

[Eva Fatum]

På Bornholm har amtsrådet bevidst gennem regionplanlægningen satset på turismen, bl.a. på grund af stagnation i fiskeri og landbrug. Man har som hovedregel, at antallet af turister pr. døgn ikke overstiger antallet af fastboende, dvs. ca. 46.000. Antallet af turister på årsbasis er nu stigende og oppe på ca. 400.000. Alt tyder dog på, at det maksimale antal turister pr. døgn ikke er højere end tidligere, men derimod er det gennemsnitlige ferieophold blevet kortere.

Årsagen til denne målsætning er et ønske om ikke at overbelaste naturen og kulturværdierne. Derimod ønsker man at udvide sæsonen, og på vore breddegrader kan man jo ikke rigtig markedsføre sig som en solskinsø hele året, derfor bliver Bornholm i stedet for nødt til at markedsføre sig som grøn ø. På denne måde siger man også indirekte, at der ikke findes dårligt ferievejr, men kun dårlig påklædning. Samtidig gør man opmærksom på, hvad det er, man tilbyder turisterne: en natur-, miljø- og kulturoplevelse – også uden for den hidtidige højsæson.

Et af problemerne har været transportmulighederne til og fra øen. Det forventes at være løst med Bornholmstrafikkens nyeste færge, indsætning af privatfærger samt en udvidelse af turistsæsonen.

I højsæsonen søger mange turister til stranden, men naturen har desværre gjort et stort indhug i kysten. Kystsikring er en opgave, der er for stor for et amt, derfor må det med henvendelse til trafikministeren være en opgave for staten at samarbejde med amt og kommuner i denne sag.

Selve kystområdet har i mange år været friholdt for nybebyggelse, således at man kan se havet, når man tager sine ture langs kysten.

En af de måder, man kan fordele turisterne på øen på og dermed beskytte naturen, er at etablere et gangsti- og cykelvejnet. Som hr. Løvig Simonsen var inde på, er cykelturismen i stærk udvikling. På Bornholm er begge dele udbygget. Man har bl.a. et cykelvejnet, der går via en gammel, nedlagt jernbane gennem skov og på små veje, hvor biler og cyklister tager hensyn til hinanden. For at finde rundt på øen som cyklist har amtet udgivet en pjece om alle disse veje. Gangsti er også etableret langs med kysten.

Hr. Løvig Simonsen var også inde på etablering af naturvejlederordningen – en ordning, der har fået stor succes. Bl.a. giver en natteur

til Hammershus Ruiner en ganske særlig stemning. Renoveringen af Slotslyngen omkring Hammershus Ruiner samt bygning af et museum i tilslutning hertil, som staten har stået for, har givet et øget besøgstal. Dette til oplysning om et helt konkret turistmæssigt initiativ fra statens side.

Amt, kommuner og private driver også arbejdende museer, hvor man kan se en gammel gård, der hedder Melstedgaard, i funktion som for ca. 100 år siden, og et stenbrudsmuseum med stenhuggere i funktion.

Bornholm er kendt bl.a. for sin keramik og glaskunst. Bornholms Amts Trafikselskab har derfor for et par år siden startet en kunsthåndværkerbus, der kører rundt til kunstnere, så man kan se, hvordan tingene bliver fremstillet.

Jeg har her nævnt nogle konkrete initiativer, som Bornholms Amt i samarbejde med de fem kommuner har taget for at skabe rammerne for en turisme uden plastic, men med natur, miljø og kultur som det overordnede mål. Dette er med til at skabe bedre muligheder for det private turisterhverv, men kan selvfølgelig også opleves som en stopklods, hvis man får afslag på en ansøgning, der strider imod amtets regionplan, for et dansk Mallorca ønsker Bornholm ikke at blive.

Henning Gjellerod (S):

Turistsektoren skal betragtes som et erhverv, den skal betragtes som et valutaskabende erhverv. Vi har slet ikke råd til at se bort fra turismen som en valutaskabende funktion i samfundet. Landet er som bekendt gældsat. Ethvert erhverv har et ressourcegrundlag. For fiskeriet er det f.eks. den tilstedeværende mængde af fisk i havet, fiskerflåden samt den teknologi, de udøvende fiskere behersker.

Også turisterhvervet hviler på et ressourcegrundlag, naturligvis. Dette ressourcegrundlag skal defineres, hvis vi vil bevare det, men ikke nok med det: Hvis vi vil udvikle turismen i Danmark med henblik på en større valuta-indtægt – og det ligger ligesom i luften, at det vil vi gerne – så må vi foruden at definere ressourcegrundlaget også beskytte det, udvikle det og forbedre det.

Det er altså slet ikke nok med markedsføring. Det har kun kortvarig effekt, hvis det produkt, der bliver markedsført, er for dårligt, eller hvis det bliver nedslidt eller opbrugt ved brug. En