

HUSVAGNS & HUSBILS-
BRANSCHENS RIKSFÖRBUND

MOBILT BOENDE SOM DESTINATIONS- UTVECKLING

Från parkering till
besöksinfrastruktur

Mobilt boende som besöksinfrastruktur

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

Jörgen Nyström | HRF

September 2026

HRF samlar husvagns- och husbilsbranschen

1

Företräder branschen

Tillverkare, importörer och återförsäljare

2

Samlar kunskap

Marknad, regelverk, teknik och användarbehov

3

Skapar samverkan

Företag, myndigheter och besöksnäring

4

Utvecklar förutsättningar

Produkter, användning och besöksinfrastruktur

Samlat värde av ny- och begagnathandel: cirka 32 miljarder kronor per år.

Människor reser inte för att parkera

De reser för ett bad, en vandring, ett evenemang, en stadskärna, en måltid – eller för att vara tillsammans.

Övernattningsplatsen är möjliggöraren.
Hela den praktiska kedjan avgör om besöket fungerar.

Börja med reseanledningen

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.

Tre förflyttningar ändrar perspektivet

1 Från övernattnig

...till en fungerande besöksresa där information, tillfart, plats, service och upplevelse hänger ihop.

2 Från enskilda platser

...till ett lokalt system där campingar, ställplatser, parkeringar, servicepunkter och besöksmål kompletterar varandra.

3 Från reaktiv hantering

...till proaktiv kapacitets- och flödesplanering som förebygger felparkering, konflikter och onödiga investeringar.

Attraktivitet skapas när hela systemet fungerar – inte när varje plats försöker erbjuda allt.

Efterfrågan finns redan

59 %

har någon gång
semestrat
i husvagn eller husbil

60 %

kan tänka sig
husbilssemester

33 %

kan tänka sig
husvagnssemester

Bred erfarenhet betyder potential – men inte samma efterfrågan på alla platser.

Camping är redan viktig besöksinfrastruktur

**17,3
miljoner**

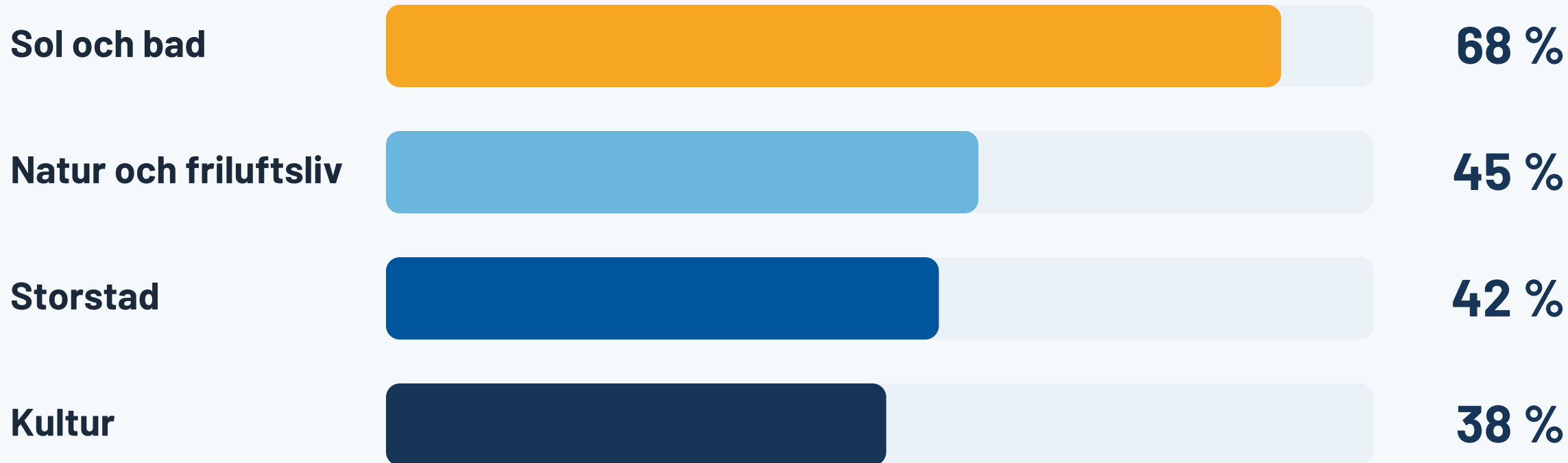
campinggästnätter under 2025

**2,8
miljarder kr**

logiintäkter under 2025

Ny kapacitet ska komplettera befintlig marknad – inte byggas utan lokal analys.

Reseanledningen visar vägen



Bredden av reseanledningar kräver flera lösningar – inte en standardprodukt.

Fyra frågor före varje åtgärd

1

Varför kommer besökaren?

Plats, aktivitet, säsong, tid och vistelselängd.

2

Vem försöker nå den?

Drivkraft, beslutssituation, fordon och behov.

3

Var uppstår friktionen?

Information, infart, parkering, service eller sista sträckan?

4

Vilken minsta åtgärd räcker?

Pröva information och samordning före nybyggnad.

En välbesökt plats är inte i sig bevis för att fler platser behövs.

Mobila besökare är inte en målgrupp

Äventyraren

Nära natur, leder,
vatten och aktivitet.
Vill kunna ändra
planen.

Livsnjutaren

Frihet kombinerad
med mat, kultur,
stadsliv, utsikt och
bekvämlighet.

Barnfamiljen

Trygg bas, enkel
vardagslogistik och
något att göra för både
barn och vuxna.

Funktionalisten

Rätt mått, enkel
betalning, renlighet,
lugn, service och
tydliga regler.

Perspektiven beskriver drivkrafter – inte fasta, ömsesidigt uteslutande segment.

Samma person – olika beslut

Nyfikna instegsgästen

Prova utan hög
tröskel

Familjebasen

Trygg bas i flera
dagar

Rörliga upptäckaren

Nästa stopp kan
väljas sent

Komfortresenären

Hög kvalitet och
bekvämlighet

Trygghets- och kontrollgästen

Minimera osäkerhet

För platsutveckling är beslutet ofta mer användbart än ålder eller hushållstyp.

Fyra delar ger träffsäkerhet

DRIVKRAFT

+

BESLUTSSITUATION

+

FORDONSLOGIK

+

RESEANLEDNING

**Samma människa kan vara äventyrare på en resa
och funktionalist på nästa.**

Två fordon – två reselogiker

Husvagn – ofta basfrihet

- Flera nätter på samma plats
- Dragbilen används för utflykter
- Behöver ekipagelängd, uppställningsyta och trygg bas
- Camping och bokningsbar kapacitet är ofta centralt

Husbil – ofta rörelsefrihet

- Flera stopp och kortare vistelser
- Hela boendet följer med
- Behöver enkel infart, rätt mått och snabb betalning
- Ställplats, parkering och camping kompletterar varandra

Logikerna är vanliga mönster – inte stereotyper.

01

Besöksinfrastruktur

Från övernattningsyta till en fungerande besöksresa.

HRF

Tre lager måste fungera tillsammans

Fysisk

Väg, infart, parkering,
uppställningsyta, service,
gång/cykel, belysning,
säkerhet och tillgänglighet.

Digital

Sökbarhet, kategori,
koordinater, mått, bilder,
kapacitet, bokning, betalning,
pris och regler.

Organisatorisk

Ansvar, drift, tillsyn, underhåll,
incidenthantering,
kommunikation, samverkan
och uppföljning.

Kedjan är inte starkare än sin svagaste länk.

Hela besökskedjan måste hålla



Destinationens uppgift är att få stegen att hänga ihop.

Friktion uppstår i glappen

A

Besökaren kör runt eller står fel

Otydlig information, fulla platser utan hänvisning.

B

Boende upplever buller och trängsel

Fel lokalisering, svag tillsyn eller oklara tider.

C

Företag upplever osund konkurrens

Kommunal produkt utan marknadsanalys eller transparent kalkyl.

D

Natur och trafik belastas

Lagliga alternativ, service eller styrning saknas.

Gör önskat beteende enkelt – och erbjud ett begripligt alternativ.

Information är en kapacitetsåtgärd

Bättre information kan ge större effekt än nya platser.

Rätt platstyp och fordon

Aktuell kapacitet och öppettid

Totalpris och regler

Mått, infart och koordinater

**Service och närmaste
alternativ**

**Kontakt och ansvarig
operatör**

Börja innan ni bygger en ny anläggning

1 Information

Hänvisning och jämförbara uppgifter när kapacitet finns men är svår att hitta.

2 Dagparkering

När reseanledningen behöver bli tillgänglig under några timmar.

3 Servicepunkt

När vatten, tömning och avfall är bristen – inte nattpkapaciteten.

Lös friktionen – inte en på förhand vald produkt.

Matcha kapaciteten med tidshorisonten

Evenemangstopp

Tillfällig lösning och trafikplan. Tydlig öppning, stängning och reservplan.

Säsongstopp 10–14 veckor

Säsongsöppen kapacitetsplats eller utökad säsong hos befintlig aktör.

Stabil efterfrågan

Permanent ställplats, campingutveckling eller ny anläggning kan behöva utredas.

Pop-up är ett arbetssätt – inte en juridisk kategori.

Två format – två huvudroller

Campingplats

Basläger för längre vistelser

- Husvagn och husbil
- Bokning, service och vistelsekvalitet
- Förtält, aktivitet och flera nätter

Ställplats

Startpunkt för rörliga resenärer

- Främst husbil och kortare stopp
- Central, naturnära eller upplevelsenära
- Enkel ankomst och tydlig service

Destinationschecken är den praktiska motorn



Genomför checken för en konkret resanledning eller ett tydligt geografiskt område.

Mät innan kapaciteten byggs ut

Beläggning per dygn och platstyp

Avvisade gäster

Felparkering och söktrafik

Klagomål och incidenter

Tömnings- och avfallsproblem

Vistelselängd och företagens bild

En enkel lokal mätning är bättre än en avancerad modell utan förankring.

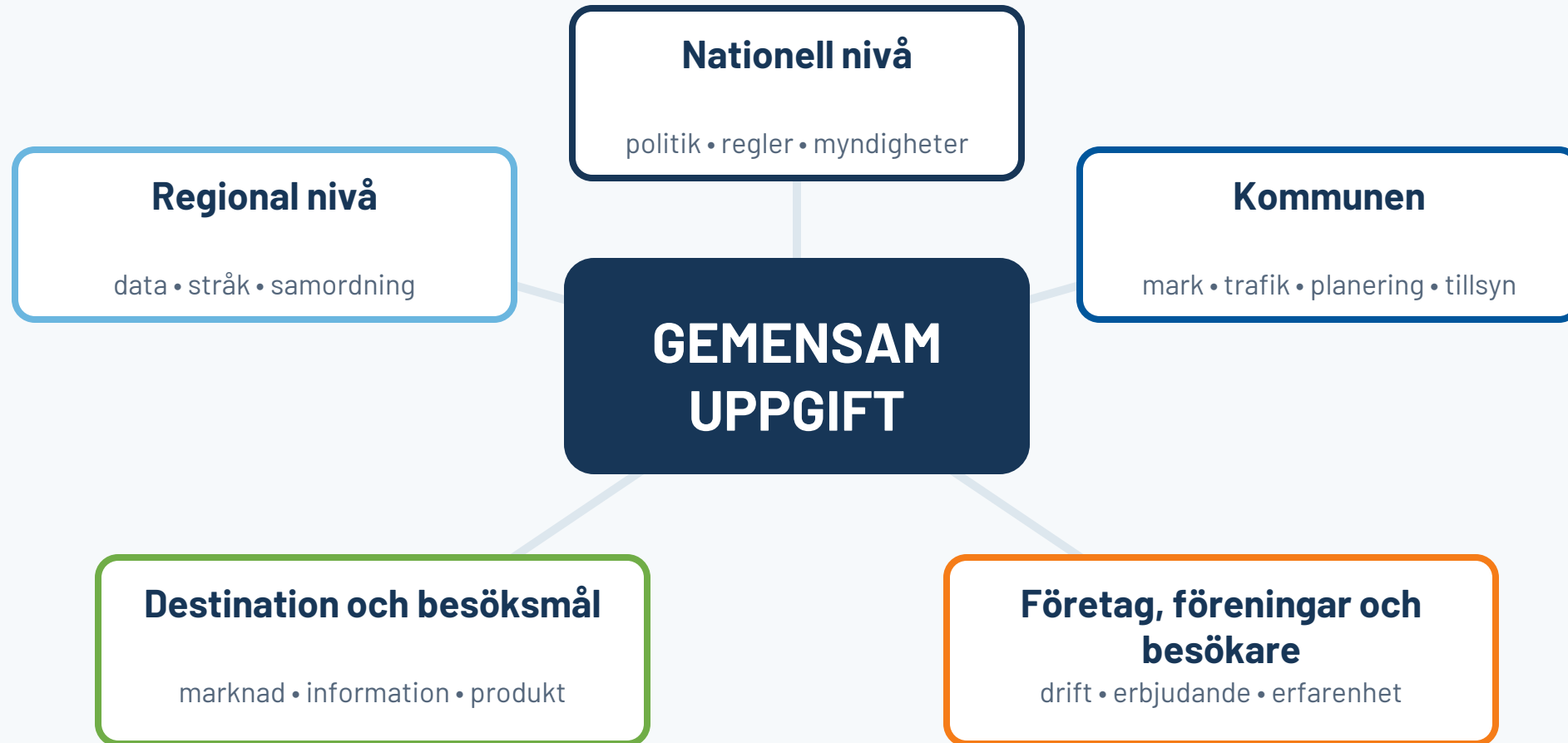
02

Det svenska turismssystemet

Samverkan på flera nivåer – utan en gemensam kommandokedja.

HRF

Svensk turism saknar kommandokedja



Lagar, uppdrag, finansiering, avtal, projekt och frivillig samverkan håller systemet samman.

Frågan avgör rätt ingång

Fråga

Bygglov, parkering, mark eller VA

Stråk, regional data eller samordning

Nationella regler eller myndighetsvägledning

Marknadsföring, bokning och besöksinformation

Topptryck, störningar eller lokal acceptans

Första kontakt – inte ensam problemlösare

Kommunen

Region / regional turismfunktion

Regering / ansvarig myndighet

Destination / besöksmål / företag

Lokal aktörsgrupp med tydlig beslutsägare

Rätt ingång förkortar vägen – men lösningen kräver ofta fler aktörer.

HRF arbetar parallellt

Nationellt

Regelverk, myndighetsdialog, kunskap och gemensamma begrepp.

När lokala hinder återkommer behöver frågan lyftas.

Regionalt

Spridning, stråk, data, finansiering och erfarenhetsutbyte.

Regionen stödjer – den ersätter inte lokal analys.

Lokalt

Resanledning, plats, trafik, mark, drift och konkret pilot.

Här prövas vad som faktiskt fungerar.

Samma mål – olika budskap, mottagare och beslutslogik.

Samverkan kräver en gemensam uppgift



Lokal nytta är mer än platsavgiften

1 087 kr

**självrapporterad konsumtion
per familj och dygn på orten**

Indikation – inte ett prognosvärde

Ekonomi

logi • mat • handel • service

Besökare

tydlighet • trygghet • återbesök

Näringsliv

beläggning • samarbeten • säsong

Plats och miljö

ordning • acceptans • resiliens

Mät aktivitet → resultat → effekt.

Pröva reglerna tidigt och platsbundet

Lov och faktisk användning

Campingplats eller parkering avgörs inte av namnet.

Brand

Avstånd, räddningsväg, grillning och släckutrustning.

Vatten, avlopp och avfall

Kapacitet, hygien, tömning, hämtning och ansvar.

Trafik

Infart, sikt, vändning, skyltning, kö och uttryckning.

Natur och strandskydd

Terrängkörning, områdesskydd och känsliga miljöer.

Klimat och trygghet

Skyfall, brandrisk, evakuering, belysning och kontaktväg.

Regelprövningen börjar när användningsfallet definieras – inte efter investeringen.

Från 90 dagar till mätbar pilot



Sätt baslinje, ansvar, mätetal och stop-/skalningskriterier innan start.

Börja lokalt – lär och skala

1

Välj 3–5 piloter

Olika reseanledningar, säsonger och platslogiker.

2

Använd Destinationschecken

Samma struktur – men lokala data och beslut.

3

Dokumentera resultat

Nytta, konflikter, undanträngning, drift och gästupplevelse.

4

Lyft återkommande hinder

Regionalt eller nationellt när den lokala nivån inte räcker.

Mät effekterna, justera lösningen och skala först när nyttan är belagd.

HRF

Det ska vara enkelt, tydligt och 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

Källor och metod

Huvudunderlag

- HRF: Mobilt boende som besöksinfrastruktur, 2026
- HRF:s attitydundersökning 2026, totalt 4 982 svar
- HRF:s målgruppsarbete och Position Paper 2026–2027
- Svensk Camping: Års- och branschrapport 2026

Turismsystem och offentlig vägledning

- HRF:s aktörskarta för svensk turism, 22 juli 2026
- Tillväxtverket och Visit Sweden
- Boverket, MSB, Naturvårdsverket och Transportstyrelsen
- Konkurrensverket och Upphandlingsmyndigheten

Självrekryterade urval används som beteendesignaler – inte som befolkningsandelar. Lokala förhållanden och gällande regler måste alltid prövas i det enskilda fallet.