

# Motion till riksdagen

1989/90:N49

av Sten Svensson m.fl (m.fp,c)

med anledning av prop. 1989/90:88

Vissa näringspolitiska frågor

---

I regeringens proposition 1989/90:88 om vissa näringspolitiska frågor redovisas näringspolitikens inriktning på medellång sikt. Vidare redovisas de områden som anses särskilt angelägna att beakta vid utformningen av en näringspolitik för ökad tillväxt.

Ett område som "glömts bort" i detta sammanhang är de möjligheter som en väl utvecklad turism kan bidra med. Turismen är i kraftig tillväxt över hela världen. Enligt beräkningar gjorda av OECD utgjorde intäkter genererade av internationell turism, definierat som rekreations- och affärsresande, 5 % av OECD-ländernas exportintäkter av varor och tjänster under 1988. Turistintäkterna steg reallt med 8 % under samma år. Motsvarande siffra för Sverige är 5 %. Underskottet i turistbalansen uppgår i dag till ca 15 miljarder kronor, något som sannolikt kommer att accelerera om inte bättre aktiviteter skapas för att intressera utländska turister för Sverige.

Vi har i dag bland världens skickligaste resebyråfolk här i landet som trots inflation och devalveringar fortfarande erbjuder vad som kan anses vara bland de billigaste resepaketen till semesterdestinationer inom och utom Europa. 80 % av de svenska researrangörerna planlägger och arrangerar resor till utlandet.

Sveriges turistråd har tillsammans med turistryråer, rederier och SAS under ett flertal år försökt marknadsföra Sverige i utlandet. Ansträngningarna har i första hand riktat sig till våra grannländer Norge och Finland samt till utoomeuropeiska nationer såsom USA och Japan och endast i mindre omfattning till Central- och Sydeuropa.

I dag besöker ca 6 miljoner nordamerikaner och lika många turister från Fjärran Östern Europa. Samtidigt vet vi att det finns 170 miljoner människor i EG-länderna som reser till ett annat land under sin semester. Till detta skall läggas de ca 300 miljoner människor i de tidigare s.k. östländerna som har en stor längtan att få turista i ett västland inom en snar framtid. Men i de ansträngningar som gjorts att marknadsföra Sverige har alltför litet utrymme givits för att aktivt påverka vår närmarknad i Europa. Som exempel kan nämnas Västtyskland. Enligt tillgänglig statistik reste mellan 300 000 och 400 000 tyskar till Sverige under 1989, en siffra som varit konstant under de senaste 7-8 åren.

Det statliga stödet till marknadsföring för turism sker främst genom Sveriges Turistråd. Rådet har emellertid alltför vittomfattande uppgifter i dag.

något som också styrks av riksrevisionsverkets rapport om Turistrådet. Därför bör övervägas att den internationellt inriktade verksamheten bör brytas ut så att satsningen utomlands kan ges en mer framträdande roll. Turismen måste ses som en betydelsefull del av näringspolitiken och präglas av samma professionalism som vår export av varor och tjänster. Frågan om turism borde egentligen behandlas i näringsutskottet. Den expertis av resebyråfolk som på ett skickligt sätt lyckats intressera svenskarna för utlandet bör i högre utsträckning än i dag anlitas för att få hit utländska turister. Satsningar bör i ökad utsträckning kunna göras hos utländska flygbolag och större resurser satsas på bilturismen som i dag står för 80 % av turismen i Europa.

Den skandinaviska hotellbranschen är i första hand avsedd för affärsmän. Det betyder att dessa kommersiella anläggningar sommartid står med låg be-läggning, varför det finns god kapacitet att ta emot en ökad utländsk turist-ström i befintliga anläggningar.

Ökad utländsk turism i Sverige är bra för svenskt näringsliv inte minst för de många småföretagen inom servicesektorn. Ökad utländsk turism i landet skulle verksamt kunna bidra till att öka tillväxten.

Mot bakgrund av ovanstående föreslår vi att regeringen snabbt reder frågan om hur stödet till internationell marknadsföring av Sverige som turistland kan effektiviseras.

## Hemställan

Med hänvisning till det anförda hemställs

att riksdagen hos regeringen begär förslag i enlighet med vad i motionen anförts om stödet till internationell marknadsföring av Sverige som turistland.

Stockholm den 25 mars 1990

*Sten Svensson (m)*

*Rune Backlund (c)*

*Hugo Bergdahl (fp)*

*Bengt Harding Olson (fp)*

*Filip Fridolfsson (m)*

*Marianne Andersson (c)*

*i Vårgårda*