

Den statslige støtte, både til regioner og til andre typer samarbejdsnetværk, forudsætter væsentlig medfinansiering fra deltagere, herunder fra amter, kommuner og enkeltvirksomheder. I tilknytning til støtten til regional- og netværksudviklingen vil der ske en trinvis udfasning af tidligere års By- & Tematurismepulje, hvorunder der blev givet støtte til forskellige tema- og nicheprojekter.

Som et væsentlig indsatsområde vil der blive anvendt midler specielt på at styrke produktudviklingen og markedsføringen af erhvervsturismen. Dette vil først og fremmest ske i form af støtte til relevante interessenter i de store byer, der arbejder med den del af erhvervsturismen, som kan påvirkes ved produktudvikling og markedsføring.

Midlerne til strukturudviklingen administreres af et bevillingsudvalg, der er sammensat af repræsentanter fra turisterhverne og andre relevante parter.

Markedsføring

Den statslige markedsføringsindsats vil fremover bestå af dels udviklingsaktiviteter (opdyrking af nye markeder og målgrupper) og dels markedsvedligeholdelse (opretholdelse af indsatsen på allerede opdyrkede markeder).

Der vil i lighed med tidligere år fortsat blive ydet statslig medfinansiering til markedsvedligeholdelsen blandt andet for at sikre, at aktiviteterne fremmer og understøtter et relevant og optimalt Danmarks-image i udlandet. Det statslige engagement i denne type markedsføring vil imidlertid over en årrække være aftagende til et vist minimumsniveau. I takt med dette forventes virksomhedernes økonomiske andel at blive større.

Formålet hermed er at frigøre statslige midler til udvikling af helt nye markeder og målgrupper. Arbejdet med at opdyrke og udvikle nye markeder er meget omkostningskrævende og har desuden ganske store usikkerhedsmomenter i sig. På grund af de økonomiske risici og erhvervenes nuværende økonomiske situation kan det i startfasen ikke forventes, at de private virksomheder vil bære ansvaret alene. Der vil derfor blive anvendt statslige midler til de markedsudviklende aktiviteter. Når markederne er tilstrækkeligt udviklede, forventes en større privat deltagelse i markedsføringen.

Markedsvedligeholdelsen og markedsudviklingen vil på nationalt niveau primært foregå via Danmarks Turistråd i et tæt samarbejde med de regionale samarbejdsstrukturer og erhvervene.

Danmarks Turistråd er landets nationale turismemarkedsføringsorganisation. Danmarks Turistråd har til formål at fremme økonomisk vækst og beskæftigelse i det danske turisterhverv og hermed beslægtede og afledte erhverv.

Turistrådets aktiviteter, der omfatter både ferieturisme og erhvervsturisme, skal foregå inden for de rammer, der udstikkes af regeringens turistpolitiske strategi.

Danmarks Turistråd skal i størst mulig omfang anvende de statslige markedsføringsmidler til markedsudviklende opgaver, mens der for markedsvedligeholdelsen tilstræbes en høj grad af finansiering fra erhvervslivet og øvrige samarbejdspartnere.

Danmarks Turistråd varetager landets overordnede markedsføringsopgaver, hvorfor der fortsat vil blive ydet bidrag til dele af Turistrådets kapacitetsomkostninger, blandt andet løn, husleje m.v., dels på hovedkontoret i København dels på markedskontorerne. Det forventes, at andelen af turisterhvervenes finansiering hertil vil være stigende.

Markedsføringsaktiviteterne reguleres på forslag til tillægsbevillingslov for 1995 for de udenlandske aktiviteter, der udføres under Danmarks Turistråd, svarende til den hidtidige ordning på området, dels regulering for udsving i kursen og PL- udviklingen.

Kompetenceudvikling

Midlerne anvendes til i et samarbejde med erhvervene og deres organisationer samt andre aktører og interessenter på feltet at styrke professionaliseringen og kompetencen i turisterhvervene, blandt andet gennem øget satsning på analyser, forskning, uddannelse og virksomhedsrådgivning.

Der vil i 1995 blive iværksat særlige aktiviteter i forbindelse med etablering af et Turismens Erhvervsservice Center. Centeret skal blandt andet initiere og koordinere forskning, vare-