

### [Industriministeren]

København end hidtil set for at sikre et tilstrækkeligt kundeunderlag og en fortsat vækst i den københavnske turisme.

Der er for København også store uudnyttede muligheder i den familieturisme fra vore nærmarkeder, som den øvrige del af landet i disse år oplever en eksplosiv vækst i. Det er derfor nødvendigt, at der i København etableres nye campingpladser og vandrehjem af topkvalitet.

### *Offentlige og private produktejere*

Turismen betragtes ofte udelukkende som en kombination af transport, overnatning, fortæring og kommercielle attraktioner. Man glemmer i denne forbindelse, at naturen og de offentligt ejede kulturværdier hører til vore mest værdifulde turistprodukter. Der er imidlertid et alt for sporadisk og ineffektivt samspil mellem de private og de offentlige produktejere. Det er regeringens mål at udbygge det erhvervs-mæssige samarbejde mellem turistsektoren i traditionel forstand og offentlige ejere af turistprodukter. Også foreningslivet bør deltage i dette samarbejde.

Der er også stort behov for medinddragelse af detailhandelen. Af turistsektorens årlige omsætning på 40-45 mia. kr. tilfalder de 12-13 mia. kr. detailhandelen, der derfor bør deltage aktivt i turistmarkedsføringen af Danmark.

### *EF*

1990 har været europæisk turistår, men bortset fra denne manifestation har turismen i EF-sammenhæng ført en noget tilbagetrukken tilværelse i en årrække. Dog ser den nu ud til i stigende grad at tiltrække sig opmærksomhed. Dette skyldes først og fremmest, at turismen spås en rivende vækst og udvikling i årene fremover og endog skønnes at ville blive verdens største erhverv i år 2000.

Turismen har vist sig at være et kompliceret EF-samarbejdsområde. Det skyldes især, at Nord- og Sydeuropa har vidt forskellige turistmæssige forudsætninger, problemer og prioriteringer, og at EF-landene er hinandens hårdeste konkurrenter. Men baggrunden er også, at der lægges betydningsfulde rammer for den europæiske turistudvikling på en lang række forskellige områder uden snæver turistmæssig tilknytning, f.eks. miljø-, transport-, afgifts- og regionaludviklingsområderne, hvorfor det i virkeligheden er her, turismens interesser særligt skal varetages.

På regionaludviklingsområdet afsættes der løbende betydelige summer til fremme af turismen i områder, hvor andre erhvervsgræne har været i stærk tilbagegang, f.eks. fiskeri og skibsværfter. Der er stor interesse i at sikre, at disse midler kan komme Danmark til gode på en måde, der understøtter de nationale turistfremmebestræbelser.

### *Nye markeder*

For at sikre en stærk konkurrenceposition er det nødvendigt, at der foretages løbende analyser med henblik på opdyrkning af nye markeder. Rejsemønstrene ændrer sig så hurtigt, at det ikke er tilstrækkeligt at satse på fastholdelse og udbygning af eksisterende markeder. Man må gennem analyser og forskning være i stand til at se ind i fremtiden.

Det er nærliggende at søge markeder med ikkeidentiske sæsoner og med interesser uden for København; men også de hastigt ændrede forhold i Østeuropa, herunder i hele det baltiske område, påkalder sig opmærksomhed. Der vil dog formentlig i den nærmeste fremtid snarere være tale om nye konkurrenter end om lukrative markeder.

Regeringen ønsker at bringe Danmark i en forskningsmæssig position på turistområdet, der sikrer hurtigt og optimal adgang til nye markeder.

### *IV. Afsluttende bemærkninger*

De forløbne fire års store turistpolitiske satsning har til gavn for hele samfundet medført iøjnefaldende resultater. Det er imidlertid regeringens opfattelse, at der foreløbig er behov for en fastholdelse og udbygning af indsatsen, således at en strukturtilpasset, professionel, markeds- og fremtidsorienteret dansk turistsektor bliver i stand til at levere et tidstilpasset turistprodukt præget af aldrig svigtende kvalitet og service.

For at sikre dansk turisme de bedst mulige vækstbetingelser i et stadig mere internationalt og konkurrencepræget erhvervs-klima lægger regeringen afgørende vægt på, at turismen både i konkrete erhvervsfremmetiltag og i analyser og effektevalueringer betragtes som del af et bredt erhvervsspektrum, der rækker ud over de traditionelle turistvirksomheder og aktivitetsfelter.