

## Motion till riksdagen 2008/09:N406

av **Berit Andnor m.fl. (s)**

# Nationellt stöd för turismen i hela landet

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om nationellt stöd för utvecklingen av turistnäringen i hela landet.

## Motivering

Besöksnäringen är en av Sveriges snabbast växande näringar. Turistnäringen har stor utvecklingspotential och kan ses som en framtidssektor för hela regionen. Med genomtänkta aktiviteter kan konkurrenskraften ökas och därigenom kan turistbranschen öka hållbarheten och sysselsättningen, stärka hela länets ekonomi samt förbättra serviceutbudet och miljötänkandet. Turistnäringens möjligheter att skapa tillväxt och arbete är beroende av riktade insatser som bygger på behovet av nya lösningar för att möta en hårdare konkurrens inom besöksnäringen och hårdare krav på produkter och tjänster inom turism.

Från EU-håll har man vid ett flertal tillfällen poängterat turismens potential att skapa sysselsättning och tillväxt. I ett meddelande från kommissionen ”En ny turismpolitik för EU: Mot ett stärkt partnerskap för turismen i Europa” framhåller man turismen som en verksamhet vilken kan ha stor betydelse för att uppnå målen i tillväxt- och sysselsättningsstrategin. Den totala turistkonsumtionen i Sverige ökade under 2007 med drygt 4 procent. Turistnäringens exportvärde, det vill säga vad utländska besökare spenderar i Sverige, ökade med drygt 12 procent och är därmed större än både järn och stål (77,3 miljarder) och personbilsexporten (69,7 miljarder).

Sysselsättningen inom många traditionella basnäringar ökar inte i samma takt som inom turistnäringen, som bidragit med nästan 28 000 nya heltidsarbeten mellan åren 2000 och 2007. Under samma period har antalet arbetade timmar inom till exempel jordbruk, skogsbruk och yrkesfiske minskat med drygt 16 procent.

## Fel! Okänt namn på

Sysselsättningen inom turistnäringen har ökat med drygt 32 procent sedan 2000. Mätt i medeltal sysselsatta har Sveriges totala sysselsättning under motsvarande period ökat med cirka 5,1 procent.

Turismens andel av Sveriges totala BNP har under perioden pendlat mellan 2,65 och 2,87 procent.

Sveriges utveckling går i linje med utvecklingen i världen och i Europa. År 2007 ökade det internationella resandet i världen med 6,6 procent och i Europa med 4,8 procent. Tittar vi på näringen i form av besökare per invånare så ligger Sverige över snittet i Europa. Ser vi däremot till turistnäringens storlek av BNP så ligger Sverige inte längre lika högt. Här ligger länder som man traditionellt förknippar med turism i topp som t.ex. Spanien där turismen utgör 11 procent av BNP.

Detta visar på potentialen med turistnäringen. I ett skede där sysselsättningen i Sverige och västvärlden varit relativt problematisk så har turistbranschen de senaste åren kontinuerligt ökat sin sysselsättning.

Turismen har särskilt stor betydelse för glesbygden, och inte minst landets norra delar. Det finns möjligheter till fiske, jakt, skidåkning och andra typer av fritidsaktiviteter och naturupplevelser året om. Därutöver finns det gott om kulturupplevelser, tillgång till ren och lokalt tillverkad mat, för att ta ytterligare ett par exempel. Turismen spelar därför en viktig roll för landets glest bebodda delar som jobbskapare och tillväxtmotor. Statistiken visar att näringen långt ifrån har nått sin fulla potential.

Nu ligger utmaningen att ta vara på denna positiva trend och fortsätta att utveckla näringen.

För att detta ska vara möjligt krävs det ett långsiktigt aktivt engagemang från statens sida. Detta kan ske i form av ett program för hela besöksnäringen där staten, näringen och regionala aktörer samverkar. Det krävs också kraftfull marknadsföring internationellt av norra delarna av landet. Brist på marknadsföring är ett stort problem för turistföretagare i Norrland. Det finns många mindre aktörer, men det saknas samordning för marknadsföring.

För att satsningen i turism ska lyckas, är ökat nationellt stöd till utbyggnaden av infrastrukturen, vägar, flyg och tåg helt avgörande. Fungerande kommunikationer är viktiga för att kunna marknadsföra attraktioner, men också för turister att kunna ta sig fram till besöksmålen.

Stockholm den 3 oktober 2008

*Berit Andnor (s)*

*Per Svedberg (s)*

*Jasenko Omanovic (s)*

*Ann-Kristine Johansson (s)*

*Helén Pettersson i Umeå (s)*

*Kristina Zakrisson (s)*

*Anneli Särnblad (s)*