



Svendborgsund. Foto: Preben Eider

Turistforeningerne og det regionale samarbejde

Regeringen og Kommunernes Landsforening (KL) har for nylig indgået en aftale om rammerne for kommunernes økonomi og om fremtidens dialog mellem regeringen og kommunerne. Et af områderne er en styrkelse af samarbejdet mellem den offentlige og den private sektor, hvor de nye regionale vækstfora får en central rolle i erhvervsudviklingen, herunder turismen

I aftalen er det formuleret således:
»Det er afgørende, at det bliver de regionale vækstfora, der prioriterer og udarbejder indstillinger om anvendelse af de regionale midler til erhvervsfremme, herunder turisme. For at sikre, at vækstforaene bliver det centrale

omdrejningspunkt for den regionale erhvervsfremmeindsats er KL og regeringen enige om, at der ikke bør oprettes parallelle institutioner til vækstforaene, som svækker koordination og enstrenghed.«

Det må betyde, at den plan om samarbejdet mellem de forskellige niveauer i turismen, som VisitDenmark (VDK) har udarbejdet, og som blev udsendt til alle turistforeningsformænd i begyndelsen af maj, ikke kan gennemføres på det regionale niveau.

Planen forudsatte et regionselskab i hver af de fem nye regioner. Planen var noget mindre konkret omkring samarbejdet mellem det lokale niveau og regionselskaberne, og der var in-

gen forbindelse fra det lokale niveau til VDK.

På et møde mellem turismens minister, Bendt Bendtsen, og turismens organisationer bemærkede Turistchefforeningen (FdT) og SdT, at KL (Kommunernes Landsforening) tilsyneladende ikke havde været involveret i arbejdet med planen, hvilket kunne undre, idet kommunerne vil komme til at betale både til det lokale turismearbejde og til det regionale. Det kunne måske blive vanskeligt, fordi kommunerne som udgangspunkt har den holdning, at deres penge bedst forvaltes inden for kommunegrænsen. Det viste sig at holde stik.

Så hvor står vi nu? Regionsselskaberne vil være afhængige tilskud fra mindst 10 kommuner. Det kan nok blive mere besværligt end at få det fra et eller to amter. Det er meget usikkert, om de kommende vækstfora vil give midler til regionsselskaberne, men det må vi håbe. I hvert fald lægger aftalen mellem regeringen og KL op til det. Det er også usikkert, hvor mange regionsselskaber, der bliver, men de behøver ikke at følge de nye regionsgrænser.

Styrken i VDK's forslag var et samarbejde mellem regionens vækstforum og regionsselskabets bestyrelse. Der vil fortsat være behov for, at turismen kan gøre sine synspunkter gældende over for det enkelte vækstforum. Det kan løses ved at nedsætte et rådgivende turismeudvalg i hver af de nye regioner med repræsentanter for regionsselskaberne, turismeerhvervet og den lokale turisme (SdT/FdT).

Med denne konstruktion skabes der såvel en tursimefaglig ekspertise for vækstforum og et regionalt samarbejdsforum, og vi kan endelig komme den holdning til livs, at det ikke er til at vide, hvad vi mener, fordi der ikke er et enkelt samlende organ. Er der ikke det, vil politikerne træffe beslutningerne uden os, og det vil ikke være til gavn for hverken den lokale eller regionale turisme.

*Med venlig hilsen og god sommer
Palle Ømark
Formand for SdT*



Fregatten Jylland i Ebeltoft. Foto: Bent Næsby

SdT's årsmøde 2005 i Ebeltoft på rim & vers

Melodi: Pigerne fra Småland

1. I dag der er vi alle sammen her i Ebeltoft –
nå, det med »alle sammen«

er vist lige lovligt groft –
men skidt med det,

der er et enkelt lyspunkt nu i år:
ja, vi har slået vores (bund)rekord

fra Skanderborg!
Det' dog værst for dem, der ikke kom,

hvorend de så blev a',
for vi andre vi har nemlig haft

en dejlig dag i dag.
Der er ingen grund til,

vi skal flage med et flag på halv,
når vi sidder her med lakserogn,

dessert og helstegt kalv!

2. Se, først kom by'ns borgmester

– Jørgen Brøgger, han var klar,
han vidste, hvilken rolle en turistforening har.

Han sagde, at vi blot sku' køre løs
for fulde damp:

turismen nu i dag er nemlig
nærmest ble't en kamp.

Så fik vi da lidt om Ebeltoft og dens historie
(det var nærmest lige,

førend byen fik en glorie):
Her er rådhus – her er bjerge

(snart den nationale park,
hvor man laver krydderurtesnaps,

der slår som hestespark!).

3. Derpå kom Hingelberg
 og talte om sin færgefart,
 om markedsføring, der er både elegant og smart.
 Med pakketilbud har de få't turismen til at gro,
 og det er flot, når man skal konkurrere
 med en bro.
 Men så var det, Hans fra Horsens
 mumled' nog't om sikkerhed:
 for Steen Bostrup havde glemt sin sele,
 da han kørte ned
 efter at ha' slukket tørsten godt i rødvin
 – ikke vand!
 Det er godt med sikkerhed om bord
 – men hvad med den i land!

4. Se amtsborgmester Ebbensgaard han sag':
 »Det' ganske vist,
 den ny struktur den gør,
 at man skal være lobbyist.«
 Til vækst skal der pr. region
 kun vær' et enkelt råd
 (og han ku' ikke rokkes,
 skønt Lars Nielsen prøved' på'd).
 Så blev der da pengesnak:
 »Hvad vil det offentlige gi?«
 Hingelberg var bange for,
 man lænsede hans rederi.
 Ebbensgaard han sagde ja og nej
 og snakked' op og ned,
 så hvad resultatet bli'r,
 det er der ikke én, der ved!

5. Se vores hjemmeside
 den skal vær' vor videns brønd
 (men da vi så den,
 virked' vores formand tem'lig grøn!).
 Se, det var ikke planen,
 han sku' præsen-ter' den sel' –
 at der var ros og ikke ris
 – var vores formands held.
 Generalforsamlingen er næste emne i vor sang:
 Mogens Lund blev valgt som dirigent
 (Gud véd, for hvilken gang!).
 Og han konstatered', Ilse havde indkaldt,
 som hun sku' –
 jeg er blevet tør i halsen – sku vi ikke skåle nu?

6. Vor formand sagde:
 »I må alle kende jeres plads,
 I skal jo lave andet end at sælge campingpas.

Den ny struktur den skal vi bare
 tackle sammenbidt
 og holde bastionerne. Og så var ordet frit.
 Gørlev-Jette sag': »Vi klarer os skam
 uden campingpas!«
 I Hobro der er det meget svært
 at finde spalteplads.
 Arne Andersen vil have en minister,
 der forstår.
 Henrik sag': »Du gentog blot,
 hvad jeg har sagt i mange år!«



Poskær Stenhus ved Mols Bjerge. Foto: Jørgen Schytte

7. Så snakked' vores formand fremtid,
 sagde specielt:
 »De nationale parker de bør være vores felt.
 Med mere lærdom vil vi styrke vores position:
 Så vi har få't et udvalg – og halvanden million.
 Og hvornår skal mødet ligge
 – torsdag efter klokken fem?
 (Før I tiden fested' vi en uge,
 før vi rejste hjem!).
 Bjarne Kock han forelag' budgettet
 med sin skabelon.
 Og hos Willemoes der er Mc Donald's
 største attraktion.

8. Så var der valg –
 det klared' dirigenten elegant,
 og det blev genvalg lig' fra formand
 og til suppleant.
 Men da borgmest'ren rejste sig
 (det syntes han, han sku),
 så sagde Mogens Lund fortørnet:
 »Sig mig, hvem er du?«
 Willemoes' han sag', et udvalg
 ville klare mødet bedst.
 E-M Di-de-richsen savned'
 sådan get-together fest.

Og så var der ikke no'n,
der havde mere energi.
Og en time førend planlagt
var det hele helt forbi.

9. Så gik vi rundt i Ebeltoft, vi gik i gåsegang,
for selv om Ebeltoft er gammel,
så er byen lang.
På grisetorvet lærte vi, at by'n
er kendt for glas,
og vi studered' hvert et hus
og vendte hver en plads.
Vi så, hvor man brændte brændevin,
den gamle købmandsgård,
vi fik Lodvigs eskapader
med det labre lille skår.
Og så kom vi end'lig til fregatten
– nej, hvor var den stor,
og med tungen ud af halsen
vadede vi da om bord.

10. Vi gik omkring i tjærelugt og så på dit og dat
og nød hvert øjeblik, vi var om bord
på den fregat.
Ja, det var meget spændende,
men det var nu et held,
vi ikke skulle spise det om bord, de spiste sel':
De fik ærtesuppe, gammelt brød
og godt fordærvet flæsk,
det er godt, vi sidder her,
hvor maden den er god og frisk.
Apropos så syn's jeg, vi skal
genoptage vor dinér.
Sku' vi ikke slutte sangen med et leve SdT!

*Fluks skrevet af bestyrelsesmedlem Evan Herrig
og præsenteret ved middagen samme aften*

Årsmøde 21. april 2006

Bestyrelsen har besluttet forsøgsvis at flytte generalforsamlingen fra lørdag til fredag. Valget er faldet på **fredag 21. april 2006 i Holbæk** (husk at sætte kryds i kalenderen!). Programmet indledes med generalforsamling kl. 14.30.

Turen går til Holbæk i 2006

Efter en veloverstået generalforsamling 2005 – med aktuelle foredrag, velafviklet generalforsamling og spændende rundtur i Ebeltoft – blev vi inspireret til at indbyde til SdT's generalforsamling i Holbæk i 2006.

Vi er glade for, at bestyrelsen i SdT har taget imod indbydelsen, og vi vil bestræbe os på at tilrettelægge en indholdsrig og måske lidt nytænkende generalforsamling, idet vi jo har en del at byde på såsom Andelslandsbyen Nyvang, kunstneriske aktiviteter på mange planer, meget aktuel teateraktivitet og meget mere. Men det vil vi vende tilbage til i et tilrettelæggesamarbejde med den nye adhoc-gruppe og med Ilse Trøst som erfaren sparringspartner.

Vi ser frem til at arbejde for at få så mange medlemmer som muligt til at deltage på baggrund af et både seriøst og anderledes sammensat program i Holbæk 2006.

*På festligt gensyn!
Erik Willemoes-Larsen
formand for
HolbækRegionens Turistforening
Ina Løndahl
turistchef*

»Dejligheden« ved Holbæk. Foto: Nicolai Perjesi



1 mio. flere overnatninger, hvis der skabes

God adgang for børn, ældre og handikappede

En ny dansk mærkeordning giver børnefamilier, ældre og handikappede lettere adgang til forlystelser, museer, restauranter og hoteller. Samtidig har turistbranchen udsigt til 1 mio. flere overnatninger og en øget omsætning. Tilgængelighedsmærket er en del af regeringens turistpolitiske handlingsplan og er bl.a. støttet af Økonomi- og Erhvervsministeriet. En lang række turistvirksomheder har allerede sagt ja til mærkeordningen

Den danske turistbranche og handicaporganisationerne har startet en mærkeordning for tilgængelighed, som både letter forbrugernes vej til de gode mad- og fritidsoplevelser og øger turistvirksomhedernes mulighed for få flere gæster og bedre omsætning.

Tilgængelighedsmærket er en del af regeringens turistpolitiske handlingsplan. Det er udviklet af turistbranchen og handicaporganisationerne med støtte fra Økonomi- og Erhvervsministeriet og Arbejdsmarkedets Feriefond.

Mærkeordningen, der varetages af Foreningen Tilgængelighed for Alle (FTA), er den første officielle mærkning af tilgængelighedsforhold i eksisterende bygninger i Danmark.

Idéen med mærket er at blåstemple og synliggøre de spise-, ferie og forlystelsessteder, som har sørget for god adgang til ældre, småbørnsfamilier og handikappede.

www.godadgang.dk

Alle turistvirksomheder som deltager i mærkeordningen, kan ses på www.godadgang.dk. Her kan forbrugerne tjekke, om et ferie- eller spisested er tilgængeligt for netop dem, inden de tager af sted.

Mærkeordningen sikrer således, at børnefamilier, ældre og handikappede på forhånd kan se, om et museum, en restaurant eller en forlystelsespark opfylder deres særlige behov. Samtidig giver ordningen de mærkede turistvirksomheder en enestående mulighed for at skilte med deres tilgængelighed og nå ud til en større kundegruppe.

Flere gæster

VisitDenmark vurderer, at den målrettede indsats for tilgængelighed baner vejen for op mod 1 mio. ekstra overnatninger om året i Danmark.

Både små og store turistvirksomheder er begejstrede for ordningen, som vil gøre det lettere for tusindvis af ældre, småbørnsfamilier og handikappede at finde frem til dem.



Kørestolsbruger på kunstmuseum. Foto: Lars-Kristian Crone

Nogle af Danmarks største forlystelsessteder – Tivoli, Københavns Zoo og Givskud Zoo – er allerede en del af mærkeordningen. De forudser, at ordningen får stor betydning for virksomhedernes markedsføring.

– Vi lever i en tid, hvor konkurrencen på attraktionsområdet skærpes dag for dag. Derfor er det vigtigt for os, at alle gæster føler sig velkomne – også dem, som måske stiller lidt større krav til vores indretning end andre. Og morsomt nok: når vi f.eks. bygger ramper, så kørestolsbrugere let kan komme rundt i Haven og ind og ud af de mange dyrehuse, hjælper vi faktisk også vores kernemålgruppe, børnefamilien. En fornuftig rampe letter ikke alene dagen for kørestolsbrugeren og de gangbesværede, men også for de tusindvis af børnefamilier, der besøger Haven med barnevogne, klapvogne og trækvogne, siger Lars Lunding Andersen, direktør i Københavns Zoo.

Pressemeddelelse 06.06.2005

Turistforeninger vil samarbejde

Turistforeningerne i de kommende storkommuner på Djursland vil gerne udvide samarbejdet efter kommunesammenlægningerne.

For øjeblikket lægges der ikke op til nogen sammenslutning af turistforeningerne, men det er ikke afklaret, hvad kommunalreformen får af konsekvenser på det område.

Bestyrelserne i områdets turistforeninger agter at invitere de politikere, som vælges som spidskandidater og dermed borgmesterkandidater til storkommunerne, til et møde efter sommerferien.

18.05.2005

Ferieregion Sønderborg øger turismen

Åbningen af Danfoss Universe i Nordborg ventes at øge turismeomsætningen i ferieregion Sønderborg med 10 pct. på kort sigt.

Men frem til 2010 er det ferieregionens mål at øge turiststrømmen med 25 pct. til 1,5 mio. overnatninger mod 1,2 mio. overnatninger i dag. Målet skal nås ved en styrkelse af egnens turist-erhverv og ved at give turisterne lyst til at vende tilbage til området igen og igen.

Desuden skal overnatningskapaciteten udvides, og udlejningen af feriehuse uden for sæsonen skal gøres langt mere fleksibel.

Ifølge tal fra Visit Denmark vil hver million kroner, der investeres i fælles turistaktiviteter, føre til en omsætning på 15 mio. kr. og yderligere 22 arbejdspladser.

ErbvernsBladet 09.05.2005

Stort potentiale i turismeerhvervet

World Tourist Organisation forventer, at turismeerhvervet i år 2020 vil udgøre 20 pct. af verdens samlede produktion mod 12 pct. i dag som en logisk følge af den positive økonomiske udvikling i specielt Kina og Indien.

Danmark halter bagefter, da turismeerhvervet her blot udgør syv-otte pct. af den samlede produktion, samtidig med at antallet af overnattende udlændinge er stagneret.

Hvis dette billede skal ændres, mener Lise Lyck, der er lektor ved Copenhagen Business School, at service- og turismeerhvervet samt industrien skal samarbejde for at sætte fokus på Danmark i udlandet.

Hun mener dog også, at specielt København har, hvad der skal til: lufthavn tæt på byen, koncentreret centrum samt en bred vifte af muligheder af kulturel og naturmæssig art.

Berlingske Tidende Business 05.06.2005

Kampagne for ferie på landet

En ny kampagne skal lokke sjællænderne til at holde ferie på landet i Sydøst- og Sønderjylland. Kampagnen består bl.a. af en inspirationsbrochure, der husstandsomdeles i 100.000 eksemplarer øst for Storebælt.

Turisterhvervet i Øst- og Sønderjylland har i mange år gjort en stor indsats for at trække turister til de kendte kystferiemål, f.eks. Rømø, Als og Juelsminde. Det har givet mange overnatninger og et stort pres i højsæsonen.

Nu skal turisterne have nye ferieoplevelser:



Sønderborg Havn.
Foto: Thomas Nykrog



Flere turister skal ud på landet. Foto: Thomas Nykrog

De skal holde ferie på landet.

I dagene omkring pinse distribuerede Region Sydøst- og Sønderjyllands Turismeudviklingselskab (RST) 100.000 brochurer med inspiration til ferie på landet i det syd- og sønderjyske. Brochuren blev udsendt til familier med egen bil i udvalgte husstande på Sjælland.

– Vi har oceaner af gode familieoplevelser på landet i Sydøst- og Sønderjylland, og ingen steder er kysten længere væk end 30-40 minutters kørsel i bil, siger direktør Peer Kristensen fra RST.

– Hvorfor så ikke prøve idyllen på den lille kro eller på en bondegård med værelsesudlejning? Hånden på hjertet véd vi jo godt, at der ikke er 10 ugers uafbrudt strandvej i Danmark, og på de gode stranddage kan man blot køre den korte vej til stranden, fortsætter Peer Kristensen. Produktpaletten af ferietilbud på landet handler ikke blot om overnatning. Der er også utallige gode oplevelser at hente ved gårdbutikker, kunsthåndværkere, besøgsårde, ture med hestevogn osv. Men også naturoplevelser i de forholdsvis fredelige naturområder uden for feriestederne er med. Her er der også plads til flere turister.

– De fleste af os har travlt med at besøge de store attraktioner i ind- og udland under ferien. Men når det gælder børnene, især de mindre, får de ofte lige så stor en oplevelse ud af at se koen blive malket – eller endda selv prøve det – som en tur i rutchebanen i Tivoli, mener Peer Kristensen.

Ferie på landet er som udgangspunkt et svært produkt at markedsføre.

– Mange af produktejerne er relativt små virksomheder med få midler til markedsføring, kon-

staterer Peer Kristensen. Derfor tilbyder RST at være løftestang og skabe interessen hos turisten via distribution af inspirationsbrochuren. Herfra bliver man ledt videre til RST's hjemmeside www.sydjylland.com hvor produktejerne for et lille beløb kan blive synlige over for kunderne.

Flere på campingferie i år

Antallet af overnatninger på de danske campingpladser ventes at stige med 5 pct. i 2005 i forhold til 2004. Det svarer til, at antallet af overnatninger stiger fra 11,5 mio. til 12,1 mio. i 2005.

Det viser det nye CampingBarometer, som Bojesen Consult har udarbejdet for Campingrådet.

Væksten i antal overnatninger vil blive kraftigst på Sjælland og på Fyn med henholdsvis 11 pct. og 9 pct.

Den forventede kraftige vækst på Sjælland tyder på, at »Camping-danmarkskortet« er ved at ændre sig, da Sjælland vækstmæssigt har ligget efter det øvrige land.

Den store stigning på Fyn er derimod ikke overraskende, da de fynske campingpladser har præsteret nye fire- og femstjernede campingpladser hvert år, og det virker som en magnet på gæsterne.

Bornholm forventes – som den eneste landsdel – at få færre overnatninger end i 2004. Det er der en grund til – nemlig skyhøje færgeser.



Teltferie er ikke det værste, man har! Foto: Henrik Stenberg

Telt i 44 danske skove

Skov- og Naturstyrelsen giver nu tilladelse til, at »stille skovvandrere« kan slå telt op og overnatte i 44 danske skove.

Skovvandrerne behøver ikke at indhente tilladelse før overnatningen, der dog kun må være på en enkelt nat, ligesom man ikke må tænde bål eller benytte et telt, der er større end et tremands-telt.

Politiken 11.05.2005

14 mio. kr. til forskning i oplevelsesøkonomi

Forskningsrådet afsætter nu 14 mio. kr. til forskning i sammenhængen mellem kulturarv og oplevelsesøkonomi.

Netop oplevelsesøkonomien er et af de hurtigst voksende økonomiske områder i den vestlige verden, hvorfor der også i Danmark er behov for yderligere viden på området.

Formanden for Forskningsrådet mener, at der er store værdier at hente ved at forbedre formidlingen af den danske kulturarv.

Forskningen skal også medvirke til at skabe kontakt mellem forskningen og turismeerhvervet.

Berlingske Tidende Magasin 23.05.2005

Enighed om en ny nationalpark på Mols

I modsætning til andre nationalpark-projekter er der nu enighed mellem de involverede grupper bag en nationalpark i Mols Bjerge på Djursland. Styregruppen for projektet er dannet af meget forskellige interesser, som ikke har kunnet nå til enighed ved f.eks. projektet i Lille Vildmose i Nordjylland.

Nationalparken i Mols Bjerge kommer til at omfatte op mod 10.000 hektar.

Berlingske Tidende 22.05.2005



SdT ønsker alle en god sommer! Foto: Birgitte Wolfgang

Det Gamle Arkiv

Den kommunale investering i turismen har været til debat utallige gange – og gennem mange, mange år – ligesom værdien af at give turisterne en ordentlig service.

På Samvirkende jyske Turistforeningers (SjT's) årsmøde i 1946 holdt arkivar Kr. Bure, Turistforeningen for Danmark (senere Danmarks Turistråd, nu VisitDenmark), et indlæg om rejselysten gennem tiderne.

Kr. Bure sagde bl.a.: »Intet er bedre Propaganda end en tilfreds Turist. Denne rejser hjem og anbefaler det Sted, han har været til højre og venstre. Vi har indsendt Andragende om at faa Stats-tilskud paa 35.000 Kr., ligesom vi har andraget om Oprettelsen af Kontorer i London, New York og andre Storbyer. Det kommunale Tilskud har haft Fremgang i det sidste Aar, men der lang Vej igen, før vi opnaar, hvad vi ønsker. Turistfolkene gør Arbejdet gratis, fordi de er Idealister. Jeg vil slutte med at give en Oversigt over Tilskuddet i 56 Byer. I 16 af disse faar Foreningerne intet, i 20 mellem 35 og 500 Kr., i 10 fra 500-1.000, 10 giver fra 1.200 – 10.000. Vi må haabe, at Byerne bliver klare over, at Penge de giver ud til Turistsagen, kommer mangefold igen, i Forhold til Byernes Budget er det forsvindende Tal. Derfor maa alle ogsaa huske paa, de har krav på Støtte.

Også de lokale turistforeningers initiativer har været fremhævet mange gange. F.eks. arrangerede Horsens Turistforening i 1946 en kampagne for at »Indprente Næringslivets unge den rette Op-træden over for Publikum, ikke mindst over for Turisterne. En Sag, der anses af største Vigtighed for Turistlivet, idet den gode Behandling af Turisterne viser Byens Ansigt venligt og imødekom-mende.«

Kampagnen omfattede tjenere, politi, ekspedienter, post-, jernbane og telegraaffunktionærer samt chauffører.

Man afviklede tre aftener med foredrag, sketches og diskussion med handelsstanden, politiet mfl. Ved et af møderne sammenlignede en amerikansk dame Amerika og Danmark, og det tredje møde afsluttede man med dans. De første aftener blev betalt af turistforeningen, men senere skød forretningsfolk så meget til, at alt blev betalt af tilskuddene.

SjT indgik senere på året en samarbejdsaftale med Horsens Turistforening om at videreformidle »høflighedskampagnen« til de øvrige turistforeninger i Jylland.

Bodilsen tekst & tilrettelæggelse · Aabybro Bogtryk