

Nr 293

Av herrar **Lindahl** och **Lundkvist** i *Eskilstuna*, om utredning rörande turismen i Sverige.

I årets statsverksproposition återfinnes positiva tongångar gentemot turismen vid behandlingen av Svenska turisttrafikförbundets anslagsfråga. Vi kan oreserverat instämma när departementschefen anför följande: "Jag är medveten om turismens stora betydelse nationalekonomiskt sett och tänker därvid ej blott på de ansefliga valutainkomster som genom den utländska resandetraffiken tillføres vårt land utan även på den ekonomiska betydelse som turismen har för olika delar av näringslivet, främst hotellbranschen men också detaljhandeln och de privata kommunikationsföretagen." Departementschefen anför vidare: "Då jag är ense med förbundet om värdet av en dylik snar utbyggnad av de turistfrämjande åtgärderna vill jag överväga möjligheterna att höja det samlade statsbidraget till verksamheten genom att för nästa budgetår lämna bidrag av fondmedel i större utsträckning än som sker för närvarande."

Med instämmande på alla punkter i det ovan sagda vill vi tillägga att mycket talar för att en förstärkt och riktigt utformad turistreklam kommer att bli mycket lönsam för vårt land. Turismen och fritidsfrågorna poekar på en allt större uppmärksamhet under 1960-talet. Samtidigt kommer konkurrensen länderna emellan av många tecken att döma att bli mycket hård. I de vidaste kretsar har man nu uppfattningen att turismen rätt utnyttjad kan bli en betydande inkomstkälla.

Många goda initiativ har också i vårt land tagits på turismens område. Med hänsyn till de knappa ekonomiska resurser som stått och står till buds har STTF (Svenska turisttrafikförbundet) bedrivit ett förhållandevis effektivt upplysningsarbete för Sverige i utlandet. Man uppbär sammanlagt 1,1 miljon kronor per år, vilket är cirka 80 procent av förbundets intäkter. Beloppet är inte stort. Många svenska företag har långt större reklamutgifter. Här är ju uppgiften av en helt annan storleksordning. Det gäller dock att sälja Sverige som turistland.

Enligt upplysningar som lämnades på en internationell turistkongress i Wiesbaden i oktober 1959 bidrar en rad länder i turistpropagandan med betydande belopp. Här några exempel:

Storbritannien	14,9	miljoner sv. kronor		
Italien	14,6	„	„	„
Frankrike	13,8	„	„	„
Schweiz	10,0	„	„	„
Belgien	8,5	„	„	„
Västtyskland	5,8	„	„	„
Spanien	5,5	„	„	„
Österrike	3,9	„	„	„

Man räknar med att vårt land genom turismen varje år får ett valutatillskott på i runt tal 500 miljoner sv. kronor. Enligt OEEC:s turiskommitté gav enbart amerikanska turister år 1958 ut 560 miljoner dollar i Europa. Efter den nordiska passkontrollens upphävande vet man inte hur många semesterfirare från de nordiska grannländerna som besöker Sverige. Ökningen under de senaste åren är betydande, men hur stor den är vet man inte. Här, liksom på en rad områden, råder stor osäkerhet. Var skall de under alla omständigheter knappa resurserna sättas in? På vilket sätt kan den för varje år allt större skaran utländska turister lockas till Sverige, som för många fortfarande är ett oupptäckt turistland?

Lokala vetenskapliga turistundersökningar har under åren 1958—1959 för första gången gjorts i Sverige. Flera platser — Öland, Gotland, Leksand och Marstrand — har därigenom fått fram ett material som visar att turismen är lönsam om investeringarna sker med sans och förnuft. Man beräknar exempelvis att Leksand år 1957 hade inkomster på turistnäringen på 11 miljoner kronor. Genom sådana undersökningar har man fått en möjlighet att bedöma vad turismen ekonomiskt kan betyda för en kommun eller en landsända.

Liksom förutseende kommunalmän satsat på lokala undersökningar angående turismens omfattning och lönsamhet, borde samma behov vara för handen för samhället i stort.

Om en ”snar utbyggnad av de turistfrämjande åtgärderna skall ske” borde en förutsättningslös undersökning och utredning först komma till stånd. På detta minst sagt svårbemästrade område föreligger i annat fall risk för samhälleliga felinvesteringar. Även de som tror på värdet av en ökad insats från statens sida skulle känna sig åtskilligt säkrare om den föregicks av en utredning. En verksamhet av detta slag måste bygga på fakta och inte på spekulationer och antaganden. Det skulle vara av mycket stort värde om det kunde klargöras hur mycket Sverige i framtiden skall satsa på och intressera sig för turistnäringen.

Det finns många skäl som talar för att en rätt bedriven turistpropaganda blir mer och mer lönsam allteftersom semestertiden ökar utomlands, vilket under 1960-talet bör kunna leda allt flera turister till Skandinavien och Sverige. Vad som här yttrats om den utländska turistströmmen står inte i

strid med de lika aktuella önskemålen om åtgärder till fromma för den stadig ökande inhemska turismen.

En utredning skulle bl. a. klarlägga behovet av investeringar i framtida turistprojekt, värdet av en effektiv resandestatistik, turismens lönsamhet, Sveriges förutsättningar som turistland, turistpropagandans inriktning, Svenska trafikförbundets roll i en framtida utvidgad turistpropaganda samt statens och det privata näringslivets ekonomiska medverkan.

Utgående från vår uppfattning att turismen kommer att spela en stor roll under 1960-talet och med hänvisning till vad som ovan anförts vill vi föreslå,

att riksdagen i skrivelse till Kungl. Maj:t måtte uttala sig för att förutsättningarna för svensk turism under 1960-talet blir föremål för utredning.

Stockholm den 26 januari 1960

Essen Lindahl

Svante Lundkvist