

Motion till riksdagen 2009/10:N421

av **Lennart Sacrédeus (kd)**

Turism som växande näring

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att stärka turismen och besöksnäringen såsom en växande näringsgren i vårt land.

Motivering

Turismen i Sverige generade enligt Tillväxtverkets statistik totalt 158 936 helårsarbeten under 2008, en ökning med 6,2 procent. Antalet sysselsatta i turistnäringen har därmed ökat med cirka 20 procent eller drygt 26 000 heltidsarbeten sedan 2000. Mätt i medeltal sysselsatta har Sveriges totala sysselsättning ökat med cirka 6 procent under samma period.

Den totala omsättningen för turist- och besöksnäringen är 244 miljarder kronor, vilket är en ansenlig – och ökande – del av Sveriges totala bruttonationalprodukt. År 2008 uppgick Sveriges bruttonationalprodukt till 2 668 miljarder kronor.

Värdet av de utländska besökarnas konsumtion i Sverige, d.v.s. exportvärdet, var ifjol 90,9 miljarder kronor (+3,3 miljarder jämfört med året innan). Det är därmed större än bland annat vårt lands samlade järn- och stålexport på 75,4 miljarder kronor eller exporten av privatbilar på 55 miljarder kronor.

Mellan 2000 och 2008 har turistnäringens exportvärde ökat med drygt 100 procent. Sveriges totala export steg under motsvarande period med 63 procent räknat i löpande priser. Bara momsintäkterna från utländsk konsumtion i vårt land står för 13,3 miljarder kronor (+0,9 miljarder jämfört med år 2007).

Sommaren 2009 har inneburit en synnerligen positiv utveckling inom svensk turist- och besöksnäring när det gäller utländsk turism – med så kraftiga ökningarna som 11 procent i juni och 13 procent i juli. Det gör att Sverige ligger bra till i jämförelse med andra länder. Totalt sett är ökningen för inne-

Fel! Okänt namn på

varande år dock mer blygsam eller någon procent. I snitt spenderar varje utländsk besökare runt 800 kr per dag när de är i Sverige.

Bland anledningarna till denna gynnsamma utveckling under sommar-månaderna i år kan nämnas det låga kostnadsläget för utländska gäster samt ett mycket aktivt arbete med att utveckla destinationer och upplevelser som attraherar en internationell målgrupp.

Strategisk och nytänkande marknadsföring har gjort Sverige mer känt ute i världen. Bidragit har även bättre samverkan mellan de olika aktörerna i den svenska besöksnäringen tillsammans med ökad tillgänglighet till Sverige.

Att Visit Sweden fått ökade resurser från de båda ägarna Näringsdepartementet och Svensk Turism har hjälpt. Samtidigt är det uppenbart att marknadsföringen av Sverige som besöks- och turistland måste öka ytterligare i framtiden, till samma nivå som övriga nordiska grannländers. På så sätt kan vårt lands besöksnäring ges än bättre förutsättningar att fortsätta växa i absoluta och relativa tal. På så sätt kan nya, viktiga arbetsplatser skapas, inte minst i landsorten och glesbygdskommuner. Att dessa satsningar är helt nödvändiga framgår av att den internationella konkurrensen hårdnar då andra länder gör medvetna satsningar på att öka sin egen marknadsföring.

I förhållande till andra länder är det svenska marknadsföringsanslaget på 110 miljoner kronor eller 12 kr/invånare, trots en viss ökning, alltså förhållandevis litet. Inte minst gäller detta i en nordisk jämförelse med en tre gånger så stor satsning i övriga Norden.

Staten får genom Näringsdepartementet mångfalt tillbaka – 12 miljarder från utländska besökare – i förhållande till det marknadsföringsanslag man ger. Med ytterligare satsningar skulle Sverige kunna dra in ännu mer pengar på turismen.

Dalarnas län är med sina 3 miljoner gästnätter, enligt en sammanställning i tidningen Dagens Samhälle, det i särklass populäraste länet att besöka sett i relation till länets invånarantal. I Dalarna har sysselsättningen inom turistnäringen ökat med 24 procent sedan år 2000. Under 2007 sysselsatte turistnäringen 4 539 helårsverk i Dalarna samt omsatte drygt 4 349 miljoner kronor.

De utländska turisternas konsumtion skapar såväl stora inkomster till företagare och den svenska staten som hundratusentals jobb. År 2007 spenderade varje besökare ca 800 kronor om dagen, vilket innebär att turistnäringen det året omsatte 236 miljarder kronor och genererade närmare 12 miljarder kronor i momsintäkter till statskassan.

UNWTO:s prognos över det internationella resandet till norra Europa innebär en ökning med 70 procent till 2020, motsvarande 40 miljoner utländska resenärer. Behåller Sverige sin nuvarande marknadsandel är det en ökning med 8 miljoner gästnätter varje år. Om vår marknadsandel ökade till motsvarande Sveriges andel av befolkningen i norra Europa skulle antalet utländska gästnätter i stället öka med 15 miljoner. Det skulle betyda ytterligare 30 miljarder kronor i turistexportintäkter samt ca 70 000–80 000 nya jobb i den svenska besöksnäringen enligt uppskattningar från Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare, SHR.

För att stå sig i den internationella konkurrensen och för att marknadsföra Sverige på ett värdigt sätt bör regeringen överväga att öka marknadsförings-

Fel! Okänt namn på

anslaget samt fundera över hur man ytterligare kan stärka turismen och besöksnäringen såsom en växande näringsgren i vårt land.

Stockholm den 6 oktober 2009

Lennart Sacrédeus (kd)