

- POLITISK NOTAT

Danmarks bedste kommune til at fremme turisme og oplevelser

Velfungerende virksomheder inden for overnatning, attraktioner, restaurationer og natteliv er et grundlæggende og værdifuldt aktiv i hele Danmark.

Turisme- og oplevelseserhvervene er vigtige bidragsydere til den danske økonomi, beskæftigelse og identitet. Før COVID-19 lagde området ned, blev der omsat for mere end 139 mia. kr. Turismens betydning for Danmark har været stødt stigende: Fra 2012 til 2019 steg antallet af overnatninger med over 26 pct.

Restriktioner og grænselukninger har kostet turisme- og oplevelseserhvervene over 40 mia. kr., svarende til 33.000 arbejdspladser, alene i 2020. Ligeledes er antallet af overnattende gæster faldet tilbage til niveauet i 2012. Særligt de virksomheder og områder, der lever af udenlandske turister, har oplevet en stor nedgang. Således faldt hotellernes årlige omsætning i 2020 fra knap 42,8 mia. kr. til 18,6 mia. kr.

Det er en bred vifte af virksomheder, som spænder fra hoteller og feriehusene over til museer, forlystelsesparker, festivaler, messer og oplevelsescentre. Oplevelsesøkonomien er en del af et tæt økosystem sammen med de øvrige kulturtilbud, hvor en tur på restaurant, café eller bar for mange gæster hænger uløseligt sammen med gode koncertoplevelser, en tur i teateret, i biografen eller lignende. Levende landdistrikter og bymiljøer er vigtige faktorer for at kunne tiltrække større events og konferencer.

Der er derfor i den grad brug for at genstarte branchen og få sat værdien af turisme og oplevelsesøkonomi på dagsordenen, så vi kan styrke de lokale rammevilkår.

Heldigvis har Danmark en masse gode ting at byde på. Turisme- og oplevelseserhvervene skaber muligheder og beskæftigelse i hele Danmark - fra Hovedstaden i øst til Vesterhavet i vest. Derfor er området også relevant uanset, hvilken kommune, man befinder sig i. Vi skal have styrket det lokale engagement og investeringer, ligesom vi skal bygge videre på tryghed og bæredygtighed som centrale danske styrkepositioner, så alle kommuner arbejder for oplevelsesturismen med en vision om at skabe vækst og udvikling og få større gavn af de tilbud, som overnatningssteder, restauranter og serveringssteder kan tilbyde i samspil med det tilhørende kulturliv.

Derfor fremlægger Dansk Erhverv her en række konkrete forslag, som kan implementeres i alle landets kommuner. Dertil kommer en række succeshistorier, der giver eksempler på, hvordan handlekraftige kommuner har styrket kultur og turisme.

Dansk Erhverv anbefaler

En samvirkende destinationsudvikling

Der er 19 tværkommunale destinationssselskaber i Danmark. Deres fornemteste opgave bliver at sikre, at vi i Danmark får stærke destinationer, der kan klare sig i den internationale konkurrence om turisterne, og at turismen fortsat kan bidrage til at skabe vækst, beskæftigelse og oplevelser i hele landet. En aktiv deltagelse i destinationssselskaberne sikrer en stærkere og mere effektiv profilering af lokale områder, samtidig med at de bidrager til, at der sker en struktureret understøtning af de lokale turisme- og oplevelseserhverv.

Dansk Erhverv foreslår, at:

- man går aktivt ind i et af de tværkommunale destinationssselskaber og melder sit selvstændige destinationssselskab ind i Danske Destinationer.
- destinationssselskaberne har et tæt samarbejde med erhvervslivet, de lokale restauranter, oplevelser og overnatningssteder.
- at der tænkes internationalt ift. markedsføring og tiltrækning af f.eks. sport events.

Lokalt engagement, villighed og investeringer

Kommunale investeringer, engagement og villighed til initiativ er helt centralt for udviklingen af den lokale turisme. Det, at der er ordentlige by- og friluftsmiljøer, at infrastrukturen er i orden og at der er en simpel og billig administration, giver oplevelseserhvervene de bedste betingelser for at drive virksomhed. Kommunen skal være en positiv medspiller og ikke en administrativ modspiller, når det kommer til at arrangere koncerter, afholde en markedsdag eller servere øl i solen. Kommunen bør desuden engagere sig i at understøtte lokale kultur- og oplevelsesprojekter, -aktiviteter og -begivenheder til glæde og gavn for turisterne og de lokale beboere.

Dansk Erhverv foreslår, at:

- man samtænker erhvervsudvikling, kultur og turisme med fysisk planlægning, teknik og miljø.
- der investeres i attraktive bymiljøer med bænke, skulpturer mv. samt i adgang til friluftsliv med stier og toiletfaciliteter ude i det fri. Det understøtter den lokale turisme og oplevelsestilbuddene.
- man prioriterer renholdning og skiltning – også gerne på engelsk, hvor det er relevant.
- der er fokus på at samtænke nødvendig kystsikring med kystudvikling. F.eks. ved at indtænke rekreative elementer som stier, udkigsposter, badeliv mv. i tekniske kystanlæg.
- det er administrativt simpelt at søge om tilladelser til afholdelse af markedsdage, koncerter, opsætning af telte, tilladelse til udeservering og ansøgning om bevillinger etc., samt at gebyrerne herfor afskaffes.
- kommunen i 2021 benytter sig af muligheden for at give et skattefrit gavekort på op til 1.200 kr., som kan bruges til oplevelseserhvervene. Hvis man ikke ønsker en meromkostning, kan det gives som en del af den almindelige løn ved en lønomlægning med medarbejderens samtykke.

Kultur og turisme styrkes med hjælp fra erhvervslivet

Bæredygtighed handler ikke alene klima og miljø, men også om økonomi. Hensynet til den miljø- og klimamæssige bæredygtighed fylder i stigende grad i turisternes rejsevalg. Selv om bæredygtighed ikke er et direkte rejsemotiv, er der stigende forventninger til, at destinationer kan vise, at de passer på miljøet og naturen. Samtidig er det kommunalt finansierede kulturliv økonomisk presset i mange kommuner, hvilket private virksomheder kan være med til at understøtte gennem udbud, sponsorater og partnerskaber.

Dansk Erhverv foreslår, at:

- der i de kommunale turismestrategier indtænkes miljø- og klimamæssig bæredygtighed - evt. ved brug af miljøvenlige løsninger såsom solceller på offentlige toiletter eller biobrydelig plastik i skraldespande.
- man deltager aktivt i KLs "Kommunernes Netværk for Bæredygtig Turisme"
- egnede kulturopgaver sættes i udbud.
- at man undersøger mulighederne for offentlig-privat samarbejde, når det kommer til investeringer og drift af kultur- og sportstilbud, hvor der kan være en kommerciel interesse.
- kommunen skal ikke drive kommerciel virksomhed som f.eks. vandrehjem, campingpladser, autocamperpladser m.v. og hermed gør sig skyldig i offentligt opgavetyveri og unfair konkurrence med private udbydere.

Handlekraft, der har fremmet turisme- og oplevelsesøkonomi

Hovedstadens første strategi for bæredygtig turisme

Det globale fokus på turisme som en udfordring i forhold til bæredygtighed samtidig med, at turismen er vigtig kilde til vækst og beskæftigelse, fik Hovedstadens turistorganisation, Wonderful Copenhagen, til at udarbejde en strategi for bæredygtig turisme. Fremover skulle turismen ikke være en del af problemet, men derimod en del af løsningen til bæredygtig omstilling. Strategien indeholder fire indsatsområder med i alt 12 målsætninger og 26 initiativer. Indsatsområderne handler bl.a. om, hvordan vi både indretter byen til turisme og samtidig tilpasser turisme til byen; om turisternes forbrug og adfærd og om tilvejebringelse af den nødvendige viden til brug i partnerskaber. Københavns Kommune ser fokuset på bæredygtighed som en styrke, da mange turister kommer for at cykle i byen eller for at bade i havnen og opleve, hvordan cykelbroer giver nyt liv. Det bidrager til en stigende international interesse for København.

Sjællands højeste udkigstårn realiseret i konstruktivt samarbejde

Gissfeld Kloster i Faxe Kommune havde i 2014 et ambitiøst ønske om at opføre Sjællands højeste udkigstårn på 50 meter i forlængelse af deres klatrepark, Camp Adventure. Projektet rummede grundet sin størrelse væsentlige udfordringer i forhold til naturbeskyttelsesloven, planloven, trafikale adgangsforhold med mere. Derfor blev der indgået et tæt samarbejde med Center for Erhverv og Udvikling i Faxe Kommune for at kunne realisere projektet bedst muligt. I 2019 kunne man åbne et tårn på 45 meter med udsigt over hele Sjælland. En seværdighed af international karakter, som tiltrækker hundredetusindsvi af turister årligt fra ind- og udland.

Kineserne har opdaget Fyn

Fyn er vel ikke meget større end et sømhoved i forhold til store Kina, men det forhindrer ikke det fynske turistsamarbejde i at markedsføre Fyn langt væk hjemmefra. For nogle år siden lagde Odense Byråd en omfattende plan for en genskabelse af bymidten. Dette omfattende projekt gav Odense Bys Museer mulighed for at nytænke området omkring H.C. Andersens fødehjem. Projektet er unikt, for af alle steder i verden er det kun denne placering, som kan kombinere H.C. Andersens eventyrlige univers med stedets betydning og autenticitet: Stedet, hvor H.C. Andersen

blev født - midt i den by, hvor han voksede op og fandt inspiration til sine senere eventyrfortællinger. Der er et kæmpe potentiale i Kina takket være H.C. Andersen, og de første resultater af et fynsk turistsamarbejde allerede har vist sig i Odense, hvor "Andersens Hometown" er blevet markedsført aktivt i Kina med hjælp fra *Destination Fyn* og partnere som Odenses hoteller, museer og detailhandlen. Der er sket en mangedobling af besøgende fra Kina i Odense, så kineserne nu er den næststørste gruppe af gæster efter danskerne i H.C. Andersens Hus.

Kontaktoplysninger for yderligere spørgsmål og kommentarer



Lars Ramme Nielsen

Chef for turisme og oplevelsesøkonomi

+45 3143 6793

LRN@DANSKERHVERV.DK

Mere læsestof om turisme- og oplevelsesøkonomi

Oplevelsessektoren i knæ

Maj 2021

Selvom virksomhedernes omsætning er på vej mod en normalisering i flere brancher, er turisme- og oplevelsessektoren stadig helt i knæ, og normalisering har lange udsigter. Selv hvis alle restriktioner blev ophævet i morgen, vil 48 pct. af Dansk Erhvervs medlemmer i turisme- og oplevelsessektoren skulle vente mere end et halvt år før omsætningen er normaliseret.

Link: <https://www.danskerhverv.dk/politik-og-analyser/analyser/oplevelsessektoren-i-kna/>

Dansk turisme vinder stort på ishockey-VM

Maj 2018

Store sportsevents styrker Danmark. Det så vi i 2018 da København og i store dele af Midtjylland med Herning som epicenter havde over 350.000 ishockeyfans fra hele verden i gadebilledet, i hotellernes receptioner og på barer og restauranter. Og det var noget, der kunne mærkes på bundlinjen.

Link: <https://www.danskerhverv.dk/presse-og-nyheder/nyheder/2018/maj/dansk-turisme-vinder-stort-pa-ishockey-vm>