

Pressemeddelelse

Dansk Turismefremme, den 30. maj 2018

Den bedste turismeudvikling sikres gennem fælles og fleksible rammer

I den forgangne uge indgik Regeringen og DF en aftale om forenkling af turisme- og erhvervsfremmesystemet. Aftalen faldt på plads allerede dagen efter, at Regeringen og KL havde færdigbehandlet deres del af aftalen.

Hos Dansk Turismefremme ser vi flere spændende initiativer i aftalen, herunder styrket fokus på tværgående samarbejder om turismeudviklingen lokalt – og et kommende fokus på en mere sammenhængende organisering mellem de største offentlige turismefremmeorganisationer, VisitDenmark, Wonderful Copenhagen og Dansk Kyst- og Naturturisme. Som del af aftalen er desuden, at de regionale vækstfora skal nedlægges, til fordel for oprettelsen af en ny national erhvervsfremmebestyrelse forankret i Erhvervsstyrelsen.

De frie udviklingsmidler til turisme, som de fem regionale vækstfora tidligere har haft ansvar for at fordele, skal fremadrettet målrettes til tværgående udviklingsinitiativer ud fra nye og endnu ikke fastlagte kriterier. Grebet rigtigt an, kan den nye struktur være med til at sikre en styrkelse af de tværgående turismesamarbejder, samtidig med at man udvikler videre på stærk lokal forankring og nødvendig behovsrettet agilitet. Det ligger nu til KL og Regeringen at udarbejde en model for, hvad kravene for at få del i de frie turismemidler skal være. Om systemet bliver en succes eller ej, afhænger af hvor statisk man vælger at formulere kravene til, hvad et destinationsselskab skal være. Forskellen på, hvordan de etablerede destinationssamarbejder er skruet sammen, er nemlig stor – og med god grund.

Gennem de seneste ti år har turismebranchen haft et stadigt stigende fokus på tværgående samarbejder og destinationsudvikling, og med rigtig gode resultater til følge. I dag er der kun et par kommuner, som ikke indgår i et eller flere formelle destinationssamarbejder. Det er formelle samarbejder, som tager sig af dele af den fælles udvikling og/eller fælles markedsføring, der hvor det giver bedst mening i forhold til tematikker, lokale forskelle og de turister, som det hele i sidste ende handler om.

Kun de færreste destinationsselskaber har det fulde ejerskab over den samlede turismeudvikling i det område, de dækker. Faktisk dækker disse kun maksimalt 16% af landet. At der er så relativt få af sådanne 1:1 destinationer, kan skyldes flere ting, blandt andet at de ofte kan ende med at blive for statiske og afgrænsede i deres tilgang. Det ligger i sagens natur, at desto flere borgmestre der skal blive enige, desto færre ting kan de blive enige om. Tilbage står man med traditionelt tre

indsatsområder, som man i fællesskab kan løfte rigtigt højt. Men de resterende 80% af udviklingen, det som ikke er afgrænset af de få fokusområder, det skal forankres agilt i bredden og baseres på samarbejder, som naturligt ændrer sig i takt med mulighederne og kundernes behov. Den statiske 'oppe fra og ned' model læner sig opad den tidligere vækstfora-model, som et flertal nu vil væk fra. Derfor er mange kommuner med i flere forskellige destinationssamarbejder, som har hver deres opgaveportefølje, og som tilsammen skaber grundlag for en både robust, agil og behovsdrivet samarbejdsflade.

På sin vej gennem Jylland løber Destination Hærvejen for eksempel tværs gennem en række andre destinationer. De skal kunne fungere parallelt og understøtte lokale forskelligheder. Et andet tværgående destinationsprojekt løber på tværs af hele landet. Mellem en lang række destinationer, museer, private aktører og fonde igangsættes netop nu de første af en række landsdækkende og formelle samarbejder om tematurisme. Under paraplyoverskriften Tema-På-Tværs baseres det første projekt i rækken på vikingetemaet. Her er der tale om en anden form for formelt destinationssamarbejde – afgrænset af temaer, i stedet for regional geografi.

Det lokale er det sted oplevelserne udspringer

Som landsdækkende forening af lokale og tværkommunale destinationer, er Dansk Turismefremme således stor fortalere for, at den tværgående turismeudvikling skal koordineres bedst muligt. Derfor er vi glade for, at der med aftalen nu kan laves et system, som er endnu mere forankret til de mange aktører som i praksis skal løfte udviklingsopgaven og mødet med turisterne.

De lokale visitdestinationer har en stor udviklende rolle med ansvar for gæsternes oplevelser og koordinering af de professionelle turismevirksomheder i det daglige. Den lokale forankring og det direkte kendskab til turisterne og erhvervsaktørerne er helt centralt for både at kunne udarbejde og forankre levedygtige strategier og initiativer. Autentisk destinationsudvikling handler om lokal forankring af viden, i sammenhæng med et strategisk helikopterperspektiv.

Alene derfor kan man ikke nøjes med at digitalisere den lokale turismekontakt. De lokale turistorganisationer betjener på den ene side bureauerne som en del af deres forretning, men mindst lige så meget tid bruges oftest på netværk og virksomhedsopfølgning. Virksomhederne skal ombord på de fælles indsatser, og det handler i virkeligheden om erhvervsudvikling, lige så meget som det handler om destinations- og stedsudvikling. Derfor begår man en stor fejl, hvis man misforstår de lokale organisationers rolle til alene at være et spørgsmål om turistbureauer og uddeling af markedsføringsmateriale. Det fysiske bureau fylder ofte kun 1/3 af opgaven, hvor resten handler om erhvervsudvikling og destinationsforankring. Det er, når udvikling og forankring af strategierne sker på tværs af niveauer, at de stærke og levedygtige resultater nås.

Vi skal have fokus på at styrke de digitale platforme, men fremtidens turister er ikke udelukkende digitale. De er mennesker, som blandt andet benytter digitale platforme – og begge sider skal afspejles i fremtidens gæsteservice. 5.000 cykelturister blev sidste år spurgt om, hvor de fik deres viden forud for ferien. Svaret var, og det er afspejlet på bureauerne, at når det gælder viden forud for en aktiv ferie, så kommer de fysiske turistbureauer ind på en flot tredjeplads, lige efter 'generel googling' og 'venner og bekendte'.

For flere oplysninger kontakt:

Formand, Morten Damgaard Nielsen

E-mail: modni@vejle.dk

Tlf.nr.: +45 40 33 00 02

Sekretariatschef, Mads Sand

E-mail: mads@danskturismefremme.dk

Tlf.nr.: +45 53 53 36 50

Dansk Turismefremme ejer og administrerer:

