



10. november 2016

**INSPIRATIONSPUNKTER
[KUN DET TALTE ORD GÆLDER]**

**Samråd i ULØ den 10. november 2016 – Spørgsmål F stillet
efter ønske fra udvalget.**

- Tak for invitationen til at komme herover i udvalget i dag.
- Udvalget har stillet mig et spørgsmål om turismen i de danske landdistrikter og den nationale strategi for dansk turisme som jeg vil besvare her i dag.

Ad spørgsmål F:

Ministeren bedes redegøre for udfordringerne for turismen i de danske landdistrikter, hvordan den nationale strategi for dansk turisme adresserer disse udfordringer, og hvilken betydning strategien vil få for vækst, beskæftigelse og udvikling i landdistrikterne.

[Betydningen af dansk turisme]

- Lad mig indlede med at slå fast, at Danmark er et stort turismeland. Målt i forhold til vores størrelse og indbyggertal kommer der flere udenlandske turister til Danmark end til vores nabolande.
- Turismeomsætningen var i 2014 på i alt knap 95 mia. kr. og turismen skabte næsten 115.000 fuldtidsarbejdspladser på tværs af alle dele af Danmark. Turismen bidrager til at skabe vækst og beskæftigelse i alle dele af Danmark, også i landdistrikterne og på de danske øer.

- I 2015 var et rekordhøjt antal overnatninger. 49 mio. overnatninger i Danmark, hvilket er en stigning på 5 procent i forhold til året før. Og på baggrund af de første tre kvartaler ser 2016 også ud til at blive et rekordår for turismen med flere overnatninger end i 2015.
- Det skal man ikke lade sig stoppe af. Det forventes at turismen er et erhverv, der internationalt vil være i vækst i de kommende år. Og det er vigtigt, at Danmark får del i denne udvikling, så vi kan få økonomisk vækst og arbejdspladser – også i vores landdistrikter.

[Særligt om kyst- og naturturismen]

- I Danmark skelner vi overordnet mellem tre forretningsområder inden for turisme. Storbyturismen, erhvervs- og mødeturismen samt kyst- og naturturismen.
- Og når vi drøfter turismen i landdistrikterne og på øerne er det særligt vigtigt at vi har fokus på kyst- og naturturismen, da den omfatter ferieturismen uden for de fire største danske byer.
- Over 70 % af de registrerede overnatninger og næsten halvdelen af turismeomsætningen finder sted i kyst- og naturturismen, der dermed også er med til at skabe mere end 54.000 arbejdspladser.

- Kyst- og naturturismen udgør således en stor del af dansk turisme, og de udfordringer, trends og muligheder, der gør sig gældende for dansk turisme generelt, gør sig også i særlig grad gældende for turismen i landdistrikterne.

[Den nationale strategi for dansk turisme]

- Med den nationale strategi for dansk turisme, som jeg præsenterede i Legoland i september, har vi nu også sat nogle ambitiøse pejlemærker for dansk turisme frem mod 2025.
 - Vi skal skaffe en tredjedel flere turister i 2025. Det er 17 mio. flere overnatninger end i 2015.
 - Og vi har også sat et mål om, at vi skal have en turismeomsætning på 140 mia. kr. i 2025. Det er 45 mia. kr. mere end i 2014.
 - Og de udenlandske turister skal, for det tredje, blive mere tilfredse med deres ferieoplevelse i Danmark, således at turisterne i 2025 mindst er lige så tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark som gennemsnittet for Nordeuropa.
- Strategien indeholder i alt 66 initiativer, som vi nu i den kommende tid skal have til at virke i hele Danmark.

[Udfordringer for dansk turisme, herunder kyst- og naturturisme]

- Overordnet står dansk turisme over for flere udfordringer, som vi med den nationale strategi for dansk turisme vil søge at adressere sammen med turismeerhvervet.

- Lad mig nævne fire ting:

[Udfordring 1. Tab af markedsandele]

- For det første har Danmark tabt markedsandele i forhold til vores internationale konkurrenter.
- I de seneste år har vores vækst ligget under det nordeuropæiske gennemsnit, og selvom der i øjeblikket er vækst i turismen i Danmark, så går det også fremad hos vores konkurrenter.
- Kyst- og naturturismen har her en helt særlig udfordring med væksten. I perioden 2008 til 2015 har antallet af overnatninger ligget stabilt, med en beskedent samlet vækst på 2 procent.
- Til sammenligning har storbyturismen, som dækker turismen i Danmarks fire største byer, haft en vækst på 69 procent i samme periode.
- Det hører med til historien, at den positive udvikling i turismen de seneste år også ser ud til at gøre sig gældende for kyst- og naturturismen, men der er stadig behov for at vi har politisk fokus på at indfri det uforløste vækstpotentiale her.
- Det gør vi blandt andet ved at tage en række initiativer i den nationale strategi for dansk turisme, der styrker markedsføring af Danmark som turistdestination.

- Forudsætningen for, at turisterne begynder at planlægge en rejse til Danmark, er, at det er skabt et kendskab og en lyst til at rejse til Danmark.
- Et kernepunkt er i den forbindelse, at vi skal sørge for at markedsføringen tager højde for, at vi lever i en digital verden og at den digitale udvikling bliver vigtigere og vigtigere.
- Turisterne er blevet digitale. Både når de planlægger ferier, mens de rejser og booker oplevelser og bagefter når de deler ferie billeder og anmeldelser med både venner og bekendte og hvem de ellers måtte kende, der søger information om Danmark på nettet.
- Det betyder for eksempel, at Danmarks internationale markedsføringsorganisation VisitDenmark skal ruste sig til bedre at kunne udnytte de digitale muligheder. Det gælder både i forhold til markedsføring, vidensindsamling og kommunikation til turisterne før, under og efter rejsen. Derfor er det også sådan, at VisitDenmark kommer med en ny strategi her i november. Jeg vil selvfølgelig holde udvalget orienteret, når den kommer.
- Denne digitale udvikling har dog ikke kun betydning for den offentlige indsats. Både turismevirksomhederne og andre virksomheder skal også være klar til en ny digital virkelighed med nye teknologier og forretningsmodeller –

hvilket bl.a. er baggrunden for, at regeringen vil præsentere et digitalt vækststudspil i foråret 2017.

- Endelig, så er der både i år og næste år iværksat en målrettet indsats for at styrke markedsføringen af danske kyst- og naturområder i udlandet, herunder særligt i Tyskland. Der er gennem en bred politisk aftale afsat 10 mio. kr. i både 2016 og 2017 og indsatsen i 2016 er netop blevet evalueret.
- Markedsføringsindsatsen bestod blandt andet af en tysk TV-kampagne og online-indsatser på flere markeder.
- Evalueringen viser, at indsatsen er blevet set, hørt eller læst omkring 17,6 mio. gange af personer uden for Danmark, hvilket er næsten fem gange flere end forventet, og at der 4,3 mio. gange er blevet skabt lyst til at rejse til Danmark, hvilket er næsten otte gange flere end forventet.
- Så i bund og grund er den indsats den tidligere regeringen lavede med en bred politisk aftale mundet ud i en positiv historie, særligt når man ved, hvor vigtigt det tyske marked er. Det skal vi glæde os over.

[Udfordring 2. behov for tilstrækkelig overnatningskapacitet]

- Den anden udfordring i dansk turisme som jeg vil fremhæve, vedrører kvaliteten og udbuddet af overnatningsmuligheder og oplevelsestilbud i Danmark.

- Hvis Danmark skal have sin del af den forventede internationale turismevekst, skal vi kunne imødekomme det stigende antal turisternes efterspørgsel efter moderne og attraktive overnatningsmuligheder – også i højsæsonen. Og der skal være attraktive faciliteter og oplevelser – også ved kysterne.
- Det kræver bl.a. investeringer i kyst- og naturturismen, hvor eksempelvis Nordtyskland har gjort en stor indsats.
- Tyskerne er klart den største gruppe udenlandske turister i Danmark, og hvis de bliver hjemme ved deres egne kyster, fordi det er mere attraktivt, kommer det virkelig til at kunne mærkes i Danmark.
- Regeringen har derfor taget en række initiativer, der skal adressere udfordringen med overnatningskapacitet og oplevelsesfaciliteter.
- Med den brede politiske aftale, indgået i juni, ”Danmark i bedre balance” gennemfører vi en justering af planloven og naturbeskyttelsesloven, der vil være med til at understøtte udviklingen i kyst- og naturturismen.
- Kommunerne får mulighed for at ansøge om at få udviklingsområder inden for kystnærhedszonen, dvs. zonen efter strandbeskyttelseslinjen, så fra 300 meter til 3 km fra kysten. Her vil kommunerne kunne planlægge byudvikling

og forskellige anlæg til virksomheder, herunder nye turismefaciliteter.

- Der gives også bedre udviklingsmuligheder inden for strandbeskyttelseslinjen. Fx bliver det lettere for eksisterende turismevirksomheder at få dispensation til at opføre mindre anlæg på deres ejendom i tilknytning til den eksisterende bebyggelse, f.eks. en pavillon, en petanquebane, en swimmingpool eller lignende. Og kommunerne får bedre muligheder for at etablere boardwalks og lignende for at skabe øget tilgængelighed til stranden for fx kørestole og barnevogne.
- Samtidig har vi lagt op til en ny forsøgsordning for kyst- og naturturisme, der i forlængelse af den nuværende forsøgsordning skal give mulighed for op til 15 nye innovative og miljømæssigt bæredygtige turismeprojekter til at fremme dansk kyst- og naturturisme.
- I den forbindelse har vi også aftalt, at der nu foretages en generel oprydning i ikke-udnyttede kystnære reservationer til ferie- og fritidsanlæg, hvorefter aftalepartnerne i fællesskab skal tage stilling til antallet af potentielle nye forsøgsprojektet.
- Jeg håber meget, at vi i aftalekredsen kan blive enige om at få igangsat flere nye projekter. Søgningen til den første forsøgsordning var jo stor og der var mange gode og innovative ideer rundt omkring i landet, der desværre ikke

kunne imødekommes, de der kun blev givet ti forsøgstilladelser.

[Særligt vedr. feriehuse]

- Feriehuse spiller en betydelig rolle i kyst- og naturturismen. Næsten halvdelen af alle overnatninger i kyst- og naturturismen sker i feriehus og branchen har selv meldt ud, at de vurderer, at kapaciteten i højsæsonen er tæt på fuld udnyttelse i de mest populære sommerhusområder fx ved den jyske vestkyst.
- Det er også derfor, at vi med aftalen om ”Danmark i bedre balance” giver vi mulighed for udlæg og omplacering af op til 6.000 nye sommerhuse i kystnærhedszonen. Samtidig skaber vi mere fleksible rammer for udlejning og anvendelse af sommerhusene ved at udvide den såkaldte sommerperiode, hvor man frit kan bruge sit sommerhus, fra 26 til 34 uger om året. Det giver både dem, der ejer deres sommerhusmulighed for selv at bruge det mere, men forlænger også den periode, hvor sommerhuse kan udlejes. Hvilket er et meget efterspurgt ønske fra dem, der gerne vil levere større kapacitet.
- Aktuelt er det på landsplan mindre end 20 procent af feriehusene, der udlejes gennem et bureau. Så der eksisterer her et meget stort uudnyttet overnatningspotential, som vi gerne vil have i spil til gavn for turismen.

- Det er bl.a. derfor, at regeringen i helhedsplanen for et stærkere Danmark og i den nationale strategi for dansk turisme har lagt op til at forhøje bundfradraget i forbindelse med udlejning af sommerhuse med 5.000 kr. under den forudsætning, at udlejningen sker gennem et bureau eller en deleøkonomisk platform, der foretager obligatorisk indberetning til SKAT.
- Vi har også lagt op til at øge mulighederne for realkreditbelåning af sommerhuse fra 60 procent til 70 procent og vil undersøge modeller for, hvordan det kan gøres.
- Endelig vil regeringen også gerne gøre det enklere for sommerhusejerne at finde ud af, hvad de må og ikke må når de vil udleje deres sommerhus, hvilket ikke altid er lige nemt i dag. En af barriererne er reguleringen i sommerhusloven, hvor der er behov for mere enkle og fleksible rammer for udlejning af sommerhuse. Vi forventer at fremsætte lovforslag om ændring af sommerhusloven i februar 2017.
- Med disse initiativer vil regeringen bidrage til at flere sommerhuse kommer ud og bliver en del af udlejningsmarkedet – så vi har kapacitet til alle de yderligere turister, som vi gerne vil have til at komme til Danmark i de kommende år.
- Endelig skal vi ikke glemme, at camping også spiller en stor rolle i kyst- og naturturismen. I 2015 var der omkring

10,3 mio. overnatninger inden for camping. Derfor er vi også i øjeblikket i gang med en undersøgelse af, hvorvidt der er behov for at tilpasse reglerne i campingreglementet. Her har jeg noteret mig, at der er et stort flertal i Folketinget med interesse i at styrke campingpladsernes udviklingsmuligheder.

[Udfordring 3. Lavere tilfredshed end i vores nabolande]

- En tredje udfordring for dansk turisme, er, at Danmark scorer lavere end vores nabolande i tilfredshedsmålinger blandt turister. Herunder blandt andet, hvad angår sammenhængen mellem pris og kvalitet.
- Man afslører nok ikke nogen stor hemmelighed, når man siger, at Danmark er et forholdsvis dyrt land at holde ferie i og det stiller store krav til, at Danmark kan levere turistoplevelser af høj kvalitet.
- Vi har nok grundlæggende to knapper at skrue på. Vi kan se, om vi kan gøre det billigere at holde ferie i Danmark, eller vi kan se, om vi kan gøre vores turismeprodukt bedre, så pris og kvalitet hænger sammen. Eller den tredje knap, hvor vi gør begge dele samtidigt
- Jeg mener, at vi skal se under dem et, men først og fremmest skal vi skrue på kvaliteten. Dansk turisme skal være kvalitetsturisme. Derfor har vi i strategien en række initiativer, der skal bidrage til at forbedre det danske turismeprodukt.

[Oplevelser i kyst- og naturturismen]

- Kyst- og naturturisterne kommer netop for at opleve den danske natur, strand og kyst og for at slappe af, men der er jo også mange der samtidig ønsker at have adgang til oplevelser og aktiviteter, ja sågar historiske attraktioner, badelande, museer, forlystelsesparker og byliv med restauranter og shopping.
- Attraktive destinationer med både overnatningsmuligheder, servicefaciliteter og oplevelses- og aktivitetstilbud er således en forudsætning for at tiltrække turister.
- Derfor indeholder den nationale strategi for dansk turisme en række initiativer, der er rettet mod at skabe bedre turistoplevelser. Lad mig blot fremhæve et par af de initiativer.
- Den danske vestkystturisme er en af vores styrkepositioner og har et særligt potentiale som vækstmotor hvis vi kan udvikle den til at være en af Nordeuropas mest attraktive kystferiedestinationer. Derfor har *Partnerskabet for turismen på Vestkysten* taget initiativ til at udarbejde en samlet udviklingsplan for turismen på Vestkysten på tværs af 11 kommuner, tre regioner og med inddragelse af ministerier og fonde. Et supervigtigt initiativ, som jeg bakker meget op om.

- Samtidig skal nye museer langs Vestkysten give turisterne mulighed for unikke kulturoplevelser, når de besøger de danske kyster. Der er blandt andet ved at blive bygget et museum ved Blåvand og det nye strandingsmuseum St. George ved Thorsminde forventes at åbne i 2017 og vil give turisterne nye historiske oplevelser.
- På samme måde vil restaureringen af Nyborg Slot og udviklingen af læringscentre ved verdensarvssteder som Vadehavet og Kongernes Jelling give turisterne flere muligheder for lærerige natur- og kultur- og historieoplevelser, når de gæster Danmark.
- En anden ting vi kan se er, at turisterne rejser efter, er nationale og internationale events. Det vurderer vi er kommet for at blive.
- Det kan være store events som fx Tour de France, som regeringen arbejder på at få til Danmark i 2019, 2020 eller 2021, og som vil være en event, der omfatter store dele af Danmark. Vi arbejder konkret på at få det, der hedder Grand Depart, hvilket vil være vigtigt for Danmark, men andre lande og regioner arbejder også herpå. Vi forsætter her arbejdet startet under den tidligere regering.
- Vi skal blive bedre til at udnytte vores erfaring med tiltrækning, afholdelse og markedsføring af sådanne events, og det ligger derfor i strategien, at vi tager initiativer til at styrke samarbejdet om, hvordan vi kan indfri turismepo-

tentialet i afholdelsen af sports- og kulturevents. Tilsvarende vil vi se på vækstpotentialet for oplevelsesøkonomien i Danmark, herunder barrierer og muligheder for udviklingen af oplevelsesøkonomiske centre.

- Under Landdistriktpuljen har vi desuden prioriteret 10 mio. kr. til projekter, hvor turisme er drivkraft for vækst og udvikling i landdistrikterne. Netop dette udspringer af en drøftelse i dette udvalg, hvor forslaget fra udvalget var at afsætte midler til turismeudvikling. Jeg nævner dette for at vise, at udvalgets ideer spilles ind i regeringens arbejde.
- Endelig er en vigtig ting i kyst- og naturturisme, at vi kan tilbyde turisterne naturbaserede outdoor aktiviteter, fx inden for cykling og vandring.
- Det er derfor også en del af strategien, at Dansk Kyst- og Naturturisme i samarbejde med relevante destinationer tager initiativ til at udarbejde en handleplan for udviklingen i outdoorturismen i Danmark.
- I forlængelse heraf sætter vi med strategien fokus på cykelturismen. Her kan jeg oplyse, at transportministeren her i oktober måned fået opbakning fra forligskredsen bag aftale om en grøn transportpolitik til at oprette en ny pulje målrettet forbedring af de nationale cykelruter, fx til forbedring af skiltningen på ruterne.

[Udfordring 4. Generelle rammevilkår]

- Endeligt vil jeg som den fjerde udfordring for dansk turisme nævne, at det er vigtigt, at vi har rammevilkår, der gør at vores turismevirksomheder internationalt konkurrencedygtige. Det kan også være med til at gøre det billigere at holde ferie i Danmark og dermed øge turisternes tilfredshed.
- Det handler bl.a. om energiomkostninger, hvor Folketinget i øjeblikket behandler den lempelse af elafgiften for forlystelser, som også er en del af aftalen om ”Vækst og Udvikling i hele Danmark”. Samtidig har regeringen lagt op til at afskaffe PSO-afgiften, hvilket bestemt også vil have betydning for turismeerhvervet.
- Det handler også om, at der er de rigtige rammer for, at turisterne kan komme rundt. Vi har bl.a. nedsat færgetaksterne til og fra en række mindre øer i skuldersæsonen, hvilket flere af øerne allerede melder om positive effekter af. Jeg har selv haft lejlighed til at se effekten på en af øerne – nemlig Læsø, som jeg besøgte i september og som melder om stor succes.
- Og så handler gode rammevilkår også om, at vi løbende tager fat på områder, hvor for stive regler står i vejen for erhvervets udvikling.
- Regeringen vil fx modernisere restaurationsloven, så unge fra 15 år må arbejde i fx familierestauranter og på cafeer.

Det har været et udbredt ønske og vil gavne turismeerhvervet, der beskæftiger mange unge mennesker, særligt i højsæsonen.

- Vi har også iværksat et serviceeftersyn af mulighederne for skiltning, så det kan blive nemmere at give bl.a. turisterne vejvisning til turistmål og attraktioner.
- Samtidig har vi i regi af Virksomhedsforum for enklere regler igangsat en særlig indsats med at identificerer konkrete regelforenklinger, der vil være til gavn for turismeerhvervet.
- Det er alt sammen noget, det vil gøre det lettere, billigere og sjovere at drive turismevirksomhed i Danmark, og dermed øges vores konkurrenceevne.

[Betydning for vækst, beskæftigelse og udvikling i landdistrikterne]

- Lad mig runde af med at understrege, at turismen er et højt prioriteret politisk område for mig som minister og et af de erhverv, som vi kan se har stor betydning i vores landdistrikter og med mere end 35 mio. overnatninger i kyst- og naturturismen, har det stor betydning for vækst, beskæftigelse og udvikling i landdistrikterne, at vi fortsætter med at understøtte de initiativer, der nu er taget.
- Som eksempel kan nævnes, at vestkystkommunerne Varde og Ringkøbing-Skjern begge havde omkring 3,5 mio. turismeovernatninger i 2015, hvoraf størstedelen var uden-

landske turister. Det er klart, det er en aktivitet, der kan mærkes i disse kommuner.

- På samme måde har turismen stor betydning for økonomien for flere af vores ø-kommuner. Lad mig nævne Fanø, Langeland, Bornholm og Læsø, som hører blandt de 10 kommuner, hvor turismen har største betydning målt som andel af den samlede økonomi. Så det er bestemt meget centralt.
- Jeg er således ikke i tvivl om, at hvis det lykkedes dansk turisme at nå pejlemærkerne om en tredjedel flere turister og en turismeomsætning på i alt 140 mia. kr. i 2025, så vil det medføre væsentlig flere jobs i hele Danmark på hoteller og campingpladser, restauranter og forlystelser, men for den sags skyld også i butikker, transport og andre serviceerhverv. Og givet størrelsen på den danske kyst- og naturturismen vil effekten ikke mindst være at finde i landdistrikterne.
- Med den nationale strategi for dansk turisme har vi sat en fælles retning og ambitiøse pejlemærker for vores turismpolitik frem mod 2025.
- Skal vi nå i mål med ambitionen kræver det, at de mange aktører i dansk turisme spiller med og ikke spænder ben. Jeg er derfor også glad for, at strategien har fået en pæn modtagelse af alle. De private turismevirksomheder og de

offentlige turismeaktørers indsats og engagement er centrale for, hvordan dansk turisme kommer til at se ud i 2025.

- Regeringen vil gøre sit, men det kræver en fælles indsats, når vi skal have flere turister. Vi skal alle bidrage. Vi skal have mere tilfredse turister, hvilket også vil have en effekt på antallet af overnatninger.
- Turismen er helt afgørende for landdistrikterne.
- Tak for ordet.