

Motion till riksdagen 2012/13:N260

av Anita Brodén m.fl. (FP)

Turismen som exportvara

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen tillkännager för regeringen som sin mening vad som anförs i motionen om en kraftsamling vad gäller marknadsföring i syfte att presentera Sverige som ett intressant rese- och turistmål för utländska besökare.

Motivering

Över hela landet satsar kommuner och regioner på att marknadsföra sina lokala sevärdheter. Marknadsföringen har fått ökad betydelse och man arbetar mer strategiskt med turismfrågorna. Regeringens riktade satsningar på att utveckla turismen i Bohuslän, Kiruna, Stockholms skärgård, Vimmerby och Åre kommer med all sannolikhet att få god utdelning. Förhoppningsvis kan det leda till en utväxling till gagn för fler kommuner och regioner.

Sedan år 2000 har den svenska turistbranschen haft en stor framgång och sysselsätter drygt 160 000 heltidsarbetande personer, något som branschen hoppas kunna fördubbla till år 2020. Årligen besöks vårt land av drygt 16 miljoner utländska turister och affärsbesökare. Sedan år 2000 har utländska besökares "exportvärde" ökat med nästan 145 %. Utländska turister lägger mest pengar på varuinköp, mat, boende och transporter. Turismen har med andra ord blivit vår bästa exportvara!

Turistanalytiker pekar på att Sverige klarat den ekonomiska krisen bättre än övriga europeiska länder. Sverige anses som ett intressant land med en hållbarhets- och miljöprofil, vilket efterfrågas alltmer.

För att Sverige skall fortsätta att utvecklas och nå den målsättning som branschen satt upp krävs förutom en turiststrategi och en god infrastruktur också en kraftsamling vad gäller marknadsföring i syfte att presentera utländska turister ett intressant turistmål. Marknadsföringen kan också med fördel bedrivas i samverkan med övriga nordiska länder.

Fel! Okänt namn på

Stockholm den 4 oktober 2012

Anita Brodén (FP)

Maria Lundqvist-Brömster (FP)

Lars Tysklind (FP)