



Redegørelse nr. R 16 (24/5 2018)

Folketinget 2017-18

Skriftlig redegørelse

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

Turismepolitisk redegørelse 2018 af 24/5 18.

(Redegørelse nr. R 16).

Erhvervsministeren (Brian Mikkelsen):

1. SAMMENFATNING

Turismen er et vigtigt væksterhverv i Danmark. I 2016 skabte turismen en omsætning på 108,1 mia. kr. og 136.000 arbejdspladser fordelt i hele landet. Og i 2017 blev der foretaget 52,4 mio. kommercielle overnatninger i Danmark, hvilket er 1,8 pct. flere end i 2016. Turismen er samtidig med til at skabe vækst i alle dele af Danmark. Kyst- og naturturismen står således for 72 pct. af alle overnatninger.

Selvom turismen fortsat er inde i en positiv udvikling, er konkurrencen om turisterne stadig hård, og en række af de andre nordeuropæiske lande har oplevet højere vækst end Danmark. Den internationale konkurrence peger på et fortsat behov for at udvikle turismen, herunder at skabe stærke og attraktive destinationer.

Der er derfor taget en række initiativer for at styrke udviklingen i dansk turisme. I september 2016 blev den nationale strategi for dansk turisme offentliggjort. Formålet med strategien var gennem en række indsatser at medvirke til at udvikle dansk turisme, så Danmark kan få del i den globale vækst i turismen til gavn for vækst, velstand og udvikling i hele Danmark. I tillæg hertil har regeringen taget en række øvrige initiativer, der understøtter vækst og udvikling i turismeerhvervet.

Det fremgår af den nationale strategi for dansk turisme, at der er et potentiale i at effektivisere den offentlige turismefremmeindsats, så effekten af indsatsen øges. I forlængelse heraf afgav Det Nationale Turismeforum den 20. april 2018 seks anbefalinger om den offentlige turismefremmeindsats. Det Nationale Turismeforum anbefaler blandt andet, at den decentrale turismefremmeindsats skal konsolideres i færre destinationsselskaber, at den offentlige turistrettede service primært skal være digital, og at der ses nærmere på mulighederne for en mere sammenhængende organisering. De seks anbefalinger indgår i det videre arbejde med og drøftelser om det offentlige erhvervsfremmesystem.

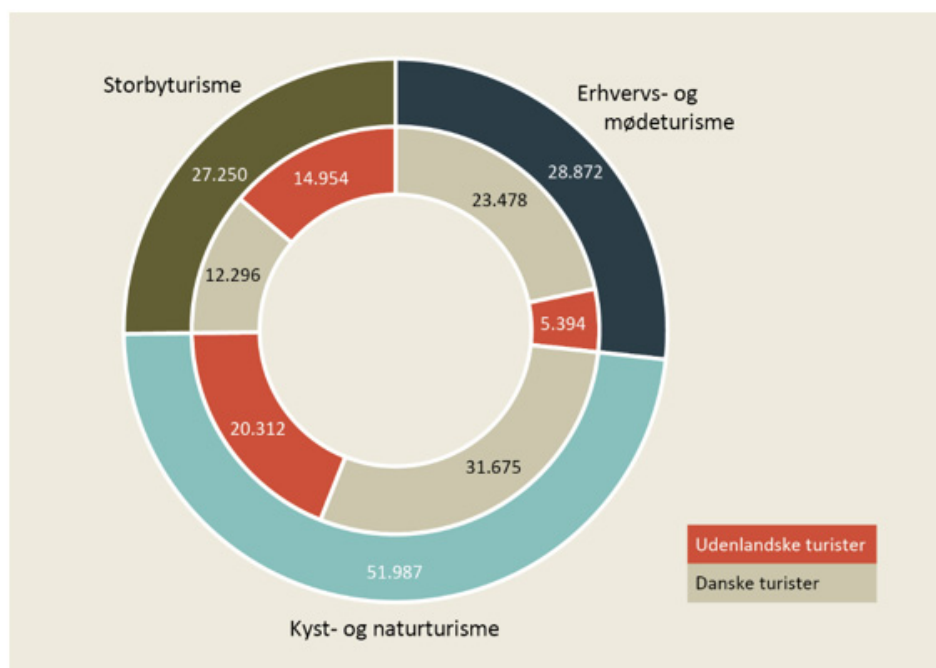
2. UDVIKLING OG KONKURRENCEEVNE I DANSK TURISME**2.1 Turismens økonomiske betydning i Danmark**

Turismen er et vigtigt væksterhverv i Danmark, som i 2016 skabte en omsætning på 108,1 mia. kr., hvoraf 62 pct., svarende til 67,4 mia. kr., stammer fra danske turister, mens de resterende 38 pct., svarende til 40,7 mia. kr., stammer fra udenlandske turisters forbrug i Danmark.¹

Dansk turisme består af tre overordnede forretningsområder: Kyst- og naturturismen, storbyturismen og møde- og erhvervsturismen. Når turismeforbruget brydes ned på disse forretningsområder, fremgår det, at kyst- og naturturisme udgør 48 pct. af turismeomsætningen i 2016. Erhvervs- og mødeturismen udgør 27 pct. af den samlede omsætning, mens storbyturismen udgør 25 pct.

¹ VisitDenmark har i forbindelse med udarbejdelse af »Turismens økonomiske betydning 2016« (offentliggøres medio 2018) opdateret data for danske endagsbesøg, herunder endagsforbruget. Opdateringen har betydet, at opgørelsen af omsætningen er væsentligt opjusteret i forhold til tidligere versioner af »Turismens økonomiske betydning«.

Figur 1 Turismeomsætning fordelt på forretningsområder



Kilde: VisitDenmark

Både udenlandske og danske turisters forbrug i Danmark har stor samfundsøkonomisk betydning. 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 – for eksempel fra et supermarked i hjembyen til ét i et sommerhusområde – og derfor ikke øger det samlede forbrug i Danmark. De danske turisters forbrug spiller dog stadig en væsentlig rolle lokalt og regionalt.

Turismeomsætning- og overnatninger fordelt på regioner

Hvis der kigges på fordelingen af kommercielle overnatninger på regioner, er Region Syddanmark med 31 pct. af de 52,4 mio. overnatninger i 2017 den største turismeregion målt på antal overnatninger. Herefter følger Region Hovedstaden med 24 pct., Region Midtjylland med 21 pct., Region Nordjylland med 15 pct. og Region Sjælland med 9 pct. af overnatningerne.

Målt på turismeomsætning er Region Hovedstaden imidlertid den største region i Danmark efterfulgt af Region Syddanmark og Region Midtjylland. Region Hovedstaden tegner sig for 39 pct. af den samlede turismeomsætning med knap 42 mia. kr., mens regionerne Syddanmark og Midtjylland tegner sig for henholdsvis 21 pct. og 18 pct.

Figur 2 Samlet turismeomsætning fordelt på regioner 2016 og overnatninger i 2017

Turismeforbrug og fordeling på regioner i 2016 og overnatninger i 2017				
	Turismeforbruget	Fordeling	Overnatninger	Fordeling
Hele landet	108.109	100 %	52.374.617	100 %
<i>Heraf</i>				
Region Hovedstaden	41.670	39 %	12.459.844	24 %
Region Midtjylland	19.836	18 %	11.211.225	21 %
Region Nordjylland	11.760	11 %	7.737.119	15 %
Region Sjælland	12.623	12 %	4.679.297	9 %
Region Syddanmark	22.220	21 %	16.287.132	31 %

Kilde: VisitDenmark

Når der er en forskel i regionernes placering målt på kommercielle overnatninger og turismeomsætning, skyldes det, at turismeomsætningstallene også indeholder ikke-kommerciel turisme, som for eksempel overnatning i eget feriehus eller hos familie og venner samt endagsbesøgende. Forskellen er ligeledes bundet op på døgnforbruget, som er kædet til forskellen i ferieformer. Døgnforbruget for erhvervsturister

og storbyturister er således højere end døgnforbruget for kyst- og naturturister.

Turismeskabte arbejdspladser

Turismen skabte 136.000 arbejdspladser fordelt i hele landet, hvilket svarer til 4,7 pct. af det totale fuldtidsbeskæftigede. Af de turismeskabte arbejdspladser stod kyst- og naturturismen i 2016 for 43 pct., storbyturismen i de fire største danske byer

stod for 23 pct., mens 34 pct. blev skabt i møde- og erhvervsturismen. Der er således tale om arbejdspladser, som er fordelt i hele Danmark.

2.2 Udvikling i dansk turisme

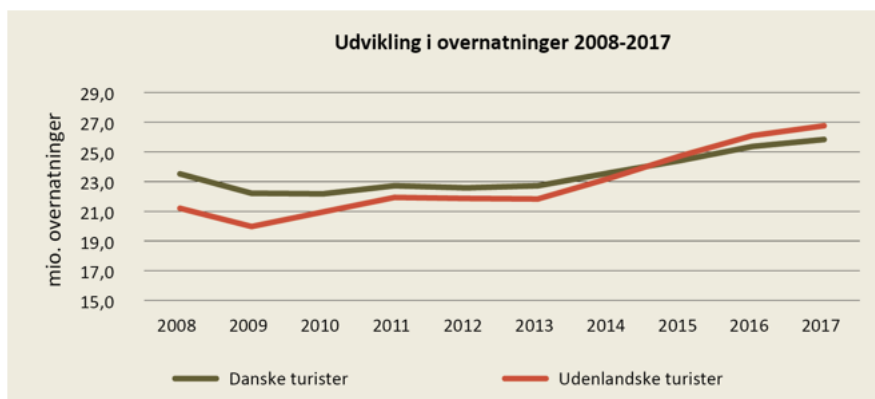
For femte år i træk var der i 2017 vækst i turistovernatningerne i Danmark. Med 52,4 mio. overnatninger var der i 2017 1,8 pct. flere overnatninger end i 2016, og det er det højeste antal

overnatninger, der nogensinde er registreret. Målt i overnatninger har Danmark således aldrig været mere populær.

Danske og udenlandske overnatninger

De danske overnatninger steg med 1,3 pct. til 25,7 mio. overnatninger i 2017, mens de udenlandske steg 2,2 pct. og endte på 26,7 mio. De udenlandske turister fylder således fortsat mere end de danske, hvilket har været tilfældet siden 2015.

Figur 3 Udvikling i overnatninger 2008-2017



Kilde: VisitDenmark

Tyskland er fortsat det største marked for dansk turisme og havde en fremgang på 2,5 pct. i 2017. Holland og USA bidrog også betydeligt til den positive udvikling i de udenlandske overnatninger med en vækst på henholdsvis 6,1 pct. og 12,2 pct.

Væksten i svenske (0,6 pct.), franske (8,6 pct.), italienske (0,6 pct.) og kinesiske overnatninger (3,4 pct.) var også positiv. De britiske (-0,7 pct.) og indiske (-1,9 pct.) gik svagt tilbage, mens de norske gik markant tilbage (-4,7 pct.), blandt andet på grund af en svag norsk krone.

Overnatninger fordelt på forretningsområder

Målt på overnatninger er kyst- og naturturismen stadig det største forretningsområde i dansk turisme. 72 pct., svarende til 37,5 mio. af samtlige 52,4 mio. registrerede overnatninger i Danmark, foretages af turister på kyst- og naturferie. Dernæst følger storbyturismen med 7,7 mio. overnatninger og erhvervs- og mødeturismen med 7,2 mio. overnatninger, svarende til henholdsvis 15 og 14 pct. af det samlede antal overnatninger.

Figur 4 Overnatninger fordelt på forretningsområder i dansk turisme

	Antal overnatninger 2017	Vækst i procent 2016-2017	Vækst i antal overnatninger 2016-2017
Kyst- og naturturisme	37,5 mio.	1,4 %	0,5 mio.
Storbyturisme	7,7 mio.	4,5 %	0,3 mio.
Erhvervsturisme	7,2 mio.	1,2 %	0,1 mio.

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmark

De seneste ti års fremgang (målt fra 2008) i dansk turisme er primært drevet af en markant vækst i storbyturismen på hele 93 pct. mens erhvervs- og mødeturismen med 16 pct. og kyst- og naturturismen er vokset med 9 pct. i perioden. Antallet af overnatninger er steget for alle tre forretningsområder fra 2016 til 2017 med henholdsvis 4 pct. for storbyturismen, 1 pct. for kyst- og naturturismen og 1 pct. for erhvervs- og mødeturismen.

Overnatninger via deleøkonomiske platforme

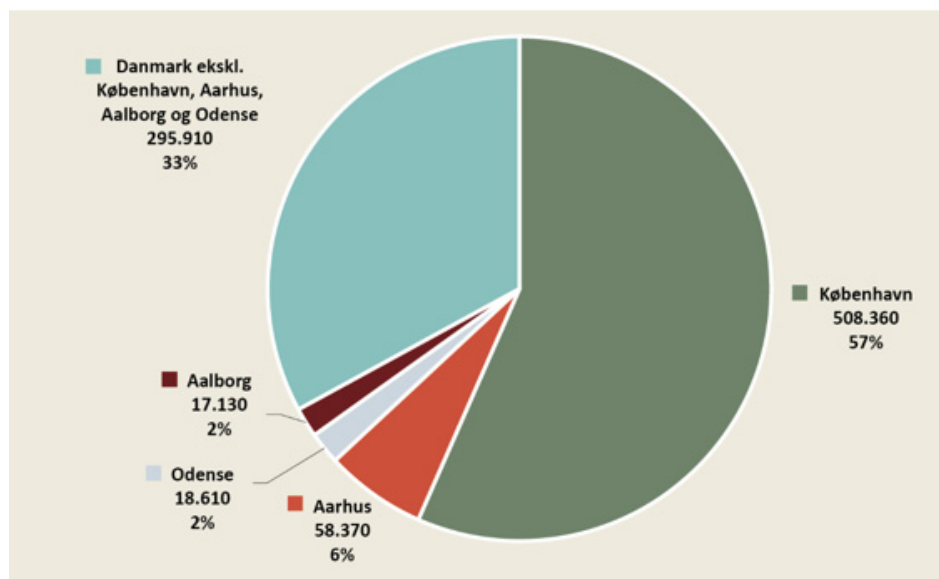
Flere og flere turister benytter overnatningsformer igennem deleøkonomiske tjenester. Disse overnatninger indgår pt. ikke i overnatningsstatistikken, hvorfor det aktuelle overnat-

ningstal er højere end de registrerede overnatninger på 52,4 mio. i 2017.

En deleøkonomisk platform, som ofte benyttes, er Airbnb. Ifølge Airbnb's egne opgørelser brugte knap 900.000 gæster Airbnb i 2017. VisitDenmark estimerer, at det svarer til 3,2 mio. overnatninger. Overnatningstallene kan ikke sammenlignes direkte med registrerede overnatningstal, da der er tale om forskellige opgørelsesmetoder, som dermed er forbundet med større usikkerhed. VisitDenmark arbejder på at kvalificere airbnb-overnatningstallene, så de på sigt kan indgå i de samlede overnatningstal.

Airbnb's tal viser, at ca. 57 pct. af deres gæster i 2017 boede i København, mens ca. 10 pct. boede i Aarhus, Aalborg og Odense tilsammen. 33 pct. boede uden for de fire største byer.

Figur 5 Gæster fordelt på de store byer og resten af Danmark



Kilde: Airbnb

Det er turister fra både nær- og fjernmarkeder, som benytter de deleøkonomiske platforme. Blandt andet udgjorde turister fra USA over 100.000 ud af de knap 900.000 gæster i 2017.

Figur 6 Gæster gennem Airbnb i 2017 fordelt på nationalitet

	Danmark i alt	København	Aarhus	Odense	Aalborg	Danmark ekskl. København, Aarhus, Aalborg og Odense
Danmark	187.000	39.000	25.390	7.610	7.540	107.460
USA	100.700	78.800	2.840	970	630	17.460
Tyskland	97.700	46.900	6.790	1.660	1.290	41.060
Storbritannien	85.800	66.100	3.210	700	810	14.980
Frankrig	60.300	43.000	2.030	970	510	13.790
Norge	43.280	21.020	3.650	630	2.090	15.890
Sverige	34.020	18.260	1.110	310	630	13.710
Italien	32.500	22.880	1.290	810	390	7.130
Holland	31.460	16.200	1.790	640	580	12.250
Spanien	31.400	22.700	1.240	560	320	6.580
Kina	11.020	7.900	370	600	110	2.040
Øvrige lande	183.200	125.600	8.660	3.150	2.230	43.560
I alt	898.380	508.360	58.370	18.610	17.130	295.910

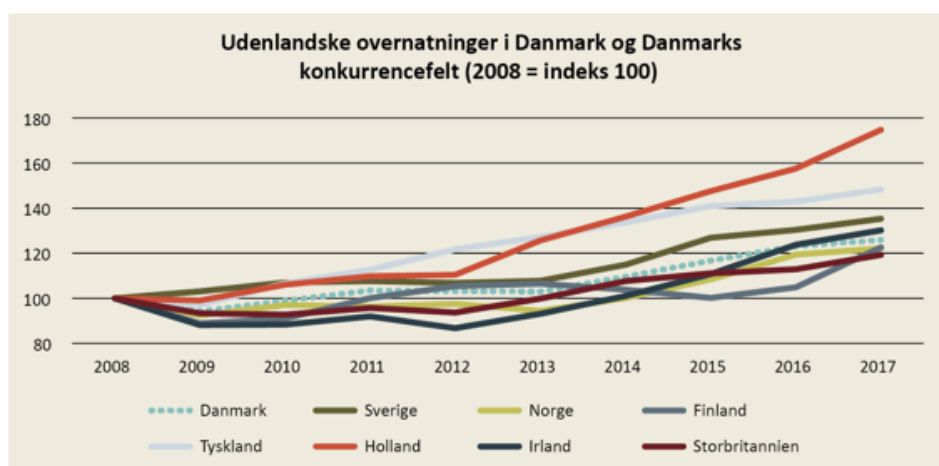
Kilde: Airbnb

2.3 Dansk turismes konkurrenceevne

Turismen er globalt set et erhverv i kraftig vækst, men kampen om turisterne er fortsat hård. Selvom overnatningstallet i Danmark aldrig har været højere, oplever flere af vore nabo-lande højere vækst i disse år.

Når man sammenligner med de nordiske konkurrenter, Sverige, Norge og Finland, har Danmark et stærkt udgangspunkt i forhold til udenlandske overnatninger. Næsten halvdelen (45 pct.) af de udenlandske overnatninger i de fire nordiske lande foretages i Danmark. Danmark har altså den største volumen, når det gælder udenlandske overnatninger.

Figur 7 Danmarks konkurrencefelt



I figur 7 sammenlignes udviklingen i udenlandske overnatninger i Danmark med udviklingen i det konkurrencefelt af syv nordeuropæiske lande, som Det Nationale Turismeforum anser som værende dem, som Danmark direkte konkurrerer med. Danmark har siden 2008 haft en vækst i de udenlandske overnatninger, der er lavere end Holland, Tyskland, Sverige og Irland, men højere end Finland, Norge og Storbritannien. I 2017 tabte Danmark imidlertid markedsandele, da væksten på 2,2 pct. i de udenlandske overnatninger ikke kunne måle sig med udviklingen i konkurrencefeltet. Med undtagelse af Norge havde Danmark således lavest vækst i udenlandske overnatninger af de otte lande i det nordeuropæiske konkurrencefelt.

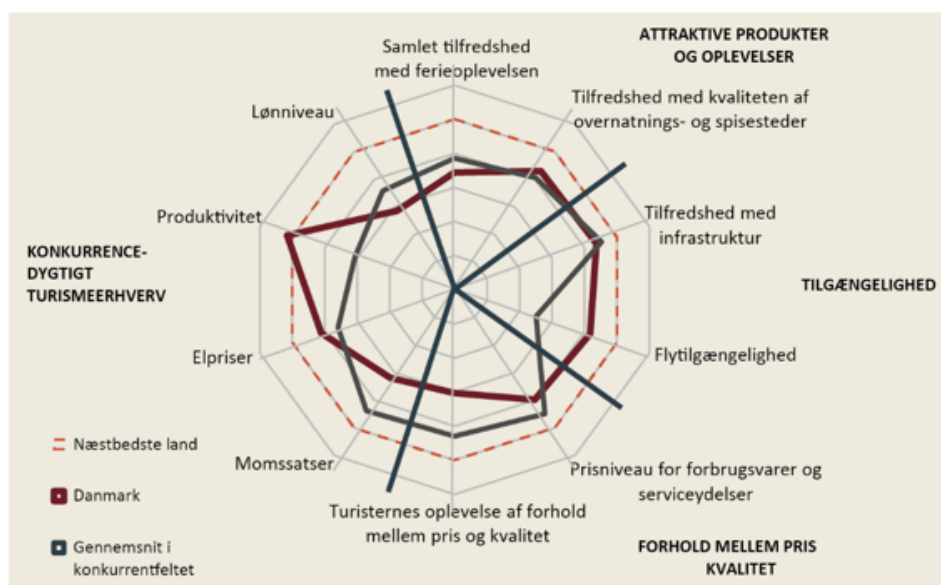
Når det gælder de tyske turister, er Tyskland selv den største konkurrent til Danmark. I 2017 foretog tyskerne i alt 96,4 mio. overnatninger i de tre delstater, som VisitDenmark vurderer Danmark er i direkte konkurrence med, nemlig Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern og Schleswig-Holstein. Det er 1,9 pct. flere end i 2016. Til sammenligning foretog ty-

skerne 15,2 mio. overnatninger i Danmark – en stigning på 2,5 pct. Hermed var væksten af tyske turister i Danmark i 2017 større end i de nordtyske delstater.

Konkurrenceindikatorer

Danmarks konkurrenceevne afgør, hvorvidt Danmark kan få del i væksten i den internationale turisme, så der kan skabes øget omsætning og beskæftigelse i dansk turisme. Figur 8 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, for eksempel viser diagrammet, at det europæiske gennemsnitlige prisniveau for forbrugsvarer og serviceydelser er lavere end det danske, da den grå streg ligger længere ude end den røde. Diagrammet fremgår også af *Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne 2018*.

Figur 8 Diagram over dansk turismes konkurrenceevne



Kilde: Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne 2018

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 udvalget af historiske seværdigheder og museer, udvalget af kultur- og fritidsaktiviteter samt udvalget af shopping- og indkøbsmuligheder. Danmark scorer dog over det nordeuropæiske konkurrentfelt i forhold til tilfredshed med den overordnede kvalitet af spisesteder.

I forhold til tilgængelighed er turisterne samlet set tilfredse med infrastrukturen til og i Danmark og Danmark ligger på gennemsnittet i Nordeuropa. Danmark har i forhold til konkurrencefeltet 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. Danmark ligger på niveau med de nordiske lande, men under det nordeuropæiske konkurrencefelt. Det gælder især prisoplevelsen i forhold til overnatning, historiske seværdigheder og museer, fritidsaktiviteter samt shopping. Danmark har generelt også høje momssatser i forhold til det nordeuropæiske gennemsnit, hvilket bidrager til at gøre det danske erhvervs prisniveau højere end de konkurrerende landes.

Diagrammet viser således samlet set, at selvom Danmark på visse områder klarer sig godt, klarer Danmark sig flere steder dårligere end konkurrenterne i Nordeuropa. Der er således fortsat et behov for en samlet indsats for at styrke konkurrenceevnen i dansk turisme.

For en mere detaljeret gennemgang af turismens betydning i Danmark og dansk turismes konkurrenceevne henvises til Det Nationale Turismeforums *Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne*, som blev offentliggjort januar 2018, og kan findes på Erhvervsministeriets hjemmeside.

ses til Det Nationale Turismeforums *Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne*, som blev offentliggjort januar 2018, og kan findes på Erhvervsministeriets hjemmeside.

3. INITIATIVER PÅ TURISMEOMRÅDET

I september 2016 blev den nationale strategi for dansk turisme offentliggjort. Strategien er baseret på arbejdet i Det Nationale Turismeforum og skal gennem en række indsatser medvirke til at udvikle dansk turisme, så Danmark kan få del i den globale vækst i turismen til gavn for vækst, velstand og udvikling i hele Danmark. Strategien skal bidrage til at samle de offentlige turismefremmeaktører og turismeerhvervet i en fælles og koordineret indsats.

Udgangspunktet i strategien er den 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.

I den nationale strategi for dansk turisme er opsat følgende fælles pejlemærker for dansk turisme frem mod 2025.

- Dansk turisme skal opnå en vækst på en tredjedel i antallet af turismeovernatninger, svarende til op mod 17 mio. overnatninger i forhold til 2015.
- Turismeomsætningen skal nå 140 mia. kr., svarende til en vækst på ca. 45 mia. kr. i forhold til 2014.
- De udenlandske turister skal være mindst lige så tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark som gennemsnittet for Nordeuropa.

Figur 9 Pejlemærker og status

VÆKSTOMRÅDE	UDGANGSSITUATION	PEJLEMÆRKE FOR 2025	AKTUEL STATUS
Turister	49 mio. overnatninger i 2015	En tredjedel flere turister	2017: 52,8 mio. kr.
Omsætning	95 mia. kr. i 2014	140 mia. kr.	2016: 108,1 mia. kr.
Tilfredshed	Danmarks tilfredshedsscore ligger i 2014/15 ca. 10 pct. under gennemsnittet i Nordeuropa	Mindst samme tilfredshed som gennemsnittet i Nordeuropa	Ingen signifikant udvikling siden 2014

Kilde: Den nationale strategi for dansk turisme 2016 og VisitDenmark

Udviklingen i forhold til ovenstående pejlemærker i figur 9 følges årligt. De seneste års udvikling i antallet af overnatninger og omsætning viser, at udviklingen går i den rigtige retning, men den aftagende vækst i overnatninger i 2017 er et opmærksomhedspunkt. I forhold til udenlandske turisternes tilfredshed med Danmark er denne fortsat høj, men Danmark ligger stadig under gennemsnittet i Nordeuropa. Der forekom ikke nogen signifikant udvikling i Danmarks overordnede tilfredshedsscore fra 2015 til 2016.

I den nationale strategi for dansk turisme tages initiativer inden for fem strategiske indsatsområder, som er:

- Mere effektiv markedsføring målrettet relevante målgrupper
- Bedre tilgængelighed, internet og skilte
- Bedre turistoplevelser i Danmark
- Moderne planlov og øget turismekapacitet
- Konkurrenceevne og gode rammevilkår.

I det efterfølgende redegøres der for udvalgte initiativer under hvert af de fem strategiske indsatsområder, herunder både initiativer, der indgik i den nationale strategi for dansk turisme fra 2016, og andre initiativer regeringen har taget, som styrker vækst og konkurrencedygtighed i dansk turisme.

3.1 Mere effektiv markedsføring målrettet relevante målgrupper

For at tiltrække flere turister til Danmark – og dermed forbedre den eksisterende markedsposition – skal kendskabet til Danmark og de danske destinationer udbredes. Det indgår derfor i den nationale strategi for dansk turisme, at en effektiv international markedsføring af Danmark som turistdestination skal baseres på fælles fortællinger og målrettes de markeder, hvor indsatsen skaber størst effekt, både på kort og lang sigt. Samtidig skal der tages højde for digitaliseringens disruptive indflydelse på turismeerhvervet.

Styrkelse af markedsføring af kyst- og naturturismen

Med aftalen om erhvervs- og iværksætterinitiativer fra november 2017 (regeringen, Dansk Folkeparti og Det Radikale Venstre) er der afsat et årligt beløb på 15 mio. kr. fra 2018 og frem til en styrkelse af VisitDenmarks internationale markedsføring særligt i forhold til kyst- og naturturismen på nærmakederne i blandt andet Tyskland, Sverige, Norge og Nederlandene. Indsatsen vil blandt andet have fokus på skuldærsæsonen med henblik på at udvide sæsonen i dansk turisme.

Digital markedsføring

I februar 2017 lancerede VisitDenmark strategien *Smart Tourism*, som tegner retningen for VisitDenmarks arbejde med at digitalisere markedsføringsindsatsen, så den matcher nye digitale tendenser. Med strategien øger VisitDenmark sit fokus på konstant at tilpasse markedsførings- og kommunikationsindsatserne, så Danmark er synlig på netop de digitale platforme, som turisterne bruger, når idéen til deres rejse opstår, og de begynder at søge inspiration og planlægge rejsen. Ligesom fokus på at få skabt et endnu stærkere videngrundlag for dansk turisme prioriteres højt.

Markedsprioriteringsværktøj

VisitDenmark har udarbejdet et markedsprioriteringsværktøj, som skal facilitere en koordineret prioritering af, hvilke markeder og målgrupper Danmark skal markedsføres overfor, herunder på forretningsområdespecifikt niveau. Arbejdet er gennemført af VisitDenmark i samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Storbyturisme og MeetDenmark. En fælles koordineret prioritering af, hvilke internationale markeder Danmark primært skal satse på, skal sikre en større sammenhæng og synergi i markedsføringen af Danmark, så ressourcerne benyttes bedst muligt.

Dansk-kinesisk turismeår 2017

I 2017 blev der afholdt dansk-kinesisk turismeår, hvilket har været medvirkende til at skabe omfattende opmærksomhed i Kina om Danmark som turismeland. I 2018 åbnes i forlængelse heraf flere nye flyruter mellem Kina og Danmark. I 2018 samarbejder alle medlemsstaterne i den europæiske union om et EU-Kina turismeår, som skal sætte fokus på Europa som en turistdestination. Der samarbejdes ligeledes i regi af Nordisk Ministerråd om markedsføring i blandt andet Kina.

3.2 Bedre tilgængelighed, internet og skilte

Tilgængelighed til og rundt i Danmark er vigtigt for at kunne tiltrække turister og for turisternes oplevelse af Danmark. Samtidig bliver god forbindelse til internettet i højere og højere grad et konkurrenceparameter, i takt med at flere og flere af turisternes aktiviteter er afhængige af digital adgang.

Bredbånds- og mobildækning

Regeringen har med henblik på at forbedre bredbånds- og mobildækningen i 2016 til 2017 givet tilskud på i alt ca. 178 mio. kr. fra bredbåndspuljen til ca. 7.600 adresser. Af de støttede adresser ligger ca. 80 pct. i landzone, ca. 12 pct. i byzone, mens ca. 8 pct. af adresserne ligger i sommerhusområder. Med den brede politiske aftale om Bredbånd og mobil i digital topklasse – Fremtidens telepolitik for Danmark fra maj 2018 tilføres yderligere midler, således at der bliver i alt 100 mio. kr. til bredbåndspuljen i 2018. Samtidig justeres puljens ansøgningskriterier, således at den målrettes yderligere mod tyndt befolkede områder. Endvidere vil regeringen i forbindelse med finansloven for 2019 forlænge og forøge bredbåndspuljen fra 2019 og frem.

Luftfartspolitik strategisk

I juli 2017 fremlagde regeringen Luftfartsstrategi for Danmark. Regeringen ønsker med strategien at styrke grundlaget for, at der bliver etableret flere ruter og flere daglige afgange til og fra Danmark og internt i Danmark. Det øger Danmarks nationale og internationale tilgængelighed til gavn for den økonomiske vækst, beskæftigelsen og sammenhængskraften mellem landsdelene. Den internationale tilgængelighed påvirker Danmarks niveau af globalisering og er derfor en central parameter i forhold til at tiltrække turister til landet.

Bedre færgebetjening

Der blev i forbindelse med aftalen om Vækst og udvikling i hele Danmark (regeringen og Dansk Folkeparti) fra februar 2016 afsat 95 mio. kr. på årsbasis til nedsættelse af færgetakster for biler, passagerer mv. til og fra visse øer. Med finansloven for 2017 er der endvidere tilført yderligere midler til en gradvis nedsættelse af færgetakster med 20 mio. kr. i 2017, 30 mio. kr. i 2018 og 40 mio. kr. i 2019 og frem.

Tilskudsordningen for de ikke-statslige færgeruter trådte i kraft den 1. august 2016. Tillægskontrakter om prisreduktioner på de statslige færgeruter til Bornholm og Samsø er trådt i kraft d. 1. september 2016.

Kollektiv transport

Erhvervsministeriet, Danske Regioner og Transport-, Bygnings- og Boligministeriet har i samarbejde udarbejdet en rapport med angivelse af initiativer, der dels styrker dialogen mellem transportsektoren og turismesektoren, dels forbedrer turisternes adgang til brug af den kollektive transport via blandt andet en styrket informationsindsats. Rapporten forventes offentliggjort i maj 2018.

Nye skilteregler

Regeringen har foretaget et serviceeftersyn af reglerne for skiltning i det åbne land. Som opfølgning herpå er i maj 2018 vedtaget lovforslag til ændring af skiltebestemmelserne i Lov om Naturbeskyttelse, således at der gives udvidede muligheder for at sætte skilte op i det åbne land. Forslaget vil blandt andet gøre det muligt at opsætte skilte om salg af sæsonbetonet frugt og grønt mv. fra marken og undtager en række lejlighedsskilte fra forbuddet mod friluftsklame, så det bliver muligt at reklamere for kortvarige arrangementer, eksempelvis musikfestivaler og »åben gård«-arrangementer. Pr. januar 2018 er der desuden gennemført en række ændringer af reglerne for skiltning i vejbeholdtøjreglerne, således at der gives bedre mulighed for at skilte til lokale erhvervs- og turistattraktioner i landdistrikterne.

Nye cykelruter

Regeringen, Socialdemokratiet, Dansk Folkeparti, Radikale Venstre og Socialistisk Folkeparti, som står bag aftale om grøn transportpolitik, har aftalt, at uforbrugte midler under cykelpuljen i 2016 til 2018 anvendes til en særlig indsats for de nationale cykelruter. I 2016 og 2017 er der udmøntet henholdsvis 7,9 mio. og kr. 6,85 mio. kr. til målrettede forbedringer af de nationale cykelruter til gavn for blandt andet cykelturismen mv. Midlerne er blevet fordelt til kommuner og organisationer, som blandt andet ønsker at forbedre skiltningen på en række nationale cykelruter, eller som ønsker at gennemføre kvalitetssikring af de eksisterende ruter. Et særligt initiativ inden for cykelturismen har været udviklingen af den nationale cykelrute »Østersøruten« til en cykelturismerte af høj international kvalitet. Den ny Østersørute blev officielt åbnet for de internationale cykelturister i starten af maj 2018.

3.3 Bedre turistoplevelser i Danmark

For at skabe vækst i dansk turisme skal Danmark kunne tilbyde turisterne gode oplevelser, som turisterne vil rejse efter og betale for. Danmark er et forholdsvis dyrt land at holde ferie i, og det stiller store krav til, at der kan leveres nogle turistoplevelser af høj kvalitet.

Udviklingsplan for vestkysten

Med henblik på at styrke de danske naturtilbud er der taget initiativ til at lave en udviklingsplan for vestkystturismen, som forventes offentliggjort i juni 2018. Hensigten med udviklingsplanen er at give Vestkysten et samlet løft af hele kysten og dermed blive en af Nordeuropas mest eftertragtede kystdestinationer. Udviklingsplanen udarbejdes i samarbejde mellem Vestkystens 11 kommuner og tre regioner, Dansk Kyst- og Naturturisme og Realdania.

Bedre natur- og outdooroplevelser

I december 2017 blev der etableret en femte nationalpark i Kongernes Nordsjælland, som omfatter Nordsjællands store skove og søer samt en række kulturspor fra kirke- og kongemagt. Derudover har Udenrigsministeriet med ansvar for fiskeri igangsat udarbejdelsen af en national strategi for lystfiskeri, der også har fokus på udviklingen af lystfiskerturismen, ligesom der med Finansloven for 2018 er ydet en særlig bevilling til et center for lystfiskerturisme i Assens Kommune. Miljø- og Fødevareministeriet har dertil udviklet retningslinjer for mountainbikespor i naturen, som der skal sikre et ensartet tilbud af spor i hele landet.

Bedre kulturtilbud

Der er flere steder i landet gennemført en række initiativer med henblik på at øge de kulturelle tilbud til turisterne i Danmark. Der er blandt andet igangsat en restaurering af Nyborg slot, som forventes at stå færdig i 2019. Der er også etableret museer langs vestkysten for eksempel med Tirpitz-museet ved Blåvand, som åbnede i sommeren 2017, ligesom Strandingsmuseet St. George er blevet gennemrenoveret og genåbnede i sommeren 2017.

Bedre fødevareoplevelser

I forbindelse med den nationale strategi for dansk turisme har markedsføringskonsortiet FOOD i 2017 gennemført en række aktiviteter for at sætte fokus på dansk gastronomi og madoplevelser, herunder blandt andet en presseindsats om dansk gastronomi og madoplevelse i tæt samarbejde med Vi-

sitDenmark og et projekt, der skulle hæve kvaliteten på spisesteder med mange turister, fortrinsvist ved Vestkysten.

Derudover har regeringen nedsat Team Gastro, hvis anbefalinger til regeringen, der blandt andet omhandler, at der skal skabes gode, lokale madoplevelser til turisterne, blev afgivet i februar 2018. Regeringen vil komme med et udspil – Gastro 2025 – som sætter rammerne for en styrket udvikling af den danske gastronomi. Miljø- og Fødevareministeriet har desuden i samarbejde med VisitDenmark udviklet en app »Økologiske Spisesteder«, der angiver økologiske spisesteder i nærheden.

Oplevelser og events

Turisterne rejser også efter gode oplevelser og events. På den baggrund har Erhvervsministeriet i samarbejde med Transport-, Bygnings- og Boligministeriet og en række kommuner i 2017 gennemført en undersøgelse af muligheder og barrierer for at udvikle oplevelsesøkonomiske centre i Danmark, som sikrer kommunerne en god ramme for at arbejde strategisk med oplevelsesudvikling. Rapporten forventes offentliggjort i juni 2018.

Herudover arbejder regeringen med at tiltrække store internationale events til Danmark, herunder sportsevents, som er med til at sætte fokus på Danmark som turistland og de danske styrkepositioner. Som del af denne indsats arbejder regeringen aktivt på at tiltrække Tour de Frances Grand Départ til Danmark i 2021. Der undersøges ligeledes muligheder for at etablere en dansk pavillon i forbindelse med OL i Tokyo 2020.

3.4 Moderne planlov og øget turismekapacitet

Væksten i dansk turisme hæmmes af, at der mange steder er manglende kapacitet i højsæsonen. Der er således behov for at øge kapacitetsvæksten og/eller kapacitetsudnyttelsen, hvis Danmark skal imødekomme vækstforventningerne.

Modernisering af planloven

I juni 2017 trådte ændringen af planloven i kraft, som opfølgning på aftalen om Danmark i bedre balance (regeringen, Socialdemokratiet og Dansk Folkeparti) fra juni 2016. Den nye planlov giver kommuner, borgere og virksomheder i hele landet bedre muligheder for at skabe vækst og udvikling, samtidig med at der værnes om landskaber, natur og miljø. Samtidig gives kommunerne øget råderum og en række nye muligheder i den fysiske planlægning, som i høj grad kan understøtte lokale initiativer og udvikling – ikke mindst inden for turismen og i de kystnære områder.

Udlæg af sommerhusområder

Med den nye planlov åbnes der en mulighed for, at kommunerne kan søge om at udlægge områder med op til 6.000 nye, kystnære sommerhusgrunde under forudsætning af, at kommunerne tilbagefører områder med mindst 5.000 ubebyggede sommerhusgrunde til landzone. Hensigten er at give kommunerne mulighed for at rydde op i mindre attraktive sommerhusområder og omplacere disse til mere attraktive beliggenheder.

Realkreditbelåningsgrænsen for sommerhuse er hævet

Med vedtagelsen af Lov om ændring af lov om realkreditlån og realkreditobligationer m.v. og Lov om finansiel virksomhed, som trådte i kraft den 1. maj 2017, er realkreditbelåningsgrænsen for sommerhuse hævet fra 60 pct. til 75 pct. Dette skal gerne få flere til at købe og forbedre deres sommer-

huse og dermed være med til at øge kapaciteten i dansk turisme.

Øget bundfradrag for feriebologudlejning og aftale om dele- og platformøkonomi

Regeringen indgik i maj 2018 aftale med Dansk Folkeparti, Socialdemokratiet og Radikale Venstre om bedre vilkår for vækst og korrekt skattebetaling i dele- og platformøkonomien. Med aftalen er bundfradraget for udlejning af sommerhuse hævet fra 21.900 kr. til 40.000 kr., når udlejning sker gennem en tredjepart (en digital platform eller et bureau), der indberetter indtægterne til skattevæsenet. Samtidig sikres borgerne en ret til – uden kommunens tilladelse – at korttidsudleje deres egen helårsbolig i op til 70 dage årligt, såfremt udlejning kun sker gennem en tredjepart. Den enkelte kommune kan beslutte, at borgerne skal have ret til at korttidsudleje deres helårsboliger i op til 100 dage årligt, såfremt de konkrete forhold på det lokale boligmarked ikke taler imod dette. Aftalen skal blandt andet styrke incitamentet til at udleje sit sommerhus eller helårsbolig og dermed øge kapaciteten i dansk turisme. Endvidere igangsættes som led i aftalen en kampagne, der skal få flere danskere til at leje deres sommerhus ud til turister. Der indføres også et fælles bundfradrag på 10.000 kr. for privatpersoners udlejning af biler, både og campingvogne (herunder autocampere og complete).

Fleksibel anvendelse af ferieboliger

Med den nye planlov er reglerne for anvendelsen af eksisterende sommerhuse gjort mere smidige. Således udvides sommerperioden, hvor sommerhuse kan anvendes ubegrænset, fra 26 til 34 uger, ligesom det hidtidige krav om pauser eller ophold mellem anvendelsen af sommerhuse i vinterperioden er fjernet. Dette skaber administrative lettelser for sommerhusudlejerne og mindsker presset på naturen. Samtidig er der åbnet for, at pensionister efter et års ejerskab får mulighed for at helårsbebo deres sommerhus.

Mulighed for udpegning af kystnære udviklingsområder

Den nye planlov åbner muligheden for, at kommunerne kan søge om at udpege udviklingsområder inden for kystnærhedszonen. I disse områder åbnes der for byudvikling og nye anlæg, svarende til reglerne i øvrig landzone.

Nye udviklingsmuligheder inden for strandbeskyttelseslinjen

Med ændringen af naturbeskyttelsesloven, der trådte i kraft den 10. juni 2017, er der åbnet nye muligheder inden for strandbeskyttelseslinjen. På havne får klubber, foreninger og institutioner mulighed for at opføre eller udvide klubhuse, opbevaringsskure, omklædningsfaciliteter, legepladser, baderamper, sheltere, bålhytter, madpakkehytter, bålpladser mv. Og der åbnes for, at tomme bygninger på havne kan indrettes til turismeformål, som kan fremme turismen.

Samtidig lempes dispensationspraksis i forhold til eksisterende virksomheder, der ønsker at opføre mindre anlæg i tilknytning til bebyggelse, for eksempel pavilloner, tennisbaner, swimmingpools og petanqueanlæg eller borde og stole.

Mulighed for iværksættelse af ny forsøgsordning for turisme

Med aftalen om Danmark i bedre balance (regeringen, Socialdemokratiet og Dansk Folkeparti) fra juni 2016 gennemføres en generel oprydning i ikke udnyttede kystnære reservationer til ferie- og fritidsanlæg, der lægger beslag på kyst og natur i den fysiske planlægning. På baggrund af oprydningen

etableres der mulighed for en ny forsøgsordning for kyst- og naturturisme. Aftaleparterne vil efter oprydningen tage stilling til antallet af potentielle nye forsøgsprojekter (mellem 0 og 15), idet ophævelsen af uaktuelle reservationer skal have et væsentligt større omfang end de nye forsøgsprojekter. Igangsættelse af nye potentielle forsøgsprojekter kræver enighed i forligskredsen.

Modernisering af campingreguleringen

Regeringen har en ambition om at modernisere campingreguleringen med henblik på at skabe bedre muligheder for campingpladsernes udvikling, herunder i forhold til campinghytter. Der er på baggrund af input fra erhvervet gennemført en undersøgelse af, hvordan reglerne i campingreglementet kan tilpasses i lyset af nye ferieønsker. Undersøgelsen danner grundlag for det videre arbejde.

Bedre lånemuligheder for turismevirksomheder

Danmarks Eksportkredit har åbnet for kautioner til turistvirksomheder i Danmark, så mulighederne for at optage lån og investere i dansk turisme forbedres.

3.5 Konkurrenceevne og gode rammevilkår

Turisterne skal opleve Danmark som et tilgængeligt land, der tilbyder attraktive oplevelser, hvor pris matcher kvalitet. Med til de gode rammevilkår hører, at turismeerhvervet skal have adgang til den nødvendige, kompetente arbejdskraft, så produkt- og forretningsudviklingen kan styrkes, og kvalitet og produktivitet løftes, så erhvervet kan tilbyde internationalt konkurrencedygtige turismeprodukter.

Afgifter fjernes, så konkurrenceevnen forbedres

Regeringen har afskaffet eller lettet en række afgifter og dermed styrket rammevilkårene for dansk erhvervsliv og herunder turismeerhvervet:

- Med erhvervs- og iværksætterpakken (regeringen, Dansk Folkeparti og Det Radikale Venstre) fra november 2016 er der afsat 20 mio. kr. årligt fra 2018 til at lempe elafgiften for campingpladser samt 5 mio. kr. årligt fra 2018 til at lempe afgiften på ledningsført vand til campingpladser. Med samme aftale er der desuden afsat midler til en generel lempelse af elvarmeafgiften. Samtidig iværksættes en dialog med EU-Kommissionen om muligheder for målrettet at nedsætte hotellernes rumvarmeafgiftssats for at forbedre danske hotellernes internationale konkurrenceevne.
- I forlængelse af aftalen om Vækst og udvikling i hele Danmark (regeringen og Dansk Folkeparti) fra februar 2016 er der med virkning fra den 1. januar 2017 gennemført en lempelse af elafgifterne for forlystelsesparker, der betyder, at forlystelsesparker nu kan få godtgjort sine elafgifter ned til 0,4 øre pr. kWh, hvilket svarer til en lempelse i afgiften på ca. 88 øre pr. kWh.
- Med den brede politiske aftale om afskaffelse af PSO-afgiften (regeringen, Socialdemokratiet, Dansk Folkeparti, Det Radikale Venstre, Socialistisk Folkeparti) fra november 2016 er det aftalt, at PSO-afgiften udfases fra 2017 til 2022. Det kommer også turismeerhvervet til gode.
- I april 2018 har regeringen lanceret energidspillet Energi – til et grønt Danmark, der blandt andet lægger op til en ambitiøs grøn reform af energifgifterne. Blandt andet foreslår regeringen lempelse af elafgiften med i alt 25 øre pr. kWh indfasat fra 2019 til 2025 og lempelse af elvarmeafgiften til 15 øre/kWh fra 2021.

Ny restaurationslov

Med ikrafttrædelse 1. juli 2017 er gennemført en ændring af lov om restaurationsvirksomhed og alkoholbevilling, som indebærer en række administrative lempelser for hotel- og restaurationsbranchen. Ændringen medfører blandt andet, at virksomheder nu kan ansætte unge mellem 15 og 18 år til arbejde i lokaler, hvor der serveres alkohol, dog på den betingelse at virksomhedens hovedformål ikke er udskænkning af alkohol, men eksempelvis servering af mad og at de unge ikke arbejder senere end til kl. 22.00. Samtidig gøres reglerne omkring bevillinger på flere måder simple og mere fleksible.

Digitalisering i og af dansk turisme

Regeringen har i januar 2018 fremlagt Strategi for Danmarks digitale vækst, hvori det indgår, at der på turismeområdet skal etableres et forsøg med en put & take data-lake, der skal samle og tilgængeliggøre data for virksomheder og offentlige aktører.

Fair konkurrence på udlejningsplatforme

Regeringen ønsker at styrke brugen af innovative, digitale teknologier, fordi de kan skabe jobs og vækst. Men store virksomheder, der anvender de nye teknologiske muligheder, skal agere på fair og lige vilkår. Derfor har erhvervsministeren iværksat et arbejde med at analysere konkurrencesituationen blandt hotelbookingplatforme for at få belyst, om der er særlige konkurrencemæssige udfordringer for de danske hoteller. Undersøgelsen skal afdække, om der er behov for at foretage justering for at sikre effektiv og fair konkurrence for danske virksomheder. Til gavn for både forbrugere og virksomheder.

Styrkelse af innovationen i dansk turisme

I samarbejde mellem en række offentlige og private parter er der iværksat et landsdækkende projekt under titlen TourismX, der skal styrke innovationen i dansk turisme. Konkret er formålet at koble 40 virksomheders vækstidéer med

den nyeste forskning og viden for at skabe innovative produkter og services i dansk turisme.

4. FORENKLING AF DEN OFFENTLIGE TURISMEFREMME-INDSATS

Det fremgår af den nationale strategi for dansk turisme, at den samlede offentlige turismefremme på lokalt, kommunalt, regionalt og nationalt plan skal være mere effektiv og sammenhængende, og overlap mellem forskellige aktører skal undgås.

I forlængelse heraf afgav Det Nationale Turismeforum i april 2018 seks anbefalinger om den offentlige turismefremmeindsats. Anbefalingerne lyder:

- 1) Den decentrale turismefremmeindsats skal konsolideres i færre destinationsselskaber (for eksempel 15-25).
- 2) Dansk turisme skal samarbejde om de digitale muligheder.
- 3) Den offentlige turistrettede service skal primært være digital.
- 4) Koordinationen af den internationale markedsføring af Danmark som turistmål skal styrkes.
- 5) Det nationale niveau skal stille specialiserede kompetencer til rådighed for dansk turisme.
- 6) De offentlige turismefremmemidler skal anvendes mere effektivt. Det skal blandt andet ske ved, at der ses nærmere på mulighederne for en mere sammenhængende organisation og en mere fælles retning for den tværgående operative indsats.

De seks anbefalinger indgår i det videre arbejde med forenkling af det offentlige erhvervsfremmesystem.

Hermed slutter redegørelsen.
