



NOTAT

16. marts 2010

10/01272-2

/kbc-dep

Høringsnotat vedr. udkast til lovforslag om VisitDenmark

1. Indledning

Udkast til lovforslag om VisitDenmark blev den 12. februar 2010 sendt i høring hos 67 organisationer og myndigheder med høringsfrist den 19. februar 2010. Økonomi- og Erhvervsministeriet har modtaget 30 hørings-svar, hvoraf 22 havde bemærkninger til forslaget.

I det følgende præsenteres lovforslagets indhold, der gives en sammenfatning af høringssvarene og derefter gennemgås og kommenteres indholdet af de konkrete bemærkninger til lovforslagets enkelte dele.

2. Lovforslaget indhold

Formålet med lovforslaget er at etablere en mere sammenhængende og effektiv organisering af turismefremmeindsatsen i Danmark. Det nye VisitDenmark skal fokusere på at markedsføre og brande dansk turisme i udlandet med henblik på at tiltrække flere turister, der kan øge indtjeningen i turismeerhvervet. Derudover skal det nye VisitDenmark have en mindre og meget forretningsorienteret bestyrelse.

Med lovforslaget lægges endvidere op til et styrket samarbejde med turismeerhvervet. Dels gennem oprettelse af en rådgivende nomineringskomité med erhvervets deltagelse, som skal anbefale kandidater til det nye VisitDenmarks bestyrelse. Dels gennem sikring af, at det nye VisitDenmark kan oprette og deltage i partnerskaber med turismeerhvervet og andre centrale aktører om konkrete markedsførings- og brandingprojekter.

Lovforslaget indebærer desuden en klarere rolle- og ansvarsfordeling mellem de offentlige turismeaktører i Danmark på nationalt, regionalt og kommunalt niveau samt en styrket tværgående koordination af den offentlige turismefremmeindsats.

Således får VisitDenmark ansvaret for at koordinere alle internationale turismemarkedsføringsaktiviteter med offentlig medfinansiering, dog ikke de aktiviteter, der varetages af kommuner i grænseområder. Samtidig får de regionale og kommunale turismeaktører sammen med erhvervet ansvaret for at understøtte produktudviklingen og oplevelsesudviklingen. Myndighedsopgaverne i den statslige turismefremmeindsats vil fremover blive varetaget af Økonomi- og Erhvervsministeriet.

Den samlede offentlige turismefremmeindsats koordineres af den tværgående koordinationsgruppe, som nedsættes af Økonomi- og erhvervsministeriet. Danmarks Vækstråd inddrages i denne sammenhæng.

Det foreslås, at loven træder i kraft den 1. juli 2010.

3. Sammenfatning af høringsvar

Høringen viser, at der er bred opbakning til målet om at skabe en mere sammenhængende og effektiv organisering af turismefremmeindsatsen.

Erhvervsorganisationerne støtter generelt det foreliggende forslag til en ny organisering af turismeindsatsen. Turismeerhvervet har længe ønsket en klarere arbejdsdeling og en bedre koordination mellem turismens aktører, herunder at VisitDenmarks hovedfokus mere målrettet skal være på international markedsføring og på at sikre viden om turismen. Turismeerhvervet bakker ligeledes op om en øget inddragelse af turismeerhvervet i VisitDenmarks markedsføringsindsats, samt at VisitDenmarks bestyrelse skal være meget forretningsorienteret.

Danske Regioner¹ og Kommunernes Landsforening², bakker ligeledes op om målet om at styrke koordinationen af den internationale markedsføringsindsats, som medfinansieres af offentlige midler. Danske Regioner og Kommunernes Landsforening udtrykker dog bekymring for, at koordinationen med VisitDenmark vil skabe for meget bureaukrati og risikere at dræbe det lokale initiativ. De kommunale og regionale aktører er i denne forbindelse særligt bekymrede for, at VisitDenmark - grundet den nye koordinationsrolle på internationale markedsføringsaktiviteter – skulle få monopol på de internationale markedsføringsopgaver.

Flere organisationer har specifikke kommentarer til sammensætningen af den rådgivende nomineringskomite vedr. VisitDenmarks bestyrelse og den tværgående koordinationsgruppe vedr. den offentlige turismefremmeindsats.

4. Høringsvar og kommentarer

Der er afgivet substantielle bemærkninger til lovforslagets elementer vedrørende:

- 4.1 Et forretningsorienteret VisitDenmark, der fokuserer på international markedsføring og branding.
- 4.2 Bestyrelsen i det nye VisitDenmark og den rådgivende nomineringskomité.

¹ Danske Regioner har fremsendt fælles høringsvar på vegne af Region Nordjylland, Region Midtjylland, Region Syddanmark, Region Sjælland, Region Hovedstaden, VisitNordjylland, Midtjysk Turisme, Syddansk Turisme, Østdansk Turisme, Wonderful Copenhagen samt Danske Regioner.

² Høringsvaret fra Kommunernes Landsforening er foreløbigt ikke politisk behandlet, jf. høringsvarets indledende bemærkninger.

- 4.3 VisitDenmarks koordination af den internationale markedsføring.
- 4.4 Klar arbejdsdeling i turismen og den tværgående koordinationsgruppe vedr. den samlede offentlige turismefremmeindsats.
- 4.5 Øget inddragelse af turismeerhvervet og samarbejde i erhvervspartnerne.
- 4.6 Sikring af produkt- og oplevelsesudvikling i turismen.
- 4.7 Finansiering af markedsførings- og brandingaktiviteter.
- 4.8 Diverse bemærkninger

4.1 Et forretningsorienteret VisitDenmark, der fokuserer på international markedsføring og branding

3F mener, at der i § 2 stk. 3 bør indsættes en tekst om, at VisitDenmark kan tage initiativ til at etablere en nordisk markedsføringsplatform.

Danmarks Rejsebureau Forening bakker generelt op om hensigten med lovforslaget. Jf. § 2 Stk. 4 udtrykker Danmarks Rejsebureau Forening en vis bekymring for, at VisitDenmark gives mulighed for, at dets virke kan udføres gennem selskaber, som er helt eller delvis ejet af VisitDenmark.

Danmarks Restauranter og Caf er konstaterer med tilfredshed, at man med lovforslaget vil styrke VisitDenmarks opgaver med at markedsføre og brande Danmark. Jf. lovens bemærkninger om, at VisitDenmark ikke skal varetage forskellige myndighedsopgaver, bemærker Danmarks Restauranter og Caf er, at den politiske samordning og VisitDenmarks engagement i sikringen af bedre rammevilkår for erhvervet ellers er ganske centrale opgaver for et turismeorgan som VisitDenmark.

Danske Regioner bemærker, at det er positivt, at lovforslaget præciserer, at VisitDenmarks fremover skal koncentrere sine aktiviteter om at tiltrække værdiskabende turister til Danmark. Ligeledes hilses intentionerne om at etablere et mere forretningsorienteret VisitDenmark velkommen. Danske Regioner finder det uheldigt, hvis der er lagt op til, at Fonden til Markedsføring af Danmarks aktiviteter fremover ikke længere skal omfatte turisme.

Dansk Erhverv støtter omdannelsen af VisitDenmark til en organisation med fokus på international markedsføring og branding af dansk turisme. Herunder overflytningen af myndighedsopgaver til økonomi- og Erhvervsministeriet.

Dansk ErhvervsFremme bemærker, at lovforslaget indeholder en række gode intentioner for VisitDenmark, og at det er nærliggende at ændre rammerne for VisitDenmark.

DI støtter generelt lovforslaget, som det ligger, og ser det som et væsentligt element i bestræbelserne på at styrke turismefremmeindsatsen.

Feriehusudlejernes Brancheforening er positive overfor etableringen af et mere forretningsorienteret VisitDenmark.

Foreningen af Danske Turistchefer finder, at det er glædeligt, at regeringen har taget initiativ til at se på en effektivisering af VisitDenmark og på mulighederne for at indgå forpligtende samarbejdsrelationer.

Kommunernes Landsforening finder det positivt, at lovforslaget lægger op til, at VisitDenmark fremover bliver en tydeligere markedsføringsorganisation. KL mener dog ikke, at lovforslaget i sin nuværende form tager tilstrækkeligt hensyn til, at udviklingen af turisme- og oplevelsesprodukter, også bør ansues i et bredere erhvervspolitisk perspektiv.

Samvirkende Danske Turistforeninger mener, at der er behov for en klarere arbejdsdeling i indsatsen og giver udtryk for støtte til en mere sammenhængende og effektiv organisering af turistfremmeindsatsen.

Turisterhvervets Samarbejdsforum³ støtter lovforslagets overordnede intention om, at Visit Denmark fremover alene skal varetage markedsføringen og branding af Danmark som turistland i udlandet. Turisterhvervets Samarbejdsforum er tilfreds med denne adskillelse, men havde helst set en løsning, hvor Visit Denmark var blevet organiseret i en aktieselskabsform.

Wonderful Copenhagen finder det positivt, at VisitDenmark fremover skal fokusere på at tiltrække værdiskabende turister til Danmark. Wonderful Copenhagen synes tilsvarende, at det er positivt, at lovforslaget præciserer VisitDenmarks opgaver som international markedsføringsoperatør.

Kommentarer

Jf. 3F's ændringsforslag til § 2 stk. 3 om, at VisitDenmark skal have mulighed for at tage initiativ til at etablere en nordisk markedsføringsplatform bemærkes det, at VisitDenmark kan tage et sådant initiativ med det foreliggende forslag, jf. bemærkningerne til § 2 stk. 4.

Danmarks Rejsebureau Forening udtrykker bekymring vedr. § 2 Stk. 4 om VisitDenmarks mulighed for, at dets virke kan udføres gennem selskaber, som er helt eller delvis ejet af VisitDenmark. Det bemærkes her til, at bestemmelsen skal sikre, at de nye erhvervspartnerkaber kan etableres i fællesskab med VisitDenmark, hvilket er et væsentligt element i bestræbelserne på at øge erhvervets inddragelse gennem netop erhvervspartnerkaberne. Derfor foreslås det, at § 2 Stk. 4 bibeholdes uændret.

³ Turisterhvervets Samarbejdsforum (TS) er et ikke-formaliseret netværk bestående af organisationer/foreninger indenfor det primære turisterhverv. TS består af: Campingrådet, Danhostel, Feriehusudlejernes Brancheforening, Foreningen af Forlystelsesparker i Danmark og HORESTA.

Danske Regioner bemærker, at det er uheldigt, hvis der lægges op til, at Fonden til Markedsføring af Danmark aktiviteter fremover ikke længere skulle omfatte turisme. Dette er ikke hensigten. Fonden til Markedsføring af Danmark vil stadig kunne støtte aktiviteter vedr. turisme, men overlap i konkrete projekter og aktiviteter skal undgås.

Til Turisterhvervets Samarbejdsforums ønske om at VisitDenmark skal organiseres i en aktieselskabsform, skal det bemærkes, at formen med et forvaltningssubjekt er valgt, fordi en sådan konstruktion giver de nødvendige muligheder for at kunne definere og strukturere et nyt VisitDenmark på en sådan måde, at det mest effektivt kan opfylde sit formål. Samtidig giver konstruktionen med et forvaltningssubjekt fleksible rammer for at indtænke turismeerhvervets deltagelse i VisitDenmark. Denne fleksibilitet ville ligeledes kunne opnås gennem brug af en aktieselskabsform, men aktieselskabsformen muliggør ikke på samme måde som et særligt forvaltningssubjekt en tæt statslig styring og kontrol med turismemidlerne. Det kan være problematisk henset til, at en stor del af VisitDenmarks aktiver baserer sig på offentlige midler via finansloven og har karakter af public service virksomhed til gavn for hele samfundet som helhed. Hertil kommer, at offentlighedens indsigt i de aktiviteter, der udøves, i udgangspunktet vil være væsentligt mindre i aktieselskabsformen end i et særligt forvaltningssubjekt. Endelig henvises til, at et aktieselskabs primære formål er at generere et overskud til gavn for aktionærerne, hvilket ikke er VisitDenmarks hovedformål.

4.2 Bestyrelsen i det nye VisitDenmark og den rådgivende nomineringskomité

3F foreslår, at det fremhæves i bemærkningerne til lovforslaget, at bestyrelsen skal være repræsentativt sammensat, da 3F mener, at det vil fremme formålet, hvis de faglige organisationer kan udpeges. Endvidere påpeger 3F sammen med LO, at der i den rådgivende nomineringskomité også bør være repræsentanter fra lønmodtagerorganisationerne.

Danmarks Restauranter og Caf er udtrykker undren over, at nomineringskomiteen sammensættes således, at en enkelt organisation kan besætte op til 3 pladser (HORESTA), medens Danmarks Restauranter og Caf er ikke er repræsenteret i nomineringskomiteen.

Foreningen af Danske Turistchefer mener, at - for at sikre en frugtbar dialog mellem det lokale og nationale niveau - bør det lokale niveau også deltage i nomineringskomiteen.

Turisterhvervets Samarbejdsforum bemærker, at der i henhold til forslagets § 8 nedsættes en nomineringskomité, som skal udpege kandidater til VisitDenmarks bestyrelse, dog ikke til formandsposten. Turisterhvervets Samarbejdsforum er tilfreds med modellen, men så gerne at nomineringskomit en også kan stille forslag om bestyrelsesformanden.

Wonderful Copenhagen bemærker, at lovforslaget indebærer, at der fremover ikke længere vil være gensidighed på bestyrelsesplan mellem VisitDenmark og Wonderful Copenhagen. Dette, mener Wonderful Copenhagen, er en forringelse af koordinationsbestræbelserne. For at afbalancere dette, bør det indgå i loven, at Wonderful Copenhagen og de øvrige regionale selskaber også får sæde i denne gruppe sammen med VisitDenmark.

Danmarks Rejsebureau Forening bemærker, at turisterhvervets ønske om et meget forretningsorienteret VisitDenmark, der ledes af en mindre og beslutningskompetent bestyrelse, er blevet imødekommet.

Danske Regioner finder de foreslåede ændringer i sammensætningen af organisationens fremtidige bestyrelse positive.

Dansk Erhverv støtter etableringen af en meget forretningsorienteret bestyrelse og støtter endvidere etableringen af en nomineringskomité med deltagelse af erhvervsrepræsentanter. Dansk Erhverv anbefaler økonomi- og erhvervsministeren at overveje en model som samtidig åbner for ”glidende” valg til bestyrelsen for at sikre kontinuitet i bestyrelsen.

DI støtter, at VisitDenmark får en lille og meget forretningsorienteret bestyrelse, men bemærker at det synes unødigt omstændeligt og kompliceret at lade udpegningen af bestyrelsesmedlemmerne foregå gennem indstilling fra en rådgivende nomineringskomité.

Feriehusudlejernes Brancheforening har anført, at fokus på storbyferie/erhvervsturisme i forhold til ferieturisme langs de danske kyster i udkantsområderne kan blive forrykket med den nye struktur. De anbefaler derfor, at man sikrer en ligevægtig balance mellem de forskellige turismeformer.

Samvirkende Danske Turistforeninger finder det rigtigt, at der hos VisitDenmark skal være en bestyrelse alene på 7 medlemmer, der via en professionel indsats kan afsætte den fornødne tid til arbejdet.

Kommentarer

Indledningsvist bemærkes, at det er hensigten, at bestyrelsen skal sammensættes på en sådan måde, at dens kompetencer til enhver tid gør den kvalificeret til at varetage VisitDenmarks formål bedst muligt.

Ønsket om en meget forretningsorienteret bestyrelse med fokus på de konkrete markedsførings- og brandingaktiviteter taler desuden for en forholdsvis lille bestyrelse.

Derudover skal det sikres, at bestyrelsen er repræsentativt sammensat i forhold til de forskellige typer af erhverv inden for turismeerhvervet samt

i forhold til den regionale og kommunale turismefremmeindsats. Disse forhold sikrer bl.a. en ligevægtig balance mellem de forskellige turismeformer, som Feriehusudlejernes Brancheforening efterspørger.

Hermed er det dog ikke hensigten, at de enkelte bestyrelsesmedlemmer skal varetage partsinteresser eller repræsentere erhvervets organisationer. Det vil sige, at bestyrelsens medlemmer ikke skal være organisationsfolk men erhvervsfolk med den nødvendige erfaring og ekspertise. På denne baggrund foreslås, at ønskerne fra en række organisationer – herunder 3F og Wonderful Copenhagen – om udvidet repræsentation i bestyrelsen ikke imødekommes.

Endvidere foreslås, at 3F's, LO's og Danmarks Restauranter og Caf er's ønsker om repræsentation i den rådgivende nomineringskomité ikke imødekommes. Den rådgivende nomineringskomité udpeges af økonomi- og Erhvervsministeriet, erhvervets organisationer, Kommunernes Landsforening og Danske Regioner, da det er disse parter, der investerer i den internationale markedsføring af dansk turisme. Dette er ikke tilfældet med arbejdsgiver- og lønmodtagerorganisationerne og gør sig sjældent gældende for mindre restauranter og caféer.

Til bem rkingen fra Foreningen af Danske Turistchefer om, at det lokale niveau også bør deltage i nomineringskomit en bemærkes, at det allerede er tilfældet, da Kommunernes Landsforening skal udpege et medlem.

I forhold til ønsket om at nomineringskomit en også kan indstille kandidater til formandsposten bemærkes, at det er hensigten, at formanden skal være en samlende person, der på tværs af turismeerhvervet og de offentlige aktører på området kan tegne det nye VisitDenmark i forhold til offentligheden mv. Dette vurderes bedst at kunne sikres, hvis formanden udpeges direkte af ministeren uden inddragelse af eksterne parter.

Dansk Erhverv anbefaler økonomi- og erhvervsministeren at overveje en model, som åbner for "glidende" valg til bestyrelsen for derved at sikre en højere grad af kontinuitet i bestyrelsen. Hertil bemærkes, at ønsket om at skabe kontinuitet i bestyrelsen kan tilgodeses ved, at det ikke er hele bestyrelsen, der skiftes efter den første treårige udpegningsperiode. Hensynet til kontinuitet i bestyrelsen kan således godt håndteres i det foreliggende forslag.

4.3 VisitDenmarks koordination af den internationale markedsføring
Turismeerhvervets organisationer og bl.a. Danske Regioner og Danske Destinationer bakker op om, at VisitDenmark fremover skal koordinere internationale markedsføringsaktiviteter, der medfinansieres af offentlige midler. Særligt Danske Regioner og Kommunernes Landsforening er bekymret for, at koordinationen med VisitDenmark vil give VisitDenmark monopol, skabe for meget bureaukrati og dermed dr be det lokale initiativ.

Danske Regioner anerkender, at den internationale markedsføringsindsats skal koordineres, og at VisitDenmark indtager den centrale funktion i denne koordinering. Danske Regioner finder, at der lægges op til at etablere en centralistisk og ikke ligeværdig model for koordination mellem VisitDenmark samt regionale og kommunale turismeaktører, når det gælder international branding og markedsføring. Modellen beskrives som bureaukratisk, hvilket bl.a. skyldes bagatelgrænsen på 100.000 kr. i samlet offentlig-privat finansiering. Danske Regioner opfordrer samtidig til, at lovforslaget præciserer, at også grænseregioner undtages fra koordinationsbestemmelsen, jf. lovforslagets § 14.

Kommunernes Landsforening finder bestemmelsen om, at kommuner og kommunale turismeudviklingsselskaber forudgående skal koordinere alle væsentlige internationale branding- og markedsføringsaktiviteter med VisitDenmark, betænkelig. KL frygter, at lovforslaget vil medføre en statslig vetoret i relation til, hvad kommunerne kan iværksætte af væsentlige aktiviteter, hvori der indgår elementer af international markedsføring og branding. Dette strider i høj grad mod kommunernes adgang til at tage selvstændige initiativer på området. KL frygter samtidig, at lovforslaget i høj grad vil kunne svække både det kommunale og nationale turismesamarbejde samt det lokale incitament til at markedsføre sig.

KL vurderer, at en bagatelgrænse på 100.000 kr. er for lav og foreslår, at grænsen hæves til 500.000 kr., så beløbsgrænsen er sammenfaldende med tilbudslovgivningen. KL bemærker endvidere, at der anvendes en meget snæver definition af begrebet grænsekommune, og at definitionen af grænseområder bør blødes op. Samtidig finder KL ikke, at lovforslaget tilstrækkeligt præciserer, hvad og hvilke aktiviteter koordinationen reelt vil indebære.

Både Danske regioner, KL og Wonderful Copenhagen bemærker, at turismesamarbejder i grænseregioner ikke blot – som det fremgår af bemærkningerne til § 14 om markedsføringssamarbejde – foregår ”i” nabolandet men også foregår i et samarbejde ”med” nabolandet.

Danske Destinationer finder det positivt, at den internationale markedsføringsindsats skal koordineres, og at VisitDenmark skal påtage sig rollen som centralt omdrejningspunkt for denne koordinering. Danske Destinationer finder det dog bekymrende, at flere punkter i bemærkningerne til loven peger i retning af, at der med den påtænkte model for koordinering skabes en centraliseret tænkning og et tungt bureaukratisk set-up. Danske Destinationer vurderer endvidere, at en gennemførelse af den centralistiske model, som loven lægger op til, kan medføre, at såvel kommuners som lokale aktørers interesse i at investere i fælles tiltag svækkes.

Foreningen af Danske Turistchefer bemærker, at det er dybt betænkeligt, at alle aktiviteter over 100.000 kr. med offentlig medfinansiering skal

godkendes af VisitDenmark. Minimumsgrænsen bør – også af administrative årsager - være på minimum 0,5 – 1 millioner kroner.

Dansk ErhvervsFremme mener, at kommunerne generelt kommer til at opleve en kraftig indskrænkelse af deres ret til selvbestemmelse på turismeserviceområdet, da området, jf. lovteksten, bliver underlagt en statslig styring.

Feriehusudlejernes Brancheforening bemærker, at det er positivt at styrke koordineringen i den danske turismeindsats, men de frygter, at forslaget mindsker det lokale initiativ.

Foreningen af Danske Turistchefer mener, at det er et usundt princip at sikre koordinering ved, at man ved lov monopoliserer og centraliserer den samlede internationale markedsføring. Foreningen af Danske Turistchefer mener, at bestemmelserne om grænsekommunerne betyder, at kommunerne stilles meget ulige. Endvidere indgås der aktuelt samarbejde på tværs af kommuner og destinationer i bearbejdningen af nærmarkederne. Dette bør ifølge Foreningen af Danske Turistchefer kunne fastholdes.

Dansk Erhverv støtter VisitDenmarks koordineringsfunktion i forhold til offentlig turismefremme.

DI er enig i, at en centralisering og fokusering af den samlede markedsføring af Danmark er nødvendig for at opnå en væsentlig større effekt.

Wonderful Copenhagen støtter forslaget om at fremme koordinationen mellem turismens aktører. Wonderful Copenhagen mener, at det bør stå i lovens bemærkninger, at international markedsføring kun kan gennemføres med aktiviteter fra både Wonderful Copenhagen og VisitDenmark. Wonderful Copenhagen bemærker desuden, at det i lovforslagets generelle bemærkninger anføres, at såvel VisitDenmark som de regionale selskaber får en gensidig oplysningsforpligtigelse.

Wonderful Copenhagen bemærker endvidere, at det bør fremgå af lovforslaget, at markedsføringsaktiviteter, som varetages af kommuner i grænseområder, også kan gennemføres med regionale midler.

Indenrigs- og Socialministeriet: Indenrigs- og Socialministeriet bemærker, at der i pkt. 3.3. i de almindelige bemærkninger fremgår følgende: ”Tilsvarende kan VisitDenmark tage kontakt til Økonomi- og Erhvervsministeriet, såfremt regionale eller kommunale turismeaktører ikke bidrager til koordinationen.” Indenrigs- og Socialministeriet bemærker, at det af teksten ikke fremgår, hvad ministeriet videre skal foretage sig i anledning af en sådan kontakt om manglende kommunalt/regionalt bidrag til koordinationen. Såfremt det er tanken, at ministeriet skal føre et tilsyn med, hvorvidt kommunerne/regionerne har opfyldt deres forpligtelse efter

loven til at bidrage til koordinationen, indebærer det, at det kommunale tilsyn herefter vil være afskåret fra at tage stilling hertil.

Kommentar

Indledningsvist skal det bemærkes, at en stor del af de internationale markedsføringsaktiviteter allerede i dag koordineres via de samarbejdsaftaler, der hvert år indgås mellem VisitDenmark og de regionale turismeudviklingselskaber og centrale kommunale aktører. Denne koordinations- og samarbejdsmodel fungerer i dag uden, at det medfører et voldsomt bureaukrati og tab af lokalt engagement. Hensigten med forslaget er, at denne koordinations- og samarbejdsmodel skal gøres mere velfungerende og udvides til at omfatte alle væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter.

Behovet for en styrket koordination af den offentlige turismefremmeindsats underbygges ligeledes af den rapport om turismens organisering, som blev udarbejdet som opfølgning på Folketingets vedtagelse af F21 fra februar 2009.

VisitDenmark vil fremover blive den centrale, koordinerende aktør, men hensigten er ikke at etablere et statsligt monopol. Udgangspunktet for VisitDenmarks koordination vil være at sikre, at indsatserne foregår i overensstemmelse med den gældende turismepolitiske ramme, samt at der ikke er overlappende projekter. Det skal i den sammenhæng understreges, at VisitDenmark ikke skal træffe beslutning om brug af regionale eller kommunale midler. Kompetencen til at priorere de kommunale og regionale midler ligger fortsat på regionalt og kommunalt niveau.

Samtidig skal VisitDenmark ikke nødvendigvis være operatør på de internationale markedsføringsindsatser. Andre offentlige turismefremmeaktører end VisitDenmark vil, når det forudgående er koordineret med VisitDenmark, som hidtil kunne stå for international markedsføring og branding af dansk turisme. Igangværende aktiviteter rettet mod fx internationale krydstogtgæster og konferencearrangører vil således fortsat kunne udføres af regionale og kommunale aktører.

I forhold til kommentarerne vedr. bagatelgrænsen på 100.000 kr. skal det bemærkes, at baggrunden for at indføre en bagatelgrænse er at sikre, at alle større internationale satsninger er koordineret med henblik på at øge gennemslagskraften af den samlede internationale markedsføringsindsats. For at sikre, at kravet om koordination kun omfatter de væsentligste internationale markedsføringsinitiativer og begrænse administrationen, foreslås det - i vist omfang - at imødekomme kritikken særligt fra de regionale og kommunale aktører og hæve bagatelgrænsen for, hvornår kommunerne og regionerne skal koordinere med VisitDenmark, fra 100.000 kr. til 250.000 kr. Annoncering i begrænset omfang, for eksempel i forbindelse med enkeltstående begivenheder, kan således gennemføres uden

*koordination, og uden at den overordnede hensigt om at sikre koordinati-
on af alle væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter så som
større kampagner mv. påvirkes.*

*Vedr. KL's bemærkning om, at lovforslaget ikke tilstrækkeligt præciserer,
hvad og hvilke aktiviteter koordinationen reelt vil indebære henvises til,
at økonomi- og erhvervsministeren senere udsteder en bekendtgørelse
herom. Bekendtgørelsen sendes ligeledes i høring.*

*Wonderful Copenhagen bemærker, at det i lovforslagets generelle be-
mærkninger anføres, at såvel VisitDenmark som de regionale selskaber
får en gensidig oplysningsforpligtigelse med henblik på at fremme koor-
dinationen. Denne anbefaling foreslås fulgt ved, at der foretages en præ-
cisering i lovens bemærkninger.*

*Wonderful Copenhagen mener endvidere, at det bør stå i lovens bemærk-
ninger, at international markedsføring kun kan gennemføres med aktivite-
ter fra både Wonderful Copenhagen og VisitDenmark. Dette forslag fore-
slås ikke fulgt, da det langt fra vil være alle internationale markedsfø-
ringsaktiviteter, der er tilknyttet København eller har deltagelse af Won-
derful Copenhagen. VisitDenmark vil således også skulle kunne løse op-
gaver helt på egen hånd eller i samarbejde med fx et eller flere af de jy-
ske turismeudviklingselskaber uden deltagelse af Wonderful Copenha-
gen.*

*Danske Regioners henvisning til, at det i bemærkningerne til lovforsla-
gets § 14 præciseres, at grænseregionerne får undtagelse fra koordinati-
onsbestemmelsen, vurderes ikke at være i tråd med hensigten i forslaget,
som er at sikre koordination af alle væsentlige internationale markedsfø-
ringsaktiviteter. Dette ville i praksis betyde, at de regionale aktører i vid
udstrækning ville kunne gennemføre aktiviteter i Danmarks nabolande
uden forudgående koordination. Hermed er der risiko for fortsat overlap
i internationale aktiviteter, hvilket det er intentionen at undgå med den
foreslåede bestemmelse.*

*KL's anbefaling om at bløde definitionen på grænsekommuner op fore-
slås ikke fulgt under henvisning til, at koordinationen i udgangspunktet
skal sikres bedst muligt. Hertil kommer, at de projekter, som KL nævner,
hverken bremses eller forhindres, men at de blot fremover skal koordine-
res med lignende aktiviteter, hvis sådanne eksisterer.*

*Danske Regioners, KL's og Wonderful Copenhagens anbefaling om, at
det i bemærkningerne til § 14 om markedsføringssamarbejde "i" nabo-
landet, bør ændres til "i og med" nabolandet, foreslås fulgt således, at
aktiviteterne kan foretages både i og med det pågældende naboland.*

*Vedr. WOCOs bemærkning om, at markedsføringsaktiviteter, som vare-
tages af kommuner i grænseområder, også kan gennemføres med regio-
nale midler, vurderes dette ikke at være i tråd med hensigten bag forsla-*

get. Hensigten er at sikre koordination af alle væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter. I praksis vil det fx betyde, at de regionale aktører i vid udstrækning vil kunne gennemføre aktiviteter i Danmarks nabolande uden forudgående koordination med VisitDenmark, som det netop er intentionen at sikre med den foreslåede bestemmelse.

Vedr. bemærkningen fra Danske Turistchefer vurderes det ikke, at kommunerne med forslaget stilles ulige sammenlignet med i dag. Grænskommunerne har i dag et tæt handelsmæssigt og kulturelt samarbejde med - og relationer til - de lande, de grænser op til. Lovforslaget åbner op for, at grænskommunerne kan fortsætte hermed. For så vidt angår samarbejdet på tværs af kommuner og regioner, så vil dette uden problemer kunne fastholdes med lovforslaget, når blot det er koordineret.

Vedr. Indenrigs- og socialministeriets bemærkning om Økonomi- og Erhvervsministeriets rolle i forbindelse med henvendelser om mangelfuld koordination. Det skal understreges, at det ikke er hensigten, at Økonomi- og Erhvervsministeriet skal fungere som tilsyns- og/eller klageinstans i tilfælde af utilfredsstillende varetagelse af koordinationsopgaven. Hvis VisitDenmark, kommunerne eller regionerne ikke er tilfredse med koordineringen af de internationale markedsførings- og brandingaktiviteter, vil de kunne rette henvendelse til Økonomi- og Erhvervsministeriet. Økonomi- og Erhvervsministeriet vil så forsøge at løse problemet gennem dialog. De almindelige tilsyns- og eller klageinstanser vil således fortsat være gældende. Derfor fastholdes formuleringen.

4.4 Klar arbejdsdeling i turismen og den tværgående koordinationsgruppe vedr. den samlede offentlige turismefremmeindsats

Danske Destinationer finder det positivt, at der oprettes en tværgående koordinationsgruppe til at understøtte sammenhængskraften i turismefremmeindsatsen. De ønsker selv at indgå i denne.

Indenrigs- og Socialministeriet bemærker, at økonomi- og erhvervsministeren kan fastsætte regler bl.a. om oplysninger fra kommuner og regioner m.v. til VisitDenmark. Såfremt det er hensigten, at kommunalbestyrelsen/regionsrådet, skal have en pligt til at afgive oplysninger til VisitDenmark til brug for dennes koordineringsopgave, skal denne forpligtelse fremgå tydeligt af loven, hvis forpligtelsen skal kunne håndhæves.

Danske Regioner og Kommunernes Landsforening finder det positivt, at der med lovforslaget lægges op til etableringen af en tværgående koordinationsgruppe. Danske Regioner ser dog et behov for at skærpe den tværgående koordinationsgruppes placering i lovforslaget.

Wonderful Copenhagen bemærker, at lovforslaget giver økonomi- og erhvervsministeren bemyndigelse til at definere indholdet af VisitDenmarks koordinationsbeføjelser og mener, at disse beføjelser kan rumme

mulighed for indskrænkninger i både private virksomheders samarbejde med Wonderful Copenhagen og i hovedstadskommunernes og Region Hovedstadens selvstyre. Derfor mener Wonderful Copenhagen, at det bør fremgå af lovteksten, at lovens bemyndigelser kun kan sættes i værk efter aftale med den i lovforslaget nævnte tværgående koordinationsgruppe.

LO finder det stærkt beklageligt, at der i den tværgående koordinationsgruppe ikke er fundet plads til inddragelse af faglige repræsentanter.

Friluftsrådet bemærker, at der i omtalen af den uklare rollefordeling i den offentlige turismefremmeindsats i lovens bemærkninger afsnit 2.2 kun omtales stat, kommuner og regioner. Her mener Friluftsrådet, at organisationer af deres type bør indgå som en fjerde aktør, da de også er produktudviklende. Friluftsrådet bemærker endvidere, jf. lovens bemærkninger i afsnit 3.2, at de er uforstående overfor, at andre relevante organisationer ikke skal inddrages i den tværgående koordinationsgruppes arbejde.

Turisterhvervets Samarbejdsforum bifalder nedsættelsen af den tværgående koordinationsgruppe, og medlemmerne af Turisterhvervets Samarbejdsforum ser frem til at indgå i gruppen.

Kommentarer

Indledningsvist bemærkes, at hensigten med den tværgående koordinationsgruppe er, at den skal komme med forslag til, hvordan koordinationen af den offentlige turismefremmeindsats på nationalt, regionalt og kommunalt niveau kan styrkes. Herunder hvorledes sammenhængen i hele værdikæden mellem turismeprodukt- og oplevelsesudviklingsaktiviteterne og markedsføringsaktiviteterne kan styrkes, samt hvorledes der kan sikres fortsat gode rammevilkår for turismeerhvervet. Koordinationsgruppen kan ligeledes komme med input til partnerskabsaftalerne mellem regeringen og de regionale vækstfora.

I forlængelse heraf lægges op til, at koordinationsgruppen skal bestå af de aktører, der har det overordnede ansvar for turismepolitikken på statsligt, regionalt og kommunalt niveau samt turismeerhvervet. Sammensætningen af den tværgående koordinationsgruppe bibeholdes derfor som foreslået med repræsentanter fra erhvervet, regionerne, Danske Regioner, Kommunernes Landsforening, VisitDenmark og Økonomi- og Erhvervsministeriet. Øvrige relevante ministerier og organisationer som fx LO og Friluftsrådet vil efter behov blive inddraget i koordinationsgruppen.

Danske Regionernes anbefaling om, at deltagerne i den tværgående koordinationsgruppe involveres i udformningen af de overordnede rammer for samarbejdsaftaler og partnerskabsaftaler, bakkes fuldt op. Dette er allerede tænkt som et af koordinationsgruppens arbejdsområder, og det vurderes derfor ikke nødvendigt at præcisere dette yderligere.

Danske Regioners anbefaling om, at den tværgående koordinationsgruppe skrives ind i selve lovteksten, som det er tilfældet med § 8 om den rådgivende nomineringskomité, vurderes ikke at være hensigtsmæssig, da det – efter drøftelse i koordinationsgruppen – med tiden kan vise sig ønskeligt at foretage justeringer i gruppens sammensætning og opgaveportefølje uden at skulle gennemføre ny lovgivning.

Til Danske Regioner, Kommunernes Landsforening, Wonderful Copenhagen og Dansk Erhvervs kommentarer vedr. ministerens bemyndigelse til at fastsætte regler om oplysninger fra regioner og kommuner, skal det bemærkes, at det er hensigten at de regler, som ministeren fastsætter, samt administrationen af disse, vil kunne drøftes i koordinationsgruppen. De bekendtgørelser, der udstedes, vil desuden blive sendt i høring blandt de relevante parter.

Jf. Indenrigs- og Socialministeriets kommentarer til § 2, stk. 7 om bemyndigelse til, at økonomi- og erhvervsministeren kan fastsætte regler bl.a. om oplysninger fra kommuner og regioner til VisitDenmark, bemærkes det, at det er hensigten, at oplysningspligten skal kunne håndhæves. Hensigten er at tilstræbe størst mulig åbenhed gennem et informations-samarbejde, der skal være gensidigt og til brug for koordinationsarbejdet på tværs. På denne baggrund foreslås det, at § 2, stk. 7 samt bemærkninger hertil bibeholdes uændrede med henvisning til, at der i lovforslaget allerede er anvendt den formulering, som Indenrigs- og Socialministeriet anbefaler. Af § 2, stk. 7 fremgår således, at der er tale om oplysninger, som VisitDenmark kan "kræve". Ligeledes fremgår det af lovforslagets generelle bemærkninger afsnit 3.3, at økonomi- og erhvervsministeren kan fastsætte nærmere regler for oplysningspligten ved en bekendtgørelse. Før udstedelsen af en bekendtgørelse vil der blive foretaget en høring, som Turisterhvervets Samarbejdsforum også opfordrer til.

4.5 Øget inddragelse af turismeerhvervet og samarbejde i erhvervs-partnerskaber

Danske Regioner opfordrer til, at det under § 2 stk. 3 vedr. VisitDenmarks deltagelse i partnerskaber, præciseres, at VisitDenmark endvidere kan investere/placere midler eksternt i partnerskaber, der ikke helt eller delvist er ejet af VisitDenmark.

Samvirkende Danske Turistforeninger ser positivt på en øget inddragelse og et styrket samarbejde med turismeerhvervet og mener, at det er vigtigt hele tiden at fokusere på de private investeringer.

Kommentarer

Det bemærkes, at VisitDenmark allerede i medfør af §§ 2 og 9 har bemyndigelse til at afholde udgifter i forbindelse med deltagelse i partnerskaber mv., der ikke helt eller delvist er ejet af VisitDenmark. Hensigten

er, at VisitDenmark skal kunne bidrage til internationale markedsførings- og brandingaktiviteter, der falder inden for VisitDenmarks formål - også selvom implementeringen foregår uden for VisitDenmarks regi. Beslutninger om deltagelse i sådanne partnerskaber mv. og de økonomiske følger heraf vil skulle træffes af VisitDenmarks ledelse.

4.6 Sikring af produkt- og oplevelsesudvikling i turismen

Danmarks Restauranter og Caf er er bekymrede over, at man fjerner VisitDenmarks opgaver med at udvikle turist- og oplevelsesprodukter. Sådan en udvikling kan tilsyneladende heller ikke foregå indenfor rammerne af de nævnte erhvervspartnerkaber, der ifølge forslaget § 2 stk. 3 er begrænset til forhold, der bidrager til VisitDenmarks formål.

Danske Destinationer finder ikke, at lovforslaget og bemærkningerne hertil tager stilling til, at finansiering af destinationsudvikling og den internationale synliggørelse af Danmarks stærke destinationer sker i tværsektorielle samarbejder, hvor turismeerhvervets investeringer kun udgør en andel. Danske Destinationer vil derfor anbefale, at der i bemærkningerne til loven redegøres for konsekvenserne for destinationsudviklingen.

Dansk Erhverv og Turisterhvervets Samarbejdsforum støtter, at VisitDenmark ikke længere skal varetage opgaver vedr. turismeprodukt- og oplevelsesudvikling.

Feriehusudlejernes Brancheforening finder adskillelsen af turismeudvikling fra VisitDenmark fordelagtig, hvis det kan sikres, at der fortsat sker koordination og udvikling.

Kommunernes Landsforening bemærker, at udviklingsopgaven på turismeområdet fremover skal løftes lokalt og regionalt i samarbejde med turismeerhvervet. Som konsekvens af denne opgaveglidning finder KL det hensigtsmæssigt, at de midler, som VisitDenmark i dag anvender til produkt- og oplevelsesudvikling, overføres til regionale og kommunale turismeaktører.

LO er betænkelig ved, at det nye VisitDenmark ikke længere skal kunne påtage sig opgaver vedrørende turismeprodukt- og oplevelsesudvikling, da disse opgaver i offentlig regi henvises til varetagelse på regionalt og kommunalt niveau. Det kan meget vel svække den nødvendige udvikling i innovationsaktiviteterne, med mindre deltagelse i nye partnerskaber eller den rådgivende nomineringskomité anvendes til at sikre dette.

Kommentarer

Det bemærkes, at Danmarks Restauranter og Caf ers kommentar om, at erhvervspartnerkaberne ikke kan beskæftige sig med udvikling, beror på en misforståelse. § 2 Stk. 3 henviser blot til, at VisitDenmark ikke kan indgå i (og fx medfinansiere) partnerskaber, der ikke fremmer organisa-

tionens formål. Det betyder ikke, at de etablerede partnerskaber ikke også kan beskæftige sig med udvikling. Tværtimod er det forventningen, at erhvervspartnerne også vil have aktiviteter på dette område, blot finansieret af erhvervet og/eller regioner og kommuner.

Jf. Danske Destinationers anbefaling om, at der i bemærkningerne til loven redegøres for de operationelle, administrative og økonomiske konsekvenser for destinationsudviklingen i Danmark af lovforslaget, bemærkes, at det fremgår af lovforslaget, at VisitDenmark fremover ikke skal varetage udviklingsopgaver, og at markedsføring og udvikling fremover skal koordineres i den nye tværgående koordinationsgruppe.

Den primære indsats på udviklingsområdet skal fortsat varetages af turismeerhvervet i samarbejde med regioner og kommuner, og varetagelsen af denne opgave lokalt og regionalt har umiddelbart ikke nogen forbindelse til forslaget til Lov om VisitDenmark.

KL's anbefaling om, at de midler, som VisitDenmark i dag anvender til produkt- og oplevelsesudvikling, overføres til regionale og kommunale turismeaktører, foreslås ikke fulgt. Der lægges med forslaget ikke op til overførsel af midler – hverken til markedsføring eller udvikling – mellem statsligt og lokalt/regionalt niveau.

4.7 Finansiering af markedsførings- og brandingaktiviteter

3F foreslår, at der fra regeringens side tages initiativ til at udvikle en række erhvervspakker der kan fremme innovation i turismevirksomhederne. Ud over dette mener 3F, at der bør ses på det potentiale, som en markedsføring af Norden som en samlet turistdestination kan give.

Danmarks Rejsebureau Forening ser gerne, at det blev muligt for VisitDenmark at allokere flere offentlige midler til en kraftigere eksponering af Danmark i markeder, der ligger fjernere fra os.

Danske Regioner ser en reel risiko for, at den samlede finansiering af internationale markedsføringsaktiviteter i alle dele af Danmark fremover vil falde markant, hvis størstedelen af offentligt medfinansierede aktiviteter forinden skal godkendes centralt af VisitDenmark. Danske Regioner mener desuden, at lovforslaget medfører økonomiske og administrative konsekvenser for stat, kommuner og regioner. Det er vurderingen, at lovforslaget pålægger kommunale og regionale parter administrative omkostninger. Ligeledes bemærkes det, at det fremgår af bemærkningerne til § 2, at VisitDenmark kan fastsætte gebyrer for bl.a. samarbejdet med kommuner og regioner.

Feriehusudlejernes Brancheforening mener, at den foreslåede ændring af VisitDenmark ikke kan øge antallet af udenlandske turister, hvis ikke der afsættes flere midler til markedsføring af Danmark som turistmål.

Kommunernes Landsforening: KL vurderer, at en centralisering af turismemarkedsføringen kan blokere for øget samspil med og tiltrækning af private investorer til området. KL mener, at lovforslaget i sin nuværende form kan svække erhvervets incitament til at medfinansiere en fælles offentlig-privat turismefremmeindsats.

Turisterhvervets Samarbejdsforum bemærker, at bestyrelsen udpeges til at lede Visit Denmark for tre år ad gangen. Derimod fastsættes den statslige resultatkontrakt med Visit Denmark kun for ét år ad gangen. Turisterhvervets samarbejdsforum finder, at der bør være overensstemmelse mellem den periode, som bestyrelsen er udpeget for og den resultatkontrakt, som danner grundlaget for Visit Denmarks – og dermed bestyrelsens – arbejde. Turisterhvervets samarbejdsforum opfordrer derfor til, at resultatkontrakten for Visit Denmark lægges fast for tre år ad gangen.

Kommentarer

Danske Regioners og Kommunernes Landsforenings bekymring for, at den samlede finansiering af internationale markedsføringsaktiviteter i alle dele af Danmark fremover vil falde markant, hvis størstedelen af offentligt medfinansierede aktiviteter forinden skal koordineres centralt af VisitDenmark, deles ikke af turismeerhvervet. Netop dette element i den nye struktur bakkes op af turismeerhvervets organisationer. Turismeerhvervets tilkendegivelser tyder således ikke på, at de foreslåede ændringer vil forringe erhvervets vilje til at medfinansiere konkrete aktiviteter.

Danske Regioners vurdering af, at lovforslaget pålægger kommunale og regionale parter administrative omkostninger, som vil fragå de direkte turismeaktiviteter, skal endvidere ses i lyset af, at der allerede i dag indgås omfattende samarbejdsaftaler mellem aktørerne. Der foreligger således ikke dokumentation eller begrundelse for, at den nye struktur skulle være væsentlig mere omkostningstung at administrere end tilfældet er i dag.

Danske Regioners bekymring for, at VisitDenmarks mulighed for at fastsætte gebyrer for bl.a. samarbejdet med kommuner og regioner (jf. lovforslagets § 2) vil have økonomiske konsekvenser for regioner og kommuner, vurderes ikke at være begrundet. Gebyrerne er alene knyttet til den (med)finansiering, som VisitDenmark modtager for de aktiviteter, som de varetager - eksempelvis i forhold til internationale markedsføringsaktiviteter, analyseaktiviteter eller sekretariatsbetjening af et erhvervspartnerkab eller lignende foreninger. Betegnelsen "gebyr" er med andre ord blot den juridiske term for de midler, som VisitDenmark kan modtage for at varetage sådanne aktiviteter. Der pålægges ikke gebyrer i forbindelse med det generelle koordinationsarbejde.

Jf. Foreningen af Danske Turistchefer og Turisterhvervets Samarbejdsforums bemærkninger vedr. resultatkontrakten, skal det bemærkes, at

resultatkontrakten fastsættes årligt under hensyn til, at VisitDenmark finansieres af midler afsat på Finansloven, som forhandles på ny hvert år. Alle aktiviteter, som støttes gennem VisitDenmarks årlige bevilling, bør af samme årsag beskrives i resultatkontrakten.

Det fremgår af lovforslagets § 9 stk. 2, at VisitDenmarks formue holdes adskilt fra statens øvrige formue. Denne bestemmelse var indsat med henblik på, at VisitDenmark skulle kunne modtage eksterne indskud, dvs. ikke bare medfinansiering af markedsføringsprojekter, men generelle tilskud, som dermed juridisk set skulle indgå i VisitDenmarks formue. Dette er ikke længere hensigten. Det foreslås derfor, at § 9 stk. 2 slettes.

4. 8 Diverse bemærkninger

Friluftsrådet anbefaler, at det skal fremgå af lovens bemærkninger afsnit 3.2, at VisitDenmark med henblik på viden og dataindsamling får en relation til FN i form af medlemskab af UNWTO.

Kommentarer

Friluftsrådets forslag om, at det skal fremgå af lovforslagets bemærkninger afsnit 3.2, at VisitDenmark med henblik på viden og dataindsamling får en relation til FN i form af medlemskab af UNWTO, foreslås ikke fulgt. Beslutninger vedr. Danmarks engagement i denne sammenhæng vil blive truffet løbende ud fra en vurdering af udbyttet af et evt. medlemskab og bør derfor ikke fremgå af lovforslaget.