

mødeprodukter samt forbedring af fx tilgængelighed, overnatningsfaciliteter og værtskab i tilknytning hertil. Partnerskaberne skal samtidig udvikle idéer til nye fyrtårne med høj international attraktionskraft og markedsføre disse fyrtårne ud fra en ny, sammenhængende branding arkitektur.

Det betones i strategiudkastet, at turismeerhvervet og øvrige erhvervsaktører er kerneaktører i partnerskaberne. De skal desuden inkludere både offentlige og private aktører, herunder fx turisme- og oplevelsesudbydere, eksporterhvervet, videninstitutioner, NGO'er, ministerier, offentlige turismefremmeaktører mv.

Et element i strategiudkastets foreslåede partnerskaber er også, at offentlige og private midler puljes i større, slagkraftige satsninger fordelt på de seks partnerskaber.

#### 4.3. Tværgående samarbejde om en tydelig og attraktiv branding arkitektur

Hvad angår markedsføring lægger strategiudkastet op til at sikre en mere sammenhængende og relevant kommunikation. Med udgangspunkt i kommunikationsplatformen fra *Handlingsplan for offensiv global markedsføring af Danmark* foreslås det at samle alle aktører i dansk turisme om én fælles branding arkitektur. Den fælles branding arkitektur skal understøttes af en række udvalgte brands med international attraktionskraft, fordelt på følgende brandtyper: 1) fyrtårne, 2) fælles brand historier og 3) subbrands. Valg af brand er afhængig af, hvilken

målgruppe og oplevelse der er i centrum. Markedsføringsindsatsen skal gøre øget brug af digitale platforme og distributionskanaler for at nå turisterne på nye måder.

#### 4.4. Turismeerhvervets rammevilkår

Der lægges også op til en række initiativer til forbedring af turismeerhvervets rammebetingelser, herunder:

- Kortlægning af mulighederne for fortsat strategisk destinationsudvikling under hensyntagen til miljø og planlov, herunder mulighederne for udbygning og modernisering af turismefaciliteter og attraktioner i den danske natur og ved de danske kyster.
- Forbedring af statistik- og videngrundlaget for både udbuds- og efterspørgselsiden i dansk turisme og oplevelsesøkonomi.
- Løbende opfølgning på, at den danske administration af visumreglerne fungerer smidigt og effektivt, med henblik på at tiltrække flere erhvervs- og ferieturister til Danmark.

Regeringen vil vurdere behovet for opfølgning, når det endelige resultat af strategiarbejdet foreligger.

---

Hermed slutter redegørelsen.

---