



Nordisk Råd  
Ved Stranden 18  
DK 1061 København K

ATVINNUVEGA- OG  
NÝSKÖPUNARRÁÐUNEYTIÐ

*Ministeriet for erhverv og innovation*

Skúlagötu 4 101 Reykjavík Island  
tel.: + (354) 545 9700 postur@anr.is  
anr.is

Reykjavík 15. januar 2015  
Reference: ANR14060184/20.1.2

Emne: Framställning om Norden som turistdestination. Fremst 13/2014

Näringsutskottet Näringsutskottet föreslår att

Nordiska rådet rekommenderar de nordiska regeringarna

att justera de nationella regleringarna av de nationella turistrådens/visit-organisationernas uppdrag, så att uppdraget i högre grad också inkluderar turismsamarbete inom Norden och samlad branding av Norden utåt och inåt  
att utveckla jämförbar statistik som visar hur turister rör sig och spenderar sina pengar i hela Norden

**De nordiska ländernas regeringar meddelar:**

Turisme er en vigtig erhvervsgren for Norden på grund af de mange arbejdspladser som den giver. Turisme har ikke lige stor vægt i alle de nordiske landes økonomier men vi kan dog være enige i at man med forstærket samarbejde mellem de nordiske lande kan forbedre slagkraften og resultaterne af markedsføring/branding med det formål at forøge antallet af turister. Fordelene ved et styrket samarbejde anses især at gælde for samarbejde på fjernmarkeder (f.eks. Asien) mens et samarbejd om de nære markeder ikke nødvendigvis er fordelsaktig da de nordiske landene her konkurrerer om de samme turistene.

De institutioner der står for promovring og markedsføring i de enkelte lande arbejder for de flestes vedkommende på grundlag af love og/eller målsætninger om at forøge antallet af turister i vedkommende land. Som situationen er i dag står der ingen direkte hindringer i vejen for et forøget nordisk samarbejde på dette område. Det nordiske samarbejde der har pågået har været baseret på behov og udbytte i hvert enkelt tilfælde. Det er ønskværdigt at det fortsat bliver tilfældet. I lyset af det arbejde der påtænkes i det nordiske forum (f.eks. NMR's branding strategi, det danske formandskabs prioriteringer, Nordisk Innovations initiativer m.m.) kan man imidlertid konkludere at turisme får øget vægt i nordisk samarbejde og at samarbejdet dermed styrkes yderligere, uden at det nødvendigvis etableres nye mødepladser og samarbejdsfora.

I tillæg til de institutioner der har med markedsføring/branding at gøre kan man påpege at det er

vigtigt med et forøget samarbejde med det formål at forøge innovation inden for turismen, styrke forbindelsen mellem kreative erhverv og turisme samt et samarbejde om at opbygge og udvikle rejsemål der vækker interesse og tiltrækker turister. Ikke at glemme at markedsføring/branding skal bygge på hvad det pågældende rejsemål har at tilbyde.

Der ligger muligheder i et forøget samarbejde med Nordisk Ministerråd (f.eks. branding-arbejdet i dette regi), komitéer på fagområdet såvel som institutioner som Nordic Innovation. Det er vigtigt at udnytte nordiske institutioner hvis formål det er at styrke nordisk samarbejde; internationale konferencer, udviklingsprojekter og forøget samarbejde mellem institutioner i de enkelte lande kan i denne sammenhæng være af afgørende betydning.

I denne sammenhæng kan nævnes strategien om international profilering og positionering af Norden der implementeres i 2015 af Nordisk Ministerråd og Danmarks formandskabsprioritering af international markedsføring/branding af Norden.

Et forøget samarbejde inden for markedsføring/branding og turisme var på de nordiske industriministres dagsorden da de mødtes i Keflavík den 12. november 2014. Der var på mødet enighed om at styrke samarbejdet på førnævnte områder, især med henblik på fjernmarkeder som Asien. Det er oplagt at styrke det pågående og potentielle samarbejde, og, at følge med i det og vurdere resultaterne. Det blev også enighed om at det er vigtigt at undgå konkurrence mellem de nordiske lande med tanke på turister der søger ét land som destination (ofte nærmarkedsturister og 'modne' turister).

Hvad angår en justering af de nationale regler, bør denne metodes hensigtsmæssighed senest vurderes ved afslutningen af det 3-årige formandsskabsprojekt. Justeres de nationale regler, bør der indledes en dialog med organisationerne om, hvad der kan udføres inden for de nuværende økonomiske rammer, og hvad der eventuelt vil kræve tilførsel af nye ressourcer – i hvert fald i en indkøringsperiode.


Hvad angår statistik, offentliggør alle nationale statistikkontorer en god og (europæisk) sammenlignelig overnatningsstatistik. Hvad angår analyser og forskning inden for turisme kan nordisk samarbejde styrkes; der bør bygges på den dataindsamling og bearbejdning der allerede foregår i landene og dobbeltarbejde skal undgås så vidt det er muligt. Dette kunne man gøre ved at opfordre til øget koordination af grænseforskning og turismeanalyser i alle landene. Forudsætningen herfor er samråd med de instanser, der står for dataindsamling og forskning på dette felt i landene.

Af ovenstående fremgår det at der allerede foregår et nordisk samarbejde inden for turisme og at det påtænkes at styrke det endnu mere. I samarbejdet deltager et antal institutioner i landene samt nordiske institutioner, der er bedst udrustede til at definere mulighederne (for fremstød) inden for turisme.

Mot bakgrund av den ovan anförda anser de nordiska landernes regeringar at rekommendationen kan avskrivas for nærværende, men bør tages op til vurdering senest ved afslutningen af formandsskabsprojektet.

Fyrir hönd iðnaðar- og viðskiptaráðherra

  
Valgerður Rún Benediktsdóttir

  
Elvar Knútur Valsson