

Styrket dansk turisme

– i hele landet

Danmark er et fantastisk land at være turist i. Storslået natur og forrygende oplevelser for hele familien. Et sikkert land at rejse i, sammenhængende og mangfoldigt – fra Grenen i nord til fjordene i syd, fra bornholmske klipper til Vadehavets vidder.

Danske Destinationer er den eneste samlende erhvervsorganisation for turismen. De danske destinationsselskaber sikrer hver dag, at hele turismeerhvervets værdikæde, lige fra den mindste naturvejleder til den største hotelkæde, bliver bundet sammen, så vi i fællesskab skaber turismetilbud i verdensklasse.

For at det kan lykkes også i fremtiden, er det en afgørende nødvendighed, at investeringer i dansk turisme bakker op om den nuværende organisering og sikrer, at alle danske destinationsselskaber udvikler turismen i Danmark i fællesskab.

Dét gavner ikke bare vores turister, som kommer tilbage igen og igen, men skaber også en omsætning i sektoren på mere end 160 milliarder kroner årligt og danner grundlag for cirka 145.000 arbejdspladser. Turismen er desuden middel til at skabe levedygtige helårssamfund i landdistrikterne, såvel som attraktive storbyer med et en kultur- og restaurantscene af høj kvalitet.

En turismestrategi forankret ude i virkeligheden og et Danmark i balance

Når Regering og Folketing udmønter midler, der kan understøtte den nationale turismestrategi, må ét af de vigtigste mål være at sikre et Danmark i balance, hvor midlerne bruges så tæt på turisterne som muligt. Det er afgørende, at midlerne til en styrket turismeindsats kommer så mange som muligt til gode i hele landet – dvs. der sikres en økonomisk prioritering af alle turismens tre forretningsområder (kyst- og natur, storby og møde- og erhvervsturisme), og der sikres en geografisk ligelig fordeling. Det er vigtigt at sikre en lokal og national forankring ved aktivt at prioritere økonomi, der understøtter den nuværende organisering af turismen. De ekstra midler må ikke kun udmøntes på nationalt niveau, men skal ud og arbejde lokalt, hvor turisten er.



Investeringer i fem indsatsområder for en endnu stærkere dansk turismesektor

Den opdaterede nationale turismestrategi, der blev lanceret i oktober 2024, har ikke blot et godt helhedsorienteret blik på turismen på tværs af landet, de 100 mio. kr. fra Finanslov 2024 er også blevet udmøntet til vigtige indsatser som bl.a. en **stærkelse af VisitData, udvikling af møde- og erhvervsturismen samt international og national markedsføring**. Set i lyset af denne første udmøntning, så ser vi særligt fem indsatsområder, der bør prioriteres midler til i fremtiden:

- 1 Bæredygtighed og klimahandling**

Danske Destinationer har allerede fået DEB-midler til et fælles bæredygtighedsprojekt, og det er vigtigt, at dette projekt kan udføres i samarbejde med Partnerskab for bæredygtig turismeudvikling. Den nationale strategi bekræfter, at partnerskabet skal fortsætte, men der er ikke afsat midler til det i første omgang. For at sikre kontinuitet og succes med bæredygtige tiltag og klimahandling bør finansieringen af partnerskabet indgå i næste bevillingsrunde.
- 2 Storbyturisme**

Den foreslåede nationale strategi mangler økonomisk støtte til storbyturismen, herunder en styrkelse af kulturturismen, attraktive bymidter og turisme hele året samt det at få skabt nogle bedre oplevelsestilbud mellem by og land. For vi kommer kun i mål med vækst- og bæredygtighedsmål i den nationale turismestrategi, hvis vi sætter kul på alle kedler, og udvikler alle tre forretningsområder i dansk turisme.
- 3 Eventbaseret helårsturisme**

Mens store mega-events allerede har fået tilført midler i det offentlige støttesystem, er der et uforløst potentiale i at understøtte mindre events på tværs af hele landet, da de kan virke både sæsonforlængende og drive turisme i yder- og skuldarsæsonerne. En eventpulje kunne give destinationerne mulighed for at søge støtte til udvikling, skalering, internationalisering og markedsføring af lokale, stedbundne begivenheder og aktiviteter, der fremmer helårsturisme.
- 4 Implementering af udviklingsplaner på tværs af landet**

Danmark har brug for investeringer i implementering af i strategisk fysiske udviklingsplaner for turismen. I de senere år er der udarbejdet ambitiøse planer for bl.a. Vestkysten, Sjælland og øerne, Fyn og øerne og en lignende plan er under udvikling for den østlige side af Jylland fra Skagen i nord til grænsen i syd. Disse planer styrker det tværkommunale samarbejde og tiltrækker både private og offentlige investeringer i turismeinfrastruktur, faciliteter og produkter. Samtidig understøtter de lokalsamfund og sikrer naturbevarelse gennem bedre planlægning af naturoplevelser. Et opmærksomhedspunkt er, at ikke alle destinationer har en / er del af en udviklingsplan i dag – det bør alle blive.
- 5 Fælles markedsføring af Danmark som ferieland**

For at styrke den danske turisme foreslår Danske Destinationer, at der prioriteres yderligere midler til en fælles national markedsføring af Danmark som ferieland. For kampagnen #BareDanmark under Corona-pandemien viste, at danskerne er åbne for at vælge Danmark som feriedestination. Men de seneste år er antallet af danske overnatninger faldet. For at vende denne trend og få danskerne til at vælge Danmark frem for udlandet, foreslår vi en stærkt styrket fælles indsats for at markedsføre Danmark som ferieland.