

Aftale om vækstplan for dansk turisme

Regeringen (Socialdemokraterne og Radikale Venstre) og Venstre, Dansk Folkeparti, Socialistisk Folkeparti, Enhedslisten, og Det Konservative Folkeparti er med denne aftale enige om at gennemføre en række konkrete initiativer for at skabe vækst og beskæftigelse i dansk turisme og tiltrække flere turister til Danmark. Herudover har regeringen og Venstre, Dansk Folkeparti og Det Konservative Folkeparti aftalt, at der iværksættes en forsøgsordning til fremme af den fysiske udvikling af kyst- og naturturismen, jf. appendiks 1.

Turismen er et internationalt væksterhverv med en global vækst på omkring 4 pct. om året de sidste 10 år. Danmark har stærke traditioner som turistland og har i forhold til vores nabolande et relativt stort turismeerhverv. Turismen og oplevelsesøkonomien i Danmark skaber årligt en omsætning på omkring 82 mia. kr. og 120.000 fuldtidsjob.

Turismen er med til at få det danske samfund til at hænge sammen. Næsten alle de arbejdspladser, der skabes som følge af turismen, er servicearbejdspladser, som er fordelt i alle dele af landet. Turismen skaber ligeledes job til den kortuddannede del af befolkningen og job til mange nydanskere.

Væksten i dansk turisme er imidlertid gået i stå i de senere år. Fra 2007-2012 har Danmark oplevet en tilbagegang i den udenlandske turisme, mens Europa som helhed er gået frem. Denne udvikling dækker dog over et todelt billede. På den ene side er der vækst i storby- og erhvervsturismen, mens der er et betydeligt fald i kyst- og naturturismen.

Vækstteamet for Turisme og Oplevelsesøkonomi har i sine anbefalinger vurderet, at turismeerhvervet har et stort potentiale for at få del i den fremtidige globale vækst i turismen og derigennem skabe flere arbejdspladser og øget eksport.

For at indfri potentialet er der brug for en offensiv indsats.

Den offentlige turismefremmeindsats skal styres og organiseres bedre på tværs af stat, regioner og kommuner, så der opnås en større effekt af de

midler, der hvert år fra offentlig side investeres i at fremme dansk turisme.

En anden central udfordring er at løfte det danske serviceniveau og den danske servicekultur, så det bedre modsvarer, at priserne er relativt høje i Danmark. Dansk turisme skal være kvalitetsturisme – kendt for service af international klasse og høj kvalitet i turismeproduktet.

Herudover skal de danske styrker i storby- og erhvervturismen gøres mere synlige for at udnytte potentialerne i den internationale turisme, hvor ikke mindst turisterne fra de nye vækstmarkeder, herunder Kina og resten af Asien, markerer sig i stigende grad. Samtidig skal den negative udvikling inden for kyst- og naturturismen vendes gennem fornyelse og forbedring af turismeprodukterne, herunder i forhold til turisterne fra vores nærmarkeder.

Dette skal ske i forlængelse af de forbedringer af turismeerhvervets generelle rammevilkår, som blev gennemført med Vækstplanen fra 2013, ligesom det er blevet nemmere at få turisme- og erhvervsvisum til Danmark.

Med denne aftale styrkes den danske turismeindsats med det mål, at dansk turisme frem mod 2020 skal opnå vækstrater på mindst samme niveau som i de andre europæiske lande. Aftalen følger op på anbefalingerne fra Vækstteam for Turisme og Oplevelsesøkonomi om at styrke dansk turisme.

Aftaleparterne er enige om at igangsætte en række initiativer på følgende fire områder:

- 1) Bedre styring af den offentlige turismefremmeindsats
- 2) Service- og kvalitetsløft i dansk turisme
- 3) Væksten i storby- og erhvervturismen skal øges
- 4) Kyst- og naturturismen skal udvikles

Herudover indgår det i drøftelserne om Vækstpakke 2014, at danske og udenlandske virksomheder fra og med 2015 vil få fuld fradragsret for deres udgifter til hotelovernatninger i Danmark, og at markedsføringen af dansk kystturisme via VisitDenmark styrkes.

Aftaleparterne er enige om at stemme for den nødvendige lovgivning, der skal implementere aftalen. Regeringen vil som opfølgning på aftalen drøfte den bedre styring og organisering af den offentlige turismefremmeindsats med Danske Regioner og KL.

De statslige udgifter til initiativerne finansieres inden for eksisterende rammer, herunder søges finansieret ved træk på vækstpuljen til opfølgning på arbejdet i vækstteams, som blev afsat med Aftaler om Vækstplan DK.

Endelig er parterne enige om at gøre status over gennemførslen af aftalen inden udgangen af 2015.

1. Bedre styring af den offentlige turismefremmeindsats

Den offentlige turismeindsats er i dag spredt ud på en række aktører uden en egentlig fælles koordinering, og de offentlige midler, som i dag anvendes på turisme, har ikke den ønskede effekt. Hvert år investerer stat, regioner og kommuner tilsammen mere end 500-600 millioner kr. i at fremme dansk turisme

Der skal derfor skabes en bedre styring og organisering af den offentlige turismefremmeindsats i Danmark, som kan bidrage til at indfri potentialet for fremtidig vækst og beskæftigelse i dansk turisme. Dette er også den klare anbefaling fra Vækstteamet for turisme og oplevelsesøkonomi.

1.1 Lov om dansk turisme

Aftaleparterne er enige om, at der skal gennemføres en ny organisering af den offentlige turismeindsats i Danmark forankret i en ny lov om dansk turisme. Den nye organisering er skitseret i appendiks 2.

Nationalt turismeforum og Advisory Board

Der etableres et nationalt turismeforum, der skal sikre en stærkere fremtidig styring af den offentlige turismefremmeindsats i Danmark og sikre sammenhæng mellem de offentlige turismefremmeaktiviteter og den internationale markedsføring af Danmark som rejsemål, som VisitDenmark er ansvarlig for.

Forummet skal udstikke de centrale prioriteter og pejlemærker for, hvordan man fra offentlig side fremmer dansk turisme. Det nationale turismeforum får til opgave at:

- Udvikle en ny national strategi for dansk turisme, som skal fastlægge den overordnede strategiske retning for dansk turisme, i første omgang frem mod 2020.
- Udarbejde analyser, herunder en større årlig analyse af udviklingen i dansk turisme.

- Koordinere den samlede turismeindsats, herunder i forhold til de tre kommende udviklingselskaber, de tværkommunale destinationselskaber samt VisitDenmark.

Forummet vil bestå af Erhvervs- og Vækstministeriet (formand), to repræsentanter fra Danske Regioner (heraf en næstformand), VisitDenmarks bestyrelsesformand, en repræsentant fra KL, to repræsentanter fra turismeerhvervet samt en turismeforsker.

Der oprettes endvidere et rådgivende forum Dansk Turismes Advisory Board, som skal rådgive Det Nationale Turismeforum, herunder bidrage til den nationale turismestrategi og medvirke til, at der er sammenhæng mellem målene for den offentlige turismefremmeindsats og erhvervets efterspørgsel og udviklingsmuligheder.

Advisory Boardet sammensættes af Erhvervs- og Vækstministeriet (formand) og organisationerne repræsenteret ved DI, Dansk Erhverv, HORESTA, og LO, Friluftsrådet, samt tre medlemmer fra Turisterhvervets Samarbejdsforum, der ikke i forvejen er repræsenteret i Advisory Boardet. Derudover repræsenteres Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikter, Miljøministeriet og Kulturministeriet i Advisory Boardet.

Arbejdet i Det Nationale Turismeforum og Advisory Boardet skal også medvirke til at sikre sammenhæng mellem den nationale strategi for dansk turisme og sektorinitiativer i de enkelte ministerier, der har indflydelse på de enkelte dele af turismeerhvervet i Danmark, herunder fx kyst- og naturturismen, cykelturismen, kulturturismen, grøn omstilling mv.

Det Nationale Turismeforum og Advisory Boardet sekretariatsbetjenes af Erhvervs- og Vækstministeriet.

Tre udviklingsselskaber

Indsatsen for at udvikle turismen samles i tre udviklingsselskaber, hhv. Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Storbyturisme og Dansk Erhvervs- og Mødeturisme. Det er de regionale og lokale aktører, der står for sammensætningen af bestyrelserne i de tre udviklingsselskaber.

Udviklingsselskaberne forpligtes med den nye lov om dansk turisme årligt til at afrapportere deres status for udmøntningen af selskabernes udviklingsstrategier til Det Nationale Turismeforum. Afrapporteringen skal udarbejdes på baggrund af udvalgte nøgletal og indikatorer for dansk turisme, som fastlægges af forummet.

Ligeledes forpligtes udviklingsselskaberne til at indgå samarbejdsaftaler med VisitDenmark om samspillet mellem den regionale turismeudvik-

lingsindsats og den internationale markedsføring af Danmark. Den internationale markedsføring af Danmark som rejsemål har VisitDenmark ansvar for.

Dansk Kyst- og Naturturisme får ansvar for at udvikle kyst- og naturturismen herunder landboturismen i hele Danmark. Det organiseres med en selvstændig bestyrelse og direktion. Videncenter for Kystturismes funktioner og aktiviteter, herunder analyser af bl.a. turisternes ønsker og kvaliteten af det danske kystturismeprodukt, vil indgå som del af det nye udviklingsselskab for Dansk Kyst- og Naturturisme.

Dansk Storbyturisme varetages af Wonderful Copenhagen, der får ansvar for at udvikle dansk storbyturisme til glæde for alle større danske byer.

Dansk Erhvervs- og Mødeturisme erstatter det nuværende konsortium ”MeetDenmark”, som udvikles til en juridisk enhed med egne vedtægter. Dansk Erhvervs- og Mødeturisme (MeetDenmark) får til opgave at udvikle den samlede erhvervs- og mødeturisme med det mål at tiltrække flere internationale møder og kongresser til Danmark

Den nærmere gennemførelse af den nye struktur med regionale turismeudviklingsselskaber vil skulle aftales med Danske Regioner. Som led heri vil også indgå, at de regionale turismeudviklingsselskaber kan få deltagelse i VisitDenmarks bestyrelse.

Samtidig vil VisitDenmarks medfinansiering fra eksterne parter (turismeerhvervet mv.) blive gjort mere fleksibelt med henblik på at fremme en langsigtet strategisk markedsføringsindsats. Herudover afsøges mulighederne for at tilvejebringe yderligere midler til international markedsføring af Danmark via eksterne parter.

Det er hensigten, at den nye lov om dansk turisme vil blive fremsat i efteråret 2014, så den nye organisering kan træde i kraft 1. januar 2015.

Med henblik på at få den nye struktur gennemført afsættes i alt 14,5 mio. kr. i 2014 og 8,5 mio. kr. i 2015.

Heraf 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, jf. pkt. 4.1 og 4.2. Derudover afsættes 1 mio. kr. i 2014 og 2 mio. kr. i 2015 til oprettelse af Det Nationale Turismeforum.

2. Service- og kvalitetsløft i dansk turisme

Danmark har brug for et markant løft i sit kvalitets- og serviceniveau, hvis dansk turisme skal tiltrække flere udenlandske turister til Danmark. Dansk turisme kan ikke konkurrere på prisen med lande som Kroatien eller Bulgarien. Der er derfor behov for initiativer, der forbedrer kvaliteten og servicen over for turisterne, så de oplever at de får noget for pengene i Danmark.

2.1 Udvikling af kvalitetsstandard

Et løft i service- og kvalitetsniveauet i dansk turisme kan være med til at skabe fremtidig vækst og beskæftigelse i turismeerhvervet. Der skal derfor udvikles en standard for dansk kvalitetsturisme. Udviklingen af standarden faciliteres af Dansk Standard, hvor ikke mindst turismeerhvervet, men også andre parter med interesse i dansk turisme, skal være med til at fastsætte de nye standarder for kvalitetsturisme.

Standarden skal bidrage til at hæve kvaliteten og serviceniveauet i dansk turisme, både gennem generiske løsninger, der kan anvendes på tværs af turismeaktørerne, samt mere specifikke elementer, der kan anvendes inden for henholdsvis kyst- og naturturismen, storbyturismen og erhvervs- og mødeturismen, hvor der er forskellige udfordringer.

Standarden skal indeholde en frivillig certificeringsordning, hvor virksomheder mm. bl.a. kan få adgang til målrettede uddannelsesforløb inden for fx god service og kundetilfredshed. Ved udarbejdelsen af standarden skal også indgå udbredelsen og anvendelsen af grønne mærker som fx Green Key ordningen.

Standarden for dansk kvalitetsturisme gøres internationalt kendt. Derfor vil VisitDenmark henvise til standarden i deres internationale markedsføring af Danmark som et turistmål med høj kvalitet og service. Virksomhederne, der tilslutter sig standarden, vil kunne brande sig på at være dansk kvalitetsturisme. Det betyder dog ikke, at det kun er de virksomheder, der har valgt at tilslutte sig standarden, som nyder godt af VisitDenmarks arbejde – dette gavner alle danske turistvirksomheder.

Der afsættes 2 mio. kr. i 2014 og 2 mio. kr. i 2015 til at udvikle standarden for dansk kvalitetsturisme.

2.2. Digital booking-plattform "Denmark Direct"

Det danske udbud af oplevelser inden for natur-, kultur- og friluft aktiviteter skal gøres lettilgængeligt og attraktivt for de udenlandske turister, der kommer til Danmark.

I regi af VisitDenmark og databasen GuideDanmark etableres en national online bookingplatform, Denmark Direct, som samler alle relevante ferietilbud i Danmark, således at udenlandske turister på ét samlet sted kan bestille overnatning, bespisning, indgang til forlystelser og attraktioner, transport mv. i hele Danmark.

I tilknytning til Denmark Direct udvikles en mobil app, som byder turisterne velkommen til Danmark med en introduktion til det store udbud af oplevelser, som Danmark har at tilbyde.

Der afsættes 4 mio. kr. i 2014 til brug for udviklingen af Denmark Direct.

2.3. Kommunalt wifi i byrummet med turismeformål

Det skal være let og gennemskueligt at finde rundt i det danske turisme-produkt.

Hvis turister får adgang til gratis wifi, vil de få nemmere adgang til bl.a. at bruge de forskellige digitale tjenester, der er rettet mod turister, uden at de skal betale roaming-afgifter.

Flere kommuner, fx København, ønsker at stille wifi til rådighed for udenlandske turister.

Der er derfor enighed om at ændre teleloven, så der skabes hjemmel til, at kommuner kan udrulle wifi til sådanne turismeformål, herunder i tilknytning til turistbureauer, seværdigheder og bymidter.

3. Vækst i storby- og erhvervsturismen

Storby- og erhvervsturismen i Danmark har været i vækst de seneste år. I perioden 2008-2012 har København oplevet en vækst i turismen på ca. 35 procent, mens den gennemsnitlige vækst for turismen i sammenlignelige europæiske storbyer har været på ca. 29 procent. Denne vækst skal fortsættes gennem initiativer, der udvikler Danmarks styrkepositioner, skaber kvalitetsoplevelser for turisterne og markedsfører Danmark i udlandet.

3.1. H.C. Andersen skal tiltrække flere udenlandske turister

Indsatsen for at skabe konkrete oplevelser og attraktioner, der kan tiltrække udenlandske turister til Danmark, skal styrkes gennem H.C. Andersens internationale popularitet.

I Odense er der igangsat et større projekt med støtte fra Realdania om at skabe et internationalt H.C. Andersen Eventyrhus (House of Fairytales). Det vil være med til at formidle H.C. Andersens eventyr over for udenlandske turister og tiltrække flere turister.

På samme måde skal H.C. Andersens popularitet udnyttes bedre i København. Aftaleparterne er enige om, at der skal arbejdes for at etablere et internationalt H.C. Andersen besøgscenter i nærheden af Den Lille Havfrue i København.

Der er med henblik herpå etableret et H.C. Andersen partnerskab mellem Erhvervs- og Vækstministeriet, Odense Kommune og Københavns Kommune.

Der afsættes 1 mio. kr. i 2014 til en forundersøgelse til etablering af et H.C. Andersen besøgscenter i nærheden af Den Lille Havfrue.

3.2. Kulturoplevelser målrettes udenlandske turister

Danmark har en bred vifte af internationalt interessante kulturoplevelser bl.a. inden for kunst, musik, museer, arkitektur og mode.

Der skal sættes fokus på at udnytte og tilpasse disse kulturoplevelser som en del af det samlede turismeprodukt, som udenlandske turister tilbydes i Danmark.

Derfor oprettes et nationalt samarbejde mellem kultur- og turismeaktørerne i Danmark, der sammen skal udvikle det danske kulturturismeprodukt og gøre produktet mere attraktivt og let tilgængeligt for udenlandske turister.

Der igangsættes bl.a. et pilotprojekt med klare mål for øget tiltrækning af udenlandske turister, der i første omgang skal udvikle kulturturismen i Hovedstadsregionen med henblik på at videreudvikle indsatsen i resten af landet.

Derudover igangsættes konkrete initiativer målrettet udenlandske kulturturister, såsom kulturturismepakker, oplevelsesruter, udstillinger på flere sprog, bedre skiltning mm.

Der afsættes 2 mio. kr. i 2014 og 3 mio. kr. i 2015 til udvikling af kulturturismen.

3.3. MeetDenmark (Dansk Erhvervs- og Mødeturisme) skal styrkes med henblik på at tiltrække flere internationale kongresser og møder til Danmark

Dansk erhvervs- og mødeturisme skal fremmes ved at styrke indsatsen for at tiltrække flere internationale møder og kongresser til Danmark via MeetDenmark (Dansk Erhvervs- og Mødeturisme).

Når internationale møder og kongresser afholdes i Danmark, er de med til at styrke dansk økonomi og profilere Danmark og danske styrkepositioner internationalt.

Konsortiet vil få til opgave at markedsføre og sælge de danske møde- og kongresdestinationer i udlandet, finde lokale kongres- og mødeværter i Danmark, samt koordinere og videreudvikle den danske indsats for at tiltrække møder og kongresser og sikre videndeling mellem de involverede byer.

Der afsættes 1,5 mio. kr. i 2014 og 2 mio. kr. i 2015 til at styrke tiltrækningen af internationale møder og kongresser til Danmark gennem Meet-Denmark (Dansk Erhvervs- og Mødeturisme).

3.4. Internationale journalister og Danmark som rejsemål

Der skal tiltrækkes flere udenlandske journalister til Danmark, som kan være med til at formidle historier og positiv omtale af Danmark som rejsemål i udenlandske medier.

Initiativet forankres i Udenrigsministeriet, som samarbejder med Visit-Denmark og de tre kommende udviklingselskaber.

Der afsættes 1 mio. kr. i 2014 og 0,5 mio. kr. i 2015 til initiativet.

3.5. Danmark markedsføres ved internationale events i udlandet

Undersøgelser viser, at det giver gode resultater at anvende internationale begivenheder som platforme til at markedsføre Danmark som rejsemål og tiltrække flere turister til landet.

Denne indsats skal derfor styrkes, bl.a. ved at prioritere kommende større internationale begivenheder i udlandet, herunder fx OL i Brasilien i 2016, til at markedsføre Danmark, danske styrkepositioner og danske produkter.

Indsatsen vil også tage udgangspunkt i det eksisterende nordiske markedsførings samarbejde, da Norden har større tiltrækningskraft som helhed, end de nordiske lande har hver for sig.

Der afsættes 1,5 mio. kr. i 2014 og 2 mio. kr. i 2015 til at styrke markedsføringsindsatsen ved større internationale events i udlandet.

4. Kyst- og naturturismen skal udvikles

Kyst- og naturturismen står for den største del af omsætningen og beskæftigelsen i dansk turisme i dag.

I de seneste 10 år har antallet af udenlandske turister ved de danske kyster imidlertid været i konstant tilbagegang. Tilbagegangen i den udenlandske turisme skyldes bl.a. en mangel på innovation og kvalitetsudvikling i kyst- og naturturismen. I de sidste 25 år er der investeret begrænset i nye anlæg, faciliteter, attraktioner, aktiviteter og oplevelser, som kunne have medvirket til at skabe ny vækst i kystturismen.

Selvom udviklingen i kyst- og naturturismen har været faldende over de seneste år, er det stadig det vigtigste marked for dansk turisme. Der er potentiale for at tiltrække flere udenlandske turister gennem udvikling og revitalisering af dansk kyst- og naturturisme.

4.1. Vestkystpartnerskab

Der etableres et partnerskab til udvikling af turismen ved den jyske vestkyst, som kan være med til at tiltrække kommercielle investeringer og gøre det attraktivt for turismeerhvervet at investere i konkrete nye fysiske projekter og attraktioner.

Vestkystpartnerskabet skal bidrage til at styrke konkurrencen, innovationen og produktudviklingen på Vestkysten til gavn for hele den danske kyst- og naturturisme. Partnerskabet kan bl.a. hjælpe og styrke kommunerne i deres turismeplanlægning.

Det kommende fælles regionale udviklingselskab for Dansk Kyst- og Naturturisme får ansvaret for partnerskabet og den konkrete udvikling af turismen på Vestkysten.

4.2. Østersøpartnerskab

Der skal etableres et partnerskab, der kan bidrage til at udnytte de nye potentialer og muligheder, der er i området omkring Østersøen, og opbygge en turismemæssig infrastruktur i form af kyst-, natur- og kulturoplevelser.

Desuden kan Østersøen markedsføres som en samlet destination, som fx "Die Dänische Ostsee", som er et anerkendt og letgenkendeligt "brand" for en lang række tyske turister. Det kan give gode muligheder for tiltrækning af flere tyske turister på Sjælland, Lolland-Falster og i hovedstadsområdet, samt omkring den øvrige danske Østersøkyst.

4.3. Udvidelse af flexboligordningen

Turismen er et centralt indkomst- og beskæftigelsesgrundlag for mange lokalsamfund i de danske landdistrikter. Formålet med flexboligordningen er at skabe mere liv i landdistrikterne bl.a. til gavn for turismen. Flexboligordningen gør huse i landdistrikterne mere attraktive og kan gøre det nemmere at sælge boligen.

I den nuværende flexboligordning bortfalder tilladelsen til at benytte sin bolig som flexbolig ved salg. Det betyder, at en køber ikke kan være sikker på, at en bolig kan bruges som fritidsbolig efter et køb.

Den nuværende flexboligordning udvides, så tilladelsen til at benytte en bolig som flexbolig ikke bortfalder ved køb og salg. Det vil gøre boliger i landdistrikterne mere attraktive at købe. Boligen fastholder sin helårsstatus efter byggelovgivningen.

Udvidelse af flexboligordningen vil ikke indebære, at boliger med flexboligtilladelser får ændret status, og flexboliger vil fortsat have status af helårsboliger.

Udvidelse af flexboligordningen ændrer ikke på, at flexboligtilladelser kun kan meddeles i overensstemmelse med planloven. Det skal fortsat være kommunen, som skal administrere flexboligordningen og give tilladelse hhv. afslag efter en konkret vurdering.

Ændringen betyder, at flexboligtilladelser følger boligen, og rettigheden kan indgå i et ejerskifte.

Udvidelse af flexboligordningen vil ske gennem en ændring af boligreguleringsloven.

Appendiks 1

Forsøgsordning til fremme af den fysiske udvikling af dansk kyst- og naturturisme inden for strandbeskyttelseslinjen og kystnærhedszonen

En stor del af de udenlandske turister kommer på grund af den danske natur, de åbne kyster og de rene strande. Flere undersøgelser viser imidlertid, at turisterne i dag efterspørger bedre faciliteter og rammer til at nyde naturen og et bredere udbud af aktiviteter og oplevelser ved de danske kyster.

Kommuner såvel som turismeerhverv har ved flere lejligheder gjort opmærksom på, at plan- og naturbeskyttelsesloven, herunder strandbeskyttelseslinjen, udgør en barriere for etablering af og investeringer i nye anlæg og faciliteter, der kan skabe grundlag for udvikling og vækst i den danske kyst- og naturturisme.

I flere af Danmarks nabolande (Sverige og Norge) hvor hensynet til natur og miljø ligesom i Danmark vægtes særdeles højt, har man iværksat målrettede forsøg på udvalgte steder for at fremme kyst og naturturismen

Regeringen (Socialdemokraterne og Radikale Venstre) og Venstre, Dansk Folkeparti og Det Konservative Folkeparti er enige om, at der igangsættes en forsøgsordning, der for udvalgte destinationer skal give mulighed for etablering af perspektivrige og bæredygtige fysiske turismeprojekter til fremme af dansk kyst- og naturturisme.

Forsøgsordningen skal gøre det muligt på udvalgte steder at etablere faciliteter og anlæg, som kan styrke kvaliteten i turismeproduktet i dansk kyst- og naturturisme under hensyntagen til naturen og landskabet.

Initiativet til forsøgene skal komme fra kommunerne selv. Alle kommuner med kyst- og naturturisme vil blive inviteret til at indsende ansøgninger om projekter til forsøgsordningen. Flere kommuner kan gå sammen om at søge om et fælles projekt.

På baggrund af ansøgningerne udvælges op til 10 forsøg. Regeringens godkendelse af forsøg vil afhænge af dels en vurdering af projektets potentiale for tiltrækning af turister og forventede resultater for forsøget, dels af projektets bæredygtighed i forhold til natur, miljø mv. Følgende udvælgelseskriterier fastlægges for forsøgsordningen:

- Der skal være et potentiale for udvikling af kyst- og naturturismen, for øget tiltrækning af udenlandske turister, samt mulighed for at forløse dette potentiale med etableringen af forsøget.
- Etableringen af konkrete fysiske projekter skal ske i tilknytning til øvrige turismemæssige aktiviteter for at sikre størst mulig synergi og samspil med de sammenhængende turistpolitiske overvejelser i kommunens planlægning for turisme for at understøtte en samlet udvikling i området.
- De fysiske projekter skal være bæredygtige, arkitektonisk indpasset og opført under særlig hensyntagen til den omkringliggende natur og landskabet.

Den lovmæssige hjemmel for forsøgsordningen vil blive indarbejdet i planloven og naturbeskyttelsesloven vil blive konsekvensrettet.

Der vil blive foretaget en evaluering af forsøgsordningen efter 5 år.

Appendiks 2

Ny organisering af den offentlige turismefremmeindsats

