

Motion till riksdagen 2006/07:N265

av **Ulla Löfgren och Jan-Evert Rådström (m)**

Turism

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om betydelsen av att satsa på marknadsföring av Sverige.

Motivering

Besöksnäringen är enligt alla undersökningar en växande näring. Det internationella resandet i världen under de senaste 15 åren ökade med 82 procent. I Europa ökade det med 60 procent och i Sverige med 80 procent. Trenden pekar på en fortsatt tillväxt med i storleksordningen 4–6 procent per år över en längre period eller en fördubbling till år 2020.

Sverige har stora möjligheter att öka sina marknadsandelar inom ramen för denna utveckling. Konkurrensen är dock hård, vilket fordrar investeringar, engagemang och metodiska satsningar. Sverige har en mångfald och ett utbud som kan attrahera många fler besökare. För att nå ut och bli sedd på marknaden fordras marknadsföring, produktutveckling och entreprenörskap.

Sverige behöver ställa om från en alltmer minskande industrisysselsättning till sysselsättning inom andra områden. Besöksnäringen, som är arbetsintensiv till sin natur, kan kraftfullt bidra till denna förändring.

För att hävda sig i konkurrensen om besökarna krävs en kraftfull och väl organiserad marknadsföring. VisitSweden (tidigare Sveriges Rese- och Turistråd) har förändrat sin verksamhet för att kunna ta marknadsandelar på den europeiska tillväxtmarknad som Sverige befinner sig i. VisitSweden är nu ett kommunikationsföretag som fokuserar på ett enda uppdrag – internationell marknadsföring, svenska upplevelser och destinationer samt varumärket Sverige.

Att det lönar sig med kraftfulla insatser bevisas bland annat av andra länders lyckosamma satsningar. Våra grannländer investerar till exempel cirka tre gånger så mycket i marknadsföring per capita som Sverige gör. Det finns

Fel! Okänt namn på

140 nationella turistråd i London, vilket är ett uttryck för den konkurrens-situation som råder inom området.

Under de senaste åren har antalet helårsarbetare ökat med 24 000. Exportintäkterna från näringen har under samma period ökat med 70 procent. Till detta skall läggas betydande momsintäkter. Vi menar att Sverige med ytterligare kraftsamling kan fortsätta och förstärka denna utveckling.

Stockholm den 26 oktober 2006

Ulla Löfgren (m)

Jan-Evert Rådström (m)