

Fordeling af turismereserven

Oktober 2024

Strategiens hovedinitiativer og udmøntning af midler til en styrket turismeindsats

Turismestrategien indeholder i alt 26 initiativer, som skal adressere de udfordringer og muligheder, som dansk turisme står over for. Tabel 1 viser fordelingen af de i alt 100 mio. kr., som på Finansloven 2024 blev afsat til en styrket turismeindsats. Fem markante initiativspor i den nye turismestrategi er:

Styrket markedsføring, hvor 34 mio. kr. i alt afsættes til en indsats for at tiltrække udenlandske turister uden for højsæsonen, og yderligere 10 mio. kr. i alt afsættes til at markedsføre Danmark som et attraktivt feriemål for danskerne.

Digital omstilling af turismeerhvervet, hvor 24 mio. kr. i alt afsættes til videre udvikling og udrulning af den digitale platform, VisitData, som skal styrke turismens brug af data som grundlag for beslutninger og forretningsudvikling.

Styrket indsats for at tiltrække investeringer i turismen, hvor der etableres en projektmodningsfond med 25 mio. kr. som er afsat ved tidligere politiske aftaler til at modne investeringer i turismen, og understøtte investeringer i turismen uden for de større byer. Med regeringens landdistriktsudspil fra d. 22. august, lægges der desuden op til en række ændringer af planloven mv., som giver bedre mulighed investeringer i turisme-projekter.

Styrket indsats for at udvikle erhvervs- og mødeturismen i Danmark, hvor der afsættes 12 mio. kr. i alt til udvikling og markedsføring af erhvervs- og mødeturismen med fokus uden for de store byer og på at bruge dansk erhvervslivs styrkepositioner, fx på det grønne område, til at tiltrække internationale møder og kongresser.

Udvikling af ikoniske nationale ruter til outdoorturisterne, hvor der afsættes 10 mio. kr. i alt til, at der udpeges, udvikles og markedsføres et antal ikoniske nationale cykel- og vandreruter, som skal være flagskibe for dansk outdoorturisme.

Tabel 1: Fordeling af midler i turismestrategien, 2024-2027 (mio. kr., 2024-pl)

	2024	2025	2026	2027
Initiativer				
En styrket erhvervs- og mødeturisme i hele landet	3,0	3,0	3,0	3,0
Styrket international markedsføring med fokus på at tiltrække turister uden for højsæsonen	13,0	11,0	11,0	9,0
Styrket markedsføring rettet mod danske turister i partnerskab med de lokale destinationer	1,0	3,0	3,0	3,0
Udvikling af turismens datainfrastruktur – VisitData	6,0	6,0	6,0	6,0
Udvikling af ikoniske nationale ruter til outdoorturisterne	2,0	2,0	2,0	4,0
I alt	25,0	25,0	25,0	25,0