



Eva Svavars Frandsen  
Økonomi- og erhvervsministeriet  
Slotsholmsgade 10 – 12  
1216 København K

### **KL's høringssvar vedr. udkast til lov om VisitDenmark**

KL har den 12. februar 2010 fået udkast til lovforslag om VisitDenmark i høring fra Økonomi- og Erhvervsministeriet. Den korte høringsfrist har ikke muliggjort en politisk behandling af bemærkninger til lovforslaget om VisitDenmark. Der tages derfor forbehold for den efterfølgende politiske behandling af høringssvaret.

KL anerkender, at der er brug for at tilrettelægge en bedre international markedsføring og branding af Danmark. Udenlandske turister fravælger i dag i stigende grad Danmark som rejsemål. I de seneste år har Danmark tabt voldsomt terræn i forhold til de europæiske konkurrenter. Det betyder tab af omsætning og arbejdsplader, særligt i yderområderne, hvor turismen fylder mest.

KL er enig i, at der er behov for at styrke effekten af den samlede internationale markedsføring af Danmark samt styrke effekten af de enkelte markedsføringsaktiviteter rettet mod udlandet. Det er således positivt, at lovforslaget lægger op til, at VisitDenmark fremover bliver en tydeligere markedsføringsorganisation. Intentionen om en bedre koordinering af den internationale markedsføring er således rigtig. Men redskabet i form af en tæt koordinering via VisitDenmark, som lovforslaget indirekte lægger op til, kan blive meget uhensigtsmæssig, og kan svække markedsføringsindsatsen. Bagatelgrænsen på 100.000 kr. medvirker endvidere ikke til at begrænse de administrative opgaver i forbindelse med løsning af koordinationsopgaven.

#### *Statsligt monopol på turistrelaterede markedsføringsaktiviteter*

KL finder bestemmelsen om, at kommuner og kommunale turismeudviklingselskaber forudgående skal koordinere alle væsentlige internationale branding- og markedsføringsaktiviteter med VisitDenmark (§ 14) betænkelig. KL finder ikke, at lovforslaget tilstrækkeligt præciserer, hvad og hvilke aktiviteter koordi-

Den 19. februar 2010

Ref SNM  
snm@kl.dk  
Dir 3370

Weidekampsgade 10  
Postboks 3370  
2300 København S

Tlf 3370 3370  
Fax 3370 3371

[www.kl.dk](http://www.kl.dk)

1/4

nationen reelt vil indebære – og yderligere hvilken adgang VisitDenmark kan tænkes at få i forhold til at reducere eller forhindre påtænkte kommunale markedsføringsinitiativer. Endvidere er det helt uklart, hvad der ligger i, at lovforslaget giver ministeren selvstændig bemyndigelse til nærmere at definere indholdet af VisitDenmark koordinationsbeføjelser (§ 2, stk. 7). Det finder KL meget betænkeligt. Koordinationsopgavens karakter og omfang bør klargøres og i øvrigt drøftes med turismens parter.

KL kan frygte, at lovforslaget vil medføre en statslig vetoret i relation til, hvad kommunerne kan iværksætte af væsentlige aktiviteter, hvori der indgår elementer af international markedsføring og branding. Dette strider i høj grad mod kommunernes adgang til at tage selvstændige initiativer på området og mod regeringens ønske om lokale og differentierede strategier og erhvervsudvikling via eksempelvis de regionale vækstfora (Erhvervsfremmeloven § 10).

KL kan samtidig frygte, at lovforslaget i høj grad vil kunne svække både det kommunale som nationale turismesamarbejde – og yderligere kunne svække det lokale incitament til at markedsføre sig. I en global verden er der brug for en meget differentieret kommunikation, og der skal kommunerne kunne agere selvstændigt og iværksætte egne markedsføringstiltag, uden at det kræver en forudgående godkendelse af VisitDenmark. Et tungt og centralistisk set-up vil sandsynligvis begrænse og langsommeliggøre markedsføringsindsatsen, der samtidig vil blive mindre differentieret i forhold til de forskellige målgrupper.

Endvidere lægger lovforslaget også op til, at regionale og kommunale turismeaktører løbende forsyner VisitDenmark med relevante informationer om turisme produkter og -oplevelser således, at VisitDenmark kan løse sin koordinationsopgave. Der kan være argumenter herfor, men omfanget og dokumentationsbehovet bør drøftes blandt parterne eksempelvis i den nye tværgående koordinationsgruppe.

#### *Turismen er en lokal vækstmulighed*

Turismen spiller en vigtig økonomisk rolle for kommunerne og Danmark som helhed. For en række kommuner er turismen en væsentlig vækst- og beskæftigelsesfremmer. Særligt i udkantsområderne, men også i storbyerne er turismen med til at sikre arbejdspladser og udvikling. KL mener ikke, at lovforslaget i sin nuværende form tager tilstrækkeligt hensyn til, at turismeudviklingen både lokalt og regionalt må ansues i et bredere erhvervspolitisk perspektiv – dette gælder også markedsføringsaktiviteterne.

Aktuelt giver lovforslaget ikke plads til, at kommuner eller destinationer udvikler en turisme, som ikke er på linje med regeringens turismepolitiske prioriteringer og de centralt besluttede turistmålgrupper. Turismeprojekter med et udpræget lokalt præg kan tænkes at være uinteressante for VisitDenmark, idet

de ikke bidrager til den generelle branding og markedsføring af Danmark. Men sådanne projekter kan være meget vigtige for den lokale økonomi og beskæftigelse inden for turismeerhvervet lokalt og regionalt.

#### *Sværeste at tiltrække private investorer*

KL vurderer, at en centralisering af turismemarkedsføringen kan blokere for øget samspil med og tiltrækning af private investorer til området.

KL mener, at lovforslaget i sin nuværende form kan svække erhvervets incitament til at medfinansiere en fælles offentlig-privat turismefremmeindsats. Markedsføringsaktiviteter må nødvendigvis tage udgangspunkt i markedet og den aktuelle konkurrencesituation. Langsommelige beslutningsprocesser harmonerer dårligt med et erhverv, hvor der er brug for hurtig handling, hvis Danmark vil have større andel i den internationale turisme. KL finder, at lovforslaget meget vel kan resultere i, at den samlede offentlig-private turismeinvestering bliver mindre.

#### *Bagatelgrænsen på 100.000 kr. er for lav*

Det er KL's vurdering, at en bagatelgrænse på 100.000 kr. er for lav, og tjener ikke umiddelbart det formål at begrænse de administrative opgaver i forbindelse med løsning af koordinationsopgaven. KL foreslår, at grænsen hæves til 500.000 således, at beløbsgrænsen er sammenfaldende med den, der kendes fra tilbudslovgivningen. Det er KL's vurdering, at udgifterne til selv "ikke væsentlige" branding- og markedsføringsaktiviteter af Danmark i udlandet typisk overstiger et samlet budget på mere end 100.000 kr.

#### *Undtagelsesbestemmelse vedrørende grænsekommuner*

Kommuner i grænseområder er undtaget fra hovedreglen om forudgående koordinering af internationale markedsføringsaktiviteter med VisitDenmark. KL vurderer, at der i udkast til det nuværende lovforslag anvendes en meget snæver definition af begrebet grænsekommune. Dette skal ses i lyset af, at infrastrukturen i store dele af Danmark er så veludbygget, at flere byer tilhører et grænseområde, på trods af, at der ikke er en direkte trafikal forbindelse til et naboland. Det er KL's vurdering, at definitionen af grænseområder bør blødes op.

Endvidere finder KL, at grænsebestemmelsen virker stærkt begrænsende for de kommuner, som ønsker at iværksætte transnationale markedsføringssamarbejder. I dag går grænsekommuner ofte sammen med aktører fra nabolandene, norske, svenske eller tyske, om en fælles markedsføring og branding af et geografisk område på et internationalt, tredje marked. Lovforslaget i sin nuværende form tager ikke højde for at sådanne samarbejder med byer eller turismeaktører i nabolandene kan indgås, uden en forudgående koordinering med Danmarks nationale turismeorganisation.

### *Ny rolle- og ansvarsfordeling i dansk turisme*

Med ny lov om VisitDenmark offentliggøres også et nyt landkort over rolle- og ansvarsfordelingen i dansk turisme. En reorganiseret turisme giver større ansvar til andre aktører herunder kommunerne, idet VisitDenmark ikke som hidtil skal bidrage til at løfte den brede turismepolitiske udviklingsopgave nationalt.

Fremover skal udviklingsopgaven på turismeområdet løftes lokalt og regionalt i samarbejde med turismeerhvervet. Med reorganiseringen sker der reelt en decentralisering af ansvaret for den nationale turismeudvikling - til lokalt og regionalt niveau. Som konsekvens af denne opgaveglidning finder KL det hensigtsmæssigt, at de midler som VisitDenmark i dag anvender til produkt- og oplevelsesudvikling, overføres til regionale og kommunale turismeaktører.

### *Etablering af tværgående koordinationsgruppe på embedsplan*

Økonomi- og erhvervsministeriet lægger op til, at der nedsættes en tværgående koordinationsgruppe bestående af centrale offentlige og private turismeaktører. KL finder det positivt, at kommuner, regioner, staten og erhvervet fremover får en tættere dialog om indsatsen i den offentlige turismefremme.

Med venlig hilsen



Jan Olsen