

Regionerne, turismen og attraktionskraften

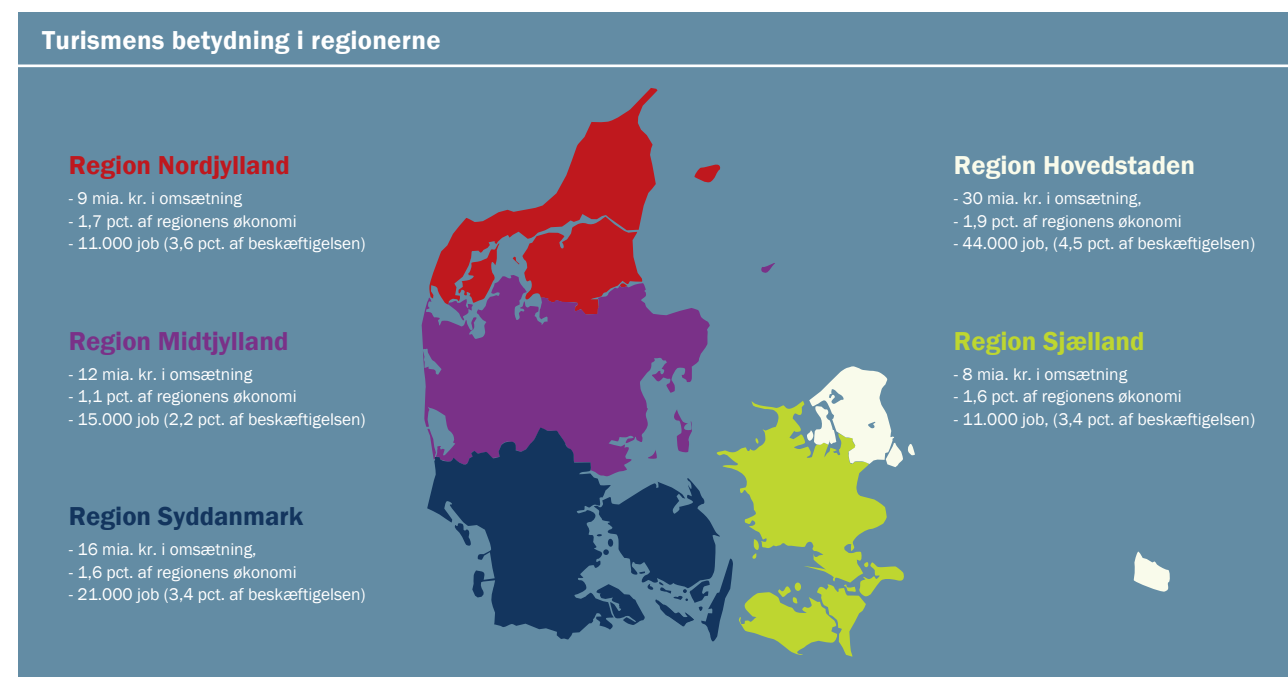
Turisme genererer økonomisk aktivitet i alle dele af Danmark. Turismen er dermed en vigtig leverandør af jobs. For at det også er tilfældet fremover, er der brug for at øge værditilvæksten - bl.a. ved at udvikle nye produkter, der gør os mere attraktive. Netop dét er regionernes kerneopgave på turismeområdet i tæt samarbejde med turismeerhvervet og kommunerne.

Fornyelse, udvikling og markedsføring af dansk turisme er et højt prioriteret indsatsområde i samtlige regioners arbejde for at skabe erhvervmæssig udvikling, vækst og beskæftigelse.

Opgaven er væsentlig. Turismen skaber årligt en omsætning tæt på 73 milliarder kroner og tegner sig for cirka 2,5 procent af Danmarks BNP. Turismen beskæftiger i dag cirka 130.000 ansatte overalt i Danmark og spiller dermed en

vigtig rolle som leverandør af jobs. Halvdelen af omsætningen genereres fra udenlandske turisternes forbrug i forbindelse med ophold i Danmark. Det gør samtidig turismen til et vigtigt eksporterhverv.

De udenlandske overnatninger har gennem en årrække været faldende. Siden 1998 og frem til 2010 har Danmark mistet cirka 20 procent af de udenlandske overnatninger svarende til godt 5 millioner overnatninger.



Kilde: VisitDenmark (2011).

Hovedstaden har som den eneste region i Danmark de seneste mange år oplevet fremgang og vækst.

Hovedstaden er dermed også en motor i dansk turisme – både når det gælder omsætning, værditilvækst og arbejdspladser. Turismen er samtidig vital i andre dele af landet, hvor turismen mange steder bidrager til en relativ stor andel af den økonomiske aktivitet.

Målet - øget værditilvækst og styrket attraktionskraft

Regionerne ønsker at styrke værditilvæksten i dansk turisme. Så erhvervet også fremover er leverandør af jobs i alle dele af landet. Det forudsætter, at vi styrker Danmarks attraktionskraft som rejsedestination. Dét arbejder regionerne for. Det sker bl.a. gennem regionale turismeselskaber som Wonderful Copenhagen, Østdansk Turisme, Syddansk Turisme, Midtjysk Turisme samt VisitNordjylland. Fokus er på:

- **Udvikling af flere oplevelser**, der giver potentielle Danmarksgæster flere "reasons-to-go". Så endnu flere besøger os. Regionerne medvirker til udvikling af nye attraktioner – eksempelvis Planet Randers, der er en videoudvikling af Randers Regnskov
- **Højere kvalitet i turismen**, så vore gæster f.eks. oplever rare rammer, imødekomende værter, god service, engagement mv. Opkvalificering af turismens ansatte er formålet med kompetenceudviklingsprojektet "Oplevelsernes Academy" (Syddanmark)
- **Stærke innovative destinationer**, der gennem samarbejde opnår "trækraft" til sæsonudvidelse, -spredning og helårsturisme; eksempelvis "Toppen af Danmark" og Kongernes Nordsjælland
- **Innovative turismevirksomheder**, f.eks. ved bedre adgang til innovationsordninger og rådgivning bl.a. via de regionale væksthuse
- **Nye og værdiskabende turismeindsatser**, i form af udvikling og redefinerings af det traditionelle turismeprodukt. Bl.a. gennem øget fokus på design, festivaler inden for musik, gastronomi, city-breaks - samt tiltrækning af bl.a. kongresser, internationale sports- og kulturelle begivenheder
- **Grøn turisme**, der imødekommer hensynet til klimaet og miljøet; både hos virksomhederne og deres kunder/gæster.

Indsatsfelter

Investeringerne i øget attraktionskraft har høj prioritet. De tegner sig for over 20 procent af de midler, som regionerne – gennem de regionale vækst-fora – de senere år har investeret i regional vækst og erhvervsudvikling.

Aktiviteterne spredt sig på syv indsatsfelter, som alle på hver deres måde er med til at udbygge og øge dansk turismes attraktionskraft.

Tilgængelighed

Transportmæssig tilgængelighed er afgørende, når det handler om at tiltrække flere turister, investeringer, forretninger og talenter. Stadigt oftere betyder tilgængelighed gode flyforbindelser til og fra resten af verden.

Fleere regioner deltager i ruteudviklingsprojektet "Global Connected". Sigtet med "Global Connected" er at bidrage til at sikre Danmarks fremtidige forsyning med internationale flyruter – ikke mindst fra betydende vækstmarkeder i USA, Asien og Europa. Konkret skal projektet forsvare og udvikle det eksisterende rutenetværk til og fra Danmark. Dernæst tiltrække nye internationale ruter fra internationale gateways på vigtige økonomiske vækstmarkeder.

Kyst og natur

Analysen af turisternes motiver for at vælge Danmark som rejsemål viser vedvarende, at vore kyster og natur har en særlig tiltrækningskraft. Særligt i de vesterdanske regioner spiller kystturismen derfor en fremtrædende rolle.

Udfordringen er at få skabt et udbud af oplevelser over en større del af året og derigennem tiltrække turister udenfor højsæsonen. Som indsatsområde står kystturisme derfor også centralt i de handlingsplaner, som både Nordjylland, Midtjylland og Sjælland har lanceret i starten af 2011.

For Nordjylland lægges der bl.a. op til at fokusere mere målrettet på lokale fødevarer som trædesten til at løfte turismeprodukter opad i værdikæden.

Det er bl.a. sket i forbindelse med projektet "Alle Tiders Nordsø", der - udover mad og gastronomi – også har fokus på udstilling og formidling af dyrelivet i Nordsøen, klimaforandringer og bæredygtigt fiskeri.

I Midtjylland er der fokus på at videreudvikle få, men stærke og konkurrencedygtige feriesteder i international målestok, koncentreret omkring de i forvejen stærke kystdestinationer i vest og øst - Ringkøbing-Skjern samt Djursland.

Sjælland har etableret Danmarks største vandrefestival med over 150 guidede vandringer fordelt tre uger i ydersæsonen.

”Vandrefestival Sjælland, Møn og Lolland-Falster” er et samarbejde mellem Østdansk Turisme, Region Sjælland og 16 sjællandske kommuner.

Syddanmark står bag en satsning på udvikling af turismen i Vadehavsområdet, der er udpeget til nationalpark, og dermed også et turismemæssigt aktiv.

Historie og kulturarv

For nogle målgrupper spiller adgang til et lands historie og kulturarv en vigtig rolle i forbindelse med valg af rejsedestination. Jo mere synlighed og tilgængelighed, desto større er perspektiverne for at tiltrække kulturinteresserede turister.

Region Sjælland har med projektet KURS etableret et samarbejde med fem statsanerkendte museer i regionen, hvor IT og nye digitale medier bruges for at styrke formidlingen. Samtidig skal en fælles platform mellem museerne give øget synlighed i forhold til omverdenen, herunder især hovedstadens mange kulturtilbud.

Syddanmark og Midtjylland har indledt et samarbejde, hvor Hærvejen – der var Middelalderens transportkorridor - videreudvikles som et attraktivt, rekreativt og salgbart turisme-produkt for vandrere, cyklister og ryttere.

Tilsvarende har Region Nordjylland været med til at finansiere en række udviklingsprojekter, hvor nordjyske kulturattraktioner og museer gennem brug af nye digitale interaktive medier får mulighed for at skærpe deres profil i forhold til kunder og turister.

Region Hovedstaden, Wonderful Copenhagen og en række nordsjællandske kommuner står bag projektet ”Destinationsudvikling af Kongernes Nordsjælland”. Ved at præsentere fortællingen om kongernes fristeder på de mange slotte skal projektet udvikle Nordsjælland til et attraktivt og synligt turistmål for forskellige segmenter.

Erhvervsmæssige styrkepositioner

Regionerne står bag en række tiltag, hvor udviklingen af nye produkter, services og oplevelser tager afsæt i danske erhvervsmæssige styrkepositioner indenfor energiteknologi, klimaløsninger, fødevarer, design mv. Derigennem skabes nye platforme for samspil mellem traditionelle former for turisme samt sektorer og brancher, der hidtil ikke har betragtet sig som en del af turismen.

Gennem projektet ”Den lærerige Miljøoplevelse” har Region Sjælland banet vejen for, at en række miljøaktiviteter er blevet gjort tilgængelige som attraktioner for forskellige typer turister – de får et førstehåndsindblik i hvordan f.eks. udfordringer på miljø- og klimaområdet kan imødekommes med moderne løsninger. Eksempelvis kystsikring og algedyrkning på Lolland.

Energi og klima er ligeledes i centrum for udviklingen af attraktionen ”KRAFT” i Ringkøbing-Skjern, som bl.a. Region Midtjylland har investeret udviklingsmidler i. Målet er at skabe en attraktion – eller rettere: en ”forbløffelsespark” - hvor naturens egne kræfter, ressourcer og luner kommer til at spille afgørende ind på de oplevelser og aktiviteter som tilbydes. En masterplan for hvordan knap 32.000

kvadratmeter skal anvendes, forventes fremlagt senest i 2013. Også Ringkøbing-Skjern Kommune, Vestas A/S og Ringkøbing Fjord Handels- og TurismeCentret har investeret midler i udviklingen af projektet.

Erhvervsturisme

Tiltrækning af møder, kongresser og konferencer er kommercielt interessant for alle dele af landet. Det skyldes især, at erhvervsturister qua et højt døgnforbrug genererer høj omsætning i den pågældende region.

I alle regioner er erhvervsturisme derfor prioriteret område. Fokus er bl.a. på at assistere lokale / regionale videns- og kompetencepersoner (private erhvervsledere, politikere, læger og sygeplejersker, akademisk personale på universiteterne, m.fl.), der ofte er involveret i internationale organisationer og netværk, der afholder arrangementer over hele verden. Det er arrangementer, der indimellem med fordel kunne tiltrækkes og placeres i Danmark. Dermed også den omsætning, der følger i kølvandet på arrangementerne.

I Syddanmark er konferencenetværket ”Inspiring Denmark” etableret og har allerede trukket flere internationale konferencer til området. Koordinering og fremstød sker i erhvervspartnerkabet MeetDenmark.

Events

Begivenheder flytter i stigende grad turister. Jo flere begivenheder, jo mere er der at rejse efter. Også uden for højsæsonen. Det giver også et bedre grundlag for at markedsføre sig og tiltrække gæster.

Events og begivenheder er derfor i fokus hos alle regioner. Fokus, skala og målgrupper varierer på tværs af regioner. Naturligvis – hvad enten det handler om koncerter i januar i København for at trække flere storbyturister hertil - eller - surfere og tilskuere, der hvert år tager til ”Cold Hawaii”, Klitmøller, Nordjylland for enten at deltage i eller overvære en afdeling af surfernes World Cup.

I Region Midtjylland bruges events også målrettet til understøttelse af øvrige styrkepositioner, som arrangement af bl.a. kokkelandskampe i forbindelse med afholdelse af U21 EM i fodbold i regionen. Tiltagene sker i samarbejde med det landsdækkende F.O.O.D-konsortium.

Region Hovedstaden har støttet projektet ”VIBE” (Videncenter for Begivenheder), der udvikler og understøtter begivenhedsarbejdet i Hovedstadsregionen.

Markedsføring og nye it-platforme

Via de regionale turismeselskaber er alle regioner – i varierende omfang - med til at understøtte international markedsføring af Danmark som rejsedestination. Det sker bl.a. gennem kampagneaktiviteter direkte målrettet udvalgte kundegrupper og segmenter på relevante nær- og fjernmarkeder. Aktiviteterne gennemføres og koordineres med markedsføringsorganisationen VisitDenmark.

Markedsføringsaktiviteterne antager mange former og rummer en stor variation. Det afspejler, at regionerne hver især har egne styrkepositioner på turismeområdet. Et eksempel er krydstogtsområdet, hvor København i dag placerer sig i den absolutte verdenselite når det gælder førende destinationer. Københavns fornemme placering skyldes ikke mindst et velfungerende samarbejde i regi af Wonderful Copenhagen og Cruise Copenhagen Network. Her har hovedfokus været at bearbejde rederierne så flest mulige skibe lægger vejen forbi København samt andre danske havne.

Størstedelen af markedsføringen i dag er online-baseret og digital. Tilsvarende er der i regionerne et stort fokus på, at formidle og tilgængeliggøre de oplevelser, Danmark tilbyder, i digital form. I Nordjylland er der eksempelvis igangsat en række projekter med fokus på interaktiv digital formidling. Her er f.eks. Aalborg Universitet, turismevirksomheder og kulturinstitutioner gået sammen om at udvikle mobile platforme, hvor lokal kulturarv og historie gøres tilgængelig i digital form.

Den regionale turismeindsats er en del af de seks regionale vækstforas erhvervsudviklingsstrategier og er finansieret af EU-strukturfondsmidler, regionale udviklingsmidler samt privat medfinansiering. Indsatsen sker gennem partnerskaber med erhvervet, kommunerne, VisitDenmark og staten.

