

Turismen avgörande för glesbygden

Den svenska turism- och besöksnäringen är en av landets snabbast växande näringar. Mellan åren 2000 och 2008 har den totala turismomsättningen ökat med 84 miljarder kronor till 244 miljarder kronor. Exportvärdet, utländska turisternas konsumtion i Sverige, ligger i dag på 91 miljarder kronor. Enbart momsintäkterna från turistexporten är i dagsläget över 13 miljarder kronor. Det är ingen liten undanskymd näring utan en högst vital och viktig näring, med stor betydelse för svensk ekonomi.

Trots förutsättningarna är vi idag oroade över den utveckling som sker i sviterna av den pågående finanskrisen och lågkonjunkturen. Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare, SHR, efterlyser aktiva åtgärder för att motverka effekterna av lågkonjunkturen.

Här har besöksnäringen stora fördelar. Den finns i hela landet och är avgörande för glesbygdens överlevnad, men också för utvecklingen av våra städer. Det är den näring som sysselsätter störst andel unga, störst andel personer med utländsk bakgrund och även den största andelen kvinnliga chefer. Det är likaså en näring som lockar många att starta eget, inte minst på orter där det är svårt att få en anställning.

Trots den djupa ekonomiska och finansiella krisen så väljer européerna att fortsätta semestra utomlands i år. Det visar en undersökning som Turismens Utredningsinstitut (TUI) har genomfört på uppdrag av (SHR).

Resultatet visar att 22 miljoner tyskar inte kommer att dra ner på sitt resande i år. Likaså kommer 20 miljoner briter och 7 miljoner holländare inte att drar ner på sitt resande utan drar hellre ner på annan konsumtion. De har även för avsikt att resa mer inom närområdet och i Europa än tidigare.

Sverige har i dag 1,5 procent av den tyska sommarresemarknaden. Skulle vi lyckas öka den andelen till 2 procent skulle det innebära 500 000 fler gästnätter under de kommande månaderna. Motsvarande ökningarna från de övriga länderna skulle innebära ytterligare 500 000 gästnätter. Effekterna skulle vara påtagliga för en bransch som till största delen består av små och medelstora företag. Den nedgång som vi nu kan se i vår näring genererar inga krisrubriker eftersom det är små företag som varslar och drar ner för att kompensera det ekonomiska bortfallet. Men det är en bransch som sysselsätter fler än de elva största bolagen och koncernerna i Sverige, tillsammans.

Förutsättningarna måste finnas där för att vi ska kunna fortsätta utvecklas. För att rädda och kunna utveckla fler arbetstillfällen måste vi få besökare till Sverige. Flera andra europeiska länder satsar nu kraftigt på ökad marknadsföring som besöksdestination för att motverka lågkonjunkturen. Bland våra grannländer ökar till exempel Norge anslagen till marknadsföring från 117 Nkr miljoner (2004) till 210 miljoner Nkr (2009). Sverige har inte längre råd att avstå och besöksnäringens enskilda aktörer kan inte själva marknadsföra Sverige.

SHR föreslår att anslagen till marknadsföring av Sverige ökas och att staten i en engångsinsats investerar 100 miljoner kronor till Visit Sweden för att stimulera resandet till Sverige och därmed den svenska sysselsättningen. Görs det kommer näringen att tillföra minst lika mycket via Visit Swedens partnerskapsarbete, då denna bygger på att för varje krona som staten investerar i marknadsföring av Sverige satsar näringen minst lika mycket. Så har vi gjort under de goda år vi har bakom oss och så kommer vi fortsätta att göra.

Turismen har kommit att spela en allt viktigare roll i den moderna ekonomin i Sverige och andra länder. Turismindustrin är en internationellt hårt konkurrensutsatt näring med goda möjligheter för uppstickare att etablera sig, men där framgång inte kommer av sig självt.

Konkurrenskraft kräver att turismen är en levande del av politiken. Inte en näring som det talas fagra ord om men skyfflas undan och glöms bort i näringspolitiska insatser. Sysselsättningspotentialen är stor, här finns stora möjligheter att skapa långsiktiga jobb och en viktig arena för egenföretagare. Marknadsför Sverige utomlands, öka statens insatser i Visit Sweden, ta hänsyn till turismen i infrastrukturplaneringen och satsa på forskning, utveckling och innovationer inom turism- och besöksnäringen.

Mats Hulth
VD för SHR

Toni kommentar:

Det är sommartorka och nu så sätter betonghäckarna i svensk turism igång och fyller debattsidorna i landsort tidningarna med en massa felaktigheter som man hoppas i brist på mothugg skall bli en sanning. Nu vill SHR med Mats Hulth att Visit Sweden skall få ytterligare 100 miljoner och så samma gamla skiva om turism och arbetstillfällen.

Problemet som branschen lider av inte ett ord, som den sosse han är, är gäller det mera skattepengar och inte ett ord om vart mellan 3-5 miljarder av våra skattepengar årligen tar vägen som den svenska turistbranschen får för att inte glömma någon miljard kronor som EU bidrag. Det är beklämmande att Hulth inte efter alla år begriper grundläggande frågor, andra som blir äldre brukar lära sig, inte minst hans tidigare partikamrater, men den förmågan har helt uppenbarligen inte Hulth.

Skall man agera i frågor där man begär ännu mer skattepengar inte minst i en situation där Sverige ekonomiskt går mot en katastrof, bör man ha lite mera respekt för andras pengar, men det har Hulth aldrig haft något problem med. Börja med och läs detta utkast och se vad som kan realiseras inom några år, därefter har branschen löst sina egna problem. <http://www.toni-schonfelder.com/pdf/20090323-1.pdf>

UTAN BIDRAG!