

somheder og organisationer samt udenlandsk presse. Det er en forudsætning for filmens udvikling, at private virksomheder og organisationer medfinansierer filmen med mindst halvdele af omkostningerne.

5.3 Styrkelse af uddannelse og forskning

Et højt viden- og kompetenceniveau er en vigtig forudsætning for at styrke turismeerhvervets innovationsevne. Det gælder for turismeerhvervet, såvel som for de øvrige eksportorienterede erhverv, at den fremtidige vækst ikke kan baseres på priskonkurrence, men i langt højere grad på nytænkning, kvalifikationer og kvalitet. Det kræver, at turismeerhvervet har adgang til kvalificeret arbejdskraft og viden.

Om end der i dag findes erhvervsfaglige uddannelser med relation til turismeerhvervet, og der samtidig er introduceret flere nye turismefaglige uddannelser på universitetsniveau, er der behov for at øge kompetenceniveauet i turismeerhvervet. Det er regeringens forventning, at den kommende reform af voksen- og efteruddannelserne, som forhandles mellem regeringen og arbejdsmarkedets parter i foråret 2006, vil medføre et potentiale for større efteruddannelsesudbud inden for områder, hvor efterspørgslen er stor. De videregående uddannelsesinstitutioner forventes ligeledes at få bedre mulighed for at udbyde uddannelser, som de vurderer, der er efterspørgsel efter. Potentialet for kompetenceudvikling er således til stede – men det vil være op til turismeerhvervet at vise den fornødne efterspørgsel.

Ligeledes kan forskning og et tættere samspil mellem turismeerhverv og videninstitutioner danne grundlag for innovative turismetilbud. Forskning kan bl.a. bidrage til at turismeerhvervet hurtigere end i andre lande fanger nye trends inden for områder, hvor der er potentiale for at udvikle nye styrkepositioner – fx inden for læringsturisme, wellness, aktive feriereformer mv. Kultur- og oplevelsesøkonomien, hvor turismen indgår sammen med kultur, design, sport og underholdning, øger endvidere behovet for forskning og samspil mellem forskning og erhverv i turismen.

Regeringen vil derfor styrke forskningen. Med finanslovsaftalen for 2006 er der afsat 78 mio. kr. i perioden 2006-2008 til forskning i såkaldte HotSpots inden for videnområderne; den globale virkelighed, innovation og kreativitet, oplevelsesøkonomi samt markedsforståelse og brugerdreven innovation. Midlerne vil blive ud-

budt i åben konkurrence af Det Strategiske Forskningsråd.

5.4 Fortsat markedsudvikling

Hvis Danmark også fremover skal være blandt de førende turistdestinationer, er det nødvendigt, at fornyelsen i markedsføringen og udviklingen af Danmark som turistdestination fortsættes. På finansloven for 2006 er der lagt op til, at statens bidrag til VisitDenmark bliver fastholdt på et nogenlunde konstant niveau i årene fremover. Det betyder, at VisitDenmarks indsats for at brande Danmark og understøtte innovationen i turismeerhvervet kan fortsætte.

VisitDenmark skal arbejde for, at der i udlandet hele tiden er opmærksomhed om Danmark som turistdestination. Det skal ske gennem kampagner, medieomtale og bearbejdning af udenlandske rejsearrangører og presse.

Desuden skal VisitDenmark understøtte innovationen i turisterhvervet ved at igangsætte og deltage i konkrete innovative projekter. Det er i den forbindelse særlig vigtigt, at VisitDenmark gennem et offentlig-privat samarbejde bidrager til, at der i kystferieturismen udvikles nye produkter og fokuseres på nye målgrupper med et stort vækstpotentiale.

Turister orienterer sig i stadig større omfang om destinationer samt booker og køber et stigende antal rejseprodukter over nettet. For at styrke Danmarks digitale profil vil VisitDenmark derfor lancere en ny version af den officielle danske turismeportal »visitdenmark.com« i 2006. Derved åbnes nye muligheder for digital markedsføring, og samtidig gøres det lettere for turisterne at købe danske turisme produkter via online booking.

Endelig skal VisitDenmark også fremover opbygge en viden, som hele erhvervet kan trække på. Dels viden om de enkelte markeder gennem markedskontorerne, dels viden om udviklingen i turismen generelt.

5.5 Bedre transportmæssige rammer

Særligt på storbyturismeområdet er adgang med lavprisflyruter en vigtig forudsætning for at skabe vækst, idet den transportmæssige tilgængelighed øges. Hidtil har den såkaldte passagerafgift gjort det mindre attraktivt for lavprisselskaberne at beflyve de danske lufthavne, herunder især lufthavne i provinsen. Passagerafgiften er en afgift på 75 kr. pr. afrejsende passager fra en dansk lufthavn, uanset om destinationen er indenrigs eller udenrigs.