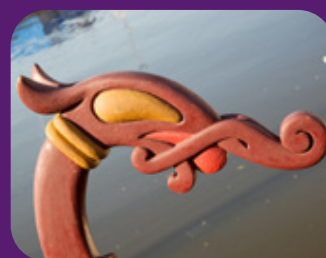


En stærkere helårs- turisme i samspil med kulturlivet

Udspil til styrkelse af
kulturturismen i Danmark



Indhold

Forord	3
1 Afklaring af kulturlivets kommunale, kommercielle rammevilkår	4
2 Sammenhæng mellem skattepolitik og kulturpolitik	6
3 Fritag kulturattraktioner for grundskyldsbetaling	8
4 To politiske verdener der skal mødes	10
5 Kulturen ind i byudviklingen	12
6 Lavere elafgift for kulturinstitutioner	14
7 Styrket mobilitet i hele landet	16
8 Investering i fremtidens danske kulturturister	18
9 Fjern administrative byrder og bureaukrati for private kulturaktører	20
10 Struktureret udvikling af tilbagevendende signaturevents	22

Forord

Danmark står i dag over for en række spændende muligheder og udfordringer, når det gælder udviklingen af kulturturisme. I en globaliseret verden, hvor international konkurrence om turisternes opmærksomhed er intensiveret, især blandt storbyer, er det afgørende at styrke Danmarks position som en attraktiv kulturdestination. Ændrede forbrugsvaner og -ønsker betyder, at størstedelen af de udenlandske turister søger autentiske og unikke oplevelser, der kan tilbyde dem noget særligt og mindeværdigt.

Det er altafgørende at formidle "det der er unikt" for Danmark som en del af vores fortælling. Vores rige kulturarv, unikke historie og smukke natur skal præsenteres på en måde, der appellerer til både udenlandske og indenlandske turister. Efterspørgslen efter disse oplevelser er stadig stigende og åbner op for et betydeligt forretningspotentiale for vores kulturinstitutioner, som samtidig har brug for at styrke deres indtjening for også i fremtiden at kunne videreudvikle og tilbyde innovative og kvalitetsprægede oplevelser.

Samtidig bliver helårsturisme stadig vigtigere for Danmark, ikke kun for at sikre kontinuerlig indtjening, men også for at sprede turismens positive effekter ud over hele året, og dermed undgå sæsonbetonet økonomisk ustabilitet. Erhvervs- og mødeturisme, samt det voksende fænomen "bleisure" (business kombineret med leisure), er som forretningsområder også afhængige af, at der er et stærkt kulturudbud på destinationen. For begges vedkommende kan kulturturisme rumme en del af løsningen.

Kulturturisme bidrager endvidere til at skabe og bevare kultur i hele landet, hele året rundt – og dét styrker vores nationale identitet og samfundets sammenhængskraft. Men for at realisere potentialet er det nødvendigt med en strategisk tilgang, der involverer både offentlige og private aktører. Det kræver en målrettet indsats og de rette rammevilkår at udvikle kulturelle oplevelser, som kan tiltrække turister fra hele verden og samtidig give dem en dybere forståelse og værdsættelse af Danmark.

Med dette politiske udspil ønsker vi at sætte en klar retning for fremtidens kulturturisme i Danmark. Vi skal investere i og fremme vores kulturinstitutioner, styrke samarbejdet mellem erhvervsliv og kultursektoren og skabe rammerne for en bæredygtig og attraktiv turismeindustri, der kan konkurrere på den internationale scene. En investering i turismen er en investering, der forbliver inden for landets grænser – turismens arbejdspladser kan ikke outsources eller flyttes til udlandet, og dermed skaber den vedvarende værdi for vores samfund.

Sammen kan vi sikre, at Danmark fortsat er en foretrukken destination for kulturturister, som søger unikke og autentiske oplevelser året rundt. Og vi kan skabe et endnu stærkere økonomisk fundament under de mange kulturtilbud, som lokale borgere nyder godt af i hverdagen.

1 Afklaring af kulturlivets kommunale, kommercielle rammevilkår

DI ANBEFALER

Den kommende ekspertgruppe for kulturturisme skal komme med anbefalinger til, hvordan Danmark kan styrke sin position som kulturdestination internationalt og forbedre forretningsgrundlaget for kulturvirksomheder, så de bedre kan arbejde kommercielt. Ekspertgruppen bør i samarbejde med Ankestyrelsen give konkrete anbefalinger til, hvordan kommuner kan tolke kommunalfuldmagten i forhold til kulturinstitutioners kommercielle aktiviteter sammen med turismeerhvervet. Dette kan eksempelvis ske ved at opstille standardscenarier, som kulturlivet kan bruge til at vurdere, hvad der er tilladt og ikke tilladt for kommunalt støttede kulturinstitutioner, f.eks. i forhold til nærhed til kommercielle aktører, lignende tilbud i kommunen eller grænseværdier for kommunale tilskud.

VISION

Turisme er et kommercielt erhverv med stor international konkurrence. For at kunne samarbejde effektivt med kommercielle aktører og udvikle attraktive tilbud til det internationale marked, skal kulturlivet også kunne agere kommercielt. Det er nødvendigt, at kulturlivet kan gøre dette indenfor veldefinerede rammer, uden frygt for, at kommunale bidragsydere, med henvisning til kommunalfuldmagten, modsætter sig deres kommercielle aktiviteter.

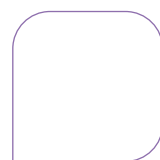
UDDYBENDE

Mange kulturinstitutioner oplever usikkerhed omkring, hvordan kommunalfuldmagten tolkes, og dermed om, hvordan man må agere kommercielt som helt eller delvist offentlig støttet aktør. Usikkerheden omkring fortolkningen af kommunalfuldmagten og frygten for at påkalde sig negativ opmærksomhed, begrænser mange kulturinstitutioners kommercielle tænkning og indgåelse af partnerskaber med spise- og overnatningssteder og andre aktører i turismens værdikæde. Det er vigtigt, at også offentligt støttede aktører skaber og styrker deres kundefokus, hvis der skal appelleres til turister, og her må frygt for at træde ved siden af ikke udgøre en begrænsning.

Kommunalfuldmagten er grundlæggende til for at sikre, at kommuner ikke løser opgaver som varetages af det private erhvervsliv. Den såkaldte mellemledsgrundsætning bevirker, at kommuner heller ikke kan støtte andre aktører, der udfører sådanne opgaver. Da kommunalfuldmagten ikke er en lov, men en ramme der gælder, når der ikke er anden lovgivning, kan det være svært for kulturinstitutioner at vide, hvornår de overtræder reglerne. Scenarier for, hvad der er tilladt og ikke tilladt under kommunalfuldmagten, kan hjælpe kulturinstitutioner og kommunalpolitikere med at tolke reglerne ensartet på tværs af kommunerne. Dette vil skabe mere ens vilkår for samarbejde med det kommercielle turismeerhverv. Det kan også være nyttigt at have en mindre restriktiv tilgang til, hvornår kommunal støtte kræver, at en institution arbejder under kommunalfuldmagten, både i procent af drift og som isolerede beløb.



Foto: Kulturens Analyseinstitut



Case

Kulturens Analyseinstitut har i instituttets første leveår spurgt mange kulturinstitutioner om, hvilke regler der især gør det svært at balancere offentlig støtte med krav og forventninger om egenindtjening. Her er Kommunalfuldmagten et tilbagevendende emne. Kommunale kulturinstitutioner eller selvejende kulturinstitutioner i kommunale lokaler, har nemlig mange steder et meget uklart grundlag for deres egenindtjening. En naturlig respekt for konkurrenceforvriddning og nervøsitet for at træde over strengen bevirker, at mange holder igen og er bange for at tænke i fornuftig forretning. Det er bl.a. spørgsmål som: Må vi egentlig leje lokaler ud – og til hvad – og til hvilken pris? Må vi selv drive et salg – og er det et problem, hvis vi gør det med et fornuftigt overskud? Må vi overhovedet arbejde med sponsorer og partnerskaber? Disse tvivlsspørgsmål betyder, at der mange steder er et uindfriet potentiale i kulturlivets sammenspil med turismesektoren og dermed udvikling og fremdrift i lokalsamfundene – til gavn for alle.



Foto: Kulturens Analyseinstitut



2 Sammenhæng mellem skattepolitik og kulturpolitik

DI ANBEFALER

At der skabes sammenhæng mellem skattepolitik og kulturpolitik, således at kulturinstitutioner ikke straffes skattemæssigt for at leve op til de kulturpolitiske forventninger til kommerciel indtjening. Helt konkret bør skatteministeren og kulturministeren sikre, at kulturinstitutioner ikke beskattes af deres almennyttige virke, blot fordi institutionerne også har kommerciel indtjening.

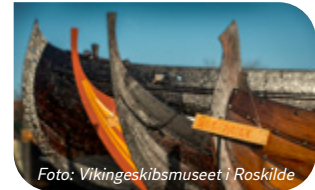
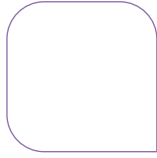
VISION

Kulturinstitutioner skal kunne drive kommercielle aktiviteter på lige vilkår med private virksomheder, uden at kulturinstitutionerne risikerer at skulle beskattes af deres almennyttige virke, eller skulle bruge ekstra administrative ressourcer på at adskille kommercielle aktiviteter i separate skatteenheder.

UDDYBENDE

De seneste mange års kulturpolitiske signaler har peget i retning af, at kulturinstitutioner i højere grad skal tænke i retning af egenindtjening og kommercielle aktiviteter. Dette er tydeligt i den nye museumsreform, hvor museernes egenindtjening påvirker deres statstilskud. Samtidig har Skattestyrelsen i en nylig sag afgjort, at et museum med kommercielle aktiviteter skal beskattes af hele museets overskud, da disse kommercielle aktiviteter ikke kan betragtes som accessoriske, altså relateret til museumsdriften.

Dette betyder, at overskud fra museernes almennyttige arbejde også bliver skattepligtigt. Som følge heraf er nogle kulturinstitutioner tilbageholdende med at udvikle kommercielle aktiviteter, da det kan føre til ekstra skattebetaling og administrative byrder. Skattestyrelsens afgørelser hæmmer derfor den kommercielle udvikling af kulturinstitutioner, selvom de kulturpolitiske ønsker tilskynder kommercialisering og egenindtjening. Det bliver indirekte Skattestyrelsens vurdering af, hvad der kan betragtes som accessorisk drift, der definerer kulturinstitutionernes kommercielle virke, og ikke de kulturpolitiske visioner.



Case

I forbindelse med gennemsyn af museets fondskonstruktion og Vikingskibsmuseet i Roskilde i 2023 kontaktede Skattestyrelsen. I den forbindelse fandt Skattestyrelsen interesse for museets virke og konkluderede efter en gennemgang heraf, at drift af cafe, udlejning af lokaler m.v. ikke er en del af traditionel museumsdrift. Skattestyrelsen har derfor i august 2024 truffet afgørelse, der betyder, at museet fremover skal beskattes af ikke kun den del, der vedrører kommercielle aktiviteter, men også selve museumsdriften. Dette betyder at museet vil være markant dårligere stillet ift. museumsdriften og fremover skal bruge markant flere administrative ressourcer. Alternativt til skattepligt af museumsdriften skal museet skille den kommercielle drift ud i et selvstændigt selskab, uden at dette samlet set stiller museet bedre økonomisk og administrativt.



3 Fritag kulturattraktioner for grundskyldsbetaling

DI ANBEFALER

At alle kommuner fritager selvejende og private museer fra grundskyld, så der skabes lige vilkår. I dag er det knap to ud af tre kommuner, der aktivt vælger at fritage selvejende og private museer fra grundskyld, imens statslige og kommunale museer automatisk er undtaget. Det giver en ulige konkurrencesituation mellem museer, hvor institutioner på hver sin side af en kommunegrænse kan have vidt forskellige vilkår. Hvis de resterende kommuner fritager selvejende og private museer, vil det skabe lige konkurrencevilkår.

VISION

En fritagelse for grundskyld vil reducere museernes omkostninger, styrke deres konkurrenceevne og investeringsmuligheder samt afhjælpe ulige konkurrencevilkår. Dette vil gavne institutioner i kommuner, der ikke tilbyder fritagelse i dag, samt dem, der kun har delvis fritagelse. Det vil koste op til 42,2 mio. kr., hvis alle kommuner fritager museerne for grundskyld, svarende til indtægterne for 2021. Folketinget kan med fordel drøfte, om der skal skabes incitamenter for, at alle kommuner fritager museerne for grundskyld.

UDDYBENDE

Det er i dag forskelligt fra museum til museum, om man betaler ejendomsskat til kommunen – også kaldet grundskyld. Der er flere forskellige muligheder for at blive fritaget for at betale grundskyld. Den første mulighed gælder statslige og kommunalt ejede museer, som automatisk er fritaget for at betale grundskyld – det gælder eksempelvis de største nationale museer som Nationalmuseet og Statens Museum for Kunst. En anden mulighed er, at den kommune, man hører hjemme i, aktivt har valgt at fritage museer for at betale grundskyld. En tredje mulighed, at selvejende institutioner kan fritages for grundskyld, hvis de bebor og ejer fredede bygninger, men svarer grundskyld for den del af ejendommene, der ikke er fredet.

Ifølge Skatteministeriet var der i 2021 60 kommuner, som benyttede sig af en hel eller delvis fritagelse for grundskyld for kulturelle institutioner. Det er særligt i Region Hovedstaden, at der fortsat er mange kommuner, der ikke benytter muligheden. For eksempel har DI kendskab til to sammenlignelige kulturvirksomheder beliggende i hver deres kommune med knap syv kilometers afstand. Den ene betaler over en halv million kroner i grundskyld om året, mens den anden ikke betaler noget. Det giver en åbenlys skæv konkurrencesituation for museer, der f.eks. ligger i en kommune, hvor der opkræves grundskyld, mens der i nabokommunen ikke gør. Derfor opfordrer DI kraftigt kommunerne til at fritage alle museer (i BBR-registeret: bygning til biograf, teater, erhvervsmæssig udstilling, bibliotek, museum, kirke o. lign.) for at betale grundskyld.

Anbefalingen er ikke mindst relevant i lyset af den nye museumsreform, hvor samtlige statsanerkendte museer bl.a. måles på deres egenindtjening og besøgstal. Nogle museer har dog ringere vilkår, da en væsentlig del af deres basisøkonomi går til grundskyldsbetaling fremfor til f.eks. publikumsrettede tiltag, fundraising eller kommerciel udvikling.



Foto: Anders Sune Berg



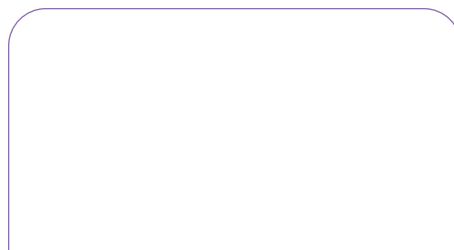
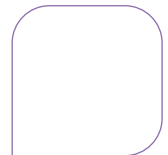
Foto: DI

Case

Hvert år lægger knap 500.000 danske og udenlandske gæster vejen forbi Glyptoteket i hjertet af København som dermed skaber gode oplevelser og kulturel dannelse for en anseelig mængde museumsgæster. Men hvert år må Glyptoteket også aflevere mere end 1,7 mio. kr. til kommunekassen i grundskyld – en betaling, som deres museumskolleger i mere end 60 af landets kommuner vel at mærke er fritaget fra.



Foto: DI



4 To politiske verdener der skal mødes

DI ANBEFALER

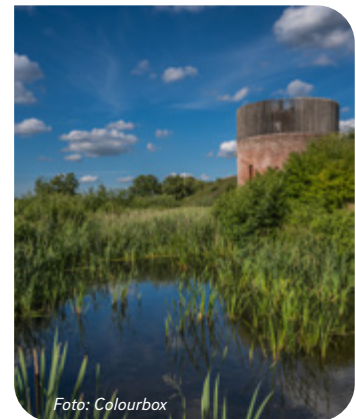
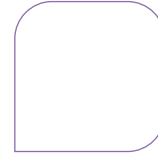
At landets kommuner i højere grad sammentænker kultur og turisme i de kommunale strategier og i den kommunale organisering. Det vil kunne bidrage til et mere naturligt helhedssyn på, hvordan de to områder kan supplere og understøtte hinanden, til gavn og glæde for både tilrejsende og borgere i den enkelte kommune. Ved at integrere kultur og turisme kan kommunerne skabe en synergi, der fremmer lokal identitet og øger attraktiviteten af området som rejsemål gennem succesfulde projekter.

VISION

For langt de fleste turister er kulturlivet en naturlig del af den samlede oplevelse af et rejsemål. Undersøgelser viser således, at ca. 40 pct. af både danske og udenlandske storbyturister er interesserede i at deltage i særlige lokale aktiviteter. En større samtænkning af de to områder på lokalt plan vil kunne skabe en mere helstøbt turismeoplevelse og skabe grobund for ny indtjening for kulturlivet. Ved at fremme en integreret tilgang til kultur og turisme kan kommuner tilbyde unikke og autentiske oplevelser, der differentierer dem fra andre destinationer. Dette kan tiltrække en bredere målgruppe af turister, der søger meningsfulde og berigende oplevelser og samtidig styrke den lokale økonomi gennem øget forbrug i kulturinstitutioner, restauranter, butikker og overnatningssteder.

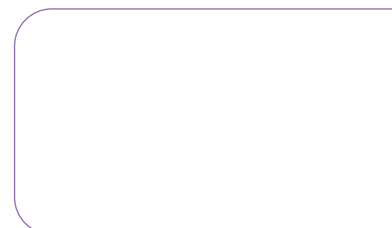
UDDYBENDE

I mange af landets kommuner er turisme og kultur organiseret i to forskellige forvaltninger, og der arbejdes på strategi- og visionsplan med de to områder som adskilte spor. Når der ikke er politisk opmærksomhed på potentialet i et større samarbejde, er der risiko for, at de to områder ikke nærmer sig hinanden i det omfang, der skal til for at opbygge relationer, netværk, gensidig forståelse, fælles visioner og agendaer m.v. For at overvinde disse udfordringer er det nødvendigt at implementere strukturer og processer, der fremmer tværgående samarbejde og kommunikation mellem de involverede parter. Dette kan inkludere fælles arbejdsgrupper, koordinerede strategimøder og fælles mål og målepunkter. Ved at skabe et miljø, hvor kultur- og turismeaktører arbejder naturligt sammen, kan kommunerne maksimere deres ressourcer og opnå større effekt af deres indsats, hvilket i sidste ende vil føre til en rigere og mere dynamisk lokal oplevelse for både borgere og besøgende.



Case

I Viborg Kommune har man i mange år haft kultur, erhverv og events organiseret under samme direktørområde – ”Kultur & Udvikling”. Det har givet en helt naturlig samtænkning af kultur og erhvervmæssigt potentiale, herunder muligheder for at drive turisme via store events. Helt konkret har et årligt internationalt håndboldstævne bidraget til at tiltrække unge mennesker og deres forældre fra hele Europa. Nye, populære udstillinger både på og uden for de faste museer har bidraget til at tiltrække turister i et helt nyt segment, som skaber stor omsætning hos Viborgs erhvervsliv, og en nylig europæisk cykelkonference har været med til at drive både besøg og skabe en unik branding-platform for Viborgs fortælling, inklusiv det nye destinationsudviklingsprojekt omkring Hærvejen til 300 – 400 mio. kr. I Viborg Kommunes forvaltning er der bred enighed om, at der i alle disse tilfælde er høstet betydelige turisme- og erhvervmæssige gevinster, som ikke på samme måde havde ladet sig gøre, hvis organiseringen havde været anderledes.



5 Kulturen ind i byudviklingen

DI ANBEFALER

At kommuner og bygherrer tænker kultur og kulturliv ind som en integreret del af byudvikling – på lige fod med veje, grønne arealer og andre naturlige dele af byrum og byliv – således at fremtidens turist kan opleve den danske kultur som en naturlig del af mødet med Danmark.

VISION

Nutiden og fremtidens turist er ikke som fortidens turist. I dag vil turister i vidt omfang indgå som en organisk del af den destination de besøger, fremfor at stå udefra og se ind. Hvad er den danske kultur? Hvordan lever danskerne? Hvad er det, som gør Danmark unikt og som gør danskerne til ét af de mest lykkelige folkefærd i verden? Det er nogle af de spørgsmål, som kulturturetister leder efter svar på – hvad enten de besøger en dansk storby eller møder Danmark i kyst- og naturturismen. Det betyder også, at turismeoplevelsen ikke kun finder sted i de store ikoniske institutioner, men i lige så høj grad i byrum og som en del af hverdagsoplevelsen. Det bør udviklingen af vores byer tage højde for.

UDDYBENDE

Over de sidste årtier er byudvikling sket med meget varierende – og ofte begrænset – grad af kulturliv indtænkt. Det betyder, at nybyggede boligområder ofte ikke indbyder til ophold og oplevelser – derimod ses det tydeligt, at turismen koncentrerer sig i de områder af særligt storbyer, hvor der er kulturelle oplevelser og kulturel tyngde. Man kan ikke med garanteret succes efterfølgende klistre kulturen på et byrum, hvor den ikke er tænkt ind fra starten, og kommuner bør derfor selv tænke kulturen ind fra starten i udviklingen af nye byområder. Dette kan blandt andet gøres ved at aktivere funktionstømte industriområder og -bygninger som kulturmiljøer for dermed at skabe grundlag for kulturelle og rekreative formål, plads til events og arrangementer samt nye mødesteder for lokale og turister.



Foto: Slagteriet

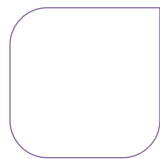
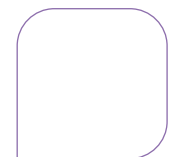


Foto: Slagteriet

Case

Slagteriets vision og mål er at være et ambitiøst produktionshus for kulturelt og kreativt entreprenørskab. Slagteriet er en selvejende institution med base i de tidligere slagterbygninger midt i Holstebro, hvor en grund på 8,4 ha og ca. 13.000 m² etageareal nu er hjemsted for Slagteriet og de mange aktører. Det er Holstebro Kommunes mål med den nye bydel rundt om Slagteriet at skabe et mangfoldigt og attraktivt boligkvarter. Her kommer forskellige boligtyper, uddannelse og kultur til at blive integreret, og offentlige byrum kommer til at binde hele bydelen sammen.



Foto: Slagteriet



Ó Lavere elafgift for kulturinstitutioner

DI ANBEFALER

At regeringen afsætter 10 mio. kr. årligt, så kulturinstitutioner kan blive omfattet af den samme lave elafgift som momspligtige virksomheder i Danmark. Dette vil sikre, at kulturinstitutioner betaler den samme lave elafgift som landets momspligtige virksomheder.

VISION

DI ønsker et konkurrencedygtigt oplevelseserhverv med færrest mulige afgifter og skatter, ligesom vi ønsker det for resten af erhvervslivet. Færre afgifter og skatter vil give bedre muligheder for investering i udvikling og skabe konkurrencedygtige oplevelser. Jo flere ressourcer kulturinstitutioner kan investere i oplevelser, jo bedre kan de imødekomme forbrugernes forventninger og præferencer. Dette vil hjælpe institutionerne med at skabe moderne oplevelser, der appellerer til både danske og udenlandske turister i en skarp international konkurrence.

UDDYBENDE

Den nuværende lovgivning om elafgift skelner mellem momspligtige og ikke-momspligtige virksomheder. Kun momspligtige virksomheder har i dag adgang til en nedsat elafgift. Ikke-momspligtige virksomheder inkluderer lønsumspligtige virksomheder (som dagblade, banker og læger) og typisk kulturelle virksomheder som museer.

Folketinget har de seneste år besluttet at nedsætte elafgiften for momspligtige virksomheder til EU's mindstesats på 0,4 øre/kWh fra 1. januar 2021. Fra 1. januar 2023 gælder denne lave sats også for momspligtige liberale erhverv. Dermed betaler kun ikke-momspligtige erhverv fortsat samme elafgift som private husholdninger.

Elafgiften for husholdninger og ikke-momspligtige erhverv er betydeligt højere end mindstesatsen på 0,4 øre/kWh for momspligtige virksomheder. Den almindelige elafgift er 76,1 øre/kWh i 2024 og vil som følge af de allerede aftalte lempelser falde til 60,1 øre/kWh frem mod 2030. Selv efter disse reduktioner vil ikke-momspligtige virksomheder fortsat betale en højere elafgift end momspligtige virksomheder. Denne høje elafgift er en stor udfordring for museer, zoologiske anlæg og andre energikrævende virksomheder i oplevelsesøkonomien, der er fritaget for moms.

At udvide den lave elafgift til ikke-momspligtige virksomheder vil koste statskassen ca. 200 mio. kr. i tabte skatteindtægter. En mere målrettet lempelse for kulturinstitutioner alene vil koste ca. 10 mio. kr.



Foto: Kattegatcentret

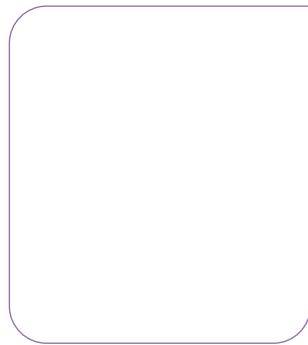
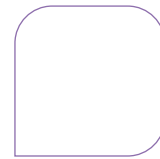


Foto: Kattegatcentret

Case

Kattegatcentret i Grenaa skaber oplevelser, der gør gæsterne klogere på havet og i stand til at passe bedre på vores havmiljø. Men drift af akvarier kræver meget strøm, og selvom Kattegatcentret har installeret egne solpaneler, som dækker en betragtelig del af deres forbrug, betaler de hvert år godt 500.000 kr. i elafgift – penge som Kattegatcentret således ikke kan bruge på formidling, forskning og naturbevarelse.



Foto: Kattegatcentret



7 Styrket mobilitet i hele landet

DI ANBEFALER

At der igangsættes en målrettet indsats på tværs af kommuner, regioner og stat for at sikre tilgængelighed med kollektiv transport til destinationer, attraktioner og kulturinstitutioner i hele landet.

VISION

Langt mere af den indenlandske turismerelaterede transport uden for storbyerne skal foregå med kollektive transportmidler. Der er et stort potentiale i at flytte mere transport fra privatbilisme over i tog og bus og både mindske presset på vejnettet samt nedbringe CO₂-udledningerne.

UDDYBENDE

Den danske kollektive transport er under niveau ift. vores nordiske naboer, hvis man spørger de udenlandske turister. Det gælder både ift. tilgængelighed, service og pris. Samtidig har ca. 10 pct. af arbejdspladserne i erhvervslivet ikke adgang til kollektiv betjening inden for en kilometer. Der bør således identificeres en række prioriterede geografiske områder, hvor myndighederne målrettet går efter at afdække potentialer og muligheder i at styrke den kollektive transports samspil med kultur og attraktioner – både for besøgende og for ansatte.

Mange destinationer, attraktioner og kulturinstitutioner uden for storbyerne er meget dårligt forbundne til kollektiv transport. Som udenbys eller sågar udenlandsk tilrejsende er det besværligt og langsommeligt at komme frem – og som lokal ansat i en turismevirksomhed eller kulturinstitution kan det være tilsvarende svært at bruge kollektiv transport i forbindelse med arbejde, hvilket er særligt problematisk for de mange unge ansatte i turismerelaterede virksomheder.

Det vurderes, at 5% af turistens klimaaftryk relateret til indenrigs transport udgøres af transport i eget køretøj. For at imødekomme udfordringerne på transportområdet har DI i vores 2030-plan foreslået, at der frem mod 2033 afsættes i alt 7,5 mia. kr. til at gøre det mere attraktivt for flere at vælge kollektiv transport i hverdagen. Midlerne skal anvendes på billigere billetter, en takstreform og et mere sammenhængende netværk af busforbindelser med høj frekvens, regelmæssig drift og gode forbindelser til jernbanenettet. Forslaget er fuldt finansieret og vil være til gavn for mobiliteten på arbejdsmarkedet, gøre det nemmere for unge at tage en uddannelse og binde landet bedre sammen på tværs af land og by.



Foto: Fårup Sommerland

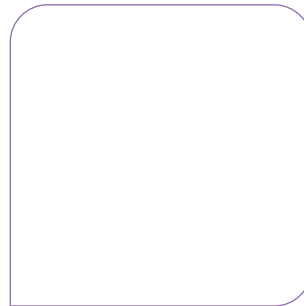


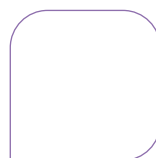
Foto: Fårup Sommerland

Case

Fårup Sommerland ansætter hvert år ca. 600 sæsonmedarbejdere til at byde de ca. 700.000 gæster velkommen i parken. Men som et led i besparelser på den kollektive trafik nedlagde Region Nordjylland i 2023 de to sommerruter, som før forbandt Blokhus og Fårup med hhv. Skagen og Aalborg – og gjorde det dermed svært for gæster og ikke mindst Fårup Sommerlands ansatte, at komme til parken med kollektiv transport. Som følge heraf har Fårup Sommerland i 2024 afprøvet et samarbejde med Nordjyllands Trafikselskab om en genoplivning af ruten, som Fårup har under-skuds-dækket. Samarbejdet har imidlertid været en stor udskrivning for Fårup og er sandsynligvis ikke en langtidsholdbar løsning for virksomheden – som vel at mærke i forvejen skaber stor lokal værdi i form af overnatninger, afledt forbrug og arbejdspladser.



Foto: Fårup Sommerland



8 Investering i fremtidens danske kulturturister

DI ANBEFALER

At kommunerne som led i løftet af servicerammen på 3,5 mia. kr. og den ekstra finansiering i 2025 på 2,5 mia. kr. prioriterer flere midler til skolernes arbejde med at sende børn og unge på lejrskole samt øger skolernes opmærksomhed på tilbud målrettet skolerejser, eksempelvis DSB's gratisordning.

VISION

Indenlandsk turisme er ikke bare en vigtig del af vores danske identitet, det kan også styrke sammenhængskraften og mobiliteten i hele landet. For at fremtidens danske turister skal have interesse i at holde ferie i Danmark, skal de fra en tidlig alder eksponeres for de mange tilbud, vores fantastiske land har at byde på. Det vil gøre det endnu mere naturligt for fremtidens generationer at holde ferie i Danmark.

UDDYBENDE

En tredjedel af danskerne gør ikke brug af kulturtilbud. Kulturvaner formes tidligt i livet, og derfor bør børn opleve mangfoldigheden i de danske kulturinstitutioner som en integreret del af deres skolegang – ikke blot i eget lokalområde, men i hele landet. Ud over at skabe sammenhold og trivsel i klasserne styrker lejrskoler og tilhørende besøg på kulturinstitutioner kvaliteten i undervisningen, da eleverne herigennem møder en varieret og autentisk undervisning uden for klasselokalet.

Desværre viser tallene flere steder en tilbagegang i skolebesøg hos bl.a. oplevelsescentre. Det er en udpræget oplevelse blandt flere kulturelle udflugtsdestinationer, at skolernes økonomi de seneste par år har været presset, og at lejrskolebesøg som følge heraf har været bortprioriteret. Rejsetal fra DSB's ordning for gratis skolerejser viser desuden, at elever i folkeskoler kommer mindre på lejrskole end elever i fri- og privatskoler – under hvert femte barn i 5. – 9. klasse i folkeskolen kom på lejrskole i 2023, imod godt hvert tredje i fri- og privatskoler.

DI har kendskab til attraktioner med formidlingstilbud, som har oplevet et fald på op til 24 pct. i besøg fra skole- og gymnasieelever fra 2022 til 2023 – en udvikling, der lader til at være fortsat i 2024. Denne udvikling minder om vigtigheden af at etablere samarbejder på tværs af forvaltninger og sektorer i den enkelte kommune, hvor kulturen bør ses som et vigtigt instrument til at skabe udvikling, trivsel og fællesskaber på børne- og ungeområdet. Der kan imidlertid især være udfordringer for skoleudflugter i landdistrikterne, hvor afstand og tilgængelighed af transport kan spille en rolle for prioriteringen af udflugter til kulturattraktioner.



Foto: NaturBornholm



Foto: Colourbox

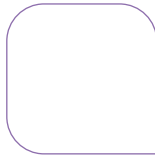


Foto: NaturBornholm

Case

Hos NaturBornholm er lejrskolebesøg afgørende for, at centeret kan holde åbent i for- og efterår, hvor skolernes besøg i hverdage sikrer omsætning nok til, at man kan holde åbent alle ugens dage. Desværre er antallet af lejrskoleelever faldet markant fra cirka 14.000 før COVID-19 til under 9.000 i 2024 – et omsætningstab, der truer centerets mulighed for at opretholde den lange sæson og dermed tilbyde værdifulde naturoplevelser til andre gæstesegmenter, herunder turister.

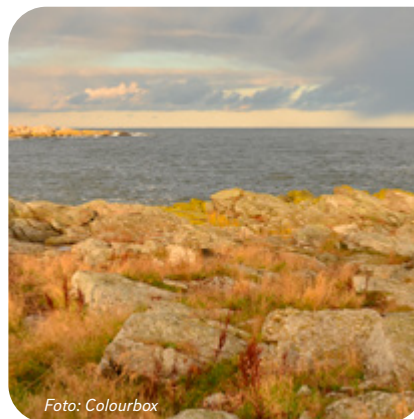
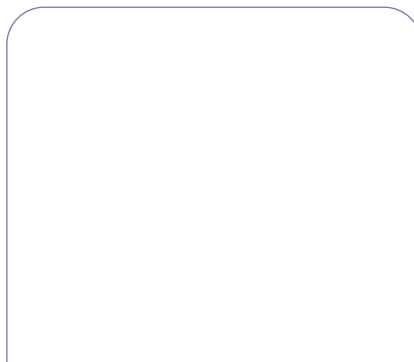
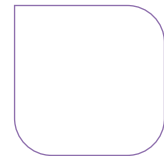


Foto: Colourbox



9 Fjern administrative byrder og bureaukrati for private kulturaktører

DI ANBEFALER

At der i forlængelse af det arbejde, regeringen har igangsat med at fjerne bureaukrati for foreningslivet, iværksettes en lignende indsats for at reducere administrative byrder og bureaukrati for private kulturaktører.

VISON

Det offentliges engagement i kulturlivet er substantielt og uundværligt. Men i tillæg til den helt eller delvist offentligt finansierede kultur leverer det private erhvervsliv et uundværligt bidrag til det samlede kulturudbud i landet. Det bør anerkendes fra politisk side, og det bør tilstræbes, at private aktører skal bruge mindre tid på at opnå tilladelser, godkendelser og på afrapportering til offentlige myndigheder, f.eks. i forbindelse med brug af offentlige udeområder, håndtering af støjklager fra lokalområdet og godkendelse af pladsfordelingsplaner i indendørs venues.

UDDYBENDE

Det danske kulturliv er en mangfoldig og dynamisk sektor, hvor både offentlige og private aktører spiller en afgørende rolle i at tilbyde et varieret og rigt kulturudbud. Desværre oplever private kultur- og eventproducenter ofte, at de møder betydelige barrierer i form af omfattende og kompleks lovgivning og regulering. Disse barrierer hæmmer virksomhedernes muligheder for at bidrage fuldt ud til kulturlivet og skabe unikke oplevelser for borgerne – samt skabe indtjening og arbejdspladser.

Den nuværende lovgivning er ofte unødigt kompliceret og tidskrævende, hvilket betyder, at private virksomheder bruger uforholdsmæssigt meget tid og ressourcer på bureaukratiske processer frem for på at skabe og formidle kultur. Det gælder blandt andet bygningsreglementet BR18, som grundlæggende bevirker, at eventvirksomheder, som har bygninger og faciliteter, der er designet og godkendt til det formål at afholde hyppige og gentagne events, bliver underlagt de samme krav som lejlighedsvis arrangører.

Kultur skabes, hvor mennesker mødes, og den har potentialet til at samle mange mennesker og skabe fællesskaber. Samtidig er det vigtigt at anerkende, at hvor mennesker mødes, kan der opstå gener for andre, eksempelvis i form af støj. Private kulturvirksomheder står ofte over for udfordringer med at håndtere klager over støj og arbejde under utidssvarende vilkår for midlertidighed eller hensyntagen til planlægningshorisonter og tidsfrister. Det er afgørende, at lovgivningen afspejler en balance mellem hensynet til naboer og samfundet som helhed og behovet for at fremme et levende og dynamisk kulturliv.



Foto: Royal Arena



Case

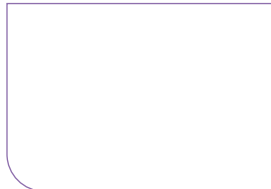
Royal Arena i København er en topmoderne arena med plads til op mod 17.000 gæster, som afholder sportsbegivenheder, koncerter, comedy shows og internationale foredrag. Arenaen bidrager væsentligt til byens kulturliv og tiltrækker både lokale og internationale besøgende, men møder udfordringer på grund af sin placering midt i et beboelsesområde. Brugen af de offentlige udeområder omkring Royal Arena kræver omfattende og tidskrævende godkendelser fra myndighederne, og arenaen ender ofte med at få afslag, bl.a. på grund af bekymring for støjgener for naboerne. En mere fleksibel og tidssvarende lovgivning ville gøre det muligt for arenaen at fokusere på at skabe unikke kulturelle oplevelser, hvilket vil gavne både kulturlivet og samfundet som helhed.



Foto: Getty Images



Foto: Getty Images



10 Struktureret udvikling af tilbagevendende signaturevents

DI ANBEFALER

At regeringen afsætter 10 mio. kr. årligt til at udvikle, teste og afvikle koncepter for nye tilbagevendende signaturevents i skulder- og lavsæson hos destinationer i hele landet. Disse events skal over tid kunne opbygge så stor en attraktionskraft og nyhedsværdi, at de foruden at skabe værdi for lokale og regionale gæster kan tiltrække internationale besøgende. Ud over indholdsudvikling og markedstest m.v. skal de udviklede koncepter indeholde en plan for, hvordan de kan være økonomisk selvberende inden for en given årrække efter lancering.

VISION

DI deler regeringens vision om, at vi skal have mere turisme i lav- og skuldærsæsoner i Danmark. Her er der imidlertid tale om perioder af året, hvor vejret ikke entydigt underbygger oplevelsen af landets mange fantastiske tilbud, og hvor der skal gøres en ekstra indsats for at få turister til at vælge Danmark. Signaturevents rummer potentialet til at skabe tiltrækningskraft og opmærksomhed og dermed understøtte, at hvis man vælger at komme til Danmark uden for sæsonen, så er der stadigvæk noget unikt at opleve.

UDDYBENDE

Signaturevents er genkendelige og attraktive for alle – både lokale borgere og gæster fra ind- og udland. Om det er Copenhagen Light Festival, hvor familier og gæster i København kan opleve byrummet på en ny måde, Masker i Marsken, som siden 2022 har lavet strikkefestival i og omkring Tøndermarsken eller Gamebox Festival i Herning, som særligt henvender sig til de yngre generationer og deres interessefæller fra hele verden. Disse tilbagevendende events tiltrækker endvidere lokale erhvervsdrivende, der tilbyder egne produkter i forlængelse af disse events, hvorved flere afledte effekter opstår.

En betydelig fordel ved at udvikle nye, tilbagevendende events er, at konceptet ikke skal opfindes fra gang til gang, men at der derimod kan bygges på fra år til år. Tilbagevendende signaturevents skaber loyale, trofaste gæster og en særegen genkendelighed, som kan være med til at drive trafik i skulder- og lavsæson. København har flere succesfulde signaturevents uden for højsæsonen, og dette udviklingsarbejde skal styrkes og udbredes til hele landet for at fremme helårsturisme.

Signaturevents rundt i landet kan med fordel udvikles sammen med, eller endda forankres hos, landets destinationsselskaber og med et blik for, hvordan disse events kan inkorporere og skabe værdi for den øvrige fødekæde i branchen – herunder lokale erhvervsdrivende, overnatningstilbud og andre attraktioner.

Tilbagevendende signaturevents uden for højsæsonen taler desuden ind i, og understøtter møde- og erhvervsturismen og udviklingen af tendensen til mere “bleisure”-turisme, hvor hovedformålet er erhvervsmæssigt, men hvor oplevelser og attraktioner indgår som en vigtig komponent i motivation og tiltrækningskraft.



Case

Masker i Marsken er et privat initiativ, der hvert år i slutningen af oktober bringer mennesker sammen om strik for såvel garvede som nybegyndere. Debatter, workshops, musik og mad er nogle af virkemidlerne, og siden opstarten i 2022 har festivalen oplevet en stadig stigende tilslutning. Senest i 2024 oplevede man en markant stigning i tyske gæster på festivalen, som således er et tilbud, der kan være med til at forlænge turistsæsonen og drive turisme – både indenlandsk og udenlandsk – på tidspunkter af året, hvor der traditionelt set ikke har været så meget aktivitet.

Case

Copenhagen Light Festival præsenterer årligt unikke lysinstallationer fra danske og internationale kunstnere, som bringer lys og liv til København om vinteren. Over tre uger tilbyder festivalen gratis kulturoplevelser og skaber et mødested for alle aldre og baggrunde. Udover lyskunst byder festivalen på events som guidede ture og workshops, der giver et dybere indblik i lyskunst og byrum. Festivalen støtter også lokalt erhvervsliv ved at tiltrække besøgende til København og skaber branding-muligheder for partnere. I 2024 nåede festivalen 450.000 besøgende og fik international mediedækning med 548 millioner eksponeringer.





Kontakt:

Lars Bertolt Winther

Chef for DI Turisme, Kultur & Oplevelser

labw@di.dk

di.dk/turisme



© 2024 DI Turisme, Kultur & Oplevelser

