



7. maj 2022

SAMRÅDSTALE

[KUN DET TALTE ORD GÆLDER]

Samrådstale til åbent samråd i ERU den 5. maj kl. 13.30-14.30 Samrådspørgsmål X af 4. februar stillet af Anni Matthiesen (V) og Birgitte Bergmand (KF).

Hvordan vil ministeren sikre ordentlige vilkår for en hårdt presset dansk turismebranche og oplevelsesøkonomi ovenpå coronakrisen og med udsigt til fortsat stor mangel på arbejdskraft i den kommende højsæson?

[Indledning: Ukraine]

- Tak for det og for indkaldelsen til dette samråd, som jo faktisk ligger noget langt tilbage, og der er forskellige årsager til, at vi først sidder her nu. Men ikke desto mindre er det stadig et relevant emne.
- Allerførst vil jeg lige sige, at noget af det der er sket, siden spørgsmålet blev stillet 4. februar i år, er, at vi har set den her ulykkelige krig i Ukraine, som selvfølgelig skaber en yderligere usikkerhed omkring os – også for turismeerhvervet.
- Det er selvfølgelig meget usikkert at spå om fremtiden lige nu. Men retningen er der desværre ikke ret mange, der er i tvivl om. Væksten vil gå ned. Priserne vil gå op. Det vil vi

komme til at mærke herhjemme og internationalt omkring os.

- Det er for tidligt at se på de afledte virkninger af krigen på turismeerhvervet. I regeringen følger vi situationen tæt og overvejer løbende, hvordan vi kommer bedst videre.
- Det er bare sagt som indledning, da det er stødt til, efter samrådsspørgsmålet blev stillet.

[Håndtering af corona-krisen og hjælpepakker]

- Tilbage til pandemien. Ingen tvivl om at pandemien ramte turisme- og oplevelsesøkonomien hårdt. Derfor valgte vi i fællesskab at spænde et sikkerhedsnet ud under dansk erhvervsliv. Det dækkede også turisme- og oplevelsesøkonomien, som selvfølgelig har været en solid hjælp for rigtig mange virksomheder indenfor turisme- og oplevelsesøkonomien.
- Det gælder blandt andet kompensationsordninger til virksomheder, selvstændige og arrangører mv., og ved at styrke likviditet og udlånsmuligheder.
- Helt konkret har turisme- og oplevelseserhvervet fået udbetalt ca. 19,6 mia. kr. i kompensation på tværs af kompensationsordningerne. Det svarer til ca. 36 pct. af den samlede udbetalte kompensation.

- Der er dertil blevet tilført midler til markedsføring – ad flere omgange.
- Vi har lavet sommerpakker, hvor der er afsat henholdsvis 700 mio. kr. i 2020 og 800 mio. kr. i 2021 til konkrete initiativer blandt andet for at sætte gang i den danske sommerøkonomi på landet og på øerne.
- Derudover er der af flere omgange afsat penge til omstillingspuljen for de særligt hårdt ramte virksomheder, herunder inden for oplevelsesøkonomien, restauranter og hoteller.
- Tilbagegangen i turismen under corona var et globalt fænomen, men Danmark har i international sammenhæng klaret sig godt.
- For eksempel faldt antallet af udenlandske overnatninger i Danmark med 41 pct. i 2021 sammenlignet med 2019. Hvis man ser på den samme opgørelse fra Sverige, så var deres fald ikke 41 pct. men 58 pct. og Norge og Finland faldt helt op mod 70 pct.
- Og vi kan glæde os over, at alle corona-restriktioner er ophevet - som det første land i EU. Og det er ikke gået ubemærket hen i udlandet. Det er godt for turismen til Danmark,

at man kan vælge Danmark til som et corona-sikkert land, og man kunne gøre det tidligt.

- Krisehåndteringen har været afgørende for dansk erhvervs- liv. Og det er derfor, vi nu står et relativt godt sted i forhold til den genopretningsopgave som ligger foran os.
- Og når Tour de France-starten fylder gaderne her senere på sommeren, kan millioner af seere se, at Danmark er åbent og dejligt og klar til at tage imod gæster igen.
- Omvendt er vi, som jeg også har sagt, meget opmærksomme på at følge, hvilke afledte konsekvenser krigen i Ukraine vil få og særligt i relation til dansk turisme.

[Corona har påvirket turismen forskelligt mellem by og kyst/natur]

- Turismen har stor betydning for vækst og beskæftigelse i mange dele af Danmark.

For eksempel vurderer VisitDenmark, at omsætningen i dansk turisme i 2019 – der var det sidste ”normalår” inden corona – svarer til godt 171.000 fuldtidsjobs.

- Turisterne er grundlag for mange åbne butikker, kultur- og oplevelsestilbud til glæde for både de besøgende gæster og lokale borgere i byen, hvor der er en butik åben eller et kulturelt tilbud tilgængeligt.

- Desværre satte corona en stopper for faktisk 7 års vækst i dansk turisme. Mest selvfølgelig fordi antallet af udenlandske turister faldt meget.
- Coronakrisen har ramt dansk turisme meget forskelligt. For eksempel har kyst- og naturturismen klaret sig godt igennem, og er kommet pænt ud på den anden side. Faktisk så godt, at rekordmange feriehuse blev lejet ud i 2021.
- Men turismen i storbyerne og også, som det blev omtalt i indledningen til dette møde, i erhvervs- og mødeturismen har man haft meget svære tider.
- Aflyste møder og konferencer og meget hjemmearbejde betød, at over halvdelen af erhvervs- og mødeovernatningerne forsvandt i 2020. Og i 2021 var der stadig 37 pct. færre erhvervsovernatninger end i 2019, som var det normalår, der var før coronaen.
- I storbyerne er turismen stadig kraftigt påvirket med 34 pct. færre overnatninger i 2021 end i 2019. I 2020 var faldet på 54 procent, så det er altså blevet bedre, men man er stadig ramt på overnatningerne.

[Genopretningsplanen for hovedstadens turisme, overordnet]

- Der er altså stadig brug for, at vi gør en ekstra indsats for at få de udenlandske turister tilbage til vores hovedstad.
- Derfor lancerede overborgmesteren i København, Sophie Hæstorp, og jeg den 19. marts "Comeback Copenhagen 2023"-udspillet, som med andre ord er vores anden genopretningsplan for turismen i hovedstadsområdet.
- Planen er finansieret af Sommer- og erhvervspakken 2021 og planen består af 12 konkrete initiativer. Initiativerne udmønter fire overordnede mål, der skal sætte retningen for turismen i de kommende år:
- **Vi skal først og fremmest** have turismen tilbage på vækssporet. Vi skal markedsføre hovedstaden, så turisterne ikke er et sekund i tvivl om, at København er åben – og fyldt med muligheder.

Derfor er der afsat 45 mio. kr. i år til ekstra markedsføring. Det er en indsats, der bliver gennemført i et tæt samarbejde mellem VisitDenmark og Wonderful Copenhagen. Og som også skal sikre maksimal værdi af f.eks. events som Tour de France, som jeg har omtalt, og København som World Capital of Architecture.

- **For det andet** skal vi omstille os til en ny markedssituation. Vi styrker derfor indsatsen for at tiltrække events- og kongresser til hovedstaden. Det er noget, der har været kraftigt efterspurgt af dansk erhvervsliv.
- Og planen skal også understøtte start-up-virksomheder, der bidrager til at løse vigtige udfordringer for hovedstadens turismeerhverv. Og i matchmaking mellem etablerede virksomheder og start-ups. Så det er omstilling.
- **For det tredje** skal vi have en turisme, der er til gavn for hele hovedstadens indbyggere. Derfor bliver der udpeget lokale ambassadører, som skal engagere borgere og turister, fx gennem noget så lavpraktisk som cykelgrupper, langbordsmiddage eller oplæg og sightseeing. Det skal understøtte den lokale opbakning til turismen i hovedstaden, som er et vedvarende og tilbagevendende debateme, og som derfor er vigtigt for os at adressere. Det gør vi bl.a. igennem Comeback Copenhagen 23.
- Og vi tager initiativ til, at erhvervsdrivende, besøgende og borgere går sammen og arbejder med lokale udfordringer i de områder, hvor der kan være rigtig mange turister, for eksempel i Nyhavn på en rigtig god solskinsrig sommerdag. Det er en samarbejdsform man har gode erfaringer med i udlandet.

- **Og for det fjerde og sidste** inden for den her plan, så skal vi selvfølgelig fastholde vores ambitioner på det grønne område. Vi vil være en førende grøn turistdestination. Inden for de senere år er grøn og bæredygtig turisme blevet vigtigere hos både de danske og udenlandske turister.
- Derfor skal det være nemt og gennemsigtigt – både for turister og byens borgere – at tage de grønne valg. Og hovedstaden skal være et internationalt udstillingsvindue for de grønne, bæredygtige løsninger.
- Den ambition tager vi konkret hul på med genopretningsplanen, fx med kampagner for cykelruter eller andre bæredygtige transportformer. Og så gennemføres der udviklingsforløb, hvor turismevirksomheder får hjælp med at udvikle nye, grønne forretningsmodeller, så man også kan få det omsat til en konkret businessplan i sin virksomhed.

[National strategi for bæredygtig turisme]

- På nationalt plan er vi ved at færdiggøre en samlet strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Det sker i regi af det Nationale Turismeforum.
- Vi skal sætte klare pejlemærker for, hvordan væksten i turisme kan ske på en måde, der både er økonomisk, social og miljømæssig bæredygtig.

- Danmark skal tilbyde flere grønne og bæredygtige turisttilbud. Flere outdoor- og naturoplevelser, grønne overnatningssteder og miljøvenlige rejse- og transportformer.
- Fordi vi tager klimadagsordenen alvorligt. Fordi vi vil den grønne omstilling.
- Men også fordi de grønne løsninger er et vigtigt konkurrenceparameter, der kan bruges til at få flere turister til vores land.

[Arbejdskraftsudfordring]

- Og for nu at vende mig til den anden del af spørgsmålet: udfordringen med arbejdskraft.
- Med seneste opgørelse fra februar er beskæftigelsen steget med lige under 160.000 personer siden marts sidste år. En væsentlig højere beskæftigelse end før corona-krisen. Det er en stor succes, at vi som samfund er kommet så stærkt igennem krisen.
- Det betyder også, at mange virksomheder oplever mangel på arbejdskraft nu, og det gælder også turismeerhvervet.

- Derfor har regeringen indgået, som i ved, en aftale *om en ny reformpakke for dansk økonomi* – den går også i folkemunde, i hvert fald her i huset, under navnet *Danmark kan mere 1*.
- Her gør en ny og midlertidig supplerende beløbsordning det muligt for virksomhederne at hente udenlandsk arbejdskraft ind inden for en afgrænset periode.
- Da det er et vigtigt emne på dagens samråd og generelt for vores erhvervsliv, forventer vi selvfølgelig opbakning i folketingsalen også fra spørgernes parti, Venstre og Det Konservative Folkeparti.

[Afslutning]

- Med andre ord; tiden er svær, og det er endnu sværere at spå om fremtiden. Turismen er vigtig, og vi skal have genopretningsarbejdet i gang for den industri. Den gode nyhed er, at vi allerede er godt i gang. Selvfølgelig er vi ikke i mål endnu. Det er der ikke nogen, der påstår eller foregiver, men vi er godt i gang.
- Og så vil jeg selvfølgelig understrege som jeg altid gør, når vi mødes, at gode og konstruktive ideer, dem vil vi se fordomsfrit på, hvis det kan understøtte vores turisme

både på kortere og længere sigt, og i øvrigt er økonomisk ansvarligt.

- Fordi det er sammenhold, der kan bære os igennem svære tider. Det så vi gennem pandemien. Og det har vi i højeste grad brug for i verden lige nu.
- Det var min indledning, og så glæder jeg mig til at fortsætte dialogen.