

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	1989	1990	1991	1992	1993	1993 ¹	1994	1995	1996	1997
1. Hotelovernatninger i Danmark										
- udenlandske.....	5.145	5.760	6.321	6.566	7.438	7.275	8.061	8.931	9.896	10.965
- danske.....	5.418	5.704	5.775	5.881	6.428	6.175	6.484	6.808	7.148	7.506
2. Campingovernatninger i Danmark										
- udenlandske.....	3.506	3.729	4.277	5.369	4.814	6.115	6.965	7.933	9.036	10.292
- danske.....	7.807	8.225	8.271	8.812	9.136	9.270	9.752	10.259	10.793	11.354
3. Feriehusovernatninger i Danmark										
- udenlandske.....	9.878	11.081	16.526	20.403	25.698	25.687	32.340	40.717	51.262	64.539
- danske.....	1.377	1.572	1.708	1.512	2.267	1.668	1.840	2.029	2.238	2.468

¹ Revurderede finanslovtal.

For perioden 1994-1997 er tallene revurderede i forhold til FL 1993.

Tallene i 1991-1993 er revurderede pga. ændret opgørelsesmetode.

Fremskrivningerne er beregnet ud fra den gennemsnitlige årlige procentstigning frem til 1992 for de forskellige indkvarteringsformer.

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, viderefører 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 1994 at anvende 75,5 mill. kr. incl. 5 mill. kr. fra det turistpolitiske handlingsprogram. Heraf andrager lønudgiften 15,0 mill. kr. Det forventes, at rådets samarbejdspartnere, herunder primært det danske turisterhverv, bidrager med et beløb i størrelsesorden 80 mill. kr. til markedsføringskampagnerne.

Danmarks Turistråds hovedkontor beskæftiger i alt 50 medarbejdere, der ud over at koordinere den overordnede indsats på de enkelte markeder, tillige løser forbindelsesopgaver af informationsmæssig karakter i relation til danske virksomheder, turistforeninger og organisationer. Endvidere løser Danmarks Turistråd informationsopgaver i relation til det danske samfund, gennemfører markedsanalyser samt viderekommunikere turistfaglig viden til danske virksomheder, turistforeninger og organisationer. Til den overordnede planlægning og styring forventes hovedkontoret i København i 1994 at anvende 34,4 mill. kr. Heraf andrager lønudgiften 15,0 mill. kr.

Kontoen reguleres på forslag til tillægsbevillingslov for 1994 svarende til den hidtidige praksis for Danmarks Turistråd.