

## Motion till riksdagen 2012/13:N212

av **Sten Bergheden (M)**

# Ökad marknadsföring av Sverige som turistland

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om möjligheten till en översyn av anslagen till marknadsföring av Sverige som turistland så att de harmoniserar med övriga nordiska länders nivåer.

## Motivering

Svensk turismnäring är en av landets starkast växande branscher. Den skapar jobb, växande företag och bidrar till hela landets tillväxt. Besöksnäringen sysselsätter över 160 000 på helårsbasis i dagsläget. Turismens exportvärde, mätt som utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade med 9,3 procent år 2011 till 98,8 miljarder kronor – det är mer än järn- och stålexporten och även mer än värdet av den svenska personbilsexporten under 2011. Turismens totala omsättning i Sverige år 2011 ökade med 6,4 procent till 264 miljarder kronor. Dessutom bidrar turismen som en av få exportnäringar med en ansevärd del moms till statskassan.

Men konkurrensen om turister är tuff, och om den svenska besöksnäringens positiva utveckling inte ska brytas bör vi satsa mer på att marknadsföra oss som turistdestination. Bland våra nordiska grannländer anslår Finland motsvarande 16 kronor per capita, Danmark 23 kronor och Norge drygt 31 kronor medan Sverige anslår 12 kronor per capita – lägst i Norden alltså. Det är därför angeläget att anslagen till marknadsföring av Sverige som besöksdestination kommer upp runt genomsnittet i de nordiska länderna. Möjligheten till en översyn av anslagen till marknadsföring av Sverige som turistland så att de harmoniserar med övriga nordiska länders nivåer bör därför ses över.

**Fel! Okänt namn på**

Stockholm den 1 oktober 2012

*Sten Bergheden (M)*