

**[Ministeren for kommunikation og turisme]**

te virksomheder og i brancheorganisationerne. Der er dog behov for, at også staten deltager i igangsætningen og koordinationen af nye og supplerende initiativer.

Hensigten er at give erhvervene nye og bedre »værktøjer« gennem et styrket og målrettet samspil mellem forskning, analyse, rådgivning og uddannelse.

Den forstærkede indsats skal som udgangspunkt bygge på Danmarks Turistråds videnindsamling og analysevirksomhed, funktionerne i Hotel- og Restauranterhvervets Rådgivnings- og Konsulenttjeneste »HORECON« og aktiviteterne i Turismens Uddannelsessekretariat. Et væsentligt nyt element vil blive at få turismen placeret som et attraktivt område for forskning.

Turismens Fællesråd vil i første halvår af 1994 for ministeriet fremlægge forslag til en konkret handlingsplan for, hvorledes brancherne kan bidrage til en forstærket og koordineret indsats på uddannelses-, rådgivnings-, analyse- og forskningsområderne. Dette oplæg vil sammen med regeringens egne overvejelser danne grundlag for konkrete initiativer på kompetenceområdet.

Parallelt hermed vil Ministeriet for Kommunikation og Turisme i et tæt samarbejde med andre centrale interessenter bl.a. inden for arbejdstagerorganisationerne og uddannelsessektoren, herunder Undervisningsministeriet og Arbejdsministeriet, søge at afdække yderligere ønsker om og behov for en styrket uddannelsesindsats, der kan tjene til at skabe et kvalificeret menneskeligt råstofgrundlag for erhvervene.

I forbindelse med kompetenceudviklingen vil behovene for etablering af et egentligt erhvervsserviceinstitut for turisterhvervene blive afdækket.

*Turismestrategiens miljøaspekter*

Turistproduktet er mangfoldigt. Det består blandt andet af overnatningsanlæg, restauranter, attraktioner, oplevelser, aktiviteter og service. Alt dette kan etableres og arrangeres, hvor som helst den nødvendige kapital og knowhow er til stede.

Men turistproduktet er også stemningen på en egn og befolkningens sindelag. Det er hele den baggrundsmusik, som kommer fra kulturlandskabet, dets byer, bygninger, skove, våd-

områder og dyrkede arealer. Alt sammen faktorer, der ikke kan købes, bygges eller arrangeres.

Det grønne, velplejede og afvekslende danske landskab og vore store uberørte kyststrækninger er en turistattraktion i europæisk topklasse. Dertil kommer, at miljøet er rent. Man kan trygt bade ved strandene, og der er fisk i havet, søer og vandløb. Det forhold, at miljøet er rent, og at turisten føler sig overbevist om, at det land, der besøges, gør sit yderste for at opretholde et godt miljø og planlægge en bæredygtig turisme, er af stigende betydning for den internationale turisme. Det er klart forudsætningen, at den forstærkede statslige indsats for produkt- og markedsudvikling skal ske med al mulig hensyntagen til vort miljø og vore miljømæssige kvaliteter.

Ud over den landskabelige og umiddelbart naturmæssige side af miljøet har også en række andre forhold på miljøområdet stor direkte eller indirekte betydning for turistproduktet. Ren luft, godt drikkevand, affaldsbehandling, vindkraft, genanvendelse, trafikplanlægning, adskillelse af rekreative områder fra industri samt konkrete udviklingsprojekter inden for miljøområdet er en del af vores image som et godt og rent ferieland.

Ministeriet for Kommunikation og Turisme vil derfor fortsætte det gode og tætte samarbejde med Miljøministeriet, der er ansvarligt for nogle af dansk turismes væsentligste aktiver og stærkeste konkurrenceparametre. Ministeriet for Kommunikation og Turisme vil også gå aktivt ind i de planlægningsmæssige forhold, herunder især regionplanarbejdet og kystplanlægningen.

*Finansiering af strategien*

Implementeringen af den samlede strategi påbegyndes med udgangspunkt i en uændret finanslovsbevilling i 1995 på ca. 190 mio. kr.

Vækstmålene er ligeledes baseret på uændrede rammebetingelser for turismen. Regeringen har i denne forbindelse nøje undersøgt spørgsmålet om momsafløftning for erhvervsmæssige hotelovernatninger både generelt og begrænset til overnatninger i forbindelse med konferencer m.v. Den manglende momsafløftningsret er af erhvervene blevet bragt frem som en væsentlig barriere for branchens udvikling.