

SEPTEMBER 2016

DANMARK I VÆKST

DANSK TURISME 2025

DEN NATIONALE STRATEGI
FOR DANSK TURISME
– KORT FORTALT

REGERINGEN



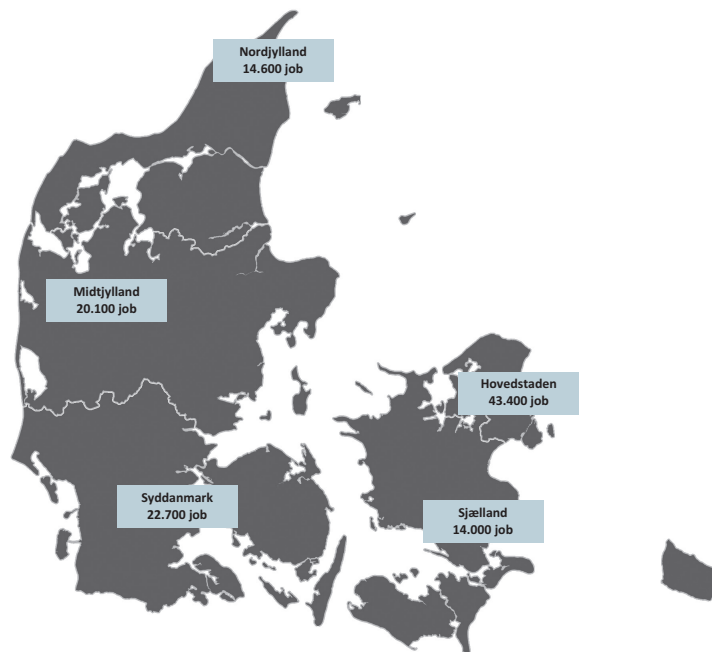


En fælles indsats for dansk turisme

Turisme er et af Danmarks vigtigste erhverv.

I 2014 havde vi i Danmark en turismeomsætning på 95 mia. kr., og turismen skaber, hvad der svarer til 115.000 fuldtidsjobs i hele Danmark.

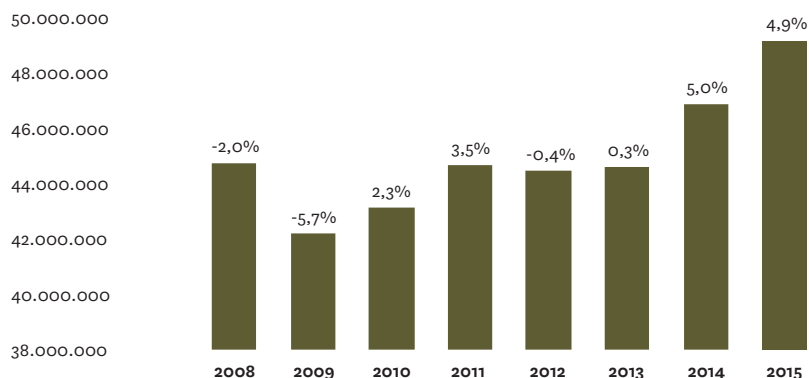
FIGUR 1: Turismeskabte arbejdspladser, 2014



Kilde: Turismens økonomiske betydning 2014, VisitDenmark 2016

Samtidig har turismen de seneste år været et erhverv i vækst, og flere og flere turister besøger Danmark. I 2015 blev der registreret 49 mio. overnatninger i Danmark, hvilket er det højeste antal nogensinde og en vækst på knap 5 pct. i forhold til året før.

FIGUR 2: Udvikling i alle registrerede overnatninger i Danmark. 2008-2015



Kilde: Statusanalysen af turismens udvikling og konkurrence, 2016, opdateret af VisitDenmark med endelige 2015-tal.

På trods af de flotte tal står dansk turisme over for udfordringer, som kræver en strategisk indsats, hvis Danmark skal vinde markedsandele i den internationale konkurrence om turisterne.

Udfordringer for dansk turisme

- Turismen er i global vækst og forventes fortsat at stige med knap 4 pct. om året de kommende år. Hvis Danmark skal have del i denne vækst, skal vi kunne imødekomme det stigende antal turisternes efterspørgsel på overnatningsmuligheder og attraktive oplevelsestilbud.
- Danmark har tabt markedsandele de seneste år. I perioden 2008-2015 har Danmarks vækst ligget under det nordeuropæiske gennemsnit, og selvom Danmarks vækstrater aktuelt går i den rigtige retning, går det også fremad hos flere af vores konkurrenter.
- Turisterne er mindre tilfredse i Danmark. Når man måler tilfredsheden hos turister, scorer Danmark på en række parametre lavere end vores nabolande, blandt andet hvad angår sammenhængen mellem pris og kvalitet.

For at håndtere udfordringerne skal dansk turisme udvikle sig i takt med, at turisternes ønsker og behov ændrer sig.

Turisterne rejser i stigende grad efter autentiske og individuelt designede oplevelser og efter store sport- og kulturevents, hvilket ændrer kravene til, hvad vi skal kunne tilbyde som turistmeland.

Ligeledes er turisterne blevet digitale, og turismeerhvervet står derfor over for en betydelig digital omstilling. Vilklårene for markedsføring og distribution ændres, ligesom nye digitale forretningsformer, produkter og services kommer til.

For at indfri vækstpotentialet i dansk turisme kræver det, at turismeerhvervet og offentlige aktører på turismeområdet arbejder tættere sammen i en koordineret strategisk indsats.

Samtidig er det vigtigt at have øje for det unikke i det danske turismeprodukt. Vores åbenhed, tillidskultur og uformelle tilgang til tingene. De ægte og nære oplevelser både i storbyen og i den danske natur.

Udgangspunktet for dette fælles arbejde er en ny fælles vision for dansk turisme:

Danmark skal være en nærværende turistdestination, hvor vi sammen med vores gæster skaber ægte og mangfoldige oplevelser af høj kvalitet – altid i øjenhøjde og tæt på.

Pejlemærker for dansk turisme frem mod 2025

Med den nationale strategi for dansk turisme ønsker regeringen at styrke indsatsen for dansk turisme. Offentlige og private turismeaktører skal i fællesskab håndtere de udfordringer, som dansk turisme står overfor, og omfavne de muligheder, som ændrede tendenser åbner op for.

Danmark skal have del i den globale vækst i turismen til gavn for vækst, velstand og udvikling i hele Danmark, og regeringens ambition er, at dansk turisme skal nå følgende pejlemærker frem mod 2025:



Danmark skal have en tredjedel flere turister i 2025, svarende til 17 mio. flere overnatninger i forhold til 2015.



Turismeomsætningen skal nå 140 mia. kr. i 2025, svarende til en vækst på ca. 45 mia. kr. i forhold til 2014.



De udenlandske turister skal i 2025 være mindst lige så tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark som gennemsnittet for Nordeuropa.

VÆKSTOMRÅDE	UDGANGSSITUATION	PEJLEMÆRKE FOR 2025
Turister	49 mio. overnatninger i 2015	En tredjedel flere turister
Omsætning	95 mia. kr. i 2014	140 mia. kr.
Tilfredshed	Danmarks tilfredshedsscore ligger i 2014/15 ca. 10 pct under gennemsnittet i Nordeuropa	Mindst samme tilfredshed som gennemsnittet i Nordeuropa

Følger udviklingen disse pejlemærker, vil det medføre væsentligt flere jobs i hele Danmark. Det er job på hoteller og campingpladser, restauranter, forlystelser mv. men også i butikker, transport og andre serviceerhverv.

Anbefalinger for dansk turisme

Indfrielsen af visionen og pejlemærkerne om flere overnatninger, højere turismeomsætning og øget tilfredshed blandt turisterne i 2025 kræver en vedholdende og langsigtet indsats. En indsats som kan sammenfattes i følgende ti anbefalinger:

- 1 Turismeerhvervet skal have gode rammer for vækst.
- 2 Turisemefremmeindsatsen skal være effektiv, og effekten af de offentlige midler skal øges.
- 3 Danmark skal markedsføres koordineret og digitalt.
- 4 Stærke destinationer skal drive turismevæksten.
- 5 Turisterne skal møde kvalitetsoplevelser i Danmark.
- 6 Digitaliseringen af dansk turisme skal styrkes.
- 7 Turisterne skal nemt kunne komme til og rundt i Danmark.
- 8 Turismeerhvervet skal være kompetent og innovativt.
- 9 Udviklingen af dansk turisme skal baseres på viden.
- 10 Ikke kun turismeerhvervet, men hele Danmark skal byde turisterne velkomne.

Fem strategiske indsatsområder

De ti anbefalinger omsættes i den nationale strategi for dansk turisme til en række initiativer, som skal sikre udvikling og vækst i turismen i hele Danmark. Initiativerne gennemføres inden for fem strategiske indsatsområder:



Mere effektiv markedsføring målrettet relevante målgrupper

Turisterne skal kende Danmark, hvis de skal få lyst til at rejse til Danmark. Det kræver en effektiv markedsføring rettet mod vores vigtigste markeder og målgrupper. Markedsføringen skal baseres på fælles fortællinger, være koordineret og tage højde for den digitale udvikling.



Bedre tilgængelighed, internet og skilte

Turisterne skal let kunne komme til og rundt i Danmark. Flyforbindelserne til Danmark skal være gode, og turisterne skal nemt kunne besøge hele Danmark med bil, færge eller kollektiv transport. Samtidig skal det være nemt for turisterne at komme på nettet med god mobil- og bredbåndsdækning overalt i landet.



Bedre turistoplevelser i Danmark

Turisterne skal få gode og anbefalelsesværdige oplevelser i Danmark. Det kræver udvikling af stærke destinationer, højere kvalitet, og fokus på fx outdoor-turisme, kulturturisme, oplevelsesøkonomiske tilbud, events og kongresser.



Moderne planlov og øget turismekapacitet

Turisterne skal have et sted at bo, mens de er i Danmark. Det gælder også i højsæsonen, hvor efterspørgslen efter moderne og attraktive faciliteter i dag overstiger kapaciteten i visse dele af landet. Derfor skal det være mere attraktivt at udvikle og investere i nye overnatningstilbud, og flere danskere skal udleje deres sommerhus og helårsbolig.



Konkurrenceevne og gode rammevilkår

Turisterne skal opleve et internationalt konkurrencedygtigt turismeerhverv i Danmark, som tilbyder kvalitetsprodukter til en konkurrencedygtig pris. Det kræver gode rammevilkår, fx konkurrencedygtige energifgifter og tidssvarende regulering, der ikke er unødvendigt byrdefuld, og som understøtter innovation.



1 Mere effektiv markedsføring målrettet relevante målgrupper

For at få flere turister til Danmark er første skridt, at de relevante målgrupper kender Danmark som turistdestination. En effektiv international markedsføring af Danmark skal baseres på fælles fortællinger og målrettes de markeder, hvor indsatsen skaber størst effekt.

Visionen om, at Danmark skal være en nærværende destination, afspejler den følelse og forventning, som markedsføringen skal skabe hos potentielle turister, og som efterfølgende skal indfris ved deres besøg i Danmark. Dette vil kræve, at der blandt offentlige og private turismeaktører sker en løbende koordinering og et øget samarbejde, som med strategiens initiativer vil blive styrket.

Nutidens og fremtidens turister forventer digital service før, under og efter ferien, og de forventer det via deres mobiltelefon. De danske turismevirksomheder skal derfor være online og i kontakt med deres gæster via blandt andet hjemmesider, sociale medier og bookingplatforme. Endvidere skal VisitDenmark i højere grad benytte de digitale muligheder til at markedsføre Danmark internationalt, og VisitDenmarks hjemmesider skal optimeres til mobil og tablets.

For at effektivisere markedsføringen og udnytte ressourcerne bedst muligt, skal synergien med eksisterende events, internationale aktiviteter og samarbejder i højere grad udnyttes til at markedsføre Danmark som turistdestination.



Mere effektiv markedsføring målrettet relevante målgrupper

- ✓ VisitDenmark rustes til bedre at kunne udnytte digitale muligheder i forhold til markedsføring, videnindsamling og kommunikation til turisterne før, under og efter rejsen.
- ✓ Der arbejdes for at få et dansk-kinesisk turismeår i 2017 som skal styrke markedsføringen af Danmark over for kinesiske turister.
- ✓ Destinationer og turismeaktører uddannes i digital gæsteservice samt digitalt salg og mersalg.
- ✓ Styrket dialog om udviklingen af oplevdanmark.dk.
- ✓ Turisme tænkes i højere grad ind i eksportfremstød og kulturudvekslingsprojekter.
- ✓ International markedsføring af Danmark som turistdestination indarbejdes i forbindelse med blandt andet Aarhus som europæisk kulturhovedstad og den nordiske kulturfestival i London 2017.
- ✓ Det internationale samarbejde om turisme styrkes for at skabe merværdi.
- ✓ Der gennemføres en målrettet indsats for at få international presse- og blogomtale af Danmark som turistdestination.



2 Bedre tilgængelighed, internet og skilte

Det skal være let for turisterne at komme til Danmark og rundt i landet, uanset om de benytter sig af fly, bil, skib eller kollektiv transport.

Der er allerede gennemført en nedsættelse af færgetaksterne for passagerer, der rejser til og fra visse småøer og ø-kommuner i de såkaldte ”skulderysøner”, der grænser op til sommerferien, og hvor potentialet for øget turisme er størst.

Ligeledes skal det være nemt for turister at orientere sig og finde frem til de lokale turistmål og attraktioner, og med bedre adgang til skiltning i det åbne land bliver det nemmere for trafikanter, herunder turisterne, at finde vej til lokale seværdigheder.

Dertil kommer den digitale tilgængelighed, som skal optimeres. Turister i Danmark skal have adgang til god mobil- og bredbåndsdækning uanset hvor i landet de befinder sig.



Bedre tilgængelighed, internet og skilte

- ✓ Der arbejdes på at tiltrække flere internationale flyruter til Danmark og skabe bedre sammenhæng mellem indenrigs- og udenrigstrafik.
- ✓ Færgetaksterne til og fra Bornholm sættes yderligere ned fra 1. september 2018, hvor den nye operatør overtager ruterne.
- ✓ Bedre adgang til skiltning i det åbne land gør det lettere for turisterne at finde vej.
- ✓ Det undersøges, om hoteller skal kunne tilbyde limousinekørsel.
- ✓ Der sikres bedre adgang til bredbånd og mobildækning over hele landet.



3 Bedre turistoplevelser i Danmark

Turister, som kommer til Danmark, skal mødes af attraktive oplevelser, som giver ”value for money” og, som turisterne føler, er værd at rejse efter og betale for. Det gælder både for storbyturister, kyst- og naturturister og erhvervsurister, der kommer til møder og kongresser i Danmark.

Ikke alle steder i Danmark har lige stort potentiale til at tiltrække turister. Derfor skal udviklingen af dansk turisme ske med udgangspunkt i stærke destinationer, og der skal samarbejdes om at udvikle attraktive destinationer med transportmuligheder, overnatningsmuligheder, services og oplevelsestilbud af høj kvalitet.

Der skal skabes flere oplevelser og tilbud både i kyst- og naturturismen og i byerne, og turismepotentialet i outdoor-aktiviteter, kulturtilbud og events skal udnyttes bedre, ligesom der skal skabes bedre udviklingsmuligheder for oplevelsesøkonomiske centre.



Bedre turistoplevelser i Danmark

- ✓ En masterplan for destinationsudvikling skal sikre stærke turistdestinationer.
- ✓ Der udarbejdes en udviklingsplan for turismen på Vestkysten på tværs af kommuner og regioner.
- ✓ Der afsættes midler til lokale turismeinitiativer under Landdistriktpuljen.
- ✓ Der udvikles et vækstprogram med en række signaturoplevelser for Østersøturismen.
- ✓ Nyborg Slot skal gøres til en kulturhistorisk attraktion med besøgs- og formidlingscenter.
- ✓ Der sættes fokus på at skabe gode madoplevelser for turisterne.
- ✓ Der udarbejdes en handleplan for at sikre udvikling af outdoorturisme i Danmark.
- ✓ Der iværksættes et strategisk samarbejde om kulturturisme.
- ✓ Læringscentre udvikles ved Verdensarvssteder i Danmark.



4 Moderne planlov og øget turismekapacitet

Hvis Danmark skal have del i den globale turismevækst, skal vi kunne imødekomme turisternes efterspørgsel på moderne og attraktive overnatningsmuligheder, og vi skal have overnatningskapacitet til det stigende antal turister.

Inden for kyst- og naturturismen skal det være mere fleksibelt og attraktivt at udleje sit sommerhus. Blandt andet vil regeringen forhøje bundfradraget for udlejning af sommerhuse, ligesom der gives mulighed for udlæg af nye sommerhusområder med op til 6.000 sommerhuse i områder, hvor der er et turismæssigt potentiale. Desuden ønsker regeringen at øge mulighederne for realkreditbelåningen af sommerhuse fra 60 pct. til 70 pct. og vil undersøge konkrete modeller herfor.

Endvidere skal incitamenterne til privat udlejning via deleøkonomiske platforme øges, så eksisterende overnatningskapacitet kan udnyttes bedre. Også her vil regeringen øge bundfradraget for udlejning, hvilket også kan give en kapacitetsudvidelse i byerne.



Moderne planlov og øget turismekapacitet

- ✓ Bundfradraget for udlejning af helårsboliger (en del af året) og værelser forhøjes med 10.000 kr., og det høje bundfradrag ved udlejning af sommerhuse forhøjes med 5.000 kr. fra 2018, hvis der gennem et bureau eller en deleøkonomisk platform foretages indberetning til SKAT.
- ✓ Regeringen ønsker at øge mulighederne for realkreditbelåningen af sommerhuse fra 60 pct. til 70 pct. og vil undersøge konkrete modeller herfor.
- ✓ Nye udviklingsområder i kystnærhedszonen giver bedre muligheder for anlæg af nye turismefaciliteter.
- ✓ Der gives mulighed for udlæg af nye kystnære sommerhusområder med op til 6.000 sommerhuse.
- ✓ Strandbeskyttelsesreglerne justeres, så der åbnes op for etablering af visse mindre turismefaciliteter tæt på kysten.
- ✓ Der ryddes op i ikke udnyttede kystnære anlægsreservationer og etableres på den baggrund mulighed for nye forsøgsprojekter for kyst- og naturturisme, såfremt forligskredsen bag planloven er enige herom.
- ✓ Udlejnings- og anvendelsesperioden for sommerhuse i sommerperioden udvides fra 26 til 34 uger.
- ✓ Der skabes bedre rammer for udvikling af de danske campingpladser.
- ✓ Der gives mulighed for, at tomme bygninger i landzoner kan omdannes til ferieboliger.



5 Konkurrenceevne og gode rammevilkår

Turismeerhvervet i Danmark skal kunne tilbyde konkurrencedygtige turisme produkter, så turisterne oplever, at prisen matcher kvaliteten. Derfor skal det være lettere at drive turismevirksomhed, hvilke blandt andet kræver en effektiv og vækstfremmende erhvervsregulering uden unødvendige og komplicerede regler og byrder.

Der iværksættes derfor en indsats i regi af Virksomhedsforum for enklere regler med henblik på at skabe regelforenklinger på turismeområdet, ligesom restaurationsloven moderniseres.

Endvidere lægger regeringen op til at afskaffe PSO'en, og elafgiften for forlystelser sænkes.

Turismevirksomheder er ofte små og mellemstore virksomheder, som kan have svært ved at skaffe finansiering til investeringer, og som kan have brug for rådgivning og tilførsel af kompetencer. Derfor skal iværksættere og mindre virksomheder have bedre lånemuligheder, og der gennemføres en målrettet oplysningsindsats om finansierings- og efteruddannelsesmuligheder for turismeerhvervet.



Konkurrenceevne og gode rammevilkår

- ✓ PSO-afgiften afskaffes.
- ✓ Elafgiften for forlystelser lempes.
- ✓ Der afsættes 8,5 mio. kr. til at videreføre turismeudviklingselskaberne.
- ✓ Restaurationsloven moderniseres, så blandt andet unge over 15 år kan arbejde på familierestauranter og caféer, hvor der både sælges mad og alkohol.
- ✓ Regeringen lancerer en strategi for deleøkonomiens udvikling i Danmark.
- ✓ Vækstfonden giver bedre lånemuligheder for nye og små virksomheder.
- ✓ Virksomhedsforum for enklere regler undersøger hvilke regler, der kan forenkles inden for turismeerhvervet.
- ✓ Der gennemføres en målrettet oplysningsindsats om finansierings- og efteruddannelsesmuligheder inden for turisme.
- ✓ Der igangsættes et tværregionalt initiativ for at styrke kompetenceudviklingen i dansk turisme.
- ✓ Gennem den nationale pulje af EU's strukturfondsmidler medfinansieres innovationsprojekter i turismeerhvervet.

Sammen om dansk turisme

Den nationale strategi for dansk turisme sætter en fælles retning frem mod 2025.

Nu skal aktørerne i dansk turisme få strategien til at blive levende. De private turismevirksomheders og de offentlige turismeaktørers indsats og engagement er centrale for, hvordan dansk turisme ser ud i 2025.

Den nationale strategi for dansk turisme samler de offentlige turismeaktører og turismeerhvervet i en fælles og koordineret indsats til gavn for væksten i dansk turisme.

Det Nationale Turisめforum har til opgave at koordinere den offentlige turismefremmeindsats med udgangspunkt i strategien og vil følge gennemførelsen af initiativerne.

Det Nationale Turisめforum vil desuden følge udviklingen i dansk turisme generelt, herunder hvordan det går med de opstillede pejlemærker om flere turister, mere omsætning og større tilfredshed.

Det er regeringens forventning, at turismeerhvervet såvel som offentlige turismeaktører landet over vil tage aktivt del i den fælles indsats for at sikre væksten i dansk turisme.

DANMARK I VÆKST

DANSK TURISME 2025
DEN NATIONALE STRATEGI
FOR DANSK TURISME
– KORT FORTALT

2015/16:26

Henvendelse om publikationen

kan i øvrigt ske til:

Erhvervs- og Vækstministeriet
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K
Tlf. 33 92 33 50
evm@evm.dk

Omslag: Kontrapunkt
Tryk: Rosendahls Schultz Grafisk A/S
Forsidefoto: Denmarkmediacenter.com,
Niclas Jessen, 2014
Oplag: 200
ISBN: 978-87-93422-14-8

Elektronisk Publikation:

ISBN: 978-87-93422-23-0

Publikationen kan hentes på
Erhvervs- og Vækstministeriets
hjemmeside: evm.dk



5041 0457
Ecolabelled Printed Matter

