

Turism

Bekänn färg i turistpolitiken! Insändare: Mats Hulth och Elisabeth Haglund

Den svenska turism- och besöksnäringen bidrar till fler och växande företag, sysselsättning och ökade exportintäkter. Idag är 130 000 människor sysselsatta i svensk besöksnäring och omsättningen stiger med omkring tio procent per år. 2005 hade näringen ett exportvärde på över 60 miljarder kronor, och förutsättningarna för en växande turismnäring finns i alla delar av Sverige.

Turistindustrin är också en av världens snabbast växande näringar. Privatturismen ökar när människor får mer fritid och bättre privatekonomi samtidigt som resmålen blir mer tillgängliga. Affärsturismen växer i takt med globaliseringen. Därtill blir evenemangen och de internationella galorna fler och större med alpina VM i Åre som ett färskt exempel.

I framtiden kan vi vänta oss mycket mer av, och ställa mycket högre krav på, svensk turism. Turismen kommer att vara en av Sveriges viktigaste näringar. Nu är det hög tid för regeringen att bekänna färg i turistpolitiken, att lägga fram en konstruktiv strategi och att på allvar marknadsföra Sverige som besöksmål.

Varje år kommer över 15 miljoner internationella besökare till Sverige. Var och en av dessa besökare har sin egen referensram, sina vänner och anhöriga och sina syften med resan. Under ett år knyts således i Sverige miljontals kontakter mellan människor, som alla bidrar till att sprida ringar på vattnet och öka kännedomen om vårt land.

Dessa möten bidrar också till andra affärsuppgörelser. Såväl privat- som affärsturism stimulerar företagande i alla branscher. Här finns alltså en arena som hjälper till att utveckla hela det svenska näringslivet.

Men för att lyckas krävs en kraftfull, nationell strategi för svensk besöksnäring och mötesindustri. Framför allt krävs att Sverige marknadsförs betydligt mer offensivt än idag. Vi har förutsättningarna, men med de i ett internationellt perspektiv ytterst blygsamma satsningarna för marknadsföring av Sverige utomlands kan vi inte hävda oss i en allt tuffare internationell konkurrens.

Den 16 april debatteras regeringens ekonomiska vårproposition i riksdagen. För oss känns det självklart att den innehåller en satsning på att marknadsföra Sverige som turistnation. Sverige måste få synas! Som en viktig aktör inom internationell turism och mötesindustri sätter vi Sverige på kartan, bidrar till många nya jobb i hela landet och till affärsutveckling i vår egen och andra branscher.

MATS HULTH,

VD i Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare

ELISABETH HAGLUND,

VD på Hotel Tylösand

Toni kommentera:

Ja du Mats Hulth, man kan undra om någon tar dig för seriös annat än ett gäng ryggradslösa SHR medlemmar som tycker det är fint men en politruk som en gång innehade olika positioner där han gjorde allt för att hindra turism.

Nu med en rejäl mängd alkohol i kroppen efter att du fick sparken och inget sosse departement kunde hitta en plats för dig vilket är synnerligen ovanligt då kommer den privata näringen full med ryggdunkande medlöpare och anställer en person som är fullständigt sidosteppad. Det tillåtes att man skriva hur mycket dynga som helst när det ändå ingen som bryr sig och extra trist blir det när VD:n på Hotel Tylösand inte begriper bättre och sätter sitt namn under en artikel som bara andas en sak - mera bidrag!

**Man hade hoppats att folket med en fiskmå's IQ skulle pensioneras eller falla ifrån fortare!
Sverige behöver en förnyelse, annorlunda skatteregler för Turism och färre bidrag!**