



Redegørelse afgivet af ministeren for byer og landdistrikter (Morten Dahlin) den 26. november 2024

## Redegørelse

om

### Turismepolitisk redegørelse

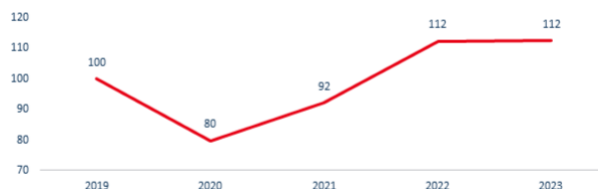
(Skriftlig redegørelse)

#### 1. Sammenfatning

Turismen er en dansk styrkeposition, som bidrager til vækst, skaber arbejdspladser, styrker bosætningen i hele landet, og giver både udenlandske og danske rejsende unikke oplevelser af vores land. Turisterne i Danmark omsætter for omtrent 163 mia. kr. og effekten fra turisternes omsætning medfører beskæftigelse til mere end 145.000 fuldtidspersoner. Mange steder i landet er turismen afgørende for beskæftigelsen, og i 20 kommuner bidrager turismen med 10 pct. eller mere af den samlede beskæftigelse. Det gør sig især gældende for de store feriehukommuner i Vestjylland, Nordjylland, Djursland, Nordsjælland og Lolland samt ø-kommunerne. Turismen har stor betydning på tværs af hele landet og er mange steder en vigtig del af grundlaget for de lokale detailbutikker, restauranter, kulturtilbud samt naturoplevelser til gavn for både borgere og turister. Turisme og lokaludvikling går hånd i hånd, og der er en tæt sammenhæng mellem et stærkt turismeprodukt og udviklingen af et attraktivt lokalmiljø.

COVID-19-pandemien ramte turismeerhvervet hårdt, og i Danmark blev der i et tæt offentligt og privat samarbejde fra både national og lokal side iværksat en lang række initiativer med det formål at få turismen bedst muligt gennem krisen. Turismen er nu tilbage på vækstsporet, og i både 2022 og 2023 slog dansk turisme nye rekorder for antal overnatninger. Danmark var det land i EU, som hurtigst kom tilbage efter COVID-19, når man ser på antal overnatninger relativt til 2019, og det vidner om, at vi i Danmark har et stærk turismeerhverv, som i høj grad evner at omstille sig i både medgang og modgang.

**Figur 1: Overnatninger i alt siden 2019, indeks 2019 = 100**



Kilde: Danmarks Statistik (TURIST) og VisitDenmark

Nu er spørgsmålet, om dansk turisme kan fastholde det positive momentum, og få endnu flere til at besøge og begejstres over vores land, samtidig med at turismen udvikles, så den kommer de danske byer og lokalsamfund mest muligt til gavn med respekt for natur og miljø. Opgaven er at skabe en økonomisk, miljømæssig og social bæredygtig vækst i dansk turisme. Den positive udvikling i dansk turisme er et godt udgangspunkt, men en fortsat positiv udvikling er ikke givet. Den internationale konkurrence om at tiltrække turister er massiv, og hvis Danmark skal stå stærkt i konkurrencen om de internationale turister frem mod 2030, kræver det, at de udfordringer, som dansk turisme står over for, adresseres.

Den turismepolitiske redegørelse giver en status på dansk turisme med udgangspunkt i relevant data for området. Redegørelsen gennemgår derefter seks udvalgte temaer, som indkapsler en række centrale udfordringer og muligheder, som dansk turisme står overfor, og som regeringen i samarbejde med Det Nationale Turismeforum adresserer i den nye turismestrategi *Veje til bæredygtig turismevækst*, som blev præsenteret i oktober 2024.

- *En fælles dansk fortælling*
- *Investeringer i hele landet*
- *En bred vifte af turismetilbud*
- *Mod en grønnere rejse*
- *Et fundament af viden og data*
- *Mennesker i midten*

For at adressere de udfordringer og muligheder, som turismen står over for og udnytte det momentum, som dansk turisme oplever, har regeringen afsat i alt 100 mio. kr. i perioden 2024-2027 til en styrket turismeindsats. Derudover har regeringen med forslaget til Finansloven for 2025 foreslået at afsætte yderligere i alt 200 mio. kr. til bl.a. turisme i perioden 2025-2028.

## 2. Status på dansk turisme

I regeringens turismestrategi indgår en række pejlemærker og konkrete indikatorer for udviklingen af dansk turisme frem mod 2030. I dette afsnit beskrives først turismens økonomiske betydning for Danmark, og der gøres derefter kort status på dansk turisme i forhold til pejlemærkerne og indikatorerne relateret til henholdsvis økonomisk, miljømæssig og social bæredygtig turisme.

### 2.1 Turismens økonomiske betydning for hele Danmark

Dansk turisme har stor økonomisk betydning for Danmark på både nationalt og lokalt plan. Foruden et væsentligt bi-

drag til dansk eksport svarede de direkte og afledte effekter af turismens samlede værditilvækst til 3,1 pct. af den totale værditilvækst i Danmark i 2022, og udgjorde 78,5 mia. kroner.

Turismens samlede beskæftigelseseffekt på 145.990 fuldtidspersoner svarede i 2022 til 4,6 pct. af den totale beskæftigelse i Danmark. Den gennemsnitlige beskæftigelseseffekt pr. kommune var 1.490.

For mange kommuner er turismen afgørende for beskæftigelsen. I 20 kommuner udgør den direkte og afledte effekt fra turismen således mere end 10 pct. af den samlede beskæftigelse i kommunen, jf. tabel 1. Det er især i de store feriekommuner i Vestjylland, Nordjylland, Djursland, Nordsjælland og Lolland samt ø-kommunerne, hvor turismen har en stor effekt på den samlede beskæftigelse, jf. figur 2.

**Tabel 1: Turismeskabt beskæftigelse som andel af den samlede beskæftigelse i kommunen i 2022, pct.**

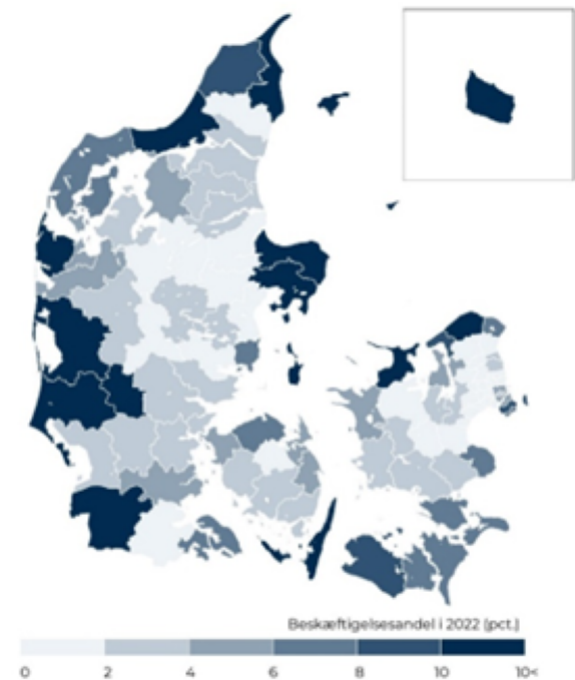
Kommune	Turismeskabt beskæftigelse
Fanø	75%
Læsø	70%
Varde	22%
Bornholm	21%
Samsø	21%
Jammerbugt	19%
Ærø	17%
Odsherred	17%
Ringkøbing-Skjern	16%
Gribskov	16%
Langeland	15%
Syddjurs	14%
Tønder	14%
Frederikshavn	12%
Billund	12%
Lemvig	11%
Norrdjurs	11%
Lolland	10%
Halsnæs	10%
Hjørring	10%

Anm. : De turismeafledte beskæftigelseseffekter inkluderer både direkte, indirekte og inducerede effekter.

Kilde: Center for Regional- og Turismeforskning og VisitDenmark

Turismen har samtidig en væsentlig betydning for økonomien på tværs af hele landet. I 2022 udgjorde turismeomsæt-

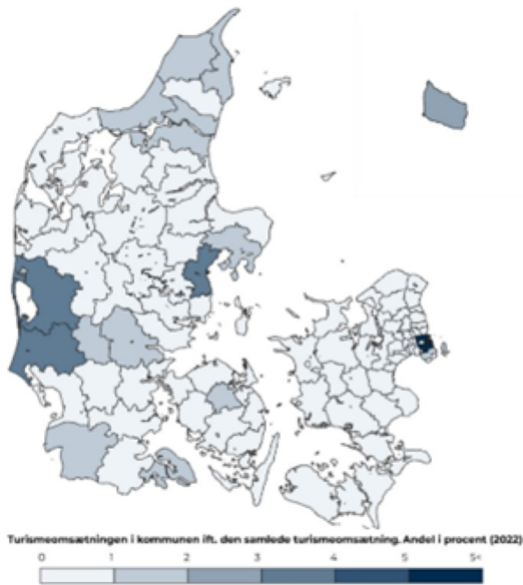
**Figur 2: Turismeskabt beskæftigelse som andel af den samlede beskæftigelse i kommunen i 2022 fordelt på alle kommuner, pct.**



ningen 5 pct. eller mere af det samlede udbud af varer og tjenester i hele 14 kommuner, og i flere kommuner var andelen endnu større. Det gjorde sig f.eks. gældende i Varde og på Bornholm, hvor turismens andel af det samlede udbud udgjorde henholdsvis 11 og 12 pct.

Ses der på den totale nationale turismeomsætning, finder en stor del af omsætningen sted i hovedstaden, på den jyske vestkyst og omkring Aarhus, jf. Figur 3.

**Figur 3: Turismeøkonomisk omsætning i kommunerne som andel af den totale nationale turismeomsætning i 2022, pct.**



Kilde: Center for Regional og Turismedforskning og VisitDenmark

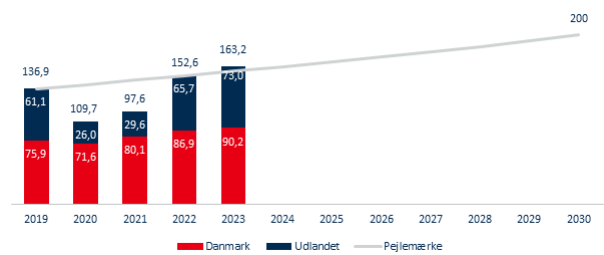
## 2.2 Økonomisk bæredygtig turisme

Dansk turisme er et betydeligt eksporterhverv, og udenlandske turisters forbrug i Danmark bidrager til vækst, velstand og beskæftigelse i hele Danmark. Der skal derfor fortsat tiltrækkes flere udenlandske såvel som danske turister, så det danske turismeerhverv fortsat kan være en motor for vækst og udvikling i hele landet.

Det første pejlemærke for økonomisk bæredygtighed er, at turismeomsætningen i 2030 skal nå 200 mia. kr. Det betyder, at turismeomsætningen i gennemsnit skal vokse med 3,5 pct. om året i perioden 2019 til 2030. Årene fra 2020 til 2022 var påvirket af COVID-19-pandemien, og turismeomsætningen

faldt med 25 pct. fra 2019 til 2020. Dansk turisme kom dog stærkt tilbage efter COVID-19, og turismeomsætningen er på rette kurs igen. Et foreløbigt estimat for turismeomsætningen i 2023 lyder på 163,2 mia. kr., svarende til en gennemsnitlig stigning på 4,5 pct. siden 2019. Figur 4 viser udviklingen i turismeomsætningen over de seneste år. Af figuren fremgår det, at turismeomsætningen i 2023 er estimeret til at ligge 6,1 mia. kr. over pejlemærket på 154,2 mia. kr. for 2023. Denne udvikling i omsætning skal dog også ses i lyset de seneste års høje inflation.

**Figur 4: Faktisk og pejlemærke for turismeomsætning, mia. kr.**

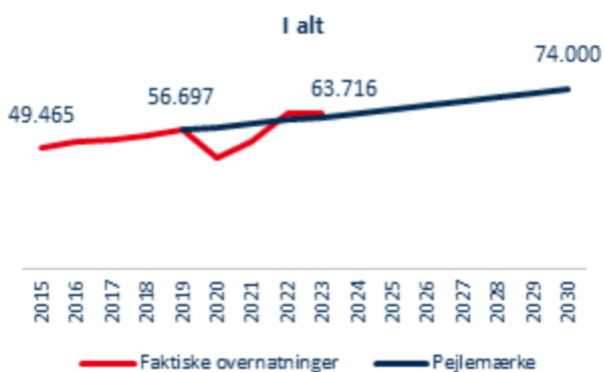


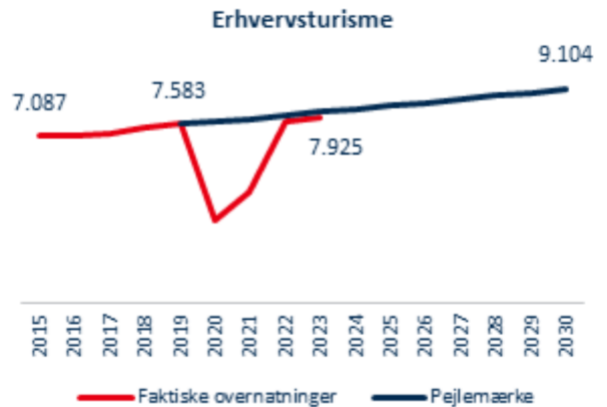
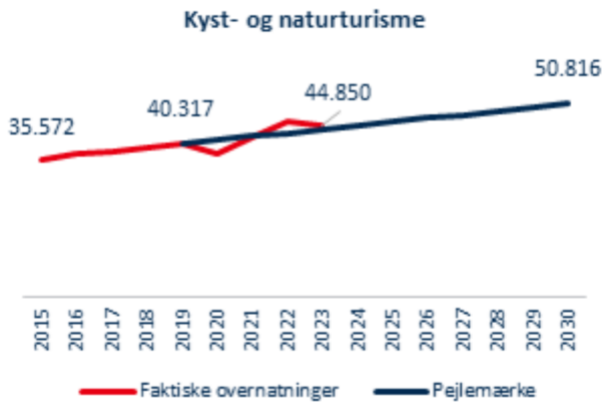
Anm.: Foreløbige tal opgjort i løbende priser.

Kilde: Center for Regional- og Turismedforskning og VisitDenmark

Det andet pejlemærke for økonomisk bæredygtighed er, at dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger i 2030. Det kræver en årlig gennemsnitlig vækst på 2,5 pct. for de samlede overnatninger siden 2019. 2023 blev endnu et rekordår for dansk turisme, som endte med mere end 63,7 mio. overnatninger, hvilket betyder, at vi er over vækstkurven for pejlemærket. Samlet set ligger det totale antal overnatninger 1,3 mio. over den lineære fremskrivning mod pejlemærket. Figur 5 viser udviklingen i antal overnatninger fordelt på de forskellige forretningsområder. Som det fremgår af figuren, er der stor variation, og antallet af overnatninger påvirkes og udvikler sig forskelligt, alt efter hvilket forretningsområde der ses på.

**Figur 5: Udvikling i antal overnatninger fra 2015 til 2022 sammenholdt med indikatorer frem mod 2030, mio. overnatninger, 1.000 overnatninger**





Kilde: VisitDenmark og Danmarks Statistik

Det tredje pejlemærke for økonomisk bæredygtighed er, at antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 70 pct. af overnatningerne i 2030. I 2023 udgjorde antallet af overnatninger uden for højsæsonen 65 pct. af det samlede antal overnatninger, hvilket er en stigning fra 2019, hvor andelen lå på 63 pct. Der er altså sket en stigning på 2 pct.-point, og dansk turisme er dermed på rette kurs mod at nå pejlemærket.

### 2.3 Miljømæssig bæredygtig turisme

Danmark er et grønt foregangsland, og dansk turisme skal på linje med det øvrige erhvervsliv bidrage til det nationale mål om 70 pct. reduktion af drivhusgasudledningerne i 2030.

Det første pejlemærke for miljømæssig bæredygtighed er, at alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificeret inden 2030. Ultimo 2023 var to ud af tre nationale turismeorganisationer og fire ud af 18 destinationsselskaber Green Key-certificerede.

Det andet pejlemærke for miljømæssig bæredygtighed er, at 70 pct. af alle overnatningssteder og forlystelsesparker i Danmark skal være bæredygtighedscertificeret inden 2030. Danmarks Statistik indsamlede til og med 2022 data ind for overnatningssteder med Green Key-certificeringer. Denne statistik er nu lukket, og der blev dermed nedsat en task force i 2023, der skulle komme med anbefalinger til både hvilke overnatningsformer og hvilke certificeringsordninger, der skal være omfattet af indikatoren. Det blev besluttet at inkludere:

- Overnatningsformer: Dem, der er omfattet af Danmarks Statistiks månedlige overnatningstal eksklusive lystbådehavne og feriehuse. Det vil sige overnatningssteder med mere end 40 sengepladser.
- Certificeringer: EU-blomsten, Green Key, Svanemærket og Green Camping

Ses på overnatningssteder i Danmark er 18 pct. pr. 1. oktober 2024 certificeret med et af de nævnte mærker. Feriecentre, vandrerhjem og campingpladser trækker ned i opgørelsen., mens hoteller trækker op. Fokuseres alene på hotellerne er 34 pct. certificerede med de pågældende mærker. Det er især de større hoteller, der er certificerede. Ses i stedet på antallet af certificerede hotelværelser andelen således oppe på 50 pct. certificeringer med ovennævnte ordninger. For forlystelsesparker var der pr. 1. oktober 2024 seks ud af 12 forlystelsesparker – svarende til 50 pct. – der var certificeret med Green Attraction.

Det tredje pejlemærke for miljømæssig bæredygtighed er, at Danmark skal ligge nr. 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af Danmark som et miljøvenligt rejsemål i 2030. I VisitDenmarks Image- og potentialeanalyse fra 2024 lå Danmark samlet set på tredjeplads i vurderingen fra nærmarkederne Nederlandene, Norge, Sverige og Tyskland, hvilket har været status quo siden 2020.

### 2.4 Social bæredygtig turisme

Dansk turisme skal bidrage til stærke lokalsamfund, hvor borgere og turister har glæde af hinanden. Det indebærer, at turismeudviklingen lokalt sker med inddragelse af borgerne og det lokale erhvervsliv, og at fx naturtilbud og kulturtilbud kan benyttes af både borgere og turister. Turisternes efterspørgsel understøtter detailhandel, restauranter, adgang til natur og kultur og skaber arbejdspladser i hele landet og til mange forskellige typer medarbejdere.

Det første pejlemærke for social bæredygtighed er, at Danmark skal ligge i top-3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet. Der er generelt høj tilfredshed blandt udenlandske turister, der besøger Danmark. I VisitDenmarks Turistundersøgelse fra 2022 svarede ni ud af 10 turister således, at de var tilfredse med deres ophold. Sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrencefelt ligger Danmark på en fjerdeplads i den internationale tilfredshedsmåling, Travelsat Competitive Index 2024.

Det andet pejlemærke for social bæredygtighed er, at 80 pct. af danskerne skal opfatte turismens betydning som positiv for det danske samfund. I VisitDenmarks Borgeranalyse fra 2023 fremgår det, at opbakningen til turismen generelt set er høj i Danmark. På tværs af hele Danmark mener de fleste borgere, at turismen har flere positive end negative konsekvenser for hhv. Danmark som helhed og for deres lokalområde. 78 pct. mener, at der er flere positive end negative konsekvenser for hele Danmark, og 71 pct. mener det tilsvarende for deres lokalområde, hvilket er på niveau med den første måling fra 2021.

Det tredje pejlemærke for social bæredygtighed er, at mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed. Andelen af medarbejdere

i turismeerhvervet, der er tilfredse med deres job, har i de senere år været faldende. Hvor 81 pct. af medarbejderne var tilfredse i 2014, er det faldet til 73 pct. i 2023, og tilfredsheden er generelt lavest i branchen for restauranter og barer. Turismeerhvervet står derfor over for en stor opgave med at styrke medarbejdernes tilfredshed, ikke mindst fordi den manglende tilfredshed på længere sigt vil påvirke virksomhedernes evne til at fastholde og rekruttere medarbejdere.

Tabel 2 viser en samlet status på de ni indikatorer under de tre pejlemærker.

**Tabel 2: Samlet status på pejlemærker og indikatorer**

Pejlemærker	Indikator	Opfølgning
Grønne og bæredygtigeløsninger med mindre miljø- og klimaaftryk	Alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificerede	En ud af fire nationale turismeorganisationer og fem af 19 destinationselskaber er pr. oktober 2024 GTO-certificerede.
	70 pct. af alle overnatningssteder og forlystelsesparker i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede	18 pct. af alle overnatningssteder var pr. 01/10/2024 certificeret med Green Key, EU-blomsten, Svane-mærket eller Green Camping.
	Danmark skal ligge nr. 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål	Danmark ligger på en tredjeplads.
Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark	Turismeomsætningen i Danmark skal nå 200 mia. kr.	152,6 mia. kr. i 2022, foreløbigt opgjort til 163,2 mia. kr. i 2023.
	Dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger	63,7 mio. i 2023.
	Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 70 pct. af overnatningerne i 2030	65 pct. af overnatninger var uden for højsæsonen i 2023.
Tilfredse turister, borgere og medarbejdere	Danmark skal ligge i top-3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet	Danmark lå på en fjerdeplads i 2024.
	80 pct. af danskerne skal opfatte turismens betydning som positiv for det danske samfund.	78 pct. af danskerne havde en overordnet positiv opfattelse af turisme i 2023.

Mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeehvervet skal være tilfredse med deres job som helhed

73 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet var tilfredse med deres job som helhed i 2023.

### 3. Tendenser, udfordringer og muligheder

Dansk turisme står et godt sted, og det er der flere årsager til. Først og fremmest har de danske turismevirksomheder dygtigt evnet at omstille sig efter COVID-19, mødt turisternes efterspørgsel og grebet vækstmuligheder. Den positive udvikling i dansk turisme kan desuden ses i lyset af et vedholdende fokus på at styrke det danske turismeprodukt fra både offentlig og privat side samt en fokuseret og sammenhængende international markedsføring.

Den geopolitiske udvikling, den internationale økonomi og den teknologiske udvikling har i dag stor betydning for udviklingen af den globale turisme, og turisternes rejsemønstre står over for store forandringer, også som følge af klimaforandringer og grøn omstilling. Dansk turisme påvirkes således af en lang række internationale, nationale og lokale udfordringer og muligheder, som det er vigtigt at håndtere, hvis dansk turisme skal fortsætte den positive udvikling.

I det følgende gennemgås seks udvalgte temaer, som indkapsler en række centrale udfordringer og muligheder, som dansk turisme står overfor. Hertil fremgår et overblik over regeringens igangsatte initiativer, som skal fremme udviklingen inden for hvert tema.

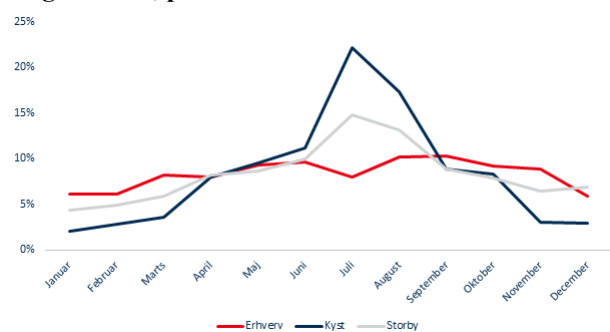
#### 3.1 En fælles dansk fortælling - sammenhængende branding og markedsføring skal bidrage til vækst hele året

Selvom dansk turisme står et godt sted, så kræver det fortsat en målrettet markedsføringsindsats at tiltrække flere turister uden for højsæsonen. Danmarks potentiale som rejsedestination hele året og bredt i hele Danmark skal synliggøres, så turismen i Danmark spredes geografisk og hen over året. Det kan være med til at skabe helårsjob, bedre lokale muligheder for bosætning og økonomisk vækst i hele landet samt understøtte andre erhverv, der leverer til turismeerhvervet.

Kendskabet til Danmark som rejsedestination er relativt udbredt i vores nærmeste nabolande, men kendskabet falder betydeligt i takt med at rejseafstanden til Danmark øges. Kendskabet er generelt størst i Sverige, Norge og Tyskland, hvor hhv. 67, 62 og 39 pct. svarede, at de kendte noget eller meget til Danmark som feriedestination i en undersøgelse foretaget af VisitDenmark i 2024. Der er således fortsat et betydeligt potentiale for at øge kendskabet - også på nærmarkederne. Derfor er det vigtigt, at den internationale markedsføring positionerer Danmark og de danske destinationer gennem den fælles Danmarks-fortælling, der taler til turisternes rejsemotiver og skaber øget kendskab og interesse for Danmark og det danske turismeprodukt.

Danmark har en række styrker, der blandt andet matcher de internationale turisternes rejsemotiver – både når det gælder ferie- og mødeturisme. Gennem en fortsat stærk international markedsføringsindsats med afsæt i de danske styrker er der potentiale for at tiltrække flere turister uden for højsæsonen. Særligt erhvervs- og mødeturisme er værd at bemærke ift. helårsturisme, da dette forretningsområde i mindre grad er sæsonafhængigt, jf. figur 6.

**Figur 6: Fordelingen af overnatninger i 2023 pr. forretningsområde, pct.**



Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmark

Danskerne har naturligt nok et stort kendskab til deres eget land, men skal løbende inspireres, så de har kendskab til de danske feriealternativer til udlandsrejser. Under COVID-19 oplevede mange danskere glæden ved at være turist i eget land, men i 2023 oplevede de fleste danske destinationer et fald i danske overnatninger. Der er potentiale for at bygge videre på danskernes øgede kendskab til dansk turisme, og få flere danskere til at være turist i eget land – hele året.

Inden for møde- og erhvervsturisme opstod der efter COVID-19 helt nye måder at holde møder på. Fokus på den oplevelsesmæssige kvalitet af mødet øges ligesom det fysiske møde i endnu højere grad skal skabe værdi, der modsvarer den økonomiske, tidsmæssige og miljømæssige investering, som et fysisk møde kræver. Behovet for relationer og netværk i det fysiske møde vokser, og modeller hvor møde- og ferie kombineres vinder frem. Den nye efterspørgsel matcher det danske turismeprodukt, og repræsenterer således en ny mulighed for vækst i møde- og erhvervsturismen, som er karakteriseret ved at tiltrække turister uden for højsæsonen.

**For at understøtte en sammenhængende branding og markedsføring, som skal bidrage til vækst hele året, vil regeringen igangsætte følgende initiativer:**

**Styrket international markedsføring med fokus på at tiltrække turister uden for højsæsonen**

Med henblik på at tiltrække flere udenlandske turister uden for højsæsonen afsættes 44 mio. kr. til en ekstraordinær fireårig markedsføringsindsats.

### Styrket markedsføring rettet mod danske turister, i partnerskab med de lokale destinationer

Der afsættes 10 mio. kr. til markedsføring af Danmark som rejsemål over for danskerne. Der stilles krav om, at destinationsselskaberne medfinansierer markedsføringsindsatsen.

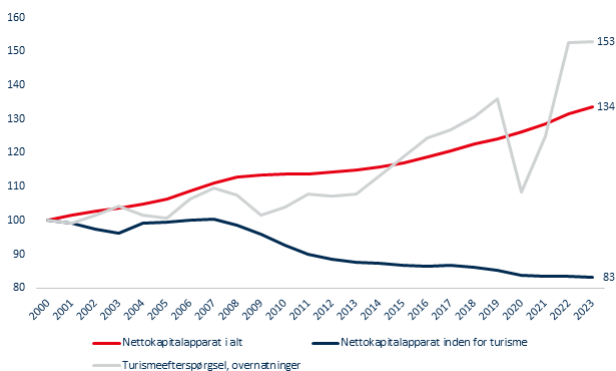
### Tiltrækning af nye strategisk vigtige flyruter

Ruteudviklings-programmet Global Connected videreføres og styrkes med 5,2 mio. kr. i 2025 og herefter 10,7 mio. kr. årligt i perioden 2026-2030, hvilket blev besluttet med den politiske aftale om grøn luftfart.

## 3.2 Investeringer i hele landet - flere private investeringer skal styrke turismeudvikling uden for de store byer

Dansk turisme står på et solidt fundament, og de seneste år har budt på stigende efterspørgsel fra både danske og udenlandske turister. Turismeerhvervet er dog særligt inden for kyst- og naturturismen udfordret af mangel på investeringer, som kan begrænse turismens muligheder for fortsat vækst. Siden årtusindeskiftet har der været et fald i nettokapitalapparatet inden for de turismespecifikke brancher, jf. figur 7. Dette investeringsefterspørgsel risikerer at medføre manglende investering i tidssvarende produkter, gradvis nedslidning af turismeproduktet og kan potentielt føre til, at Danmark taber markedsandele til vores nærmeste konkurrenter. Fx er der i bl.a. Sverige og Nederlandene investeret mere i de turismespecifikke brancher end i Danmark.

**Figur 7: Udviklingen i turismeefterspørgsel (overnatninger) og nettokapitalapparat inden for turisme og i alt, 2010-priser, indeks 2000 = 100**



Anm.: Turisme dækker brancherne, hoteller og restauranter, rejsebureauer, kunst, kultur og spil samt sport, forlystelsesparker og andre fritidsaktiviteter.

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmark

Der arbejdes allerede i dag aktivt i hele landet med at øge antallet af investeringer i turismen – både nationalt og lokalt. Der udarbejdes tværkommunale turismeudviklingsplaner på tværs af landet, der sætter den strategiske retning for turismeudviklingen lokalt og regionalt. Planerne danner grundlag for det overordnede arbejde med at tiltrække investeringer, så kvalitet og kapacitet kan sikres lokalt, og

dansk turisme kan fortsætte med at byde på store oplevelser, arbejdspladser og vækst i hele landet.

**For at understøtte, at flere private investeringer skal styrke turismeudvikling uden for de store byer, vil regeringen igangsætte følgende initiativer:**

### Etablering af projektmodningsfond skal understøtte investeringer i hele landet

Via 25 mio. kr., som tidligere er afsat, etableres en projektmodningsfond, som skal understøtte investeringer i nye overnatnings- og oplevelsestilbud.

### Udviklingsplaner som centralt greb i strategisk og bæredygtig destinationsudvikling

Regeringen har afsat ekstraordinær finansiering på i alt 21 mio. kr. til realiseringen af de langsigtede turismeudviklingsplaner, der er udarbejdet på tværs af landet.

### Nye forsøgstilladelser til kyst- og naturturisme

Forligskredsen bag planloven har indgået aftale om, at der kan gives i alt 16 nye forsøgstilladelser, der lever op til kriterierne i planloven. Forligskredsen er den 13. november 2024 blevet enige om at uddele ni af disse forsøgstilladelser til projekter inden for kyst- og naturturisme på tværs af hele Danmark. Der vil senere blive taget stilling til, hvornår de resterende forsøgstilladelser udbydes i en ny ansøgningsrunde.

### Strukturfondsmidler til udbygning af turismeinfrastruktur

Under Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse er der udmøntet i alt 192 mio. kr. til udviklingen af store offentlige turismeinfrastrukturprojekter.

### Ændring af lukkeloven for at øge turismeomsætningen i de mindre byer

Lukkeloven foreslås ændret for at styrke turismeomsætningen i lukkedagene uden for de store byer.

### Turismeudvikling på Lolland

Regeringen vil stille sig positivt over for Lolland Kommunes ønske om et ambitiøst turismeprojekt på det strandareal vest for Rødbyhavn (Forlandet), som skabes med sand fra Femernbyggeriet, og som med tiltrækning af private investeringer potentielt kan rumme både naturrum og bebyggelse på et areal, som er dobbelt så stort som Amager Strandpark.

### Overflødiggjorte bygninger

Forligskredsen bag planloven er d. 10. oktober blevet enige om at give nye muligheder for at genanvende, ombygge og foretage mindre udvidelser af overflødiggjorte bygninger til bl.a. turismeformål.

### Flere sommerhusgrunde

Forligskredsen bag planloven er d. 10. oktober 2024 blevet enige om at give mulighed for udlæg af 2.500 nye sommerhusgrunde i kystnærhedszonen uden for områder, som er i fare for oversvømmelser og erosion, og på baggrund af ansøgninger fra kommunerne.

### Nye muligheder for campinghvervet

Regeringen vil give nye muligheder for, at kommunerne kan tillade etablering af glamping i det åbne land og campingpladsdrevne stellpladser til autocampere, samt nedsætte en tværministeriel arbejdsgruppe for at se nærmere på og drøfte reglerne på campingområdet med campingbranchen, herunder i forhold til branchens udviklingsmuligheder og behov.

### 3.3 En bred vifte af turismetilbud - kultur, events, outdoor og mødeturisme skal styrke det danske turismeprodukt

Outdoor-oplevelser er vigtige rejsemotiver for at holde ferie i Danmark. 60 pct. af turisterne angiver natur, strand, kyst og hav som årsagen til, at de holder ferie i Danmark. Desuden havde 5,6 mio. turister i 2022 kulturoplevelser som et af deres motiver for at vælge Danmark som rejsemål. Et bredt udbud af kultur og outdoor-tilbud er både vigtigt for turisterne, men bidrager i høj grad også til stærke lokalmiljøer over hele landet, og der er en tæt sammenhæng mellem et stærkt turismeprodukt og udviklingen af et attraktivt lokalmiljø. Turisme og lokaludvikling går dermed hånd i hånd.

På outdoor-området er der skabt rammerne for etablering af cykelknudepunktsnetværk, der giver cyklisterne mulighed for at planlægge lige netop den cykeltur, de ønsker. Netværket giver også destinationsselskaberne og andre turismeaktører mulighed for at lave skræddersyede ruteforslag tilpasset bestemte sæsoner og/eller målgrupper, og er dermed et vigtigt kommercielt aktiv.

Danske kulturudbydere har stærke produkter og tilbud, som kan danne et solidt grundlag for at tiltrække flere internationale turister til hele Danmark, og der er potentiale for, at de udenlandske turister i højere grad får øjnene op for vores stærke kulturliv. Derudover er store events et aktiv, som kan skabe et værdifuldt internationalt udstillingsvindue for Danmark bredt set, og samtidig have stor betydning for borgerne i Danmark samt erhvervslivet.

**For at understøtte, at kultur, events, outdoor og mødeturisme skal styrke det danske turismeprodukt, vil regeringen igangsætte følgende initiativer:**

#### En styrket møde- og erhvervsturisme i hele landet

Der afsættes i alt 12 mio. kr. til igangsættelse af en indsats, der skal udvikle møde- og erhvervsturismen uden for de store byer og styrke samarbejdet med erhvervslivet om tiltrækningen og gennemførelsen af internationale kongresser.

#### Udvikling af ikoniske nationale ruter til outdoorturisterne

Der afsættes 10 mio. kr. til udvikling af et antal ikoniske nationale cykelruter og/eller vandreruter, der skal tilbyde stærke natur- og kulturoplevelser til turisterne.

#### Udvikling af outdoorturisme i samspil med natur og lokalsamfund

Der igangsættes og gennemføres projekter om bæredygtig realisering af potentialer for outdoorturisme i Danmark med afsæt i Handlingsplan for Outdoorturismen, som lanceres ultimo 2024.

#### Knudepunktsnetværk for cykelturismen udrulles i hele landet

Knudepunktsnetværket skal udrulles til hele landet, så efterspørgslen på cykeloplevelser i og uden for højsæsonen kan udnyttes.

#### Ekspertgruppe for kulturturisme skal understøtte tiltrækning af internationale kulturturister

Der nedsættes en ekspertgruppe for kulturturisme, som skal kortlægge udfordringer og potentialer for kulturinstitutionernes arbejde med at tiltrække flere internationale kulturturister og komme med konkrete anbefalinger til at styrke dette.

#### Styrket kulturturisme i kyst- og naturturismen

Indsatser hos Dansk Kyst- og Naturturisme med fokus på at styrke kulturaktørers forretningsudvikling og tilbud videreføres og udvikles med afsæt i organisationens Kulturhandlingsplan.

#### World Tour 2025-2027

Danmark har fået tildelt en World Tour-licens af den internationale cykelunion (UCI), der løber fra 2025-2027. World Tour-løbet, skal indgå i den internationale cykelkalender og tiltrække tidens største ryttere. Regeringen har afsat 10,5 mio. kr. til formålet.

#### VM i landevejscykling 2029

Regeringen har sammen med København, Aarhus, Roskilde og Helsingør Kommuner samt Sport Event

Danmark og Danmarks Cykle Union vundet værtskabet for VM i landevejscykling 2029. Regeringen har på finansloven for 2024 afsat 70 mio. kr. til løbet, der skal give både danske og internationale turister en eventoplevelse i verdensklasse.

#### Museumsreform

Der blev med aftale af 16. maj 2024 aftalt en museumsreform, der skal styrke museer i hele landet, og hvor den samlede statslige ramme til museerne løftes med 75 mio. kr. i lyset af museernes rolle i samfundet, bl.a. også i forhold til at tiltrække turister fra hele verden til landet, skabe jobs i



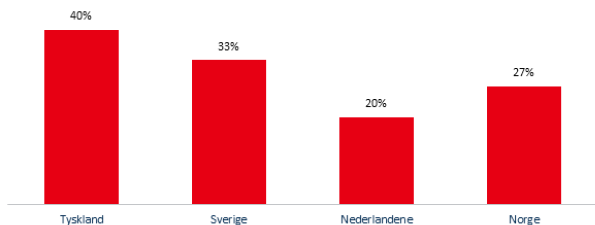
vores lokalsamfund over hele landet, få dansk kultur på verdenskortet og udbrede kendskabet til dansk kultur til gavn for vores kunstnere, vores samfundsøkonomi og vores fælles samtaler.

### 3.4 Mod en grønnere rejse - turisme skal være en del af den grønne omstilling

Når turisterne besøger Danmark, skaber deres forbrug omsætning, arbejdspladser og bidrager til et større udbud af aktiviteter, butikker, restauranter mv. Men turisterne påvirker også miljøet og efterlader et klimaaftryk. Bæredygtighed er en stor global drivkraft med indflydelse på forbrugernes adfærd samt rejsemarkedets orientering. Markedsstudier peger på øget efterspørgsel og bevidsthed om individuelt ansvar for bæredygtig adfærd, men også et ønske om, at muligheden for at træffe bæredygtige valg gøres let og tilgængelig.

En betydelig andel af de internationale turister efterspørger miljøvenlige produkter og løsninger på ferien. De såkaldte ”grønne idealister”, som i høj eller meget høj grad forventer, at miljøvenlige og bæredygtige hensyn vil få betydning for deres fremtidige rejsevalg er således en vigtig målgruppe, som udgør en væsentlig andel af turisterne i vores nærmarkeder, jf. Figur 8. Affaldssortering, madspild, transport, vedvarende energikilder og miljøcertificeringer er områder, som turisterne særligt forventes at prioritere fremadrettet. Formår dansk turisme at udvikle sig på disse områder og gøre det synligt for turisterne, kan det styrke Danmarks attraktivitet som destination.

**Figur 8: Andelen af ”grønne idealister” på Danmarks nærmarkeder i 2024**



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2024

En stor del af turisterne opfatter i dag Danmark som et miljøvenligt rejsemål. Danmark er dog kun det 3. mest miljøvenlige rejsemål i Nordeuropa, når de internationale turister bliver bedt om at vurdere landene i forhold til hinanden. Danmark står dermed i en skarp konkurrencesituation i forhold til at tiltrække det stigende antal turister, som vægter miljø og klima højt.

**For at understøtte, at turismen skal være en del af den grønne omstilling, vil regeringen igangsætte følgende initiativer:**

#### Bæredygtighedsrapportering i dansk turisme

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse har besluttet at sætte fokus på nye bæredygtighedsrapporteringskrav og igangsætte en indsats, som skal hjælpe SMV'er, herunder inden for

turismesektoren, med at håndtere de nye krav. Derudover har Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse blandt andet investeret i Klimakompasset, som er et digitalt værktøj, der gør det lettere fx at beregne virksomhedernes klimaaftryk.

#### Nulpunktsmåling af bæredygtighedscertificeringer i det danske overnatningsprodukt

Der er igangsat en nulpunktsmåling af bæredygtighedscertificerede overnatningssteder og forlystelsesparker i de enkelte destinationsselskaber, der gør det muligt at følge fremdriften på området ud fra en afgrænsning af hvilke certificeringsordninger, der medregnes.

#### Indsatser for nedbringelse af CO2-udledninger fra turismens transport

Der er igangsat en række initiativer, der skal bidrage til at nedbringe CO2-udledningerne fra turismens transport. Med aftale om Infrastrukturplan 2035 blev der bl.a. afsat 500 mio. kr. til udrulning af ladeinfrastruktur langs statsvejnettet i perioden 2022-2030, som er afsat til at understøtte et højt serviceniveau for opladning i hele landet, herunder til turister. Derudover blev der afsat en pulje på 3 mia. kr. til at fremme cyklisme i perioden fra 2022-2035, ligesom regeringen med aftale om grøn luftfart understøtter den grønne omstilling af indenrigsluftfarten i Danmark.

#### 3.5 Et fundament af viden og data - iværksætter, digitalisering og data skal drive turismens innovation

Både i international og dansk turisme stilles der i dag stadig større krav til virksomhedernes innovation og digitalisering for at øge turismens konkurrenceevne, effektivitet og produktivitet. Som et digitalt foregangsland har Danmark et godt udgangspunkt og gode forudsætninger for at udnytte teknologi og digitale muligheder til gavn for udvikling af turismen. Det gælder både i forhold til at styrke den digitale oplevelse for turisterne, men også i forhold til digital omstilling i selve turismeerhvervet, hvor nye digitale og database-rede løsninger er med til at sikre en mere effektiv drift og minimere driftsomkostninger. Især de danske overnatningssteder har allerede i høj grad taget digitalisering, herunder AI til sig, og mange arbejder målrettet med data som grundlag for innovation og forretningsmæssige beslutninger.

De danske turismeaktørers og turismevirksomheders adgang og evne til at udnytte data vil også fremover være et vigtigt konkurrenceparameter i den internationale turisme. VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme har derfor i samarbejde med bl.a. de danske destinationsselskaber og erhvervet etableret en national turismeplatform, VisitData, jf. boks 1. VisitData har et stort potentiale for at understøtte og styrke den digitale innovation, og platformen kan karakteriseres som unik – også i internationalt perspektiv.

#### Boks 1: VisitData

VisitData er den nationale dataplatform for turisme og giver aktørerne i dansk turisme adgang til data

og værktøjer, som kan anvendes til at træffe endnu bedre forretningsmæssige beslutninger – såsom benchmark-tal eller nøgletal på destinationsniveau samt tele- og transaktionsdata mv. Ambitionen med VisitData er dermed at bidrage til at øge dansk turismes konkurrenceevne gennem klog og innovativ brug af data.

**For at understøtte, at iværksætteri, digitalisering og data skal drive turismens innovation, vil regeringen igangsætte følgende initiativer:**

#### Udvikling af turismens datainfrastruktur – VisitData

Der afsættes 24 mio. kr. til at sætte yderligere skub i udviklings- og udrulningshastigheden af dataplatformen, VisitData. Udrulningen skal indeholde indsats rettet mod at uddanne og understøtte destinationsselskaberne og turismevirksomhederne i at anvende og udnytte platformens løsninger.

#### Videreudvikling af Hub for Innovation in Tourism

En videreudvikling af Hub for Innovation in Tourism (HIT) skal bidrage til en styrket innovationskraft i turismeerhvervet gennem iværksætteri, og derudover skal indsatsen kobles tættere til det etablerede erhverv. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse har tidligere tildelt ca. 29 mio. kr. til projektet.

### 3.6 Mennesker i midten - turismen skal styrkes i samspil med samfundet og understøtte social inklusion

Danskerne bakker generelt op om turismen, og har i høj grad blik for turismens positive effekter. Turismen bidrager til levedygtige lokalsamfund, og rundt om i Danmark høster lokale borgere fordele af investeringer og tilbud rettet mod turister.

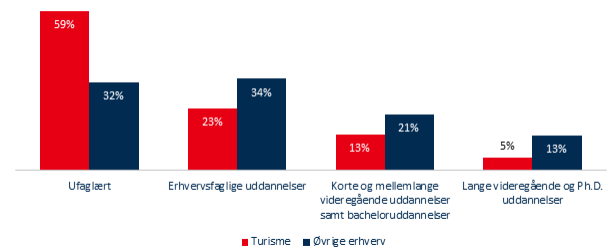
En analyse fra VisitDenmark, der giver indblik i borgernes tilfredshed med turismen konkluderer, at der er en sammenhæng mellem borgernes overordnede viden om turisme og borgernes vurderingen af turismen som positiv. Blandt borgerne med den højeste viden om turisme angiver 86 pct., at turismen skaber flere positive end negative konsekvenser. Dette indikerer, at opbakningen til turismen i Danmark kan styrkes ved at øge det generelle vidensniveau om turismen og turismens positive betydning, herunder hvordan turismen bidrager til udvikling i landdistrikterne, og hvordan turismeerhvervet løfter en stor samfundsmæssig opgave ved at udsatte borgere finder beskæftigelse i erhvervet.

Analysen viser også, at borgere i områder, som de selv mener er præget af turisme, oftere har en opfattelse af, at turismen skaber flere positive end negative konsekvenser for selvsamme lokalområde. Cirka otte ud af ti (79 pct.) i de turismeprægede områder vurderer, at turismen har flere positive end negative konsekvenser, mens det kun gør sig gældende for seks ud af ti (63 pct.) af dem, som bor i et område, de ikke vurderer, er præget af turisme. Det tyder

altså på, at borgere, som har turismen tættere inde på livet, er mere positive over for turismens påvirkning på lokalområdet.

Turismeerhvervet har bl.a. vist sig at være særligt i stand til at indsluse ufaglærte og udsatte borgere på arbejdsmarkedet. Dette er særligt relevant set i lyset af de 43.000 unge der, trods flere års politisk fokus, stadig står uden for arbejdsfællesskabet. Samlet set er 59 pct. af de beskæftigede i turismeerhvervet ufaglærte, mens det er 32 pct. i øvrige erhverv, jf. figur 9.

**Figur 9: Uddannelsesniveau i turismeerhverv og øvrige erhvervsliv, 2021**



Anm.: Opgørelsen af uddannelsesniveauet er baseret på beskæftigelsen i november og dækker både fuldtids- og deltidsbeskæftigede. Da der i turismeerhvervet er mange sæsonarbejdere, kan opgørelsestidspunktet betyde, at uddannelsesniveauet overvurderes, da antallet af deltidsbeskæftigede i november må antages at være relativt lavt sammenlignet med højsæsonen. Den offentlige sektor er ikke medtaget i opgørelsen.

Kilde: Danmarks Statistik – FIDA

Kilde: Danmarks Statistik – FIDA

**For at understøtte, at turismen styrkes i samspil med samfundet og understøtter social inklusion, vil regeringen igangsætte følgende initiativer:**

#### Indslusning af unge uden job eller uddannelse i turismeerhvervet

Der igangsættes en dialog mellem en række aktører fra udvalgte kommuner, civilsamfundsorganisationer, turismevirksomheder og turismeorganisationer, der har til formål at afdække barrierer og muligheder for at indsluse unge uden uddannelse eller arbejde i turismeerhvervet.

#### Tiltrækning af udenlandsk arbejdskraft til turismeerhvervet

Der er de seneste år gennemført en række initiativer og ordninger, der skal lette adgangen til udenlandsk arbejdskraft. Disse tiltag har også givet virksomheder indenfor bl.a. turismeerhvervet bedre muligheder for at ansætte udenlandsk arbejdskraft. I 2023 trådte en ny supplerende beløbsordning f.eks. i kraft med henblik på at lette adgangen til international arbejdskraft, så længe ledigheden er lav. Dertil har virksomheder inden for turismeerhvervet mulighed for at benytte sig af blandt andet positivlisten for faglærte, som er en liste over stillinger, hvor der er mangel på kvalificeret arbejdskraft.

#### Stærke uddannelser til turismens medarbejdere

Regeringen ønsker at styrke turismens uddannelser og fremme kompetencerne for medarbejdere i turismeerhvervet. Regeringen har f.eks. med trepartsaftalen om voksen-, efter- og videreuddannelse fra september 2023 styrket muligheder-

ne for opkvalificering og efteruddannelse igennem hele arbejdslivet for både ufaglærte og faglærte inden for blandt andet turismeerhvervet.