

[Industriministeren]

efter en markeds- og erhvervsorienteret strategi.

Danmarks Turistråd besidder en dybtgående knowhow vedrørende markedsføring af Danmark i udlandet og på hjemmemarkedet og udgør et værdifuldt videncenter om turistudviklingen i dens helhed. Denne ekspertise bør i stigende omfang udnyttes af såvel turisterhvervet som offentlige medaktører.

Med det turistpolitiske handlingsprogram introduceredes hjælp til selvhjælp-princippet i turistfremmeindsatsen. Princippet, der med sit krav om erhvervets økonomiske medvirken sikrer, at indsatsområderne er relevante og effektgivende for erhvervet, anvendes nu tillige på en række af Danmarks Turistråds øvrige aktiviteter, der således gennemføres på et langt bredere økonomisk grundlag og med større sikkerhed for effekt og succes.

Erhvervets medfinansiering sikrer, at der i den omfattende turistmarkedsføring på både hjemme- og udlandsmarkederne, der koordineres og gennemføres af Danmarks Turistråd, er fuld overensstemmelse mellem markedsføring og det reelt tilgængelige produkt.

Det styrkede økonomiske grundlag, der skabes via matchingprincippet, og den bevægelighed, hvormed midlerne anvendes, har skabt en økonomisk satsningsvilje i erhvervet og dermed dynamik i hele turistfremmeindsatsen, der efter regeringens opfattelse bør fastholdes og videreudbygges.

De seneste års turistpolitiske indsats har således bragt turismen effektivt ind i en bred erhvervspolitisk sammenhæng, hvorved den dels har undergået en rivende udvikling, dels har opnået en bevågenhed og respekt svarende til dens samfundsøkonomiske betydning.

III. Målsætninger for den turistpolitiske indsats

Den målsætning, hvorunder de forløbne års turistfremmeindsats har været gennemført, vil fortsat være gældende, om end der under hensyn til indhøstede erfaringer kan blive tale om nye virkemidler.

Det er målsætningen på et erhvervspolitisk grundlag og i samarbejde med turisterhvervet gennem igangsættende initiativer at fremme strukturudviklingen i sektoren, således at den ud fra en professionel, markedsorienteret holdning bliver i stand til at levere et tidstilpasset turistprodukt præget af kvalitet og service.

Der vil i den fremtidige indsats blive lagt vægt på at betragte turismen som del af et bredt erhvervsmæssigt spektrum, således at erhvervets udviklingsmuligheder udnyttes optimalt og den reelle økonomiske og beskæftigelsesmæssige effekt bliver synlig.

I det følgende gennemgås de enkelte turistpolitiske indsatsområder.

Markedsføring

Den overordnede og bærende aktivitet i turistfremmeindsatsen er markedsføring.

Indsatsen er øget stærkt inden for de seneste år og er på grund af matchingprincippet baseret på omfattende budgetter, der muliggør stor synlighed og gennemslagskraft. Det operationelle marketingbudget på eksportmarkederne er således fra 1987 til 1990 øget fra ca. 20 mio. kr. til knap 120 mio. kr.

I bilag 9 ses Danmarks Turistråds samlede markedsføringsindsats med angivelse af finansieringsmønstret, kombineret med Danmarks Turistråds driftsudgifter, dækkende perioden 1988-91. (Ikke optrykt her).

Den kombinerede produkt- og imagemarkedsføring gennemføres i et idémæssigt og økonomisk samarbejde mellem Danmarks Turistråd og erhvervet. Indsatsen koordineres og iværksættes af Danmarks Turistråd på grundlag af en såkaldt indsalgsmodel, hvorefter erhvervet køber sig deltagelse i markedsføringen.

Det er på baggrund af de hidtil opnåede, meget positive resultater regeringens hensigt, at der gennem styrkelse af erhvervets forståelse for vigtigheden af en målrettet og professionel markedsføring skal ydes en fortsat og forstærket indsats på dette område.

Produktudvikling

En væsentlig målsætning i turistfremmeindsatsen er øget produktudvikling. Hvis det danske turistprodukt ikke bestandig lever op til tidernes skiftende krav, bliver kunden væk, uanset at erhvervet selv finder det udbudte produkt ypperligt.

Indsatsen har f.eks. ført til etablering af vandlande, bygning af moderne hoteller og conferencecentre, luksusferiehuse, kasinoer, udbygning af forlystelsesparker og andre attraktioner samt udbud af individuelle pakke- og kombinationsprodukter.