

av Anders Andersson (KD)

Utveckling av turistnäringen i Kalmar län

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om behovet av att väga in förutsättningarna för turismutveckling i Kalmar län när statliga investeringar, stöd och stimulansåtgärder planeras.

Motivering

Målet för regeringens turismpolitik är att Sverige skall ha en hög attraktionskraft som turistland och en långsiktigt konkurrenskraftig turistnäring som bidrar till en hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i alla delar av landet. För att nå detta mål behövs en turismaspekt vid långsiktig planering och samordning av insatser som genomförs av stat, regioner och kommuner samt av enskilda entreprenörer.

Enligt Tillväxtverket ökade turismkonsumtionen i Sverige med 4,8 procent från 2011 till 2012 och nådde 275,4 miljarder kronor. Svenska affärs- och fritidsresenärer spenderade nära 169 miljarder kronor och utländska besökare 106,5 miljarder.

Fritidsresenärerna stod för nära tre fjärdedelar av svenskarnas totala turismkonsumtion i Sverige under 2012. I Kalmar län hade 85,1 procent av de övernattande gästerna svensk nationalitet medan det för hela riket var 77 procent. Hela 57,5 procent av övernattningarna på hotell, stugbyar, vandrarhem, camping i privata stugor och lägenheter i Kalmar län skedde i form av camping. För riket var andelen 26,6 procent. Öland svarar naturligtvis för en stor del av denna camping men siffrorna visar att det finns en stor potential att erbjuda alternativa boenden.

De olika turistmålen måste vara lättillgängliga. Planeringen av infrastruktur är traditionellt präglad av den varuproducerande industrins och kollektivtrafikens behov.

Alltför sällan beaktas behovet av bekväma långväga persontransporter utanför storstadstriangeln.

Småland, där Kalmar län utgör en viktig del, har många turistmål som kan utvecklas ytterligare givet att de yttre förutsättningarna förbättras. I regionen finns en initiativrikedom och en god samverkan mellan företag, kommuner och regionförbund för att göra hela Smålandsregionen till ett lockande turistmål. Marknadsföringen av Kalmar län sker främst genom att lyfta fram fem starka upplevelseregioner; Vimmerby, Västervik, Kalmar, Öland och Glasriket. På Linneuniversitetets Turismprogram finns ett entreprenöriellt och internationellt synsätt. Man lär sig avläsa trender i resandet, upptäcka möjliga marknader och utveckla nya resmål.

Men det behövs också bra förutsättningar för företagande genom exempelvis regelförenklingar. Bra förutsättningar kan ge många nya arbetstillfällen vilket är särskilt viktigt i en region som har en stor glesbygdsdel.

Jag anser att förutsättningarna för en utveckling av turismen i Småland, och särskilt i Kalmar län, måste vägas in när statliga investeringar, stöd och stimulansåtgärder planeras. Detta bör ges regeringen till känna.

Stockholm den 16 september

2013

Anders Andersson (KD)