

dag en god indikator for innovation i dansk turisme.

Det er regeringens mål, at dansk turisme frem til 2005 udmærker sig ved produktinnovation, som imødekommer turisternes krav til kvalitet og oplevelser. Regeringen vil derfor igangsætte arbejdet med at udvikle en indikator for turismeerhvervets innovation og på den baggrund opstille konkrete mål for perioden 2000 til 2005.

Bæredygtighed

Det er et vigtigt mål, at turismeerhvervet bidrager til at sikre grundlæggende danske velfærdsværdier. Turismen har en særlig opgave i at udvikle og markedsføre Danmark som en miljøbevidst og tilgængelig destination for alle grupper i samfundet.

Der findes i dag ikke mål for bæredygtighedsniveauet hos de enkelte europæiske destinationer. Tilsvarende findes der ikke opgørelser inden for EU over antallet af godkendte handicapegnede overnatningssteder og attraktioner.

Det er regeringens mål, at Danmark fremstår som en miljømæssigt bæredygtig og handicap-egnet turistedestination. Regeringen vil derfor igangsætte arbejdet med at udvikle en indikator for henholdsvis bæredygtighed og andelen af handicapegnede overnatningssteder og attraktioner på EU-niveau og på den baggrund opstille konkrete mål for perioden 2000 til 2005.

De nye udfordringer for dansk turisme stiller særligt krav til en indsats inden for 5 områder:

- En ny national strategi.
- Øget viden- og kompetenceudvikling inden for dansk turisme.
- Styrket produktinnovation og dannelse af strategiske alliancer.
- Profilering af et stærkt og entydigt »brand« for dansk turisme, strategisk markedsudvikling og fremtidssikret distribution.
- Kvalitet i den offentlige regulering.
- Regeringen vil tage initiativ til at gå i dialog med arbejdsmarkedets parter for at se på, hvordan anvendelsen af midler i Arbejdsmarkedets Feriefond kan koordineres med regeringens turismepolitik.
- I de følgende afsnit redegøres for udviklingen under indsatsområderne, og der redegøres for udfordringerne og regeringens initiativer inden for hvert område.

5. EN NY NATIONAL STRATEGI

Det er vigtigt for udviklingen af turismen, at turismefremmesystemet er indrettet på en måde, så de enkelte aktører kan sætte ind med de nødvendige kompetencer på alle niveauer i turismens værdikæde - fra produktudvikling til afsætning. I dag er turismefremmeaktørerne Danmarks Turistråd, de regionale turismeudviklingselskaber, Turismens UdviklingsCenter, Dansk Center for Turismeforskning m.v.

Det er centralt, at der er en klar arbejdsdeling mellem de enkelte aktører i turismefremmesystemet, som kan sikre en optimal og hensigtsmæssig ressourceudnyttelse. Det er vigtigt med kontinuitet i og en strategi for de opgaver, som skal løftes. Udviklingen af dansk turisme bør derfor gå i retning af, at alle turismens centrale aktører arbejder ud fra den samme strategi.

5.1. Initiativ til formulering af en ny national strategi for forretningsområder

For at målrette og samordne den offentlige turismefremmeindsats, så indsatsen i højere grad tilpasser sig den internationale markedsudvikling, skal der udformes en klar national strategi for produktudvikling og markedsføring inden for de tre forretningsområder: Kystturisme, erhvervsturisme og byturisme.

Strategien skal tage udgangspunkt i potentialet på markederne, og de muligheder, der er for produktudvikling i Danmark inden for hvert forretningsområde. På den baggrund skal der for hvert af forretningsområderne tages stilling til, hvilke markeder og målgrupper der skal arbejdes, hvilken produktudvikling der skal ske i de enkelte regioner i Danmark, og hvordan produkterne gøres synlige og tilgængelige for de prioriterede markeder og målgrupper.

Hvis der i den nationale strategi for kystturismen fx lægges op til en bearbejdning af lukrative målgrupper i Sydtykland, vil der være behov for et tæt offentligt-privat samspil mellem transportvirksomheder, feriehusudlejere, kommuner, friluftsanserter samt offentlige og private attraktioner om at udvikle et attraktivt samlet oplevelsesprodukt, der er tilgængeligt for de sydtyske turister. Tilsvarende, hvis der i den nationale strategi for erhvervsturismen lægges op til en bearbejdning af firmamøder fra Storbritannien, vil der være behov for, at transportselskaber, kommunerne, hoteller, konferencearrangører og offentlige kulturinstitutioner går sammen om at udvikle et attraktivt konferenceprodukt, der gøres tilgængeligt på det en-