

Aftale om træk på vækstpuljen (vækstplan for dansk turisme)

Regeringen (Socialdemokraterne og Radikale Venstre) og Venstre, Socialistisk Folkeparti, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti har i Aftaler om Vækstplan DK afsat i alt 150 mio. kr. i perioden 2014-2015 til en styrket indsats for vækst på erhvervsområder med international konkurrencekraft.

Partierne er enige om at finansiere følgende initiativer fra vækstplan for dansk turisme via træk på puljen:

- Med henblik på at etablere en bedre styring af den offentlige turismefremmeindsat afsættes 13,5 mio. kr. i 2014 og 6,5 mio. kr. i 2015 til udviklingsselskabet for Dansk Kyst- og Naturturisme, herunder Vestkystpartnerskabet og Østersøpartnerskabet. Derudover afsættes 1 mio. kr. i 2014 og 2 mio. kr. i 2015 til oprettelse af Det Nationale Turismeforum.
- For at løfte kvalitets- og serviceniveau i dansk turisme afsættes 2 mio. kr. i 2014 og 2 mio. kr. i 2015 til at udvikle en standard for dansk kvalitetsturisme.
- Til udviklingen af en national bookingplatform, Denmark Direct, som samler alle relevante ferietilbud i Danmark, afsættes 4 mio. kr. i 2014.
- For at tiltrække flere udenlandske turister skal H. C. Andersens popularitet udnyttes bedre i København. Der afsættes derfor 1 mio. kr. i 2014 til en forundersøgelse til etablering af et H.C. Andersen besøgscenter i nærheden af Den Lille Havfrue.
- For at styrke kulturturismen afsættes 2 mio. kr. i 2014 og 3 mio. kr. i 2015 bl.a. til oprettelsen af et nationalt samarbejde mellem kultur- og turismeaktørerne i Danmark til udvikling af danske kulturturismeprodukt.
- Med henblik på at tiltrække flere internationale møder og kongresser til Danmark via MeetDenmark (Dansk Erhvervs- og Mødeturisme), afsættes 1,5 mio. kr. i 2014 og 2 mio. kr. i 2015.
- For at tiltrække flere internationale journalister til Danmark afsættes 1 mio. kr. i 2014 og 0,5 mio. kr. i 2015.
- For at styrke markedsføringsindsatsen ved større internationale events i udlandet afsættes 1,5 mio. kr. i 2014 og 2 mio. kr. i 2015, som øremærkes markedsføringen af Danmark i forbindelse med OL i Rio de Janeiro 2016. Derudover vil VisitDenmark i 2016 øremærke 4 mio. kr til denne markedsføringsindsats. Det ligger i forlængelse af den vellykkede markedsføring af Danmark ved OL i London i 2012.