

cielle behov. Der samarbejdes tæt med turisterhvervet om opbygning af nye sæsoner med henblik på at forbedre rentabiliteten i erhvervet, hvilket er en forudsætning for gradvist at få øget beskæftigelsesmulighederne for flere heltidsansatte. Turisterhvervets finansieringsandel af de samlede kampagneomkostninger varierer efter hvilke tidspunkter på året kampagneafviklingen finder sted, således at erhvervet selv bærer størsteparten af omkostningerne til kampagner, der retter sig mod den traditionelle højsæson.

ad 2. Midlerne anvendes til fremme af etableringen af netværk inden for turisterhvervet, hvorved samarbejdet mellem interessenter inden for det traditionelle turisterhverv og øvrige samarbejdspartnere styrkes.

ad 3. Midlerne anvendes til en række enkeltstående aktiviteter til generel gavn for turisterhvervet, f.eks. markedsanalyser, garantiordning for større kulturelle og andre arrangementer, fremme af kongresturisme, administration m.v.

20. Danmarks Turistråd

Tilskuddet ydes til fremme af turismen inden for og til det danske rige.

Danmarks Turistråd er en markedsføringsorganisation, der er opbygget omkring en række specialistfunktioner med henblik på at servicere turisterhvervet, både i Danmark og på de markeder, hvor Danmarks Turistråd har etableret egne markedskontorer.

Centrale aktivitetsoplysninger for driftsområdet:

i 1000 overnatninger	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
1. Hotelovernatninger i Danmark										
- udenlandske.....	4.480	4.378	5.145	5.760	6.342	6.868	7.438	8.056	8.724	9.449
- danske.....	4.537	4.856	5.418	5.704	5.775	6.093	6.428	6.781	7.154	7.548
2. Campingovernatninger i Danmark										
- udenlandske.....	3.290	3.214	3.506	3.729	4.284	4.541	4.814	5.102	5.408	5.733
- danske.....	6.583	7.203	7.807	8.225	8.271	8.693	9.136	9.602	10.092	10.607
3. Feriehusovernatninger i Danmark										
- udenlandske.....	-	8.312	9.878	11.081	18.526	20.608	25.698	32.046	39.961	49.331
- danske.....	-	1.061	1.377	1.572	1.708	1.968	2.267	2.611	3.008	3.465

Fremskrivningerne er beregnet ud fra den gennemsnitlige årlige procentstigning frem til 1991 for de forskellige indkvarteringsformer. Ved beregningen af de ca. 50 mill. feriehusovernatninger i 1996 er der ikke taget hensyn til eventuelle udviklingshæmmende faktorer i form af kapacitetsbegrænsninger o.lign.

Danmarks Turistråds markedskontorer beskæftiger i alt 51 medarbejdere, der med udgangspunkt i markedsforholdene gennemfører et direkte salgsarbejde over for rejseindustrien, planlægger og gennemfører markedsføringskampagner med størst mulig matchning imellem egne og turisterhvervets midler, udøver et aktivt presse- og PR-arbejde, videreformidler information omkring Danmark direkte til konsumenter, servicerer danske virksomheder i deres bestræbelser på at gennemføre et effektivt salgsarbejde på markederne samt foretager en tæt markedsovervågning bl.a. med henblik på opdyrkning af nye kundesegmenter.

Til drift af markedskontorerne og markedsføring forventes Danmarks Turistråd i 1993 at anvende 86,5 mill. kr. incl. 10 mill. kr. fra det turistpolitiske handlingsprogram. Heraf andrager lønudgiften 18,5 mill. kr. Det forventes, at rådets samarbejdspartnere, herunder primært det danske turisterhverv, bidrager med et beløb i størrelsesorden 80 mill. kr. til markedsføringskampagnerne.