

Der budgetteres med følgende vejledende tilsagns- og udbetalingsforløb:

Mill. kr.	Tilsagn	Budgetterede udbetalinger					
		B 1994	F 1995	BO 1 1996	BO 2 1997	BO 3 1998	Efter 1998
Udestående tilsagn pr. 31. dec. 1993 .....	28	16	9	3			
Tilsagnsgivning:							
1994 .....	85	72	10	3			
1995 .....	109		87	17	5		
1996 .....	91			68	22	1	
1997 .....	91				68	23	
1998 .....	85					64	21
I alt .....	489	88	106	91	95	88	21
Overførselsforbrug .....		16	19	23	27	24	
Udbetalingsbevilling.....		85	106	89	91	88	

### Strukturudvikling

Et stærkt lokalt og regionalt engagement fra virksomheder, amter og kommuner til turistmæssig markedsføring og produktudvikling er en væsentlig forudsætning for fortsat udvikling af dansk turisme.

Der afsættes i forlængelse heraf midler til at styrke den regionale turismeindsats ved at tilskynde til etablering af regionale samarbejdsstrukturer mellem amter, kommuner og erhvervsinteressenter. Disse vil på sigt udgøre de decentrale omdrejningspunkter for turismeudviklingen.

Støtten til etableringen af de regionale samarbejder vil ske ved en videreførelse og videreudvikling af Turismenetværksordningen, hvorigennem der ydes støtte til udvikling og etablering af forpligtende netværkssamarbejder mellem de typisk mange små og forskelligartede virksomheder, som tilsammen udgør det danske turisterhverv.

Den statslige støtte, både til regioner og til andre typer samarbejdsnetværk, forudsætter væsentlig medfinansiering fra deltagere, herunder fra amter, kommuner og enkeltvirksomheder. I tilknytning til støtten til regional- og netværksudviklingen vil der ske en trinvis udfasning af tidligere års By- & Tematurismepulje, hvorunder der blev givet støtte til forskellige tema- og nicheprojekter.

Som et væsentlig indsatsområde vil der blive anvendt midler specielt på at styrke produktudviklingen og markedsføringen af erhvervsturismen. Dette vil først og fremmest ske i form af støtte til relevante interessenter i de store byer, der arbejder med den del af erhvervsturismen, som kan påvirkes ved produktudvikling og markedsføring.

Midlerne til strukturudviklingen administreres af et bevillingsudvalg, der er sammensat af repræsentanter fra turisterhvervene og andre relevante parter.

### Markedsføring

Den statslige markedsføringsindsats vil fremover bestå af dels udviklingsaktiviteter (opdyrking af nye markeder og målgrupper) og dels markedsvedligeholdelse (opretholdelse af indsatsen på allerede opdyrkede markeder).

Der vil i lighed med tidligere år fortsat blive ydet statslig medfinansiering til markedsvedligeholdelsen blandt andet for at sikre, at aktiviteterne fremmer og understøtter et relevant og optimalt Danmarks-image i udlandet. Det statslige engagement i denne type markedsføring vil imidlertid over en årrække være aftagende til et vist minimumsniveau. I takt med dette forventes virksomhedernes økonomiske andel at blive større.

Formålet hermed er at frigøre statslige midler til udvikling af helt nye markeder og målgrupper. Arbejdet med at opdyrke og udvikle nye markeder er meget omkostningskrævende og