

Årsberetning 2016

Det forgangne år har budt på mange spændende tiltag i Dansk Turismefremme. Vi kan se tilbage på et år med fem medlemsarrangementer, stor mødeaktivitet i forbindelse med udvalgsarbejde, Advisory Boards og dialog med nationale medspillere som KL og DKNT, og ikke mindst løbende dialog med medlemmerne, herunder Aktiv Danmarks netværk. Dansk Turismefremme er stadig og vil fortsat være et stabilt holdested i dansk turisme, hvor samarbejde, faglig inspiration og udvikling på tværs af branchens mange aktører tager sit afsæt. Bestyrelsen og sekretariatet har arbejdet fokuseret med at skabe sammenhæng i de initiativer, der tages på nationalt og lokalt niveau. Og det er takket være Dansk Turismefremmes medlemmer, at vi lykkedes med opgaven. Jeres ihærdige arbejde mod vores fælles mål, som er at styrke og udvikle turismen på et lokalt niveau, er den indsats, som i sidste ende skaber gode gæsteoplevelser og øget turismeomsætning i Danmark. Det er dét, vi er her for.

2016 var også året, hvor foreningen fik udearbejdet en strategi for dette arbejde. I samarbejde med konsulentfirmaet Kvistgaard&Hird gennemgik bestyrelsen et strategiseminar, og resultatet er et beskrevet strategisk redskab, som både bestyrelsen og medlemmerne kan navigere efter. Med en gennemarbejdet formålsbeskrivelse og en overordnet vision er den strategiske retning sat og nu også mere synlig overfor eksterne partnere og nye potentielle medlemmer af foreningen. I 2016 fik vi da også endnu et medlem og oven i købet en uddannelsesinstitution, nemlig Erhvervsakademi Lillebælt, som vi glæder os over at byde velkommen ombord. Det er netop foreningens styrke, at vi favner medlemmer med forskelligartede perspektiver på turismen, så vi kan videndele og stå sammen om at skabe udviklingen på det lokale niveau.

Der er sket to store begivenheder i dansk turisme i 2016: Den nationale strategi blev præsenteret af den daværende erhverv- og vækstminister, Troels Lund Poulsen, og regeringen indgik et planlovsforlig med Det Konservative Folkeparti, Socialdemokraterne og Dansk Folkeparti.

Man er ikke i tvivl om, hvad formålet er med den ambitiøse strategi: at professionalisere erhvervet, øge overnatningskapaciteten, effektivisere markedsføringsindsatsen og skabe bedre rammevilkår, herunder en effektivisering af turismefremmesystemet. Dansk Turismefremme glæder sig over den tidligere venstre-regerings ambitiøse målsætning om at opnå 17 mio. flere overnatninger, samme grad af tilfredshed blandt gæsterne i Danmark som i resten af Nordeuropa og yderligere 45 mia. kr. i omsætning i år 2025 sammenlignet med i dag. Men vi mener også, at den eneste måde at indfri disse mål er ved at engagere det operationelle niveau på tværs af forretningsområder og private- offentlige parter ude i kommunerne. I forbindelse med Dansk Turismefremmes deltagelse i Advisory Board for dansk turisme er vigtigheden af en lokalt forankret indsats blevet fremhævet som en væsentlig grundforudsætning for, at strategiens

målsætninger lykkedes. Det er også afgørende, at natur- og outdoorturisme spiller en så afgørende rolle i den nationale strategi. Det er her størstedelen af Dansk Turismefremmes medlemmer har deres styrkepositioner, og det er naturligvis også ét af de fokusområder, Dansk Turismefremme har fremhævet på møderne i Dansk Turismes Advisory Board.

Et område kommunerne har fået større indflydelse på er strandbeskyttelseslinjen og kystnærhedszonen. Det skete med planlovsforliget sidste år. Det glæder vi os naturligvis over i Dansk Turismefremme, da det giver vores medlemmer handlerum og større frihed til at skabe faciliteter og gode oplevelser for gæsterne i umiddelbar nærhed af kyststrækningerne. Mange kulturelt- og naturbaserede oplevelser finder sted langs vandet, og derfor skal basisfaciliteter såsom skilte, toiletter og lettere forplejning naturligvis også kunne tilbydes her. Forladte bygninger inden for strandbeskyttelseslinjen kan nu omdannes til iskiosker eller cafeer med toiletter uden dispensation, og kommunerne må udlægge nye sommerhusområder samt udpege områder til bebyggelse inden for kystnærhedszonen. Kommunerne har en vigtig opgave i at skulle håndtere det ansvar, der følger med større frihed inden for planloven, og Dansk Turismefremme står klar til at sparre med medlemmerne om stort og småt i dette henseende, som også rapporten *Wayfinding og Gæsteservice* fra 2015 giver velunderbyggede og stadig yderst relevante perspektiver på.

Overordnet set kan vi i Dansk Turismefremme være tilfredse med vores forenings arbejde og den overordnede udvikling i branchen i 2016. Omorganiseringen i de regionale selskaber har ikke ændret på, at Dansk Turismefremme er den førende nationale organisation for turisme i lokalt perspektiv. En organisation der styrker arbejdet med og betydningen af den lokale turistservice og turismefremme samt en organisation, der skaber rum for vidensdeling og erfaringsudveksling blandt mangfoldige medlemmer.

Medlemmerne

I 2016 blev Dansk Turismefremme tegnet af 48 medlemmer. Vi har måttet sige farvel til VisitHaderslev, men som sagt har vi fornøjelsen af at byde endnu en uddannelsesinstitution velkommen, nemlig Erhvervsakademi Lillebælt. Dansk Turismefremme er den eneste nationale organisation i Danmark, som rummer både udviklingsorganisationer, visitbureauer, destinationssammenslutninger og uddannelsesinstitutioner. Det kan vi være stolte af i en tid, hvor en tydelig opdeling af alt lige fra målgrupper til forretningsområder præger verden omkring os.

Herudover er der 108 autoriserede turistbureauer og decentrale informationer fordelt på hele landet, og endeligt er der 258 aktive turismevirksomheder, som er medlem af Aktiv Danmark. Samlet set betjener sekretariatet godt over 400 medlemmer fordelt over alle niveauer inden for dansk turisme.

Arrangementer

Fordi Dansk Turismefremme er en forening, der rummer turismeaktører på alle niveauer, afholder vi også arrangementer, der tilbyder aktuel viden og udvikling til alle typer af medlemmer. I 2016 har vi traditionen tro afholdt to konferencer målrettet Dansk Turismefremmes medlemmer, nemlig turismefremmedagen i foråret og turismefremmedagen i efteråret. Som noget nyt blev efterårskonferencen udvidet med en produktkendskabsstur og en ekstra dag, og arrangementet i Sønderjylland var en succes blandt medlemmerne. Vi har stor gavn af at besøge hinandens destinationer som en del af den vidensdeling, der finder sted under konferencerne, og det er inspirerende at se og opleve de konkrete tiltag, man hver især gør for at tiltrække og servicere gæster fra nær og fjern. Det er også givende at få ekstra tid til at tale med hinanden under mere uformelle rammer, uden at det er programsat som networking eller speed-dating. Dansk Turismefremmes medlemmer kender efterhånden hinanden godt, og det var skønt at mærke det kollegiale fællesskab, der udfoldede sig, da medlemsskaren samledes i bussen, i hotel lobbyen og rundt om det sønderjyske kagebord. Vi ser frem til flere sådanne arrangementer.

Ud over konferencerne afholdt Dansk Turismefremme to workshops med titlen *Facebook som et effektivt markedsføringsredskab*. Workshoppen var henvendt til medarbejdere blandt både Dansk Turismefremmes, Autorisationsordningens og Aktiv Danmarks medlemmer, som arbejder med digitalt salg og markedsføring. Workshoppen blev afholdt af en medarbejder fra University College Nordjylland og er et godt eksempel på nogle af de synergier, der opstår i en medlemsforening, hvor uddannelsesinstitutioner og erhverv mødes.

Ud over disse fire medlemsmøder afholdt Dansk Turismefremme to studieture i 2016; én for Dansk Turismefremmes medlemmer, som gik til Napoli, og én for Wellness Danmarks medlemmer, som gik til Stockholm. Turen til Napoli var en spændende rejse ind i destinationsudvikling i en helt anderledes natur, kultur og organisatorisk kontekst end den danske. Det er altid spændende at se helt anderledes eksempler på turismeudvikling end dem, vi kender, og ved hjemrejsen var det tydeligt, at vi i Danmark er velsignet med et langt stærkere nationalt fokus på branchen og flere offentlige støttemidler til at være proaktive for, end man er i Italien. Vi fik nogle vigtige drøftelser omkring, hvornår brugen af frivillige i turismen er en fordel eller en ulempe, og vi identificerede et uudnyttet potentiale på destinationen ud fra den viden om destinationsudvikling, som vi efterhånden har rigtig meget af som forening. Naturmæssigt og kulturelt var det fantastisk at besøge den historisk rige destination med de mange fortællinger, og det er disse styrkepositioner og fortællinger om natur, kultur og befolkning vi arbejder for at opdyrke i egne destinationer.

Repræsentantskaber

Jeg vil nu vende mig mod de tre områder, som Dansk Turismefremme hviler på, nemlig varetagelse af medlemmernes interesser, Autorisationsordningen og Aktiv Danmark. Som jeg tidligere har været inde på, er Dansk Turismefremme fortsat repræsenteret i en række udvalg, bestyrelser og Advisory Boards. Her arbejder bestyrelsen og sekretariatet fokuseret for at præge den nationale

dagsorden og udvikle det samlede turismelandskab i en sammenhængende og meningsfuld retning til gavn for vores medlemmer. Her ses en samlet oversigt over foreningens repræsentationer, som tæller 14 repræsentantskaber.

Advisory Board for Dansk Turisme

Der er afholdt to møder i Advisory Board for Dansk Turisme.

Foreningen repræsenteres ved formanden, som bestyrelsen har indstillet og ministeriet har udpeget. Der har været fokus på arbejdet med den Nationale Turismestrategi, Statusrapport og opfølgning på indsatser.

Advisory Board for Dansk Kyst- og Naturturisme

Der er afholdt to møder i Advisory Board for Dansk Kyst- og Naturturisme i 2016. Møderne er af orienterende karakter, men vi lægger fortsat vægt på, at et differentieret og varieret turismeprodukt afhænger af, at man også tænker de mindre turismedestinationer ind i arbejdet med at udvikle de store. Ligesom vi fremhæver vigtigheden af, at det lokale turismeniveau tænkes ind i de regionale og nationale initiativer, især hvis man ønsker, at turismefremmeorganisationerne skal være med til at implementere projekter, som det fx er tilfældet med kompetenceudviklingsprojektet. DKNT lægger ikke skjul på, at de er en strategisk organisation; ikke en operationel. I denne forbindelse er bestyrelsen gået i dialog med DKNT med henblik på at sikre sammenhæng imellem kommende indsatser og Dansk Turismefremmes medlemmers interesser.

Partnerskabet Det Digitale Turisme Danmark

Det Digitale Partnerskab har afholdt fire styregruppemøder, hvor udfordringer og potentialer i den digitale udvikling behandles. Det er glædeligt, at partnerskabet, som skaber synergier og samler op på de digitale udfordringer, vi alle møder i forbindelse med ASP'en og Guide Danmark, effektiviserer sagsgangen og virker efter hensigten. Endvidere har VisitDanmark efter opfordring nedsat en GuideDanmark arbejdsgruppe, som har til formål at indsamle og rapportere de konkrete problemer og løsningsforslag, man har i visit-organisationerne rundt i hele landet. Man har i Dansk Turismefremme udpeget Joan Jensen fra VisitOdense, og gruppen indstiller løbende konkrete forslag til behandling i Det Digitale Partnerskabs styregruppe. Ud over styregruppemøderne, hvor Dorte Frandsen og Karsten Justesen deltager fra bestyrelsen og sekretariatet er tilforordnet, blev der afholdt et Årsmøde samt et Dialogmøde for digitale- og markedsføringsmedarbejdere, som sekretariatet er med til at planlægge.

Sport Management Advisory Board

Som noget nyt er Dansk Turismefremme blevet inviteret til at deltage i Sports Management uddannelsens Advisory Board. Sport Management uddannelsen er etableret som et samarbejde mellem Copenhagen Business School, Erhvervsakademi Lillebælt og University College Nordjylland. Det nationale Advisory Board skal fortrinsvist være bindeled mellem uddannelsen og de

etablerede idrætsforbund samt øvrige aftagere så som kultur- og fritidsaktører, hvoraf Aktiv Danmark naturligvis tilhører den sidste gruppe. Her får Aktiv Danmark v/Dansk Turismefremme mulighed for at agere aktiv medspiller i Sport Management uddannelsen med henblik på at sikre kompetencebehovet og et match mellem uddannelsen og aftagerfeltet. Det er med stor glæde, at vi går ind i dette nye spændende arbejde, ligesom vi gør alle andre steder, Dansk Turismefremme er repræsenteret.

Autorisationsordningen

Det Grønne I samler fortsat turistbureauerne og de decentrale informationer ude hos aktørerne, som I fællesskab skaber den bedste gæsteoplevelse(?). Dansk Turismefremmes formål med Autorisationsordningen har altid været og er fortsat at opdyrke den gode service i alle gæstens møder med destinationen. Der er 108 medlemmer fordelt over hele landet, og Det Grønne I ses ikke kun på de fysiske turistkontorer men også på digitale platforme og på ubemandede spots, som de autoriserede bureauer har ansvaret for.

I takt med at turismen udvikler sig i en digitalt retning og ressourcerne omfordeles i nye strukturer, er det relevant at undersøge, hvordan vi bibeholder den høje standard i gæsteservicen i hele Danmark. Og i dette øjemed har autorisationsordningen været på arbejde i 2016. Bestyrelsen og sekretariatet har igangsat en indsats, som skal skabe fælles fodfæste i dansk turisme, nemlig læringsforløbet 360°Gæsteservice, som I hørte mig fortælle på konferencen tidligere i dag. Der er søgt midler og lavet aftaler med samarbejdspartnerne i det forgangne år, så forløbet kan blive tilgængeligt i efteråret 2017. Forløbet er tilmed uden omkostninger for de autoriserede bureauer og informationer, mens Dansk Turismefremmes øvrige medlemmer kan tilkøbe gæsteserviceuddannelsen for et rimeligt beløb. Vi glæder os meget over denne indsats og er spændte på, hvordan den digitale undervisningsform bliver modtaget. Som også tidligere nævnt, så lægger 360°Gæsteservice også op til, at erhvervet inddrages i digitale læringsforløb målrettet et særligt emne. Det er en naturlig del af Dansk Turismefremmes eksistensgrundlag at skabe sammenhæng og udvikling af turismens værdikæde, hvilket også er udgangspunktet for netop dette tiltag.

Aktiv Danmark

Markedsføringsnetværket Aktiv Danmark har i 2016 været på messer i ind- og udland, udgivet magasinet Din Aktive Ferie og serviceret 258 medlemmer. Vi deltog på Reiselivsmessen i Oslo, Reisen i Hamborg og Ferie for Alle i Herning, hvor vi også havde brochurer med for Aktiv Danmark medlemmer og Dansk Turismefremmes medlemmer, som ikke selv havde mulighed for at deltage. Magasinet Din Aktive Ferie er endvidere blevet trykt i 20.000 eksemplarer sammenlignet med tidligere, hvor oplægget var halvt så stort.

Som et nyt tiltag, der skal forenkle og styrke Aktiv Danmarks cykelbrand, blev Cykling Denmark og Bed+Bike lagt sammen med ikrafttrædelse fra 2017. Medlemmerne af cykeltemaerne er blevet

samlet under brandet Bed+Bike, som er det utvivlsomt stærkeste brand nationalt men også internationalt. Brandet er ikke mindst udbredt i Tyskland, hvor Danmark henter størstedelen af de udenlandske gæster. Certificeringsordningen er endvidere udvidet med en Bed+Bike Sport ordning. Bed+Bike Sport certificeringen giver overnatningsstederne mulighed for at synliggøre og dokumentere, at de leverer specialiserede faciliteter til landevejscyklister og mountainbikeryttere samt indbrudssikret opbevaring af deres dyre cykler. Vi har allerede oplevet en fremgang i Bed+Bike medlemmer i 2016, som vi forventer fortsætter i 2017.

Ikke mindst set i lyset af, at bestyrelsen har taget hul på et strategisk udviklingsarbejde af Aktiv Danmark, som kommer til at sætte endnu mere fokus på Bed+Bike certificeringen end hidtil. Vi sætter i det hele taget fuld fokus på Cykling. Det er ambitionen, at ingen skal være i tvivl om, at når det kommer til cykelturisme, så er det os, man taler med. Vi vil være synlige og professionelle både overfor medlemmer og potentielle medlemmer og i det samarbejder, der eksisterer på forskellige niveauer. Vi søger således personen med den rette profil, som kan løfte netværkets temaer men med særligt fokus på cykeltemaet. Indtil denne person er fundet har man i sekretariatet ansat en vikar til at varetage de daglige opgaver og holde den gode kontakt til medlemmerne.

Et andet tiltag i 2016 omhandler Wellness Denmark. Netværket har i samarbejde med sekretariatet nedsat en styregruppe bestående af Skallerup Seaside Resort, Nimat Spa og Slotsø Badehotel, som leverer indhold til arrangementer og studieturer. Wellness Denmark tæller 12 medlemmer, hvilket sammenlignet med de resterende medlemstal ikke syner af meget. Derfor er en af styregruppens dedikerede opgaver at hverve nye medlemmer til netværket. Men det store engagement og drivkraften blandt medlemmerne viser også, at netop faglig udvikling og netværksdeltagelse stadig er et vigtigt element for udvalgte Aktiv Danmark medlemmer. Disse overvejelser indgår som en del af bestyrelsens arbejde med at udvikle konceptet i det nye år.

Aktiv Danmark fordelt på temaer 2016

Bed+Bike: 182 virksomheder.

Golf Denmark: 45 virksomheder.

Fishing Denmark: 16 virksomheder.

Gastronomy Denmark: 14 virksomheder.

Walking Denmark: 11 virksomheder.

Wellness Denmark: 12 virksomheder.

I alt: 280 temamedlemsskaber og 258 virksomheder.

Til sammenligning talte netværket 252 individuelle medlemmer i 2015.

Tak for året der gik

Alt i alt er der fremdrift i de tre indsatsområder under Dansk Turismefremme, og foreningens arbejde er mere end nogensinde med til at sikre værdikæder, turismeudvikling og gæsteservice i Danmark. Dette takket være en dedikeret bestyrelse, et ihærdigt arbejdende sekretariat og en uundværlig opbakning fra foreningens medlemmer. For dette vil jeg gerne sige tak, og tak fordi I ville lytte her. Tak til sekretariatet og til Liv, som har haft en udfordrende opgave som barselsvikar.

Også en stor tak til dirigenten Ejner Bækgaard, som igen har taget sig tid til at lede generalforsamlingen, og som velvilligt yder juridisk bistand til foreningen i alle henseender. Tak for den uvurderlige hjælp, den er yderst værdsat.