

Motion till riksdagen 2008/09:N286

av Patrik Forslund (m)

Marknadsföringsanslaget och Sverige som turistdestination

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om marknadsföringsanslaget och Sverige som turistdestination.

Motivering

Turismen som bransch växer sig allt starkare i Sverige och är en framtidsbransch i hela Europa. Turismen som näring ökar hela tiden i antalet helårsverken och omsättning och genererar stora inkomster till staten. År 2007 spenderade varje besökare 800 kronor om dagen. Turistnäringens exportvärde ökade sin totala omsättning med 4,4 procent till drygt 236 miljarder kronor och genererade närmare 12 miljarder kronor i momsintäkter till statskassan.

Sysselsättningen inom turistnäringen har ökat med drygt 32 procent sedan 2000, eller med nästan 28 000 nya heltidsarbeten mellan åren 2000 och 2007. Mätt i medeltal sysselsatta har Sveriges totala sysselsättning under motsvarande period ökat med cirka 5,1 procent. Man ska komma ihåg att det i nuläget inte finns några traditionella basnäringar som ökar i samma takt.

I Dalarnas län har sysselsättningen inom turistnäringen ökat med 24 procent sedan år 2000. Under 2007 sysselsatte turistnäringen 4 539 helårsverken i Dalarna samt omsatte drygt 4 349 miljoner kronor. Antalet gästnätter uppsteg dessutom till drygt 10 898 000 övernattningar i form av hotell, stugbyar, vandrarhem, camping, fritidshus samt hos vänner och bekanta. Turistnäringen omsätter med andra ord enormt mycket pengar och det är hög tid att tillvarata den potential som finns inom området, för att skapa förutsättningar för att turistnäringen ska växa och öka sysselsättningen i Dalarna.

Det kommer många turister till Sverige för att se vår vackra natur och våra djur, besöka våra museer och gå på kultur- och idrottsevenemang. Samtidigt

Fel! Okänt namn på

ska vi vara medvetna om att dessa turister lika gärna kan åka till Norge, Danmark eller Tyskland för att göra detta.

I den allt tuffare internationella konkurrensen behöver vi öka marknadsföringen av Sverige internationellt. Det är mycket positivt att regeringen redan ökat det anslaget men i relation till andra länder är det fortfarande en relativt liten summa. För att illustrera detta kan man till exempel jämföra Sverige med övriga nordiska länder där Sverige satsar 11 kronor per person i marknadsföring och våra grannländer tre gånger så mycket. Vi marknadsför dessutom för drygt 100 miljoner kronor om året samtidigt som staten får tillbaka 12 miljarder från utländska besökare. Om vi skulle öka marknadsföringsanslaget kan man med enkel matematik räkna ut att Sverige skulle kunna tjäna ännu mer pengar på turismen. Det är väldigt svårt för Sverige att kunna hävda sig internationellt om man inte inser vikten av marknadsföring och satsar därefter.

De utländska turisternas konsumtion skapar både stora inkomster till företagare och den svenska staten såväl som hundratusentals jobb. År 2007 spenderade varje besökare ca 800 kronor om dagen, vilket innebär att turistnäringen förra året omsatte 236 miljarder kronor och genererade närmare 12 miljarder kronor i momsintäkter till statskassan. Det är inga småsummor turismen genererar med andra ord. För att stå sig i den internationella konkurrensen och för att marknadsföra Sverige på ett värdigt sätt bör regeringen överväga att öka marknadsföringsanslaget.

Stockholm den 2 oktober 2008

Patrik Forslund (m)