



8. april 2020

## Hvor skal vi holde ferie i år?

*Da Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse i denne uge ekstraordinært trådte virtuelt sammen, for at debattere og prioritere initiativer, som skal medvirke til at afbøde konsekvenserne af COVID-19 for dansk erhvervsliv, var ét af initiativerne en henvendelse fra Danske Destinationer.*

"I regi af Danske Destinationer har vi samlet et konsortium bestående af VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Storbyturisme samt vores egne medlemmer plus yderligere tre destinationer under dannelse" udtaler Jens Müller, formand for Danske Destinationer, og fortsætter "På vegne af konsortiet har vi henvendt os til Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse og bedt om medfinansiering til en Danmarkskampagne, der har til formål at inspirere danskerne til at holde ferie i Danmark. Altså ikke bare blive hjemme, men tage på ferie ud i Danmark, skifte landsdel, købe overnatninger og oplevelser".

Danske Destinationers 15 medlemmer samt yderligere 3 destinationer under dannelse, stiller med i alt kr. 7,3 mill. til kampagnen, resten af konsortiet stiller med kr. 3,0 mill. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse besluttede på mødet mandag d. 6. april at matche konsortiets kr. 10,3 mill. og dermed bringe det samlede budget for kampagnen op på kr. 20,6 mill.

"Vi er utroligt glade for Erhvervsfremmebestyrelsens positive behandling af vores henvendelse. Det vidner om både handlekraft og ikke mindst indsigt i og forståelse for vores erhvervs kæmpemæssige udfordringer i denne krisetid" udtaler Jens Müller.

### Ny styrke i dansk turisme

Etableringen af tværkommunale destinationsselskaber, tog først rigtig fart i maj 2018, da den daværende regering indgik en bred politisk aftale omkring erhvervsfremmesystemet i Danmark. Fra at have godt 80 forskellige turismefremmeindsatser i Danmark, var ambitionen at konsolidere disse i 15 – 25 destinationsselskaber.

"Fra erhvervets side var vi rigtig glade for denne beslutning, og det ser ud til, at vi lander på 18-19 selskaber, der dækker turismen i hele Danmark" siger Jens Müller. "Det betyder, at der kan arbejdes med destinationsudvikling, udvikling af det vi kalder 'produkt Danmark', på et højt fagligt niveau, hvor destinationerne kan matche hinandens kompetencer og dermed tage et kollektivt og koordineret ansvar for at udvikle turismen. Denne styrke viser sig specielt i denne ulykkelige situation, hvor store dele er vores erhverv de facto er lukket ned, og vores fællesskabet træder i karakter og tager ansvar".

### En stærk overbygning

Kampagnen, der skal genstarte turismen i Danmark, er allerede under udvikling, og ambitionen er, at de første elementer vil ramme medierne og dermed danskerne allerede i maj måned. Tilingen afhænger naturligvis af sundhedsmyndighedernes anbefalinger og regeringens direktiver. Kampagnen vil bygge ovenpå de mange initiativer, både på forretnings- og produktudvikling og kommunikation, der allerede er planlagt på destinationsniveau.

*Danske Destinationers 15 medlemmer samt de yderligere 3 destinationer under dannelse, repræsenterer 97% (2017) af turismeomsætningen i Danmark.*

For yderligere information, kontakt Jens Müller, formand i Danske Destinationer, tlf. 2819 9011