 1 058 kronor och Svensk Camping-urvalet 1 192 kronor. Uppgifterna visar att värdet kan spridas till fler verksamheter än själva övernattningen. [1]

Tolkning av konsumtionsuppgiften

Beloppet är självrapporterat, nominellt och hämtat från självrekryterade urval. Det är inte inflationsjusterat, inte ett mått på tillkommande konsumtion och inte ett säkert prognosvärde. Multiplicera därför inte schablonmässigt 1 087 kronor med planerade platser och dygn som om all efterfrågan och konsumtion vore ny.

12.2 Från aktivitet till effekt

Tabell 16. Skilj genomförande från faktisk effekt.

Nivå	Exempel
Aktivitet	En destinationssida uppdateras, en pop-up öppnar eller en servicepunkt byggs.
Resultat	Fler hittar rätt plats, beläggningen fördelas bättre och felaktiga frågor minskar.
Effekt	Mindre söktrafik och konflikt, större lokal nytta, bättre gästupplevelse eller stärkt privat investeringsvilja.

13. Regler, säkerhet och hållbar lokalisering

Tidigt och platsbundet

Regelprövningen ska börja när användningsfallet definieras – inte efter att platsen marknadsförts eller investeringar gjorts. Rapporten ger en struktur, inte juridisk rådgivning i ett enskilt ärende.

13.1 Platsens faktiska användning styr

Boverket anger att bygglov krävs för att utomhus anlägga, uppföra, flytta eller väsentligt ändra en campingplats. Begreppet campingplats är inte entydigt definierat i plan- och bygglagstiftningen. Verksamhetens karaktär och omfattning, anordningar, markarbeten, omgivningspåverkan och allmänna intressen vägs in. En ställplats kan i det enskilda fallet bedömas som parkeringsplats eller campingplats. [6]

Säsongsåterkommande användning kan omfattas av regler om bygglov för ändamål av säsongskaraktär. Ett sådant lov kan vara permanent eller tidsbegränsat och avse en viss del av året. Återkommande sommaranvändning innebär däremot inte automatiskt att behovet är tillfälligt i den mening som krävs för tidsbegränsat bygglov. Kommunen bör därför diskutera lovform och övriga prövningar tidigt. [7][8]

13.2 Säkerhet och miljö

Tabell 17. Minsta gemensamma prövning för lokalisering och drift.

Område	Frågor som behöver lösas
Brand	MSB rekommenderar minst fyra meter mellan två campingfordon eller mellan campingfordon och tält. Campingfordonet omfattar husvagn/husbil inklusive förtält eller liknande. Räddningsväg, grillning, släckutrustning och information behöver också prövas. [9]
Vatten och avlopp	Dricksvatten, spolvatten, grå-/svartvatten, hygien, kapacitet och godkänd anslutning eller borttransport.
Avfall	Dimensionering, sortering, hämtning, nedskräpning, farligt avfall och ansvar när platsen är full.
Trafik	Väghållare, infart, kö, sikt, vändning, vikt/höjd, skyltning, lokal trafikföreskrift och uttryckning.
Natur och strandskydd	Motortrafik ingår inte i allemansrätten. Terrängkörning, strandskydd, områdesskydd, riksintressen och kulturmiljö kan begränsa lokaliseringen. [10][11]
Klimatrisk	Skyfall, översvämning, värme, brandrisk, vattenbrist, erosion, evakuering och alternativ drift.
Tillgänglighet och trygghet	Tillgänglig plats, hårdgjorda stråk, nivåskillnader, belysning, läsbar information och kontakt vid problem.

13.3 Parkering och campingliknande beteende

Parkering regleras genom trafikregler, lokala trafikföreskrifter, vägmärken och på tomtmark genom markägarens korrekt angivna villkor. Att personer befinner sig i eller sover i ett korrekt parkerat fordon bör skiljas från beteende som tar ytterligare mark i anspråk, exempelvis möbler, markis eller annan campingliknande användning. Informationen ska därför ange både var fordonet får stå och vad som gäller utanför fordonet. [12]

14. Så kommer platsen igång

Ett professionellt arbete kan börja litet. Det avgörande är att problemet är tydligt, att berörda aktörer deltar och att åtgärden går att följa upp.

Tabell 18. En 90-dagars start följd av mätbar pilot.

Tid	Gemensam uppgift	Leverans
0–30 dagar	Utse beslutsägare, välj en reseanledning, samla aktörer och bestäm vilka besöksituationer som ska analyseras.	Uppdragsbeskrivning, aktörsgrupp och avgränsad destinationscheck.
30–60 dagar	Kartlägg besökskedja, befintligt utbud, säsong, beläggning, konflikter, marknad och prövningsbehov.	Baslinje, gapbild och 2–4 realistiska alternativ.

Tid	Gemensam uppgift	Leverans
60–90 dagar	Jämför nytta, kostnad, påverkan, genomförandeform och rättslig väg. För dialog med boende och företag.	Beslut om minsta effektiva pilot med ansvar, budget och mätetal.
Pilotperiod	Genomför, kommunicera, drifta och samla data. Ha reserv- och stopplan.	Dokumenterade resultat och avvikelser.
Efter pilot	Utvärdera effekt, undanträngning, acceptans och miljöpåverkan. Besluta om justering, skalning eller avveckling.	Öppet beslutsunderlag inför nästa säsong eller permanent investering.

14.1 Beslutspunkter före investering

- Vilken reseanledning och vilket konkret problem ska åtgärden lösa?
- Vem är prioriterad besökare – i vilken beslutssituation och med vilket fordon?
- Vad kan lösas med information, hänvisning, drift eller samverkan?
- Är kapacitetsbehovet permanent, säsongsbundet eller evenemangsbundet?
- Hur påverkas befintliga privata aktörer, boende, trafik, natur och annan markanvändning?
- Vem finansierar, driver, kontrollerar, stänger och följer upp?
- Vilken baslinje, vilket mål och vilka kriterier avgör om insatsen ska fortsätta?

15. HRF:s utgångspunkt och fortsatta arbete

HRF företräder företag som tillverkar, importerar, distribuerar, säljer och servar husvagnar och husbilar. Branschens långsiktiga förutsättningar påverkas av om fordonen går att använda på ett enkelt, tryggt och ekonomiskt rimligt sätt. Därför är besöksinfrastrukturen en strategisk fråga för HRF.

HRF:s position

Det ska vara enkelt, tydligt, tryggt och ekonomiskt rimligt att resa och bo mobilt i Sverige. Sverige ska långsiktigt vara ett av Europas mest lättillgängliga och välkomnande länder för mobilt boende.

HRF:s roll är inte att ersätta kommuner, destinationer, campingföretag, markägare eller användarorganisationer. Förbundet ska bidra som kunskapsbärare, brobyggare, påverkansaktör och lösningspartner. Position Paper 2026–2027 anger att arbetet första året ska bygga kunskap, pröva verktyg och dokumentera resultat innan bredare skalning eller större regelpåverkan. [3]

Tabell 19. HRF:s roll i det fortsatta arbetet.

HRF bidrar med	Mottagarens nytta
Kunskap om fordon, användare och marknad	Bättre behovsanalys och färre lösningar som utgår från fel antaganden.
Destinationscheck och gemensamma begrepp	En praktisk struktur för dialog, beslut och uppföljning.
Pilot- och erfarenhetsutbyte	Dokumenterade exempel på vad som fungerar i olika plats- och säsongstyper.
Dialog med myndigheter och beslutsägare	Tydligare och mer förutsebara förutsättningar där lokala hinder kräver annan nivå.

16. Källor och metod

16.1 Huvudkällor

- [1] HRF, Analys av attitydundersökning om camping- och ställplatsägare 2026. Totalt 4 982 svar: representativ webbpanel 1 010; Elmia/HRF 1 568; First Camp 1 282; Svensk Camping 1 116; återförsäljare 6.
- [2] HRF:s målgruppsarbete 2026 samt underlag om husbilsresenärens drivkrafter och behov.
- [3] HRF Position Paper: Mobilt boende som besöksinfrastruktur och destinationsutveckling, 2026–2027.
- [4] Svensk Camping, Års- och branschrapport 2026. Redovisar bland annat 17,3 miljoner campinggästnätter och 2,8 miljarder kronor i logiintäkter under 2025.
- [5] Tillväxtverket, Turismräkenskaper 2024. Turismkonsumtion 456 miljarder kronor 2024 i 2023 års priser.
- [6] Boverket, Bygglov för campingplatser; vägledning enligt regler från 1 december 2025.

- [7] Boverket, Bygglov för ändamål av säsongskaraktär.
- [8] Boverket, Tidsbegränsat bygglov.
- [9] Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, Brandsäker camping.
- [10] Naturvårdsverket, Husvagn och husbil i naturen.
- [11] Naturvårdsverket, Vägledning om dispens från strandskyddet.
- [12] Transportstyrelsen, vägmärke E19 Parkering och parkeringsvillkor.
- [13] Konkurrensverket, information om offentlig säljverksamhet; Kommunallag (2017:725).
- [14] Upphandlingsmyndigheten, lagen om upphandling av koncessioner (LUK).
- [15] European Climate-ADAPT, sektorvägledning för turism och klimatanpassning.

16.2 Metodnoter

Den representativa webbpanelen används för att beskriva bred erfarenhet och attityd i befolkningen. Elmia/HRF-, First Camp- och Svensk Camping-urvalen är självrekryterade och används som indikationer på beteenden och behov bland engagerade ägare respektive campingnära målgrupper. Procentsatser från dessa urval ska inte behandlas som befolkningsandelar.

Rapportens rekommendationer är synteser av HRF:s undersökningar, branschdata, Position Paper och offentlig vägledning. De är avsedda som beslutsstöd. Lokal marknad, lokalisering, teknisk utformning och gällande regler måste alltid prövas i det enskilda fallet.

16.3 Digitala källor

[Boverket – campingplatser](#)

[Boverket – säsongskaraktär](#)

[Boverket – tidsbegränsat bygglov](#)

[MSB – Brandsäker camping](#)

[Naturvårdsverket – husbil och husvagn i naturen](#)

[Konkurrensverket – offentlig säljverksamhet](#)

Från parkering och övernattnig till strategisk besöksinfrastruktur – med besökaren, platsen och den lokala nyttan i centrum.