

Input til national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme

Storbyerne er særligt udfordret af COVID-19 og skal have særskilt fokus i et genopretningsperspektiv.

Turismen i de fire danske storbyer – Odense, Aalborg, Aarhus og København – udgør en stor del af dansk turisme og har indtil COVID-19 haft en vigtig funktion som vækst- og udviklingscentre for turismen i hele landet. Storbyturisme spiller en afgørende rolle for adgangen til et globalt marked og for at sikre tilgængeligheden til og fra Danmark. Det er fra storbyerne, at meget af udviklingen i dansk turisme er udgået. Og det er storbyerne, man har kigget til og bedt om at trække det største læs, når man fra nationalt hold har opstillet fælles, landsdækkende mål for dansk turisme. Nu er det netop storbyturismen, der er ekstraordinært hårdt ramt af COVID-19. Aarhus kommer ud af 2020 med et stort fald i antallet af overnatninger. Situationen er meget alvorlig: De mange aflyste møder, kongresser, koncerter og events har sat turismen under stort pres. Og de manglende gæster er hård kost for museer, attraktioner, hoteller, restauranter og butikker. Ikke et eneste krydstogtskib har besøgt Aarhus i 2020, og den afgørende tilgængelighed til destinationen via fly har lidt et knæk. Mange i turismen har mistet deres job, og mange planlagte investeringer er udskudt eller aflyst. Af samme grund er det, når man taler om genstart af den danske turisme, helt centralt at have et særskilt fokus på den danske storbyturisme. **VisitAarhus foreslår derfor, at der ifm. den kommende nationale strategi afsættes målrettede midler til at genoprette storbyturismens værdikæder og til målrettet at stimulere det nationale såvel som internationale marked for storbyturisme. I forlængelse heraf foreslås, at Dansk Storbyturisme fremadrettet får en basisbevilling, som det er tilfældet med de andre nationale selskaber.**

Bæredygtig omstilling er en fælles udfordring, der kræver fælles løsninger og fælles målepunkter.

VisitAarhus byder de nationale ambitioner i forhold til at lave en bæredygtig strategi for dansk turisme velkommen. Vi vil i den forbindelse gerne opfordre til, at der etableres forpligtende partnerskaber i forhold til en bæredygtig udvikling af turismen. Skal dansk turisme lykkes med en omstilling og positionering som bæredygtig destination, skal ansvaret fordeles på tværs af branchens aktører og værdikædens virksomheder - fra destinationer og brancheorganisationer til nationale selskaber. Og der skal tænkes i fælles løsninger. Til eksempel med at løfte den bæredygtige omstilling og certificeringer af de kystrelaterede overnatningsprodukter. På samme måde er det afgørende, at der identificeres indikatorer og målemetoder til at monitorere fremdrift ift bæredygtig turisme. Disse findes ikke i dag. VisitAarhus tager som destinationsselskab ansvar for at sætte den bæredygtige omstilling på dagsordenen i Aarhusregionen. Vi lancerer meget snart en strategi, der tager sit afsæt i bæredygtig destinationsudvikling og som sætter konkrete mål for, at turismen i vores destination skal bidrage til at skabe værdi og resultater på både den sociale, miljømæssige og økonomiske dimension. Vi står med afsæt i nærværende krisesituation i en særlig position for at sætte skub i den bæredygtige omstilling. **VisitAarhus opfordrer derfor i forlængelse af den nye nationale strateg til, at der arbejdes ud fra fælles indikatorer og at genopbygningen planlægges med afsæt i et 'Build Back Better' mindsæt – således at dansk turisme kommer stærkere og mere bæredygtig ud på den anden side!**

Der er behov for et bredere vækstbegreb. Det bør være en målsætning i forbindelse med den en bæredygtig omstilling af dansk turisme at implementere et bredere vækstbegreb. Vi bør fokusere på *bedre* turisme fremfor kun at tale *mere* turisme. Turismen kan og skal bidrage meget bredere til den bæredygtige og samfundsmæssige udvikling end de klassiske mål for økonomisk vækst som overnatnings- og omsætningstal. Vi skal således arbejde ud fra en forståelse om, at turisme er ikke et mål i sig selv men et middel til at skabe resultater på en række parametre: som grundlag for arbejdspladser, bosætning, fysisk udvikling, infrastruktur, uddannelsesstilbud, talenttiltrækning, livskvalitet og investeringstiltrækning. Og det

betyder, at vi i langt højere grad bør tage udgangspunkt i stederne og menneskene, når vi udvikler turismen. Det er en bevægelse mod en cirkulær tilgang, hvor turismen handler om at skabe værdi i et bredere og længerevarende perspektiv. **VisitAarhus vil ifm. den nationale strategi gerne opfordre til, at der sættes mål for turismens værdiskabelse i en bred partnerkreds.**

Lokal opbakning og frivillighed er en løftestang for udvikling af bæredygtig turisme. Danmark har en unik tradition for fællesskabsånd, tillid og frivillighed. Involvering af frivillige rummer store uudnyttede potentialer i et turismeperspektiv og er tæt forbundet med både tillid og lykke. Det er på høje tid at rammesætte og indfri frivillighed som unikt udviklings- og forretningspotentiale for de danske turismevirksomheder. Til eksempel har VisitAarhus i en årrække arbejdet med frivilligprogrammet 'ReThinkers'. Her har vi med en solid frivilligbank på 2200 engagerede borgere bidraget til modtagelse af krydstogtgæster og afvikling af en lang række store og mindre events. Frivillighed understøtter fortællinger om steder og bidrager på dén måde til identitetsskabelse hos både lokalbefolkningen såvel som gæster. Arbejdet med frivillighed er således i meget høj grad et bidrag til social bæredygtighed. **VisitAarhus foreslår derfor, at man indarbejder konkrete målsætninger for involvering af lokalsamfund og frivillige i den nationale turismestrategi og stiller i forbindelse hermed gerne erfaringer og resultater til rådighed.**

Internationalisering af kulturlivet udgør et potentiale. Kulturoplevelser er reason-to-go for mange storbygæster; De fungerer som destinationernes fyrtårne. Aarhusregionen udgør en museums- og attraktionsklynge med flere end 70 museer og attraktioner, og flerårige projekterfaringer har vist, er der et stort uforløst potentiale i feltet mellem kultur og turisme, hvad angår det internationale marked. Dét marked, hvorfra væksten skal komme på den lange bane! Netop derfor er det vigtigt, at den nye Nationale Strategi for Turisme prioriterer indsatser, der motiverer kulturinstitutioner og oplevelsesaktører til at tænke og arbejde internationalt. Både ift. deres produktudvikling og oplevelsesformidling, men også ift. deres kommunikation og markedsføring. **VisitAarhus foreslår derfor, at der prioriteres midler til dette i forbindelse med den kommende nationale strategi og hjælper meget gerne med at koordinere og lede indsatser, der kan understøtte en internationalisering af Aarhusregionens mange kulturaktører.**

Der er behov for øget fokus på outdoor. VisitAarhus er glade for det netop lancerede samarbejde ml. DKNT, DIF og Ontrail for sikring af bedre muligheder for outdooraktiviteter. Den øgede interesse for oplevelser i naturen, som de nuværende restriktioner har udløst, understreger, hvor vigtig denne nye indsats er. Udover fokus på driftsmodeller i forhold til det fysiske, så oplever VisitAarhus et kæmpe behov for information om mulighederne til brugerne. Mange naturbrugere er nye, og det er gæster og turister også, når de kommer til Danmark eller til et lokalområde og vil opleve og dyrke aktiviteter i naturen. **VisitAarhus anbefaler derfor, at der i forlængelse af det nye samarbejde etableres en formidlingspulje, som kommuner, naturstyrelser og private lodsejere i samarbejde med turismeorganisationerne kan søge til formidlingsmaterialer, kortproduktioner mv, så den aktive brug af naturen kobles med kommercielle tilbud.**

Potentialet ift. by-og-land er uudnyttet! Det forretningsmæssige og udviklingsmæssige potentiale i synergier mellem by og kyst er fortsat uudnyttet i dansk turisme. Vi er i Aarhusregionen blandt en lille håndfuld af destinationer i Danmark, der repræsenterer et miks af de prioriterede forretningsområder i dansk turisme – med en ligelig fordeling mellem erhvervs- og mødeturisme 36%, kyst- og naturbaseret turisme 40% og storbyturisme 24%. Denne fordeling er en styrke og udgør et potentiale, fordi efterspørgsel og kapacitet udnyttes forskelligt fordelt på ugedage og sæsoner, og fordi variationen af rejsetyper og -formål rent målgruppemæssigt betyder, at der er større mulighed for at arbejde med loyalitet og genbesøg. Skal potentialet indfries, kræver det dog, at der også fra nationalt hold investeres ressourcer i udvikling af nye koncepter for produktudvikling såvel som markedsføring. Og det fordrer, at der i højere grad, end det er tilfældet i dag, også fra nationalt perspektiv tænkes ud af kasserne for 'kystturisme', 'erhvervsturisme' og

storbyturisme'. **VisitAarhus stiller sig derfor gerne til rådighed som forsøgslab for indfrielse af kyst-by-potentialet.**

Der er behov for et digitalt og teknologisk løft af dansk turisme. Der er fortsat behov for at styrke viden, kompetencer og innovationskraft i den digitale omstilling af dansk turisme. Vi har i VisitAarhus arbejdet målrettet på at løfte egen digital performance og implementere nye, digitale redskaber ud fra en ambition om at styrke kunderejsen før, under og efter besøget. Vi ser fortsat et stort, uudnyttet potentiale i forhold til dette område, som bør prioriteres i den kommende nationale strategi. Dels i forhold til at løfte DMO'erne kerneopgaver dels i forhold til at styrke samarbejde og arbejdsdeling mellem destinationerne og VisitDenmark i forhold til at sikre mest mulig 'return of investment' på den internationale markedsføring. Ligeledes er der fortsat et stort potentiale hos virksomhederne i forhold til at løfte deres digitale performance såvel som produktudvikling og servicetilbud til gæsterne. **VisitAarhus foreslår derfor, at der prioriteres konkrete indsatser til digitalt løft af dansk turisme med destinationerne som omdrejningspunkt.**

Evidensbaseret turismeudvikling skal styrkes. De gæster, der besøger Aarhusregionen i dag, sætter datamæssige fodspor. Både når de færdes digitalt på de sociale medier, gør brug af mobile enheder, og når de fysisk besøger hoteller, campingpladser, attraktioner m.fl. Der er tale om meget store mængder af data, som i en ubearbejdet form ikke har nogen særlig værdi, men som i en bearbejdet form rummer et stort potentiale. VisitAarhus har i flere sammenhænge testet forskellige måder, hvorpå data kan indsamles og bearbejdes. Dette gør sig gældende ved mange andre destinationsselskaber også. Udfordringen er dog, at viden og erfaring sjældent kommer over destinations-grænserne. Dette betyder, at der investeres mange offentlige midler i evidensbaseret turismeudvikling, der ikke er koordineret. **VisitAarhus foreslår derfor, at den Nationale Strategi for Turisme prioriterer indsatser – eller udpeger én organisation – der fremover vil være ansvarlig for at koordinere videndelingen på tværs af dataprojekter og -samarbejder i Danmark.**

Konsolidering tager tid! Destinationsselskaberne skal have økonomi til at hjælpe turismevirksomhederne og udvikle de nye destinationer. På kort tid er antallet af destinationsselskaber reduceret fra ca. 80 til 19 i forlængelse af erhvervsfremmereformen. Det har krævet en kraftanstrengelse at nå så langt midt i en COVID-19-krise, og konsolideringen er fortsat i gang. Det er vigtigt, at destinationsselskaberne får støtte og opbakning fra både Det Nationale Turismeforum, Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, Erhvervsministeriet og fra politisk side. Destinationsselskabernes økonomi er udfordret, da indtægterne fra turismevirksomhederne falder på grund af COVID-19-krisen. Destinationsselskaberne får, med undtagelse af Wonderful Copenhagen, ingen midler på finansloven, og det er vanskeligt at skaffe medfinansiering til projekter. Aktuelt er en stor del af destinationsselskabernes økonomi bundet i projekter, og de kontanter/timer er låst i en årrække. Det betyder, at der er meget få løse midler og lidt fleksibilitet i en krisetid, hvor der netop er ekstra brug for agilitet og økonomisk råderum til at hjælpe turismevirksomhederne og udvikle de nye destinationer. **VisitAarhus foreslår derfor, at Destinationspuljen styrkes, og kravene til medfinansiering lempes, samt at destinationsselskaberne sikres basismidler.**