

**LÆS OM:**

- ◆ *Der skal investeres langsigtet*
- ◆ *Campingrådet drager til Kina*
- ◆ *Våd juli kostede overnatninger*
- ◆ *Regeringens skattelettelser*
- ◆ *Danmarks største campingområder*
- ◆ *Ansvarsforsikringer og hoppepuder*
- ◆ *Campingrådet tilbyder uddannelse*
- ◆ *Samarbejde mellem landbrug og turisme*
- ◆ *Terrorlov stiller nye krav*
- ◆ *Om at leve godt*
- ◆ *VisitDenmark og danske turistbureauer*
- ◆ *Turisme og natur - på tysk*
- ◆ *Nyt udseende til kvalitetsmærke*

**Turisterhvervet: Der skal investeres langsigtet**

Danmark står med en enestående chance for at lokke købestærke turister til landet. Turismen ventes på verdensplan at vokse med fire procent om året de kommende ti år.

Men forudsætningen er, at staten investerer langsigtet og ambitiøst i markedsføring. Det kræver, at den nationale turismeorganisation, VisitDenmark, tilføres flere midler og igen får tre-årige resultatkontrakter at arbejde efter.

Sådan lyder kommentaren til regeringens finanslovsudspil fra Turisterhvervets Samarbejdsforum (TS), der består af landets fem største brancheorganisationer inden for turisterhvervet. TS opfordrer regeringen til at ændre turismestrategi, så den gradvise nedskæring i basisbevillingerne til VisitDenmark de senere år stoppes og afløses af en offensiv politik, hvor staten ligesom i flere af vores nabolande påtager sig rollen som lokomotiv for markedsføringen af Danmark.

- Derved ville vi stå rigtig stærkt og måske kunne få bremset de senere års tab af udenlandske tu-

risten. Det danske turisterhverv bidrager i stor stil til markedsføringen af Danmark, og flere offentlige midler, ville skabe en synergieffekt, så erhvervet øgede sit bidrag tilsvarende, siger Jan Laursen, der er formand for både Turisterhvervets Samarbejdsforum og HORESTA.

TS ønsker også, at VisitDenmark får større frihed til at agere.

- De senere år er bevillingerne blevet suppleret med ad hoc midler fra diverse puljer. Denne finansieringsform gør det muligt fra politisk hold i højere grad at styre aktiviteterne i VisitDenmark. Det er vi modstandere af, for de begrænser organisationens frihed til at gøre, hvad der set gennem professionelle briller er bedst for udviklingen af dansk turisme, siger Jan Laursen.

Regeringen satte i fjor godt 400 millioner kroner af til branding af Danmark over for udlandet. Det skete blandt andet som følge af Muhammedkrisen. De fleste af pengene går til en markedsføringsfond, der har til opgave at tiltrække events, som kan understøtte arbejdet med at sætte Danmark og danske

værdier på verdenskortet. Turist-  
erhvervets Samarbejdsforum ser  
store muligheder i fonden, og fo-  
reslår, at den bliver gjort perma-  
nent.

- Markedsføringsfonden vil få stor  
betydning for vores muligheder  
for at skabe events af international  
kaliber i Danmark. Det vil betyde  
meget for udviklingen af Dan-  
marks brand og vores tiltræk-  
ningskraft på turisterne. Derfor er  
det vigtigt også her at tænke lang-  
sigtet, siger Jan Laursen.

*Yderligere oplysninger:*

*Kommunikations- og pressechef, Henrik  
Messmer, HORESTA, tlf. 35 24 80  
80 / 40 98 41 86*

\*\*\*

## Campingrådet drager til Kina

En række af Campingrådets med-  
arbejdere er i september i Kina i  
forbindelse med Campingrådets  
og BVCD's (campingpladsernes  
organisation i Tyskland) Kina-  
projekt. Projektet handler om, at  
kineserne gerne vil anvende og læ-  
re om europæisk camping. forud  
for OL i 2008. Der skal op til OL  
i Beijing opføres 8 mega cam-  
pingpladser, hvor der i alt skal væ-  
re overnatning til 240.000 menne-  
sker. Projektet er finansieret af  
EU, og der anvendes ingen af  
Campingrådets egne midler til fi-  
nansieringen.

\*\*\*

## Våd juli kostede overnatninger

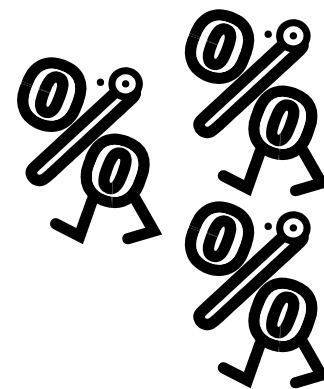
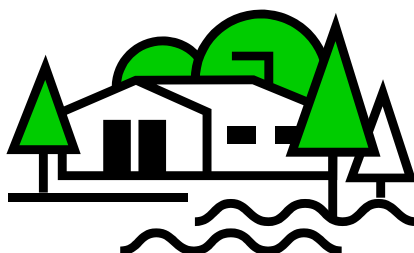
Antallet af overnatninger på lan-  
dets campingpladser gik under ét  
tilbage i juli måned i år i forhold  
til sidste år. I juli måned var der  
3.998.800 campingovernatninger,  
hvilket er en tilbagegang på 8 pct.  
i forhold til juli 2006.

Trods den regnvåde juli måned er  
antallet af campingovernatninger i  
årets første syv måneder dog på  
niveau med samme periode i  
2006.

I årets første syv måneder har der  
været 7.983.900 overnatninger  
mod 7.968.600 overnatninger i  
samme periode sidste år.

Trods håb om flere tyske over-  
natninger i år, er der desværre alli-  
gevel tilbagegang at spore. I årets  
første 7 måneder har der været  
1.048.100 tyske overnatninger,  
hvilket er en tilbagegang på 4 pct.  
i forhold til samme periode i 2006.  
Gæster fra Norden er ligeledes  
gået tilbage.

Samlet set har der i årets første  
syv måneder været 18.371.100  
overnatninger på hoteller, vandre-  
hjem, campingpladser, feriecentre  
og lystbådehavne, hvilket er en  
svag fremgang på 2 pct. i forhold  
til samme periode i 2006, viser nye  
tal fra Danmarks Statistik.



## Regeringen har indgået forlig om en skatteaftale med Dansk Folkeparti.

Personfradraget øges med 1000  
kroner.

Overførselsindkomsterne øges  
med 0,6 procent.

Arbejdsmarkedsbidraget fasthol-  
des på 8 procent, og loven om ar-  
bejdsmarkedsfonden afskaffes  
Energiafgifterne skal fremover  
følge prisudviklingen og sættes til  
at stige med 1,8 procent årligt.  
Beskæftigelsesfradraget hæves i  
2008 fra 2,5 procent til 4 procent.  
Det maksimale fradrag forhøjes til  
12.300 kroner.

I 2009 hæves beskæftigelsesfra-  
draget yderligere til 4,25 procent  
og det maksimale fradrag til  
13.100 kroner.

I 2009 hæves mellemskattegræn-  
sen med 56.000 kroner til 365.000  
kroner. Top- og mellemskatte-  
grænse bliver ens.

Antallet af top- og mellemskatte-  
ydere må ikke stige i forhold til  
2007. I 2009 hæves grænserne for  
top- og mellemskat, hvis antallet  
stiger..

Aftalen sænker samlet set skatten  
på arbejde med 9,5 milliarder kro-  
ner. Forventningen er, at det vil  
øge arbejdsudbuddet med 7.300  
personer.

## Danmarks største campingområder

Jylland er Danmarks største campingdestination med to tredjedele af alle campingovernatningerne i Danmark. Det svarer til godt 7,8 mio. campingovernatninger i 2006.

Danmarks største campingkommuner ligger derfor også i Jylland. En opgørelse, som Danmarks Statistik har udarbejdet på foranledning af Campingrådet viser, at Varde, Frederikshavn og Jammerbugt Kommuner er Danmarks tre største campingkommuner med i alt 1.870.612 campingovernatninger i 2006 – det er en fremgang på 4,6 % i forhold til 2005. For hele landet som helhed var der en fremgang på 3,6 %.

Det betyder med andre ord, at de tre kommuner havde godt 16 % af alle campingovernatninger i 2006. Det har givet en omsætning på godt 694 mio. kr. og 1.150 arbejdspladser. Samme forhold ventes i 2007.

Campingpladserne i bl.a. Nord- og Vestjylland har i de seneste år investeret stor beløb for at leve op til gæsternes ønsker, og de investeringer, kan det nu ses, kan betale sig.

I alt skabte campinghvervet en omsætning på 4,3 mia. kr. og skabte 7.100 fuldtidsarbejdspladser i 2006.

Fyns største campingområde er Svendborg Kommune med 289.395 campingovernatninger i 2006, mens Sjællands største campingkommune er Fakse Kommune med 255.710 campingovernatninger i 2006. København og om-

## Overnatninger, omsætning og beskæftigelse fordelt på udvalgte kommuner i Danmark 2006

Sted/region	Nætter	Omsætning	Beskæftigelse
<b>Hele landet</b>	<b>11.752,70</b>	<b>4.290</b>	<b>7.121</b>
Helsingør Kommune	118,9	43	72
Frederiksværk-Hundested Kommune	114,9	42	70
Nordsjælland i øvrigt	320,5	117	194
Bornholms Kommune	311,5	114	189
Holbæk Kommune	97,5	36	59
Faxe Kommune	255,7	93	155
Kalundborg Kommune	121,7	44	74
Slagelse Kommune	84,8	31	51
Guldborgsund Kommune	175,6	64	106
Vordingborg Kommune	124,9	46	76
Vest- og Sydsjælland i øvrigt	467,7	171	283
Haderslev Kommune	371,8	136	225
Billund Kommune	149	54	90
Sønderborg Kommune	324,7	119	197
Tønder Kommune	446,7	163	271
Esbjerg Kommune	168,2	61	102
Fanø Kommune	128,4	47	78
Varde Kommune	651,8	238	395
Aabenraa Kommune	261,3	95	158
Vejle Kommune	258,5	94	157
Syddjælland i øvrigt	197,1	72	119
Holstebro Kommune	113,6	41	69
Silkeborg Kommune	289,9	106	176
Ringkøbing-Skjern Kommune	399,6	146	242
Skive Kommune	117,5	43	71
Vestjylland i øvrigt	359,5	131	218
Syddjurs Kommune	270,2	99	164
Randers Kommune	51,1	19	31
Østjylland i øvrigt	914,5	334	554
Thisted Kommune	154,3	56	93
Frederikshavn Kommune	618,2	226	375
Vesthimmerlands Kommune	82,8	30	50
Jammerbugt Kommune	600,6	219	364
Aalborg Kommune	207,9	76	126
Hjørring Kommune	278,1	102	169
Nordjylland i øvrigt	379	138	230

egn havde i 2006 224.038 campingovernatninger, mens Bornholm efter nogle svage år havde 311.491 campingovernatninger i 2006.

For Bornholm er dermed tale om en fremgang på 18,9 % i forhold til 2005.

Alle kommuner med mindst 3 campingpladser kan ses i tabellen.

Alt tyder på, at fordelingen mellem landsdelene vil holde i 2007. CampingBarometer 2007, som Bojesen Consult har udført for Campingrådet, viser dog, at forskellene måske vil blive lidt mindre, da de sjællandske og fynske campingpladser forventer en lidt

større vækst end de jyske campingpladser.

Overnatningstallene for de første seks måneder var særdeles fine med en stigning på over 10 %. Og det var ikke mindst flere tyskere, der medvirkede til væksten. Antallet af tyske overnatninger steg med knapt 14 %. Den gode start på året er med sikkerhed regnet væk i juli måned. For 2007 og Danmark som helhed må det forventes, at antallet af overnatninger ikke vil være ret langt fra 2006. +/- 2 %. Og det er trods alt ikke så ringe, når man tænker på det moglejre i juli måned.

## Ansvarsforsikring og hoppepuder

Campingrådet har fået en henvendelse fra nogle lejrchefer, der ved en lejlighed havde talt ansvarsforsikring og hoppepuder. Lejrcheferne var fuldt bekendt med, at der skal tegnes en lovlig ansvarsforsikring. Men hvad nu, hvis det alligevel ikke var sket, ville campingpassets forsikring så dække?

Campingrådet har sendt spørgsmålet videre til Codan Forsikring, som har forsikringen på campingpasset.

*Codans svar på spørgsmålet er:*

Indledningsvis skal det slås fast, at den tegnede forsikring via passet ikke dækker ansvaret som den enkelte campingplads kan ifalde, men det ansvar indehaveren af passet, altså gæsten forvolder.

Hver enkelt campingplads skal sørge for, at have tegnet en erhvervsansvarsforsikring der dækker de skader der kan opstå, og som pladsen kan blive gjort ansvarlig for i henhold til dansk retspraksis. Det vil med andre ord sige, at pladsen skal have foretaget sig en handling eller undladelse

der har medført en skade på tredjemand person eller ting og som de som følge deraf bliver ansvarlige for.

Der er ikke noget specielt ansvarsgrundlag for hoppepuder. Pladsen skal stadig have gjort en fejl eller undladelse omkring hoppepuden for at blive gjort ansvarlig. Det kunne være dårlig vedligeholdelse, fejlagtig opsætning etc.

Da der ikke er noget specielt ansvarsgrundlag, kræves der heller ikke nogen speciel forsikring. Der kræves blot, at den enkelte plads har tegnet en erhvervsansvarsforsikring. Denne forsikring vil så dække de skader hvor pladsen er ansvarlig, og hvor det er en naturlig del af det, at drive campingplads. Og det er jo helt naturligt, at en campingplads vil have hoppepuder samt diverse andet legeudstyr, legepladser, badeland etc.

For at være på den helt sikre side, er det en god ide, at pladsen kontakter sit forsikringsselskab. Som det fremgår af ovenstående vil en ansvarsforsikring for campingplads etableret i Codan også omfatte ansvar for hoppepuder.

## Campingrådet tilbyder uddannelse

I lighed med tidligere år vil Campingrådet også i år tilbyde kurser til landets campingpladser. Til efteråret regner Campingrådet med at udbyde to kurser. Det ene kursus handler om pressekontakt og hvordan man bruger pressen aktivt, mens det andet kursus handler om stress, stress håndtering og om hvordan man får vendt de ”dumme” og vanskelige situationer med ens kunder og medarbejdere til en positiv oplevelse.

Der kommer senere mere ud om pris og sted. I forhold til tidligere er der den forskel, at Campingrådet og VisitDenmark ikke længere modtager støtte fra Erhvervs- og Selskabsstyrelsen og kurserne skal derfor i større grad finansieres af deltagerne.

Såfremt der er nogle ønsker til kurser, vil Campingrådet gerne fra jer. I kan sende jeres kursusønsker og kommentarer til *Mogens Folkmann Andersen fra Campingrådet på [mfa@campingraadet.dk](mailto:mfa@campingraadet.dk) eller ringe på 36 14 04 56.*

\*\*\*

## Samarbejde mellem landbrug og turisme

Mad- og rejseprogrammer med Claus Meyer, åbent hus på landets bondegårde og markedsføring af Danmark ved en stor konference i New York. Det er bare nogle af de projekter, som VisitDenmark og Landbrugsrådet samarbejder om med det formål at markedsføre Danmark og tiltrække udenlandske turister.

Når danske landmænd den tredje søndag i september 2007 byder interesserede inden for til et kig på moderne landbrugsproduktion er det således med hjælp fra VisitDenmark, der gennem diverse kommunikationskanaler gør især tyske turister opmærksom på begivenheden. En målgruppe, som danske landmænd er meget interesseret i, da de er gode aftagere af danske landbrugsprodukter.

Sidst men ikke mindst er både VisitDenmark og Landbrugsrådet med, når erhvervet i samlet flok promoverer Danmark som en kompetent, dynamisk og innovativ nation i New York ved en stor international konference ved navn Creative Nation.

## Terrorlov stiller nye krav

Som det vil være de fleste bekendt, skal alle campingpladser, hoteller, vandrerhjem mv. logge al elektronisk aktivitet, som gæster fører over internettet.

Campingrådet finder grundlæggende, at loven er mere eller mindre overflødig. Men lov er lov, og vi er jo alle trods alt også interesseret i, at der gøres hvad der kan for at undgå terrorangreb mv.

Der hersker stadig usikkerhed om, hvorvidt der er nødvendigt at kende navnet på gæsterne eller det kun er nødvendigt at logge pc'eren's IP adresse. Justitsministeriet er blevet rykket for et svar, men der er endnu ikke kommet et svar den 17. september 2007.

Alle campingpladser opfordres derfor til at afvente med at indgå aftaler IT firmaer mv., før de endelige vilkår kendes.

Rent prismæssigt er det sådan, at det ikke længere ser ud til at blive "fuldstændig vanvittigt", som det eller tegnede en overgang, da det første IT firma tilbød, at det skulle koste mindst 2.500 kr. pr. måned. Campingrådet har indgået en aftale med et IT firma, hvor det rent faktisk bliver gratis at logge trafikken. Grunden til, at det kan gøres gratis er, at IT firmaet lader TV2, Berlingske Tidende og andre firmaer sponsere brugen. Praktisk bliver det sådan, at gæsten altid vil komme på sponsorfirmaet som startside. Der findes også mellem-løsninger, hvor det koster omkring 300 kr. pr. måned, hvis det måtte ønskes.

Men afvent lige situationen før I indgår konkrete aftaler.

*Over hækken:*

## Om at leve godt

Den der lever stille, lever godt, siger man. Måske rigtigt for de fleste. Rent privat vil de fleste folk sikkert nødigt bytte med ugebladernes kendte ansigter. For virksomheder i turistbranchen forholder det sig noget anderledes. Hvis man her lever stille, er det langt fra sikkert, at man lever godt.

Se nu bare den lille by Jelling ved Vejle. Man skulle ikke tro, at Jelling havde brug for ekstra opmærksomhed. Jellingstenene er på UNESCOs lister over Verdensmonumenter, og de to store gravhøje er ikke til at overse, når man kører gennem byen. Museet Kongernes Jelling blev netop bygget for at kunne tilbyde internationale turister lidt mere end et kort kig under paraplyen ved de to temmelig forvitrede Jellingstene.

Kongernes Jelling er ikke helt blevet den succes, man havde forestillet sig, så for nylig blev Kongernes Jelling lagt ind under Nationalmuseet. For at gøre dette synligt åbnede Kongernes Jelling i år en stor udstilling med nogle af Nationalmuseets største klenodier: 9000 år gamle ravbjørne, knap så gamle guldhalskæder og kopierne fra 1800-tallet af de to guldhorn fra Jernalderen, som stadig betragtes som helt enestående genstande fra Danmarks fortid.

Så strømmede publikum til! Næ, såmænd ikke i større tal.

Men den 17. september 2007 blev skelsættende for det lille museum. Guldhornene blev stjålet fra udstillingen i et set-up, som havde været Olsen-Banden værdig. Allerede efter to dages efterforskning var guldhornene og ravbjørnene tilbage i Jelling igen, og to unge mænd er fængslet. Denne gang gik det ikke så galt som ved det første tyveri i 1802, hvor de uvurderlige guldhorn blev smeltet om.

Nu er Kongernes Jelling blevet berømt, og nu gælder det om at få udstillingen retableret, så dørene kan slås op hurtigst muligt. Som reklamekampagne kunne tyveriet ikke være udtænkt mere snedigt, men motivet er nok mere banalt. Kongernes Jelling er én gang for alle placeret på landkortet, og det lille museum vil formentlig ikke mangle gæster i adskillige år fremover.

Så den, der befinder sig i orkanens øje, kan også leve godt.

*Naboen*



## VisitDenmark og danske turistbureauer øger samarbejde

Turistbureauerne og VisitDenmark indgår første samarbejdsaftale. Aftalen skal give større sammenhæng i det billede af Danmark, turisterne præsenteres for. Turistbureauerne og VisitDenmark har i mange år samarbejdet, nu formaliseres det i en egentlig aftale. Aftalen udvider samarbejdsfladerne og styrker den fælles indsats over for turisterne.

- Turistbureauerne spiller en vigtig rolle, når det gælder om at indfri de oplevelsesløfter, VisitDenmark gennem den internationale markedsføring giver turisterne. Med aftalen forpligter vi os til at skabe større og koordineret synlighed om Danmark som besøgsland, siger adm. direktør Dorte Kiilerich, VisitDenmark.

Det kommende år vil parterne bl.a. tydeliggøre sammenhængen. F.eks. skal hjertelogoet, som VisitDenmark anvender i markedsføringen af Danmark, være i bureauernes vinduesdekoration. Samtidig vil VisitDenmark bruge turistbureauernes grønne og røde P'er i markedsføringen, så turisterne er klar over, hvor de kan forvente et godt værtskab.

Regeringen investerer de kommende år millioner af kroner i international markedsføring af Danmark. Der er bl.a. afsat 60 millioner kr. til en øget turismeindsats.

- Hvis vi skal sætte Danmark på verdenskortet, kræver det et endnu tættere samarbejde mellem aktørerne i dansk turisme.

Samarbejdsaftalen med turistbureauerne er et bevis på, at der er stor vilje til et forpligtende samarbejde i dansk turisme, siger Dorte Kiilerich.

Samarbejdsaftalen gælder fra 1. september i år til udgangen af 2009 og er indgået mellem VisitDenmark, Danske Turistchefer og Danske Turistforeninger.

\*\*\*

## Turisme og natur

### - på tysk

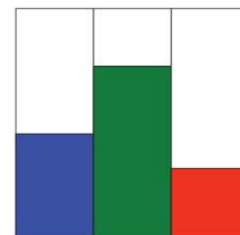
VisitDenmark har formidlet et samarbejde mellem Skov- og Naturstyrelsen (SNS) og Feriehusudlejernes Brancheforening (FB) om oversættelse af en række af styrelsens vandretursfoldere til tysk. Samarbejdet er kommet i stand som led i en ny mærkeordning med fokus på oplevelser, som FB introducerer til efteråret.

- Vi ved at den danske natur er tyskernes primære motiv, når det gælder ferien i Danmark. Derfor er det vigtigt at gøre oplevelserne i naturen lettilgængelige for vores tyske turister. Initiativet er et perfekt eksempel på et privat-offentligt samarbejde, der styrker de tyske turisternes oplevelsesmuligheder, siger chefkonsulent i VisitDenmark Niels- Henrik Larsen

Vandretursfoldere for Helgenæs, Kalø, Mols Bjerge, Nordby Bakker på Samsø og Tornby Klitplantage er allerede blevet oversat til tysk, og som de næste følger Svanninge Bakker og Nordlangeland. I alt vil 17-18 foldere blive oversat på denne måde.

## Nyt udseende til kvalitetsmærke

Campingrådets bestyrelse har besluttet, at udseendet på kvalitetsmærket skal være mere tydeligt. Det er opfattelsen, at mange har manglet viden om, hvad der mangler i kvalitet i de enkelte dele for hhv. bygninger, areal og faciliteter.



Campingrådets bestyrelse sendte også en opfordring til campingpladsorganisationerne om at anvende kvalitetsmærket i brochurer og på hjemmeside til den kommende sæson.

Med det nye udseende er det muligt at se både, hvordan kvaliteten af bygninger, areal og faciliteter er hver for sig. Men det er samtidig også muligt at se, hvordan den samlede kvalitet på pladsen er, da det kan ses ved, hvor meget af fir-kanten, der er farvebelagt.

Campingrådets konsulenter har kunnet konstatere, at langt de fleste pladser har taget det nye mærke meget alvorligt, og der er derfor sket et markant løft i kvaliteten på de fleste pladser i gennem de sidste par år. Dette er meget positivt, da Danmark til stadighed vil være et dyrt land at holde campingferie i. Men hvis den oplevede kvalitet er høj, så er villigheden til at betale en høj pris også langt større. Så fortsæt endelig det gode arbejde.