

## Boks 2. VisitDenmark

VisitDenmark er Danmarks nationale turismeorganisation, og drives som en erhvervsdrivende fond, der medfinansieres gennem årlige basis- og projektbevillinger fra staten og gennem salg af serviceydelse til turismeerhvervet og andre parter. VisitDenmark har hovedkontor i Danmark samt markedskontorer i Norge, Sverige, Tyskland, England, Holland, Italien, Japan og USA, hvor der tilsammen er ansat ca. 100 medarbejdere. VisitDenmark ledes af en bestyrelse bestående af ni medlemmer, hvoraf syv er udnævnt af økonomi- og erhvervsministeren efter indstilling fra bl.a. turismeerhvervet.

VisitDenmark har fire centrale opgaver:

- 1 At brande Danmark gennem de internationale markedskontorer. Fx i form af kampagner, medieomtale samt bearbejdning af udenlandske rejsearrangører og presse, der kan styrke dansk turismes attraktion, tilgængelighed, profil og synlighed over for specifikke målgrupper.
- 2 At understøtte innovationen i det danske turisterhverv ved at igangsætte og deltage i konkrete innovative projekter. Fx »Aktiv-Danmark« projektet, hvor der er etableret et offentligt-privat samarbejde, der styrker grundlaget for investeringer i udvikling og markedsføring af produkter, der relaterer sig til »aktiv-ferie«, herunder golf, wellness, cykling, lystfiskeri, sejlsads og gastronomi mv.
- 3 At opbygge en viden, som turismeerhvervet kan trække på. Dels viden om de enkelte markeder gennem markedskontorerne, dels viden om udviklingen i turismen generelt, fx gennem den økonomiske turismemodel TØBBE\*.
- 4 At varetage driften af den officielle danske turismeportal »VisitDenmark.com«, hvor det danske turismeprodukt præsenteres på 11 forskellige sprog.

\* TØBBE står for Turismens Økonomiske og Beskæftigelsesmæssige Betydning

På lokalt plan bidrager kommunerne til at sikre og udvikle et lokalt modtageapparat i form af turistinformationer og -bureauer. Den kommunale indsats er ofte organiseret i tværkommunale enheder for at sikre sammenhæng og kritisk masse i den lokale indsats. På regionalt plan har kommunale, amtslige og private aktører siden 1996 bidraget til finansieringen af Danmarks otte regionale turismeudviklingsselskaber, der varetager opgaver inden for regional markedsføring og produktudvikling.

Størstedelen af statens bevillinger til turisme går til at medfinansiere VisitDenmark. VisitDenmark har således modtaget et statsligt tilskud på over 110 mio. kr. årligt gennem de seneste 10 år.

Opgøres de statslige bevillinger til de nationale turismeorganisationer pr. indbygger ligger bevillingen til VisitDenmark i 2004 på niveau med bevillingen til Finland samt over niveauet i bl.a. Holland, Sverige, Storbritannien og Tyskland. I Irland er bevillingerne større. Den statslige bevilling til VisitDenmark svarer til ca. 23 dkr. pr. indbygger. I Holland og Tyskland anvendes der henholdsvis 10 og 2 dkr. pr. indbygger.

I Irland, som skiller sig væsentligt ud fra de andre europæiske lande, udgør bevillingen ca. 100 dkr. pr. indbygger.

Turismeerhvervet medfinansierer den nationale turismefremmeindsats i Danmark. I 2004 var den direkte private medfinansiering til VisitDenmark på 75,5 mio. kr. svarende til 36,8 pct. af den samlede indkomst. Det svarer til niveauet i Finland, Holland og Østrig og ligger over niveauet i lande som Storbritannien, Tyskland og Irland. Til gengæld er den private medfinansiering til de nationale turistråd noget højere i Sverige og Norge.

## 5. REGERINGENS TURISMEPOLITISKE MÅL OG INITIATIVER

Det er regeringens ambition, at der skabes vækst i turismeerhvervet gennem en fokuseret indsats på at udvikle det danske turismeprodukt og markedsføringen af Danmark som turistdestination. Regeringen har derfor opstillet tre mål for perioden 2006-2010, jf. nedenstående boks 3.