

Hvordan turistbranchens konkrete indsatser skal være, skal vi ikke tage stilling til her. Vi skal samle os om at give erhvervet fornuftige rammer, og vi er naturligvis lydhøre over for de forslag, der kommer fra branchen.

I den konkrete debat i dag har forespørgerne sat fokus på forholdet til det, der kaldes nærtliggende lande, og man tænker vel her især på Sverige og Tyskland. Hvordan lokker vi flere turister til, og især: Med hvilke tiltag får vi dem til at lægge endnu flere penge, end de gør i forvejen. Skal vi satse mere på den rene ferieturisme, kyst og storby? Eller skal erhvervsturismen have højere prioritet? Det bliver nogle af de centrale spørgsmål i turistpolitikken, og svaret er nok mere et både-og end et enten-eller.

Turismens Fællesråd formulerer sig ofte politisk med både skatte- og erhvervspolitiske målsætninger. Efter Fællesrådets mening synes de væsentligste problemer for dansk turisme at være følgende: at de tyske turister svigter, at de internationale turistinvesteringer går uden om Danmark, og at der sker en generel skattemæssig diskriminering som følge af de grønne afgifter og andre beskatningsvilkår.

Branchen er som alle andre erhverv afhængig af de internationale konjunkturer, og at især tyskerne er blevet væk, er ikke nødvendigvis en følge af, at det i sig selv er blevet dyrere at holde ferie i Danmark. Årsagen til, at den tyske efterspørgsel er faldet, skyldes nok mere, at konkurrencen i charterturismen i Tyskland er skarp, og tyskerne mener måske, at de får mere for pengene i f.eks. Grækenland eller Tyrkiet. At sommeren 1998 var usædvanlig ringe og regnfuld, har måske også en betydning, ligesom den høje arbejdsløshed i Tyskland måske tvinger mange potentielle turister til at skrotte ferien langs de danske kyster. Denne situation skal vi naturligvis forsøge at vende, og derfor er det rigtigt, at erhvervet nu søger at samle sig om en indsats over for den såkaldte tyske udfordring. Det er ikke i tide lykkedes for branchen så at sige at samle erstatningsturister op, selv om branchen har nedsat en tænketank, der skal se på det problem.

Men der kan sikkert findes mange flere årsager til tilbagegangen end de nævnte. Måske har produktet ikke været fornyet tilstrækkeligt, ja, måske er der endog nogle af aktørerne, som i flere år har haft det for let og måske har sovet lidt i timen med hensyn til udvikling.

Et andet aspekt, som nogle mener kan klare alle problemer, er en sænkelse af skatter og af-

gifter. Der findes næppe nogen branche, som ikke kan finde gode og indlysende årsager til, at lige netop deres branche bør friholdes for skatter og grønne afgifter af hensyn til konkurrenceevnen. Men følger man beredvilligt alle disse særønsker, vil grundlaget for afgifterne begynde at smuldre og ikke kunne spille den fornødne rolle i finansieringen af samfundets samlede udgifter. Dansk turismepolitik skal derfor ikke udvikles på baggrund af skattepolitiske overvejelser som differentieret moms og fradragsret for repræsentationskonti.

Og hvordan med den dansk-svenske konkurrence, som turistbranchen ofte gør opmærksom på i forbindelse med den kommende Øresundsbro? Kendsgerningen er, at investorerne i Østersøregionen nok konsekvent tænker på Sverige, men at Malmö i sig selv skulle kunne opfattes som en konkurrent til København, har efter min mening intet på sig, og at kongresdeltagere i København skulle indlogere sig i Malmö og ikke i København, hvor tingene sker, vil jeg se, før jeg tror det. Det kan naturligvis være et problem, hvis København mangler hotelkapacitet, men der er ingen grund til at opstille skræmmebilleder, som er uden bund i virkeligheden.

Hvilken rolle skal det offentlige så spille for turisterhvervet? Vi skal som sagt give branchen gode rammer, et af nøgleordene skal være innovation, og rammerne skal naturligvis suppleres med økonomi. For øjeblikket er det sådan, at staten yder omkring 188 mio. kr., og det er da trods alt et betragteligt beløb. Vi skal af hensyn til planlægningen fortsat give Danmarks Turistråd 3-årige bevillinger, ligesom vi skal understøtte og udbygge de initiativer, som er sat i værk.

Jeg er selvfølgelig enig med hr. Arne Melchior i, at det er utrolig vigtigt, at vi gør Danmark kendt øst for Malmö og syd for Hamburg. Det føler vi vel nok også vi er i forvejen, men det kan sikkert gøres endnu bedre.

Også de otte regionale turismeudviklingselskaber er meget vigtige for fremtiden. »Destination 21«, en nyskabelse med en mærkningsordning for bæredygtige destinationer, som kan tiltrække miljøbevidste turister, er en god nyskabelse, og centerkontrakterne og markedsføring af turismen i Øresundsregionen er gode og konkrete initiativer, som er iværksat, og som kan udbygges i årene fremover.

Socialdemokratiets indstilling til turismepolitikken er positiv, ja, endog meget positiv. Vi