

Motion till riksdagen 2007/08:N351

av Else-Marie Lindgren och Lars Lindén (kd)

Turismen kan ge 100 000 nya jobb

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om marknadsföring av svensk turistnäring.
2. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om behovet av forskning och utveckling av denna näring.
3. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om behovet av att få fler internationella konferens-, kultur- och idrottsevenemang till Sverige.
4. Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om att den statliga utredningen SOU 2007:32 ska skickas ut på remiss.

Motivering

Sverige har, enligt många turistexperter, en potential att locka till sig dubbelt så många utländska turister jämfört med idag. Detta gäller både vinter- och sommartid. Även den nyligen framlagda statliga utredningen SOU 2007:32 drar samma slutsatser. Denna utredning bör omedelbart skickas ut på remiss och inte ligga kvar i Näringsdepartementets skrivbordslådor.

En satsning enligt denna utredning skulle skapa mer än 100 000 nya årsarbeten inom turistnäringen, och många av dessa i gles- och landsbygd.

Genom att öka marknadsföringen av Sverige utomlands från ca 110 miljoner kronor per år till 200–300 miljoner kronor per år skulle detta då bli, resultatmässigt, en av de mest framgångsrika regionalpolitiska satsningarna för att skapa arbetstillfällen som vår gles- och landsbygd någonsin fått vara med om. Då är det också naturligt att dessa pengar tas från utgiftsområde 19 Regional utveckling.

Exportintäkterna på turismen är idag i Sverige ca 70 miljarder kronor per år och nästan hälften, 35 miljarder kronor, tar staten varje år tillbaka i skatter

Fel! Okänt namn på

och avgifter. För att finansiera en ökad satsning på ytterligare 200 miljoner kronor från staten, räcker det att den utländska turismen till Sverige ökar med 0,6 %, och ökar den med säg 10 %, tjänar staten på denna satsning ca 3,5 miljarder kronor per år, rakt ner i statskassan.

Vi har haft en positiv utveckling de senaste åren av turistnäringen. Men med tanke på att denna näring är den snabbast växande i världen, tappar vi marknadsandelar jämfört med många andra länder som driver en mera aktiv marknadsföring. De övriga nordiska länderna satsar över tre gånger så mycket som Sverige. Dessutom behöver vi satsa på forskning i och utveckling av denna näring.

Vi måste också ändra policy vad gäller stora internationella kultur-, konferens- och idrottsarrangemang där staten ofta utan risk tjänar pengar på dessa arrangemang, medan de lokala arrangörerna alltid riskerar att gå med förlust.

Stockholm den 5 oktober 2007

Else-Marie Lindgren (kd)

Lars Lindén (kd)