



Redegørelse nr. R 21 (31/5 2016)

Folketinget 2015-16

Skriftlig redegørelse

(Redegørelsen er optrykt i den ordlyd, hvori den er modtaget).

Turismepolitisk redegørelse 2016 af 31/5 16.

(Redegørelse nr. R 21).

Erhvervs- og vækstministeren (Troels Lund Poulsen):

1. SAMMENFATNING

Regeringen ønsker et stærkt dansk turismeerhverv, der bidrager til vækst og udvikling i Danmark. Turismen i Danmark skaber ca. 111.500 arbejdspladser herhjemme.

Turismen er et internationalt væksterhverv, men samtidig et erhverv præget af hård international konkurrence. Udviklingen i dansk turisme går aktuelt i den rigtige retning med rekordhøje 49 mio. overnatninger i 2015, men dansk turisme har i de seneste år haltet efter konkurrenterne og mistet markedsandele.

Den stærke internationale konkurrence peger på et fortsat behov for at udvikle dansk turisme, så vækstpotalet kan realiseres, og Danmark kan få del i den globale vækst i turismen.

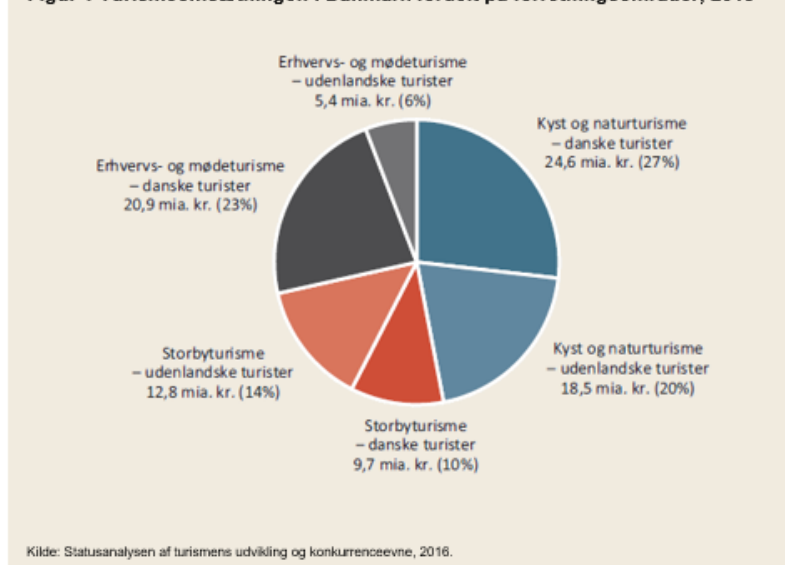
Regeringen har derfor taget, og vil i den kommende tid tage, initiativer, der kan styrke dansk turisme.

Regeringen vil på baggrund af arbejdet i Det Nationale Turismeforum i sommeren 2016 fremlægge en national turisme-strategi, der skal bidrage til at udvikle dansk turisme, så vækstpotalet kan realiseres, og Danmark kan få del i den globale vækst i turismen. Strategien skal samle aktørerne, være retningsgivende for den fælles indsats og angive initiativer, der kan bidrage til flere turismeovernatninger, større turismeomsætning og et bedre turismeprodukt til gavn for vækst og udvikling i hele Danmark.

2. UDVIKLING OG KONKURRENCEEVNE I DANSK TURISME**2.1 Turismens økonomiske betydning i Danmark**

Turismen er et vigtigt væksterhverv i Danmark, som i 2013 skabte en omsætning på 91,9 mia. kr. og 111.500 arbejdspladser.

Dansk turisme består af tre overordnede forretningsområder: Kyst- og naturturismen, storbyturismen og møde- og erhvervturismen. Når man bryder turismeforbruget ned på disse forretningsområder, fremgår det, at 24 pct. blev brugt af storbyturister og 29 pct. i forbindelse med erhvervs- og mødeturisme. 47 pct. og dermed næsten halvdelen af turismeomsætningen kan tilskrives kyst- og naturturismen, som er det største forretningsområde inden for dansk turisme.

Figur 1 Turismeomsætningen i Danmark fordelt på forretningsområder, 2013

40 pct. af det samlede turismeforbrug på 91,9 mia. kr. kan tilskrives de udenlandske turister, som holder ferie i Danmark, mens 60 pct. skyldes danskerne selv.

De udenlandske turister spiller en væsentlig rolle for turismens værdiskabelse i Danmark. Det skyldes, at udenlandske turister som udgangspunkt skaber et merforbrug i Danmark,

da turisterne alternativt ville have brugt deres penge i hjemlandet eller på en anden udenlandsk feriedestination. Det samme er naturligvis tilfældet for de danskere, som vælger at holde ferie i Danmark i stedet for i udlandet. Men for en væsentlig andel af de danske turister vil der være tale om forbrug, som flyttes fra ét sted i Danmark til et andet – fx fra et supermarked i hjembyen til ét i et sommerhusområde – og derfor ikke øger det samlede forbrug i Danmark. De danske turisternes forbrug spiller dog stadig en væsentlig rolle lokalt og regionalt.

Når man opdeler de 111.500 turismeskabte arbejdspladser på forretningsområder, fremgår det, at der i 2013 var 51.800 arbejdspladser i kyst- og naturturismen uden for de største

danske byer, mens der var 27.800 arbejdspladser i storbyturismen og 31.900 arbejdspladser i møde- og erhvervs-turismen. Der er tale om arbejdspladser, som er fordelt i hele Danmark.

2.2 Udviklingen i dansk turisme

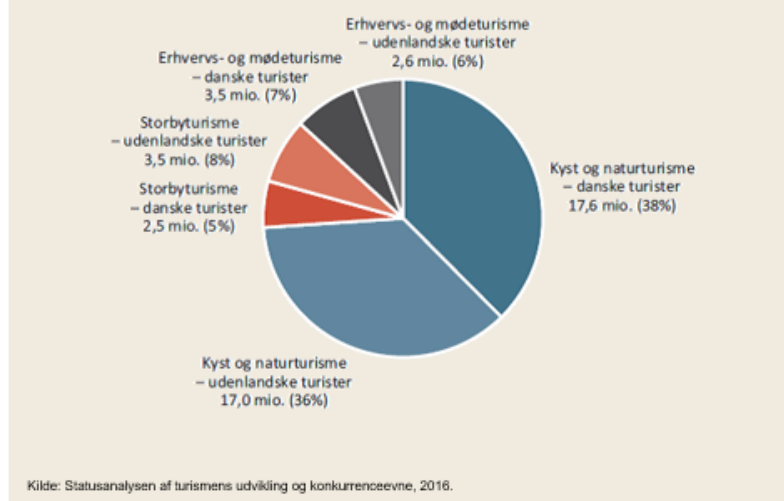
Efter en årrække med tilbagegang er der igen vækst i dansk turisme. De nyeste tal viser, at der i 2015 blev registreret ca. 49 mio. turismeovernatninger i Danmark. Det betyder, at der fra 2013 til 2015 har været en vækst på 10 pct. i antallet af registrerede overnatninger, og at både 2014 og 2015 var rekordår for dansk turisme.



De seneste års fremgang i dansk turisme er primært drevet af en markant vækst i storbyturismen på 53 pct. fra 2008 til 2014, samt en vækst på 9 pct. i erhvervs- og mødeturismen i samme periode. Antallet af overnatninger i kyst- og naturturismen har ligget stabilt fra 2008 til 2014, men der ses en vækst på godt 3 pct. fra 2014 til 2015.

Når man opdeler overnatningstallene fra 2014 på forretningsområderne, fremgår det, at kyst- og naturturismen med 74 pct. af alle de registrerede overnatninger også udgør det største forretningsområde målt på overnatninger. 13 pct. af overnatninger kan tilskrives storbyturismen og 13 pct. erhvervs- og mødeturismen.

Figur 3 Fordelingen af alle registrerede overnatninger på forretningsområde i afrundede tal, 2014



Hvis man kigger på fordelingen af kommercielle overnatninger på regioner, så viser tallene fra 2014, at målt på antal overnatninger er Region Syddanmark den største turismeregion med 14,5 mio. registrerede overnatninger. Herefter følger Region Hovedstaden med 11 mio., Region Midtjylland med 9,8 mio., Region Nordjylland med 7,2 mio. og til sidst Region Sjælland med 4,3 mio. registrerede overnatninger.

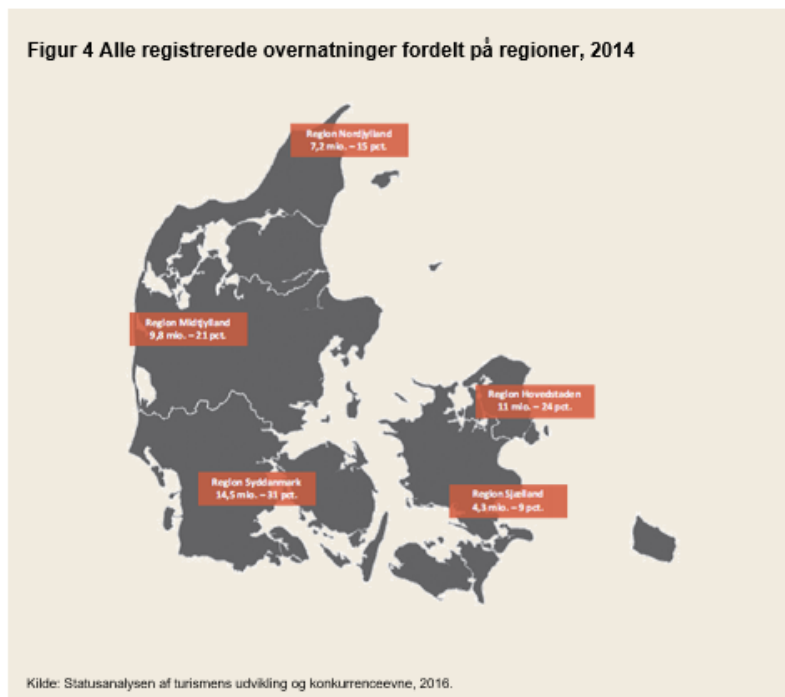
Det hører dog med til det samlede billede, at turismeomsætningen fordeler sig anderledes i regionerne. Målt i omsætning er Region Hovedstaden den største turismeregion med 42 pct. af den samlede omsætning på 91,2 mia. kr. Herefter følger Region Syddanmark med 20 pct., Region Midtjylland med 17 pct., Region Nordjylland med 11 pct. og Region Sjælland med 10 pct.

Forskellene på regionernes placering i de to opgørelser skyldes, at omkring halvdelen af turismeomsætningen skabes af turister, som ikke benytter sig af kommercielle overnatningstilbud, som fx hoteller, lejede feriehus, campingpladser

mv. Det kan være endagsturister eller turister, som overnatter i eget sommerhus eller hos familie og venner. I de store byer vil der typisk være mange endagsturister, herunder erhvervs-turister, som skaber en betydelig omsætning. Derudover er der en tendens til, at sommerhusene langs den jyske vestkyst udlejes mere, og dermed skaber flere kommercielle overnatninger – ikke mindst til de mange tyske turister – end sommerhusene i Region Hovedstaden og på Sjælland, som i højere grad anvendes privat.

Dertil kommer, at døgnforbruget for erhvervs-turister og storbyturister er væsentligt højere end døgnforbruget for kyst- og naturturister, hvilket hænger sammen med, at en turist i storbyen typisk benytter og efterspørger typer af oplevelser, som skaber større omsætning, men også kræver mere personale end de typiske turistoplevelser, som efterspørges i kyst- og naturturismen, fx hotelovernatninger fremfor overnatninger i feriehus, kulturoplevelser fremfor naturoplevelser mv.

Figur 4 Alle registrerede overnatninger fordelt på regioner, 2014



Efterspørgselsvæksten i turismeovernatninger forventes at fortsætte. De udenlandske overnatninger forventes at vokse med 1,5-3,5 pct. om året i de kommende år. Danskernes egne overnatninger i Danmark ventes ligeledes at gå frem – dog med vækstrater, der er en anelse lavere end de udenlandske. Samlet forventes der en gennemsnitlig årlig efterspørgselsvækst i samlede danske og udenlandske overnatninger i Danmark på 2,6 pct. fra 2014 til 2025. Det svarer til en samlet vækst på knap 1/3 eller en vækst på 15,3 mio. overnatninger.

Hvis prognoserne for væksten i turismeefterspørgsel skal realiseres, skal der være plads til mange nye turister. Samlet set er der kommet 37.000 flere sengepladser til siden 2008, hvilket svarer til en gennemsnitlig årlig kapacitetsvækst på 1,3 pct. Når man sammenholder dette med den forventede årlige vækst i efterspørgslen efter overnatninger i Danmark på 2,6 pct., fremgår det, at der vil være behov for at øge kapacitetsvæksten og/eller kapacitetsudnyttelsen, hvis Danmark skal imødekomme vækstforventningerne.

At der allerede i dag er begyndende kapacitetsudfordringer i dansk turisme i højsæsonen bekræftes af turismeerhvervet, hvor blandt andet Feriehusudlejernes Brancheforening har tilkendegivet, at der i sommeren 2016 ville kunne udlejes 3.000 flere moderne sommerhuse, hvis de fandtes.

2.3 Dansk turismes konkurrenceevne

Når man sammenligner med de nordeuropæiske konkurrenter; Sverige, Norge, Finland, Tyskland, Nederlandene, Storbritannien og Holland har Danmark en god markedsposition målt i antallet af udenlandske turismeovernatninger. Det skyldes i høj grad, at Danmark historisk set har evnet at tiltrække mange europæiske turister til landet – særligt fra det tyske marked. De tyske turister er med 56 pct. af alle de udenlandske overnatninger den største udenlandske turistgruppe i Danmark.

Men selvom dansk turisme igen er inde i en periode med vækst, så er den globale konkurrence om turisterne hård, og væksttallene for europæiske overnatninger fra 2008 til 2014 viser, at vores konkurrentlande i gennemsnit har haft højere vækstrater i de senere år. Det betyder, at selvom Danmark stadig har en stærk markedsposition, så har Danmark over en årrække tabt vigtige markedsandele til konkurrenterne.

Figur 5 viser ti vigtige konkurrenceevneindikatorer fordelt på fire områder. Indikatorerne tegner tilsammen et billede af dansk turismes konkurrenceevne ved at sammenligne Danmarks performance med de syv nordeuropæiske konkurrentlande. I diagrammet er det altid positivt at befinde sig ude mod periferien, fx viser diagrammet, at det europæiske gennemsnitlige prisniveau for forbrugsvarer og serviceydelser er lavere end det danske, da den blå streg ligger længere ude end den røde.

Figur 5 Diagram over dansk turismes konkurrenceevne



Når det gælder attraktive produkter og oplevelser, fremgår det, at selvom turisterne generelt er godt tilfredse med deres ferieophold i Danmark, så opnår Danmark alligevel lavere tilfredshedsscorer end konkurrenterne. Danmark er særligt udfordret i forhold til at sikre en høj tilfredshed med overnatnings- og spisesteder samt med service og udvalg af seværdigheder og museer, udvalg af shopping og indkøb og udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter.

I forhold til tilgængelighed er turisterne samlet set tilfredse med infrastrukturen til og i Danmark, men Danmark ligger alligevel under gennemsnittet i Nordeuropa. Danmark har dog god flytilgængelighed, hvilket særligt skyldes gode flyforbindelser til Københavns Lufthavn.

Når det gælder forholdet mellem pris og kvalitet, fremgår det, at Danmark er et dyrt land at holde ferie i, og at Danmark står over for en udfordring i forhold til at skabe værdi for pengene. Der er således behov for at styrke turisterhvervets muligheder for at levere tilstrækkelig kvalitet for pengene til turisterne. Det fremgår desuden, at Danmark generelt har høje momssatser i forhold til det nordeuropæiske gennemsnit, mens elpriserne for virksomheder i Danmark er lavere end gennemsnittet på trods af relativt høje elafgifter. Forbrugerepriserne, som blandt andet betales af turister i forbindelse med leje af sommerhuse og ophold på campingpladser mv., er dog høje i Danmark sammenlignet med vores konkurrenter. Danmark har desuden et højere lønniveau end konkurrenterne, men også en bedre produktivitetsudvikling.

Diagrammet viser således samlet set, at selvom Danmark på visse områder klarer sig godt, klarer Danmark sig flere steder dårligere end konkurrenterne i Nordeuropa. Det indikerer, at der er behov for en samlet indsats for at styrke konkurrenceevnen i dansk turisme, hvis Danmark skal have del i den internationale turismevækst.

For en mere detaljeret gennemgang af turismens betydning i Danmark og dansk turismes konkurrenceevne henvises til Det Nationale Turismedforums *Statusanalyse af turismens*

udvikling og konkurrenceevne, som blev offentliggjort marts 2016, og kan findes på Erhvervs- og Vækstministeriets hjemmeside.

3. VÆKSTINITIATIVER PÅ TURISMEOMRÅDET

Regeringen har iværksat en række vækstinitiativer til gavn for dansk turisme.

3.1 Initiativer i Vækst og udvikling i hele Danmark

Regeringen præsenterede den 23. november 2015 et samlet udspil for vækst og udvikling i hele Danmark med over 120 initiativer, som blandt andet vil styrke udviklingsmulighederne i dansk turisme.

Den 9. februar 2016 indgik regeringen aftale med Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti om vækst og udvikling i hele Danmark. En række af disse initiativer vil øge mulighederne for vækst og udvikling i dansk turisme. Følgende initiativer kan fremhæves.

Nedsættelse af færgetakster for passagerbefordring til og fra øer

For turister til en række danske øer er færgerne den primære transportvej, og færgerne har derfor en central betydning for øernes udviklingsmuligheder. En nedsættelse af færgepriserne vil understøtte væksten i øernes turisterhverv, og blandt andet derfor vil regeringen etablere en tilskudsordning til nedsættelse af færgetakster for passagerbefordring til og fra visse småøer og ø-kommuner. Der er fremsat et lovforslag herom den 27. april 2016. Der afsættes 48 mio. kr. i 2016 og 95 mio. kr. fra 2017 og frem.

Modellen indebærer blandt andet, at ordningen er målrettet de perioder, som grænser op til skolernes sommerferie, de såkaldte »skuldæsoner«, hvor potentialet for øget turisme er størst.

Bedre mobil- og bredbåndsdækning i hele landet

Adgang til internettet spiller en stadig større rolle for turisterne, der forventer at kunne være på nettet, mens de er på ferie. Regeringen har indgået aftale om at afsætte 200 mio. kr. i perioden 2016 til 2019 til en forsøgsordning med en statslig bredbåndspulje, som foreslås rettet mod sammenhængende områder af boliger, virksomheder og/eller sommerhuse med dårlig dækning.

Kommunerne og lokale sammenslutninger af borgere kan søge om tilskud fra puljen på lige vilkår. Kommuner, teleselskaber og forbrugere kan på den måde finansiere udrulningen af bredbånd i deres område i fællesskab. Bredbåndspuljen er i første omgang en forsøgsordning, som skal evalueres efter to år.

De endelige kriterier for tildeling af midler fra puljen fastsættes sammen med aftale- og telefonligskredsen, så de første tilskud kan søges i 2016. Kriterierne forventes offentliggjort, inden Folketinget går på sommerferie i 2016.

Lempet elafgift for forlystelser

Momsregistrerede virksomheder kan som hovedregel få godtgjort størstedelen af energiafgiften på el anvendt til proces. Elforbrug til forlystelser har imidlertid været opfattet som husholdningslignende og har dermed ikke været omfattet af den lavere afgift. Det vurderes ikke at være rimeligt, at elforbrug til forlystelser sidestilles med elforbrug i husholdningerne. Derfor ønskes forlystelser omfattet af godtgørelsen i elafgiften. Det vil reducere forlystelsesparkernes omkostninger og styrke vilkårene for turisme.

Det skal sikres, at lempelsen er i overensstemmelse med EU-retten inden ikrafttrædelsen. Den lavere afgift på el for forlystelser forventes at kunne træde i kraft 1. januar 2017 og skønnes at indebære et mindre provenu efter tilbageløb og adfærd på ca. 30 mio. kr. årligt.

Modernisering af restaurationsloven

Restaurationslovens § 27 om alderskrav forhindrer i dag, at unge under 18 år må være beskæftiget i lokaler, hvor der udskænkes alkohol. Det er derfor regeringens intention at modernisere restaurationsloven, så unge fra 15 år må arbejde på fx familierestauranter og cafeer. Ændringen forventes at lette arbejdstilrettelæggelsen i turismeerhvervet, der benytter mange unge mennesker som arbejdskraft, særligt i højsæsonen. Desuden vil § 10 vedr. bevillingsperioder også blive præciseret, så bevillinger som udgangspunkt altid er på otte år af hensyn til erhvervslivets byrder forbundet med hyppige ansøgningsrunder.

I regeringens udspil om vækst og udvikling i hele Danmark indgår en række yderligere initiativer, som regeringen ønsker gennemført. Følgende initiativer kan fremhæves:

Liberalisering af planloven

Regeringen har lagt op til at gennemføre en liberalisering af planlovgivningen mv., som har betydning for turismeerhvervet. Regeringen ønsker i den forbindelse en række ændringer til gavn for dansk turisme:

- at skabe bedre udviklingsmuligheder for turismen ved at give bedre udviklingsmuligheder i den nuværende kystnærhedszone, mens natur og miljø fortsat beskyttes af fredninger mv.
- at ændre reglerne om strandbeskyttelse, så virksomheder og det lokale fritids- og foreningsliv inden for rimelige rammer kan skabe tidssvarende faciliteter og anlæg ved kysterne.

- at give mulighed for udlæg af nye kystnære sommerhusområder. Det vil være staten, der skal afgøre, hvor der kan udlægges nye kystnære sommerhusområder på baggrund af ansøgning fra kommunerne. Kommunerne skal fortsat sikre og forbedre offentlighedens adgang til kysterne.
- at give mere fleksible rammer for brug og udlejning af sommerhuse i vinterhalvåret ved, at sommerhuse i sommerhusområder kan benyttes i 34 uger om året mod 26 uger i dag. Regeringen vil endvidere skabe enkle og gennemskuelige regler for privat boligudlejning til ferie- og fritidsformål ved at se på, hvordan reglerne i sommerhusloven vedr. erhvervsæssig udlejning kan moderniseres, uden at de kommer i konflikt med sommerhusprotokollen.
- at se på mulighederne for tilpasning af reglerne i campingreglementet til nye ferieønsker.
- at ændre i planloven, så det tillades, at ikke bare overflødiggjorte landbrugsbygninger, men også fx mejerier eller skoler kan tages i brug til anden anvendelse, herunder ferieboliger.
- at indføre en ny styrket forsøgsordning, som giver tilladelse til, at yderligere bæredygtige turismeprojekter kan gennemføres.

Højere hastighedsgrænser for godkendte campingvogne

Regeringen har ligeledes taget initiativ til at gøre det lettere for blandt andet turister at komme rundt i Danmark, idet Folketinget den 12. april 2016 har vedtaget det såkaldte Tempo 100-lovforslag, der giver folk med campingvogne, trailere og andre påhængskøretøjer lov til at køre 100 km/t. på motorvejene og 80 km/t. på andre veje frem for 80 og 70 km/t.

Tempo 100-ordningen indføres efter tysk model, hvor campingvogne og trailere kan køre op til 100 km/t. på motorvejene og op til 80 km/t. på andre veje, forudsat at de lever op til en række tekniske betingelser, og er godkendt og registreret til Tempo 100-kørslen. Ordningen træder i kraft den 1. juli 2016.

Skiltning i det åbne land

Regeringen har ligeledes taget initiativ til at igangsætte et serviceeftersyn af reglerne for skiltning i det åbne land. Med bedre skiltning bliver det nemmere at finde vej til lokale erhverv og turistattraktioner som overnatningsmål, spisesteder, naturområder, badestrande, golfbaner og lokale eller nationale seværdigheder. Dermed vil det blive lettere for lokale erhverv og turistmål at tiltrække besøgende, og det vil understøtte mulighederne for udvikling i landdistrikterne. Arbejdet er igangsat, og der forventes afrapporteret sommeren 2016.

3.2 Opfølgning på aftale om vækstplan for dansk turisme

Der blev i juni 2014 indgået en bred politisk aftale om en vækstplan for dansk turisme. Aftalen blev indgået mellem Socialdemokraterne, Radikale Venstre, Venstre, Dansk Folkeparti, Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten og Det Konservative Folkeparti. Med aftalen var der enighed om at gennemføre en række konkrete initiativer for at skabe vækst og beskæftigelse i dansk turisme og tiltrække flere turister til Danmark. Herudover indgik Socialdemokraterne, Radikale Venstre, Venstre, Dansk Folkeparti og Det Konservative Folkeparti aftale om, at der iværksættes en forsøgsordning til fremme af den fysiske udvikling af kyst- og naturturismen. Regeringen har fulgt op på de aftalte initiativer. Følgende initiativer kan fremhæves.

Bedre organisering af den offentlige turismefremmeindsats

Lov om dansk turisme blev vedtaget den 2. december 2014 og trådte i kraft den 1. januar 2015.

Efterfølgende er Det Nationale Turismeforum, Dansk Turismes Advisoryboard og de tre udviklingsselskaber for Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Storbyturisme og Dansk Erhvervs- og Mødeturisme etableret. Der er tillige i september 2015 stiftet to partnerskaber for Vestkystturisme og Østkystturisme. Begge sekretariatsbetjenes af Dansk Kyst- og Naturturisme.

Det Nationale Turismeforum har til formål at styre og koordinere den offentlige turismefremmeindsats i Danmark. Til fremme af det formål skal der blandt andet udarbejdes en national turismestrategi, som skal fastlægge de centrale prioriteter og mål for dansk turisme, indsamle viden om turisme og udarbejde en større årlig analyse af turismens udvikling. Dansk Turismes Advisoryboard har til formål at rådgive Det Nationale Turismeforum.

Det Nationale Turismeforum udgav den første statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne i marts 2016. Arbejdet med den nationale strategi for dansk turisme er igangsat og forventes præsenteret af regeringen i sommeren 2016.

De tre udviklingsselskaber for turisme har blandt andet til opgave at udvikle dansk turisme inden for henholdsvis kyst- og naturturismen, erhvervs- og mødeturismen samt storbyturismen med udgangspunkt i den nationale strategi for dansk turisme.

Dansk Erhvervs- og Mødeturisme (MeetDenmark) har i 2015 udarbejdet en udviklingsstrategi, der skal danne grundlag for konkrete initiativer til fremme af dansk erhvervssturisme frem mod 2020. Strategiens vision er, at Danmark konsoliderer sig blandt verdens 20 foretrukne destinationer for afviklingen af internationale kongresser.

Dette vurderes at kræve ca. 20 pct. vækst i antallet af kongresser på landsplan over de kommende år.

Dansk Storbyturisme, som er et samarbejde mellem København, Aarhus, Odense og Aalborg, er forankret hos Wonderful Copenhagen. Dansk Storbyturisme har i 2015 udarbejdet en strategi, der sætter overordnet retning for den fælles udvikling af storbyturismen med udgangspunkt i fem overordnede indsatsområder: Tilgængelighed, internationalisering, digitalisering, kendskab og markeds-kendskab samt viden- og kompetenceudvikling.

Dansk Kyst- og Naturturisme har i 2015 udarbejdet en udviklingsstrategi, der har fokus på at tiltrække flere turister fra nærmarkederne ved at udvikle 8-10 stærke destinationer med signaturoplevelser, tiltrækning af investeringer til produktfornyelse, og at de to partnerskaber for Vestkystturisme og Østersøturisme samler værdikæderne og udvikler destinationerne. På baggrund af strategien er der udarbejdet en handlingsplan.

Udvikling af kvalitetsstandard

Et løft i service- og kvalitetsniveauet i dansk turisme kan være med til at skabe fremtidig vækst og beskæftigelse i turismeerhvervet. Der er i et samarbejde mellem Dansk Standard og turismeerhvervet udviklet en standard for dansk kvalitetsturisme. Standarden forventes at blive præsenteret i september 2016.

Digital booking-plattform

Det arbejdes med at gøre det danske udbud af oplevelser inden for natur-, kultur- og friluftaktiviteter lettilgængeligt og

attraktivt for turister. Bookingportalen oplevdanmark.dk (Denmark Direct), der er forankret i VisitDenmark, er lanceret, og udviklingen af indhold foregår fortsat, herunder også sprogversionering.

Internationale journalister og Danmark som rejsemål

Der har frem til udgangen af 2015 været gennemført et presseinitiativ med det formål at tiltrække flere udenlandske journalister til Danmark, som kan være med til at formidle historier og positiv omtale af Danmark som rejsemål i udenlandske medier. Der er med støtte fra initiativet blevet gennemført 19 presseture med mere end 100 udenlandske mediefolk i Danmark, som har ført til mere end 150 artikler og 5-10 radio/tv-indslag samt omtale på sociale medier mv.

H.C. Andersen skal tiltrække flere udenlandske turister

Der er etableret et H.C. Andersen partnerskab mellem Erhvervs- og Vækstministeriet, København og Odense kommuner, som har undersøgt muligheden for et besøgscenter i Langeliniepavillonen. Det har dog vist sig for dyrt at etablere besøgscenteret i Langeliniepavillonen. Der ses derfor på, om der evt. kan afsøges en alternativ løsning, som er mindre omkostningskrævende.

Kulturoplevelser målrettes udenlandske turister

Gennem CulturePlus-projektet er der i 2014 til 2015 oprettet et nationalt samarbejde mellem kultur- og turismeaktørerne i Danmark, der sammen skal producere viden om kulturturisterne, samt udvikle det danske kulturturismeprodukt og gøre produktet mere attraktivt og let tilgængeligt for udenlandske turister. I december 2015 blev der blandt andet givet i alt 2,8 mio. kr. i støtte under initiativet til seks konkrete projekter, der vil give nye, spændende oplevelser for kulturturister i hele Danmark. Projekterne har blandt andet fokus på udvikling og markedsføring af vikingeatraktioner, maritim kulturarv og design og arkitektur, kultur og kyst samt gastronomi og kultur. Projektet afsluttes i 2016.

Danmark markedsføres ved internationale events i udlandet

For at styrke det internationale kendskab til Danmark og skabe interesse for danske styrkepositioner opstilles i forbindelse med OL i Rio de Janeiro 2016 en 300 m² pavillon på Ipanemastranden. Pavillonen skal være afsæt for at promovere dansk erhvervsliv, kultur, sport og turisme. VisitDenmark står sammen med Erhvervs- og Vækstministeriet i spidsen for projektet, der er støttet af en række private fonde og virksomheder.

Udvidelse af fleksboligordningen

Den 17. december 2015 vedtog Folketinget erhvervs- og vækstministerens lovforslag L51 om ændring af planloven og boligreguleringsloven (udvidelse af fleksboligordningen). Lovændringen trådte i kraft den 1. januar 2016. Udvidelsen giver fleksboligejere større sikkerhed for boligens langsigtede anvendelsesmuligheder, og gør det dermed mere attraktivt at erhverve en bolig på landet til fritidsformål.

Forsøgsordningen for kyst- og naturprojekter

Regeringen har i oktober 2015, på baggrund af projektansøgninger fra 36 kommuner, givet forsøgstilladelse til ti projekter rundt om i Danmarks kystkommuner. Erhvervs- og vækstministeren og miljø- og fødevarerministeren præsenterede den 30. oktober 2015 ti projekter, der får en forsøgstilladelse.

Projekterne er spredt geografisk i landet, og dækker over feriecentre i Søndervig, på Nordals og på Møn, et besøgscenter

ter ved Stevns Klint, nye strandaktiviteter på Norddjurs, skabelsen af et nyt attraktivt badehotel i Løkken, en ny strandpark ved Blåvand, nye strandaktiviteter og et nyt hotel i Gilleleje, safarihytter i Knuthenborg Safaripark og nye faciliteter for havsport i forbindelse med et hotel i Svendborg.

Samlet set berører forsøgsprojekterne under 0,2 pct. af den danske kystlinje og indebærer investeringer på over 4 mia. kr., såfremt de realiseres. Det er nu op til investorer og de involverede virksomheder mv. at få realiseret projekterne, herunder tilvejebringe den nødvendige finansiering. Projekterne vil, når de gennemføres, bidrage lokalt til ny vækst og arbejdspladser.

3.3 Andre initiativer

Regeringen har i tillæg til ovenstående taget følgende initiativer, der styrker dansk turisme.

Afskaffelse af PSO

Regeringen har i maj 2016 fremlagt forslag om afskaffelse af PSO-afgiften. De danske virksomheders elregning lettes i gennemsnit med ca. 25 pct. ved en omlægning af PSO-afgiften til finansloven. Omlægningen vil også gavne dansk turismes konkurrenceevne, da el er den energiform, som har størst økonomisk betydning for blandt andet hoteller, ferie-huse, restauranter og attraktioner.

Tour de France

Det er besluttet at byde på et dansk værtskab for Tour de France i 2019 eller senere under temaet, »The greatest cycling race in the world meets the best cycling city in the world«. Et bud forventes overrakt i forsommeren 2016 og vil omfatte, at holdpræsentation, prolog og to etaper afvikles i Danmark, den såkaldte »Grand Départ«. De offentlige aktører, der står bag et ønske om at få Tour de France til Danmark, er, udover staten, København, Roskilde, Odense, Vejle og Sønderborg kommuner samt Region Hovedstaden, Region Sjælland og Region Syddanmark.

Forskning og innovation i turismeerhvervet

Der er desuden med finansloven for 2016 afsat 10 mio. kr. i regi af Innovationsfonden målrettet forskning- og innovation i turismeerhvervet inden for nye områder som digitalisering og mobil teknologier samt fødevarer og gastronomi. Midlerne er særligt målrettet kystturisme og turisme i Danmarks landdistrikter og småøer.

Hermed slutter redegørelsen.
