

SAMMENFATNING

Turismen og oplevelsesøkonomien er et væksterhverv for Danmark. Turismen i Danmark skaber årligt en omsætning på omkring 82 mia. kr. og 120.000 fuldtidsjob.

Turismen og oplevelsesøkonomien er med til at få det danske samfund til at hænge sammen. Næsten alle de arbejdspladser, der skabes som følge af turismen er servicearbejdspladser, som er fordelt i alle dele af landet. Et kendetegn ved den turismeskabte beskæftigelse er, at der også skabes job til den kortuddannede del af befolkningen og job til mange nydanskere. Turismen bidrager dermed bredt til vækst og velfærd i hele det danske samfund.

Danmark har i forhold til vores nabolande et relativt stort turismeerhverv. Væksten i dansk turisme er imidlertid i de senere år gået i stå. Fra 2007-2012 har Danmark oplevet en tilbagegang i den udenlandske turisme, mens Europa som helhed er gået frem. Danmark har således tabt markedsandele til konkurrenterne i Europa.

Denne udvikling dækker dog over et todelt billede. På den ene side er der vækst i storby- og erhvervsturismen, mens der er et betydeligt fald i kyst- og naturturismen. Fx har turismen i København i perioden 2008-2012 oplevet en vækst på ca. 35 procent, mens den gennemsnitlige vækst for turismen i sammenlignelige europæiske storbyer har været på ca. 29 procent.

Hvis Danmark skal have en større del af væksten i storby- og erhvervsturismen og vende udviklingen i kyst- og naturturismen, er der behov for at styrke turismeindsatsen. Prisen på turismeydelser er globalt set et vigtigt konkurrenceparameter, men da Danmark hverken kan eller vil konkurrere på løn og arbejdsforhold med lande som fx Bulgarien eller Thailand, må konkurrenceevnen på turismeområdet baseres på andre parametre som gode oplevelser, høj kvalitet og god service.

Danmarks styrkepositioner skal gøres synlige for at udnytte potentialerne i den internationale turisme, hvor turisterne fra de nye vækstmarkeder som fx Rusland og Kina markerer sig i stigende grad.

På den ene side skal de umiddelbare potentialer og styrkepositioner inden for storbyturisme og erhvervsturisme udnyttes. På den anden side skal der arbejdes med de styrkepositioner og grundlæggende produktmæssige udfordringer, der findes inden for kystturismen og i relation til vores nærmarkeder, herunder særligt det store tyske marked.

En central udfordring og et indsatsområde, der går på tværs af både storbyturisme, erhvervsturisme og kyst- og naturturisme er at løfte det danske serviceniveau og den danske servicekultur. Det er regeringens holdning, at der bredt inden for turismeområdet skal arbejdes på at styrke service og kvalitet, så turisterne oplever, at de får "value for money".

Vækstteamet for Turisme og Oplevelsesøkonomi har anbefalet, at der etableres en stærk organisering og en samlet national strategi. Turismeindsatsen skal tilrettelægges, så der kommer en større effekt af de midler, der anvendes. Der skal større skala på indsatsen, og der skal ske en bedre samordning af de mange initiativer. Regeringen vil sammen med regionerne og kommunerne skabe en bedre organisering af turismefremmeindsatsen.

Turismen er et internationalt konkurrenceudsat erhverv, og regeringen er derfor opmærksom på at arbejde for at styrke dansk turismes internationale konkurrenceevne og rammevilkår. Med Vækstplan DK er selskabsskatten blevet sat ned for at gøre det mere attraktivt at investere og drive virksomhed i Danmark. Derudover sker der med virkning fra 1. januar 2014 en forøgelse af momsfradraget for virksomheders hotelovernatninger i Danmark fra 50 til 75 procent. De ændrede fradragsregler vil styrke det danske turisme-erhverv med i alt 220 mio. kr. årligt i 2014 og frem.

Samtidig har regeringen valgt at udvide BoligJobOrdnningen til udover helårshuse fremover at gælde sommerhuse, fritidshuse og flexboliger samt at udvide perioden til at gælde hele 2013 og 2014. Sommerhusejere eller lejere af fritidshuse kan nu også få tilskud til servicearbejde og renovationsarbejde i boligen.

At man som turist og forretningsrejsende mødes af en nem og smidig proces for ansøgning om visum har også betydning for dansk turismes konkurrenceevne. Regeringen har besluttet at indføre en "Red Carpet" ordning, der indebærer en mere smidig adgang til visum for forretningsrejsende. Derudover vil der ske en justering af de danske rejsebureau- og turistordninger, som bl.a. betyder, at rejsebureauer i bl.a. Kina og Rusland kan akkrediteres uanset om de samarbejder med et akkrediteret rejsebureau eller en akkrediteret hotelkæde/sommerhusudlejningskæde i Danmark. Det betyder, at en større gruppe af turister får nemmere adgang til visum til Danmark.

Visionen for vækstplanen er:

- Dansk turisme og oplevelsesøkonomi skal frem mod 2020 opnå vækstrater på mindst samme niveau, som forventes i de øvrige europæiske lande.

Vækstplanen er udarbejdet på baggrund af anbefalingerne fra Vækstteamet for Turisme og Oplevelsesøkonomi, og med bidrag fra en bred kreds af interessenter fra dansk turisme og oplevelsesøkonomi.

Vækstplanen skal skabe grundlag for at opnå ovenstående vision om vækst og beskæftigelse i erhvervet.

1. Dansk turisme skal være kvalitetsturisme.
2. Væksten i storby- og erhvervsturismen skal øges og tiltrække flere turister fra bl.a. Kina og Rusland.
3. Kyst- og naturturismen skal udvikles og tiltrække nye turister fra vores nabolande.
4. Turismefremmeindsatsen skal organiseres bedre og samordnes efter en samlet national strategi, så der kommer større skala og gennemslagskraft af de investerede midler.

Hvis dansk turisme og oplevelsesøkonomi frem mod 2020 opnår vækstrater på samme niveau, som forventes i de øvrige europæiske lande, betyder det ifølge VisitDenmarks prognoser en stigning på ca. 4 mia. kr. i turismeomsætningen i 2020 i forhold til 2012. Vækstplanen vil således over de kommende år understøtte, at der vil kunne ske en beskæftigelsesforøgelse i dansk turisme og oplevelsesøkonomi med flere tusinde job.

Indsatsområder og initiativer i vækstplanen

Dansk turisme skal være kvalitetsturisme

1. Der udvikles en standard for dansk kvalitetsturisme
2. Partnerskab om at drive og udvikle den digitale turismeinfrastruktur
3. Udvikling af en online bookingplatform "Denmark Direct"
4. Evaluering af mulighederne for at udbrede kommunale hotspots til flere kommuner
5. Uddannelses- og kompetenceniveauet i bl.a. turismeerhvervet skal løftes
6. Udveksling af viden mellem turismeerhvervet og de videregående uddannelser fremmes
7. Turismeerhvervet bliver et indsatsområde for GTS- og erhvervsfremmesystemet
8. Tiltrækning af flere udenlandske turismeinvesteringer til Danmark

Væksten i storby- og erhvervturismen skal øges

9. Udvikling af det danske kulturturismeprodukt rettet mod et internationalt publikum
10. Styrket indsats for at tiltrække flere kinesiske og russiske turister
11. Fremme omtalen af Danmark i udlandet
12. Internationale events skal sætte Danmark på verdenskortet

Kyst- og naturturismen skal udvikles

13. Udvikling af dansk kystturisme på Vestkysten og omkring Østersøen
14. Naturen skal udnyttes mere aktivt som del af turismeproduktet, herunder de nye nationalparker
15. Udvikling af cykelturisme af international klasse
16. Turisternes tilfredshed med madoplevelser skal øges
17. Styrke småskalaturisme på øer og i landområder
18. Styrkelse af den generelle digitale infrastruktur, herunder bedre bredbånds- og mobildækning i sommerhusområder
19. Forenkling af regler

Bedre organisering af turismedfremmeindsatsen

20. Etablering af et nationalt turismeforum
21. Styrkelse af udviklingsindsatsen for Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Erhvervs- og Mødeturisme og Dansk Storbyturisme
22. Fælles national turismestrategi
23. Bedre muligheder for langsigtet strategisk markedsføring