

ikke kan løse en total dansk markedsføringsopgave. Det kan VisitDenmark, men for at Danmark kan skaffe sig fremtidige indtægter, så kræver det, at vi investerer, og det, VisitDenmark har oplevet siden 2001, er nedskæringer hvert år fra 130 mio. kr. til 112 mio. kr.

Kl. 14.20

Lad os se på beskæftigelsen. Tidligere er nævnt 100.000 ansatte svarende til 3,7 pct. af den samlede beskæftigelse, men det er jo ikke 3,7 pct., som er fordelt jævnt over landet. Bag tallene ligger der store geografiske forskelle. Eksempelvis på Bornholm er mere end 9 pct. af befolkningen beskæftiget med turister.

Kystturismen er absolut det største problem. Langs den jyske vestkyst, i Nordjylland og andre steder mærker man det markante fravær af specielt de tyske turister. Når disse områder så samtidig er kendetegnet ved at have utrolig mange kortuddannede, må man alvorligt bekymres for fremtiden, bekvæmres, hvad angår job i fremtiden for denne gruppe.

I Socialdemokratiet er vi enige med regeringen i, at der skal skabes job til nydanskerne af hensyn til integrationen, men det kniber gevaldigt med at se, at det er noget, regeringen beskæftiger sig med, når vi ser på de initiativer, som regeringen fremlægger i forbindelse med redegørelsen. Bare tingene går nogenlunde, som de går nu, så går det nok.

Det gør det bare ikke. Skal skuden vendes, må det ske i et offentlig-privat samarbejde, hvor enhver statsligt investeret turistkrone med garanti vil vende tilbage igen med renter og renters rente.

Hvis man ikke har været helt grundig i læsningen af denne korte redegørelse, så kunne man forledes til at tro, at turismeindustrien fremover kan disponere over yderligere godt 43 mio. kr. til vækstinitiativer. Hvis det var rigtigt, var det jo godt, men det er ikke rigtigt. Rent faktisk passer det jo ikke. Jeg nævnte før, at VisitDenmarks bevillinger var nedsat fra 130 mio. kr. årligt til 112 mio. kr., og de 43 mio. kr., som omtales her, godtgør jo ikke det, som udløb med den tidligere handlingsplan.

Men så vil jeg sige, at der trods alt er lidt friskhed over redegørelsen, idet man jo konkluderer, at VisitDenmark får 23 kr. pr. indbygger til sin virksomhed, og det er fint i forhold til Tyskland, hvor man i henhold til redegørelsen kun ofrer 2 kr. pr. indbygger.

Jeg vil egentlig gerne bede ministeren dokumentere, at de 2 kr. både indeholder de beløb,

som forbundsregeringen i Berlin betaler, og de beløb, som de enkelte Länder investerer i turismen. Jeg påstår, at de 2 kr. alene dækker forbundsregeringens investering, og at Ländernes beløb så skal lægges oveni, og så kommer vi til et andet resultat. Men det må vi have undersøgt i tiden fremover.

Nu sammenligner regeringen Tysklands godt 85 millioner indbyggere med Danmarks godt 5 millioner. Det kunne jo egentlig også være interessant, når vi nu sammenligner indbyggere, at se, hvordan situationen er i Grønland, på Færøerne og i Island. Det kunne være, vi så fik en anden situation.

Vi er rent faktisk i en grotesk situation. Regeringen gider ikke bøje sig ned efter guldet. Hvis ikke de private turismeaktører selv kan finde det, ja, så virker det, som om det er ligegyldigt. Den internationale turisme vil stige markant frem til 2020. Et købedygtigt publikum står parat til at komme ind i Danmark. Regeringen er passiv.

Nu vil jeg komme med to citater fra redegørelsen, og det første er:

Hvis Danmark også fremover skal være blandt de førende turistdestinationer, er det nødvendigt, at fornyelsen og udviklingen af Danmark som turistdestination fortsættes.

Jeg er enig, jeg er ganske, ganske enig.

Det andet citat er:

Og derfor er der lagt op til en nogenlunde uændret statslig finansiering.

Altså ikke yderligere midler til markedsføring af Danmark. Ingen virksomhed har nogen sinde kunnet overleve endsige forny sig eller udvikle sig ved kraftige nedskæringer. Vi har ikke noget imod privat medvirken, men staten må altså også være med. Og hvis regeringens forhåbninger om, at initiativer for kystturismen kan medfinansieres af EU's landdistriktsmidler, håber jeg da ikke, at det ligger i ministerens planer, at man så skal slippe billigere end de 112 mio. kr.

Markedsføring af Danmark er ikke alene en privat opgave, det er en fælles opgave, og situationen, specielt hvad angår kystturismen, er katastrofal. Uden en målrettet og ihærdig indsats vil faldet af tyske gæster fortsætte med lavinefart, og derfor undrer det mig, når jeg læser, at ministeren mener, at faldende turister i kystområderne kan modvirkes af flere sommerhuse.

Der er planlagt igangsat yderligere 6.500 sommerhuse de næste år, og på grund af den svigtende tilstrømning til de danske kyster er