

Lite väl glättad ram för ett seriöst budskap

”Turismen till Sverige växer mer än i Europa som helhet” skriver Nutek i ett pressmeddelande. Då har man valt 1991 som jämförelseår. ” Resandet i världen ökar och turismen till Sverige har en bättre tillväxt än Europa som helhet. I Sverige har antalet utländska övernattningar på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser stigit med nära 100 procent sedan 1991. I Europa som helhet ökade resandet med 80 procent under samma period. Enligt FN-organet World Tourism Organization har det internationella resandet i världen vuxit med drygt 100 procent sedan 1991.”

Men det valda basåret 1991 var bottenåret för utlandsturismen efter den ekonomiska krisen i Sverige 1989-91 med ett senare frisläppandet av kronkursen som följd. Mellan 1989 och 1991 sjönk de utländska gästnätterna med minus 26 % och mellan 1985 och 1991 var nedgången minus 31 % (Se diagrammet nedan). De flesta andra jämförelser i Nuteks nya faktabroschyr tar 1995 som utgångsår. Mellan 1995 och 2007 ökade de utländska gästnätterna med mer måttliga - plus 42 %.

Så bra känns inte i dag Sveriges konkurrensläge, att vi växer snabbast, och enligt den senaste tendensen under 2007 låg vi med det dåliga vinter- och sommarvärdet långt under Europasnittet i tillväxt av utländska gästnätter. I övrigt är den nya faktabroschyren utmärkt liksom det mesta av det intressanta material Nutek presenterar om och för turismen. Och marknadsföra sin sak, det vill man och det kan man.

Leif Aronsson

Absolute Advantage turistkonsulter

Askims Stenblocksväg 8

436 40 Askim

031-28 26 50, 0707-63 13 83