

Et globalt erhverv i vækst og samtidig et centralt led i globaliseringen

Venstres turismeoplæg
Venstres folketingsgruppe
Januar 2009

Et globalt erhverv i vækst og samtidig et centralt led i globaliseringen

Turisme er blevet et globalt erhverv, og verden over oplever erhvervet i disse år en enorm vækst. Og det har fortsat et stort vækstpotentiale. I 2018 regner man med, at turismeerhvervet tegner sig for 10 pct. af det globale BNP.¹

Dansk turisme har en årlig omsætning på mere end 50 mia. kr., og erhvervet beskæftiger op imod 100.000. Turisme er dermed et stort erhverv i Danmark, men det er for meget et hjemmemarkedserhverv og ikke et eksporterhverv.

Det danske turismeerhverv mangler international konkurrenceevne og mister markedsandele. Antallet af udenlandske overnatninger er direkte faldet siden år 2000.² Hvis vi skal have del i den internationale vækst, er det simpelthen nødvendigt at sætte målet ind på at forbedre erhvervets muligheder.

Det er ikke alene vigtigt for turismeerhvervet, men for hele den danske økonomi. Det skyldes, at globalisering indebærer en øget verdensomspændende arbejdsdeling med lavere priser og samtidig højere kvalitet, hvor virksomhedernes beslutninger om produktion og investering foretages ud fra globale muligheder. Det betyder, at erhvervsturisme i forbindelse med salgskampagner, kontraktindgåelser, messer og udstillinger vokser. Denne del af turismen må Danmark have en større andel af i form af flere konferencer, messer og tiltag, der gør Danmark til et attraktivt sted at gøre forretning.

Hertil kommer, at globaliseringen giver stigende indkomster i verden, og det skaber øget fritidsturisme. Denne del af turismen skal Danmark også have en større andel af. Kort sagt,

¹ Cf. Turisterhvervets Samarbejdsforum: "Vækst i Turisterhvervet", 2008.

² Cf. Id. Af rapporten fremgår det, at tilbagegangen i udenlandske overnatninger i Danmark fra 2000 – 2007 udgør 6 procent. I samme periode har fx Sverige og Finland oplevet en vækst på ca. 30 procent. For EU15 er stigningen i perioden på 13 procent.

hvis Globaliseringsrådets vision om Danmarks plads i en global verden skal realiseres, må turismens internationale konkurrenceevne styrkes betydeligt.³

Organisering – Et enstrenget system

Det er afgørende for turismeerhvervets fremme, at vi får skabt et enstrenget system, der sikrer, at aktørerne arbejder målrettet efter én og samme plan for at udvikle og styrke turisme-produktet.

Som det er i dag, består turismeerhvervet af såvel statslige, regionale, lokale og private aktører, som hver især arbejder på at fremme turismen på deres område. Organiseringen indebærer mange overlapninger mellem de forskellige aktørers opgaver, og mange små projekter sættes i gang med vekslende effekt. Konsekvensen er at penge og ressourcer ikke altid bruges optimalt. Samtidig indebærer strukturen, at man i erhvervet ikke styrer efter en fælles retning og fælles mål, som man f.eks. ser det i udlandet. Det er ikke hensigtsmæssigt.

Det nuværende system er præget af uigennemsigthed og mange decentrale aktører som ofte arbejder i vidt forskellige retninger. Venstre foreslår derfor konkret, at alle relevante aktører, dvs. eksempelvis kommuner, regioner, brancheforeninger, VisitDenmark, Horesta m.fl. samles i ét koordinerende organ med Økonomi- og Erhvervsministeren for bordenden, som skal fastlægge og koordinere en samlet strategisk kurs for dansk turisme. Den centralt koordinerede strategi skal naturligvis udfoldes gennem lokalt forankrede initiativer. Dette vil give en mere enstrenget organisering mellem aktørerne, hvilket i sidste ende vil styrke Danmark som turistland.

- Venstre vil rydde op i det vidt forgrenede system der i dag udgør Danmarks turisterhverv, for at skabe et enstrenget system med en helt klar arbejdsdeling. Det giver grobund for en fælles dansk turismestrategi med udvikling og vækst for turismeerhvervet som resultat.

³ Cf. Lektor Lise Lyck, Center for Tourism and Culture Management, CBS.

Det isolerede erhverv

Turisme har svært ved at blive regnet og opfattet som et professionelt erhverv. Det skyldes i høj grad, at de erhvervsmæssige problemstillinger pga. erhvervets organisation er meget afsondrede fra det øvrige erhvervsliv i Danmark. Herved sløres de erhvervsmæssige spørgsmål, ligesom den læring, der ville kunne opnås gennem en tættere kontakt til det øvrige erhvervsliv mistes.

Isoleringen indebærer, at der kommer for få input fra andre erhverv til den nødvendige innovation og ligeledes, at der er stort fokus på at få andel i offentlige midler. Det medfører en stærk tendens til at de offentlige midler smøres tyndt ud med mere vægt på fordeling end på at skabe erhvervsmæssig vækst.⁴

Venstre vil derfor opfordre Økonomi- og erhvervsministeren til at se på, hvordan der kan skabes en tættere sammenhæng mellem turismeerhvervet og det øvrige erhvervsliv, herunder Dansk Industri og Dansk Erhverv.

- For at styrke turismeerhvervet og fremme dets udviklingsmuligheder, vil Venstre arbejde for, at turisme inkorporeres som en naturlig del af de øvrige danske erhverv.

Styrkelse af uddannelse og forskning

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 og kvalitet. Et højt videns- og kompetenceniveau er derfor en forudsætning for at styrke innovationsevnen i turismeerhvervet. Derfor skal vi prioritere forskning og uddannelser i turisme og oplevelsesøkonomi.

⁴ Cf. Lektor Lise Lyck, Center for Tourism and Culture Management, CBS.

Der er allerede i dag etableret specifikke kandidatuddannelser rettet imod turismeerhvervet på bl.a. Syddansk Universitet i Esbjerg, RUC og Aalborg Universitet, ligesom en række akademiøkonom-uddannelser også især retter sig imod hele oplevelsesøkonomien.

- Venstre vil sikre en endnu bedre sammenhæng mellem de relevante uddannelsesstilbud rettet imod turismeerhvervet og vi vil have analyseret behovet for yderligere uddannelser.

Eksempelvis er det tankevækkende, at udbuddet af uddannelser i Hovedstadsområdet er så begrænset som det er. Højere uddannelse inden for serviceområdet vil kunne tilvejebringe strategiske og færdighedsmæssige kompetencer, der kan professionalisere erhvervet og samtidig være attraktive for gode hoveder, så erhvervet kan sikres tilgang af velkvalificeret arbejdskraft.

KULTUR- OG TURISMEUDDANNELSE

Oplevelsesøkonomien har ikke kun behov for højt uddannede analytikere, men også en lang række service og kundeorienterede personer. Venstre foreslår, at der oprettes en ½-årige omskolings-/målretnings-opgraderings-uddannelse indenfor kultur og turisme, hvor der netop sættes fokus på den service, som efterspørges i oplevelses-økonomien: oplevelser, kunden i centrum, den værdi og oplevelse som kunden oplever.

Kilde: "Det kulturelle Potentiale". Et debatoplæg på kulturområdet af Venstres Folketingsgruppe, 2005.

- Venstre vil ligeledes opfordre Ministeren for Videnskab, Teknologi og Udvikling til at se på muligheden for at afsætte forskningsmidler til uddannelsesstilbud rettet mod turismeerhvervet.

Visumreglerne

Vi skal sikre, at de turister, der gerne vil besøge vores land, også har adgang til det. Det betyder, at vi må sørge for, at vores visumregler ikke er mere restriktive end højst nødvendigt. I dag har vi en praksis for turistvisum, der af branchen vurderes at koste Danmark et årligt tab på flere hundrede millioner kroner i mistede indtægter. Visumreglerne rammer blandt andet turister fra lande med nye store vækstøkonomier, som ex. Kina, Rusland, Ukraine og Indien, der har så svært ved at få et visum, at de dropper rejsen til

Danmark. Vi taler om lande i kolossal vækst og tabet af disse markeder har allerede kostet turistbranchen et milliardbeløb.

Fra at der i dag er ca. 20 mio. udrejsende kinesere, forventes i 2020 at være ca. 100 mio. Hvis visumpolitikken ikke ændres kan Danmark fra i år indtil 2020 forvente at tabe omkring 2.4 mia. alene på kinesiske turister, der fravælger DK. For Rusland estimeres det årlige tab for erhvervet at være 30 millioner kroner, mens det for Ukraine anslås til 8 millioner kroner årligt.⁵

En af de største barrierer i forhold til at trække besøgende til Danmark er landegruppeinddelingen som betyder, at visum tildeles ansøgere med udgangspunkt i det land, den pågældende er statsborger i. Det er problematisk, hvis man som ansøger er borger i et land, hvis statsborgere vurderes at udgøre en flygtninge- eller indvandrerisiko. Mange potentielle købekraftige turister afskæres dermed muligheden for at komme til Danmark pga. deres statsborgerskab, ligesom mange potentielle turister allerede på forhånd undlader at ansøge om visum til Danmark pga. den restriktive visumpraksis.⁶

En ændring af den struktur, der i dag er grundlæggende for tildeling af visum til turisme og privatbesøg, vil i høj grad kunne medvirke til at fremme turismeerhvervet. En sådan ændring af visumbehandlingen skal naturligvis ske i overensstemmelse med vores faste og fair udlændinge- og indvandrerpolitik, så den ikke resulterer i en øget omgåelse af lovgivningens regler om opholdstilladelse.

Regeringen har af samme årsag på forsøgsbasis indført den såkaldte rejsebureauordning, som skal lette ansøgningsprocessen for statsborgere fra Kina, Rusland, Ukraine og Indien. Ordningen er et første skridt på vejen til lempeligere regler, og hvis erfaringerne fra forsøgsordningen er positive, vil Venstre se på muligheden for at udvide ordningen yderligere.

⁵ Cf. Danmarks Rejsebureau Forening

⁶ Cf. Id.

- Med respekt for den faste og fair udlændinge- og indvandrerpolitik som vi fører i Danmark, vil Venstre tilstræbe en visumpraksis, der i højere grad er i overensstemmelse med de andre Schengenlandes praksis.

Produktudvikling

Et globalt erhverv som turisme, der udsættes for så stor international konkurrence, overlever næppe uden innovativ nytænkning og en målrettet indsats for at udvikle og styrke turisme-produktet.

Det er stadig vigtigt at fokusere på nærmarkederne og kystturismen, som vi kender den, men det er også helt nødvendigt, at der sker en øget værdiskabelse i form af produktudvikling. Det gælder såvel kystturismen, som storby- og erhvervsturismen med det mål for øje at opnå et højere døgnforbrug og dermed øge værdiskabelsen.

Fra Frankrig kan vi lære meget om produktudvikling. Man har valgt at fokusere på at udvikle konkurrencedygtige produkter, som tager udgangspunkt i den samme idé, men tilpasset gæsternes forskellige behov og ønsker. Eksempler herpå er de såkaldte Osteruter, Champagneruter, Cognacruter etc.

Styrkelse af natur-turismen

Omkring to tredjedele af alle turister gæster blandt andet Danmark på grund af naturen. Danmark har dog mistet markedsandele sammenlignet med andre turistlande og vi vinder ikke nye markeder i samme omfang som andre lande. Derfor vil Venstre i de kommende år styrke natur-turismen. Det skal gøres dels ved at gøre naturen mere tilgængelig, og dels gennem en styrket indsats for at markedsføre Danmark med udgangspunkt i naturoplevelser. Det betyder konkret, at turismeorganisationer som bl.a. Danmarks Turistråd og Visit Denmark skal fokusere en større del af deres markedsføringsaktiviteter på at løfte netop denne opgave.

Den første nationalpark er etableret i Thy, og flere er på vej i de kommende år. Samtidig med at især den bynære natur skal gøres mere tilgængelig, så skal der fortsat sikres uberørt natur.

Venstre støtter etableringen af de i alt fem nationalparker. Hvis der er lokal opbakning flere steder i landet til etablering af yderligere nationalparker ved naturområder af særlig national interesse, så støtter Venstre også etableringen af sådanne. Nationalparkerne skal indgå som et vigtigt element i markedsføringen af Danmark.

- Venstre ønsker, at natur-turismen fortsat udvikles og fremmes, og derfor vil Venstre arbejde for en styrket dialog mellem Miljøministeriet og Økonomi- og erhvervsministeriet omkring grøn turisme.

Kvalitetsfødevarer som dansk 'brand'

Fødevarerområdet er også en dansk styrkeposition vedr. oplevelsesøkonomien. Danmark har betydeligt potentiale for at videreudvikle en stærk niche indenfor kvalitetsfødevarer. Et eksempel på potentialet er den blomstrende gastronomiske scene i Danmark med restaurant Noma i spidsen. Noma er i 2008 kåret som 10. bedste restaurant i verden og mange udlændinge kommer hertil for at besøge denne og andre restauranter, der repræsenterer det nye nordiske køkken. Et andet eksempel er TV- udsendelserne 'Smagen af Danmark', hvor kokken Claus Meyer præsenterer lokale egns produkter fra forskellige steder i Danmark samtidig med, at produkterne sættes ind i en historisk og naturmæssig sammenhæng. Programmerne er foreløbig blevet vist til over 200 millioner seere over hele verden med en kæmpe reklameværdi til følge.

Denne strategi skal forfølges, så fødevarerhvervet 'brandes' for kvalitetsfødevarer og gøres til en aktiv del af den danske oplevelsesøkonomi.

- Venstre ønsker derfor, at landdistriktsmidlerne bl.a. skal bruges til at understøtte skabelsen af lokale erhvervsklynger og netværk med fokus på kvalitetsfødevarer. Det skal både fremme eksporten af disse varer samt tiltrække besøgende til f.eks. gårde med særlig fokus på kvalitet, lokale bryggerier, kulturmiljøer, plantager med kvalitetsfrugt osv.

Camping

Campingområdet skal styrkes, så camping i Danmark har de samme vilkår som landene omkring os. Vi har allerede gjort campinghytterne mere komfortable, idet vi har givet mulighed for bedre sanitære forhold i form af eksempelvis rindende vand til køkkener og toiletter. Venstre vil herudover arbejde for, at campingpladserne kan bygge større hytter end de gældende 25 kvm. Samtidig vil Venstre arbejde for at campingpladserne kan ændre status - helt eller delvist - til feriecenter-status.

Feriehuse

Langt størstedelen af de udenlandske gæster i Danmark overnatter i feriehusene. Af et samlet antal udenlandske overnatninger på 22 millioner om året, tegner feriehusene sig for godt 12 millioner, dvs. 56 procent.

Desværre er antallet af feriehuse, der udlejes på ti år faldet fra ca. 40.000 til 30.000 i dag. Det er naturligvis ikke en ønskværdig udvikling! Vi mener i Venstre, at det er enestående, at så mange sommerhusejere i Danmark har lyst til at stille deres huse til rådighed for udenlandske turister, så det vil vi naturligvis værne om.⁷

- Venstre vil derfor, når der bliver økonomisk råderum, hæve bundfradraget på udlejning af feriehusene fra de nuværende 7000 kr. pr. hus, så vi sikrer, at det forbliver attraktivt for husejerne at udleje feriehusene

Global markedsføring af Danmark

Gennem en målrettet markedsføring og en fokuseret indsats på større synlighed i udlandet skal Danmark etablere sig på verdensscenen som et land, der identificeres med værdier som bæredygtighed, effektivitet, kreativitet og frihed. Et gæstfrit og moderne land, der forener smukke landskaber og enestående naturparker med store kulturoplevelser og mode og design i verdensklasse.

⁷ Cf. Feriehusudlejernes Brancheforening

For at sikre, at Danmark også fremover står stærkt i den globale konkurrence, er det afgørende, at vi skaber et klart og positivt billede af Danmark i udlandet. Det kan vi blandt andet gøre ved at synliggøre os på den internationale arena igennem deltagelse, men også afholdelse af store events som ex. EXPO og COP15.

Det er derfor også med fuld opbakning fra regeringen, at Københavns Kommune ansøger om værtskabet for EXPO 2020. Det anslås, at Verdensudstillingen vil kunne trække 25-30 mio. udenlandske turister til hovedstaden i de seks måneder, begivenheden varer. Det er dermed en enestående mulighed for at stadfæste København som international metropol med innovative, moderne og bæredygtige byudviklingsløsninger i absolut verdensklasse.

Begivenheder som EXPO og Klimatopmødet i 2009 vil være med til at synliggøre København og Danmark, styrke dansk erhvervsliv og i det hele taget bidrage til at forbedre vores internationale konkurrenceevne.

- Derfor er det en klar målsætning for Venstre at styrke Danmarks position som attraktivt værtsland for store internationale events fremover både indenfor idræts-, kultur- og konferenceområdet igennem en offensiv global markedsføring.