

## Motion till riksdagen 2005/06:N255

av **Inger René och Anita Sidén (m)**

# Marknadsföring av Sverige utomlands

## Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad i motionen anförs om behovet av att justera upp anslagen till Sveriges Rese- och Turistråd.

## Motivering

Argumenten för att satsa på marknadsföring av Sverige som turistland har aldrig saknats. Vid internationella jämförelser hamnar dock Sverige alltid mycket långt ner på listan när det gäller hur mycket pengar staten skjuter till. Våra nordiska grannländer satsar alla motsvarande runt 30 kronor per invånare årligen, medan Sverige länge anslagit knappt 10 kronor per invånare.

Detta slentrianmässigt låga anslag till Sveriges Rese- och Turistråd måste upphöra. Själva idén med marknadsföring är att satsa först, skörda sedan. Och det finns väldigt mycket att skörda för Sverige om vi väljer att ordentligt och professionellt satsa på besöksnäringen. Inte minst vad gäller sysselsättningen.

I ett läge där den traditionella produktionsindustrin rationaliserar och/eller flyttar sin produktion utomlands, stannar nämligen svensk turistnäring kvar i Sverige. Våra hotell, restauranger och mötesarenor, vår natur och andra sevärdheter lägger inte ner eller flyttar utomlands, utan finns per definition på plats i Sverige och tar emot de besökare som valt att åka hit. En mer kraftfull marknadsföring av Sverige skulle snabbt betala sig i form av fler besökare och därmed nya arbetstillfällen i besöksnäringen.

Den svenska turistexporten omsätter cirka 50 miljarder kronor, varav en stor del går direkt in i statskassan i form av skatter. Uppskattningsvis kan cirka 35 000 årsarbeten direkt relateras till de utländska turisterna. Dessa siffror kan bli betydligt högre bara genom att vi satsar i nivå med våra nordiska grannländer.

**Fel! Okänt namn på**

Är det verkligen rimligt att Sverige år ut och år in fortsätter att nedprioritera en av landets absolut viktigaste och största näringar? För det handlar om prioriteringar. Vi kan exempelvis jämföra de cirka 10 kronor per invånare som staten satsar på marknadsföring av Sverige med de cirka 80 kronor per invånare som årligen satsas på att få svenska folket att spela på ATG:s och Svenska Spels olika produkter.

Svenska statens satsning på marknadsföring av Sverige som turistland utomlands bör därför snarast bli föremål för översyn i syfte att justera upp satsningen till 30 kronor per invånare.

Stockholm den 28 september 2005

*Inger René (m)*

*Anita Sidén (m)*