



## Folketingets Erhvervs-, Vækst og Eksportudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

15. december 2016

### Besvarelse af spørgsmål 51 alm. del stillet af udvalget den 1. december 2016 efter ønske fra Rasmus Horn Langhoff (S).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

#### Spørgsmål:

I regeringsgrundlagets afsnit om turisme fremgår det, at regeringen vil ”have en mere effektiv markedsføring, der er målrettet relevante målgrupper.” Vil ministeren oplyse, hvilke relevante målgrupper, der er tale om fordelt efter nationalitet og i prioriteret rækkefølge?

Tlf. 33 92 33 50  
Fax. 33 12 37 78  
CVR-nr. 10092485  
EAN nr. 5798000026001  
evm@evm.dk  
www.evm.dk

#### Svar:

Med den nationale strategi for dansk turisme fra september 2016 er der taget en række initiativer til at gennemføre en mere effektiv markedsføring målrettet relevante målgrupper.

Et initiativ er, at VisitDenmark i samarbejde med turismeudviklingsseksionerne udvikler og vedligeholder et prioriteringsværktøj, der fastlægger den årlige markedsrating for dansk turisme til brug for den koordinerede markedsføringsindsats.

Formålet med prioriteringsværktøjet er at have et fælles prioriteringsgrundlag, der kan danne udgangspunktet for valg af de mest attraktive markeder, hvor der er størst overordnet potentiale for dansk turisme, med henblik på at skabe turismeomsætning og beskæftigelse i hele Danmark. Prioriteringsværktøjet er dynamisk og opdateres årligt, hvilket understøtter at prioriteringen sker på baggrund af et aktuelt og opdateret videngrundlag.

VisitDenmark har i forhold til den aktuelle prioritering oplyst følgende:

”Hvilke markeder og målgrupper, der prioriteres i VisitDenmarks internationale markedsføring varierer i et vist omfang inden for dansk turismes tre overordnede forretningsområder: kyst- og naturturisme, storbyturisme samt møde- og erhvervsturisme.

Aktuelt prioriteres Tyskland, sammen med andre nærmarkeder som Norge, Sverige og Holland, højt i den internationale markedsføring af Danmark. Disse markeder er af stor betydning for dansk turisme, herunder

ikke mindst for kyst- og naturturismen. I 2016 og 2017 har et bredt flertal i Folketinget i den forbindelse afsat ekstra 10 mio. kr. årligt til VisitDenmark med henblik på at styrke markedsføringen af danske kyst- og naturområder i udlandet, herunder særligt i Tyskland.

For så vidt gælder storbyturismen prioriteres i 2017 markeder som Tyskland, Norge, Sverige, UK, Frankrig og Italien samt fjernere markeder som USA og Kina i forhold til udvalgte målgrupper. På mødemarkedet arbejdes der internationalt mod primært mødeagenter og virksomheders mødeplanlæggere.”

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen