

Replik: Hovedstadens turisme er en god investering

Borgmestrene Erik Buhl, Varde, og Kim Ruberg, Ringkøbing-Skjern (begge V), argumenterer sammen med interesseorganisationen Danmark på Vippen i et indlæg bragt i en række regionale aviser den 15. oktober for, at regeringen og Dansk Folkeparti med en politisk aftale indgået i foråret 2018 prioriterer turismeudviklingen i hovedstaden over turismeudviklingen i resten af landet.

Wonderful Copenhagen er omtalt flere gange i indlægget. Fra Wonderful Copenhagens side har vi valgt ikke at svare i pressen, men indlægget hviler på en række faktuelle fejl og mangler, som vi oplyser om nedenfor.

- **Wonderful Copenhagen er hele hovedstadsregionens turismefremmeorganisation.** Indlægget efterlader det indtryk, at Wonderful Copenhagen er Københavns turismeorganisation. Det er ikke korrekt. Wonderful Copenhagen er en selvstændig erhvervsdrivende fond, som arbejder for at fremme turismen i 28 kommuner i Region Hovedstaden. Dertil varetager Wonderful Copenhagen også landsdækkende opgaver, fx inden for krydstogtturisme, hvor Wonderful Copenhagen er med til at tiltrække krydstogtgæster til bl.a. Skagen, Aalborg, Aarhus og Fredericia. Samtidig er Wonderful Copenhagen primus motor på turismeområdet i Greater Copenhagen, som omfatter 79 kommuner og 3 regioner i Østdanmark og Sydsverige, og arbejder her aktivt for at skabe stærkere sammenhænge mellem land og by og for at turismevæksten i storbyerne skal spredes ud og komme en bredere geografi til gode.
- **Hovedstadsregionen (29 kommuner) står for næsten 40 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark.** Indlægget sammenligner *antallet* af turistovernatninger i kommuner i Vest- og ØstDanmark, men nævner ikke turismens *effekter*. Ifølge de nyeste, officielle tal, skaber turismen i Region Hovedstaden 41,7 mia. kr. i omsætning, 15 mia. kr. i skatteindtægter og 48.700 jobs årligt. Til sammenligning skaber turismen i Danmarks næststørste turismeregion – Region Syddanmark – 22,2 mia. kr. i omsætning, 8,4 mia. kr. i skatteindtægter og 28.400 jobs. En udenlandsk storbyturist bruger i gennemsnit 2.150 kr. i døgnet i Danmark, mens en international kyst- og naturturist bruger 750. kr. Turismens effekter i form af jobs og skatteindtægter mv. er mere interessante end antallet af turister.
- **Hovedstaden vinder ikke på reformen af dansk turisme.** Indlægget giver det indtryk, at den politiske aftale, som regeringen og Dansk Folkeparti indgik i foråret om en reform af det danske erhvervs- og turismefremmesystem, betyder en omfordeling af midler fra Vestjylland til hovedstaden. Det er ikke korrekt. Wonderful Copenhagen har indtil nu været finansieret af Region Hovedstaden – dels gennem en basisbevilling og dels gennem øremærkede projektbevillinger (dertil privatfinansiering mv.). Basisbevillingen videreføres i statsligt regi, men Wonderful Copenhagens projektbevillinger står til at blive overført til en ny, national pulje, hvor Wonderful Copenhagen vil skulle søge midlerne i konkurrence med resten af landet. Da Region Hovedstaden indtil nu har prioriteret midler til strategiske turismeprojekter højere end andre regioner, er der omvendt tale om, at hovedstaden i højere grad end andre bidrager til den nye, nationale kasse.
- **Hovedstaden bruger turismemidlerne effektivt.** Indlægget nævner ikke baggrunden for den politiske reform, nemlig, at man fra politisk hold har vurderet, at der i dag er for mange små turismeorganisationer i Danmark, og at det fører til en ineffektiv brug af skattekrone. Det fremgår af beslutningsgrundlaget bag reformen, at Region Syddanmark i dag er den region med flest turismeorganisationer efterfulgt af Region Midtjylland på andenpladsen. Region Hovedstaden er den region med færrest turismefremmeorganisationer.

- **Storbyturisme prioriteres ikke højere end før.** Det fremgår af artiklen, at Wonderful Copenhagen fremadrettet får flere midler end tidligere. Det er forkert. Wonderful Copenhagen får samlet set ikke flere midler end tidligere, men færre. De midler, som Wonderful Copenhagen modtager på Finanslovsudkastet for 2019, er de samme midler som Region Hovedstaden prioriterede til organisationen før erhvervsfremmereformen. Indlægget sammenligner desuden Wonderful Copenhagen og Dansk Kyst- og Naturturisme, men undlader at nævne Dansk Storbyturisme og MeetDenmark. Det er unøjagtigt. Den rette sammenhæng er: Staten og Danske Regioner oprettede pr. 1. januar 2015 tre tværgående turismeselskaber – et for kyst- og naturturisme, et for erhvervssturisme, og et for storbyturisme. I de efterfølgende år har staten og regionerne bevilget midler til selskaberne for kyst- og naturturisme og erhvervssturisme, men ingen midler til selskabet for storbyturisme (der er forankret i Wonderful Copenhagen).

Med ovenstående faktuelle korrektioner af indlæggets udlægning af situationen i dansk turisme, vil vi samtidig gerne opfordre til, at vi i dansk turisme – frem for at bruge kræfterne på at strides internt – retter fokus på den reelle udfordring for dansk turisme: Konkurrencen udefra. Det er her, truslen mod vækst i dansk turisme ligger.

I Wonderful Copenhagen har vi over 25 års erfaring med at samle offentlige og private aktører i fælles, fokuserede indsatser, som giver os mulighed for at manifestere os mod større, internationale konkurrenter. Hovedstaden er i dag verdens 14. mest populære kongresby (ifølge International Congress and Convention Association), Nordeuropas mest populære krydstogtdestination og en populær storbydestination, som har etableret en solid vækstplatform på en række internationale markeder, hvorfra gæster har et højt forbrug.

I Wonderful Copenhagen arbejder vi for at udnytte 'Copenhagens' stærke, internationale brand og store tiltrækningskraft på udenlandske turister til gavn for hovedstaden – men også til gavn for resten af Sjælland og resten af landet. Fx når vi på vegne af Danmark tiltrækker nye, internationale flyruter til landet, nye krydstogtanløb, nye internationale kongresser, og når vi markedsfører oplevelser over hele Sjælland i sammenhæng med hovedstaden. Vi tror på, at fremtiden ligger i at tænke by og land sammen, ikke som hinandens modsætninger, og vi ønsker et stærkt samarbejde på tværs af dansk turisme – det er nødvendigt, hvis vi skal klare os i den internationale konkurrence.