

Vækst i dansk turisme, Fællessalen, Christiansborg, d. 29.oktober 2010

Tak for invitationen. Sikke en overskrift at få, "Cool Copenhagen". Det lyder næsten som Jazzmusik og skaber forventning om noget med energi, og positivt drive. Det passer fint på København. Det kan jeg lide.

Jeg har tre budskaber med til jer.

Det første lyder sådan her: Turismen er stærkt undervurderet som et af de vigtige værktøjer, vi kan bruge for at skabe vækst og beskæftigelse i Danmark.

Budskab to lyder: Vi overvurderer os selv herhjemme. Vi tror vi er langt fremme i forhold til vore konkurrenter. Jeg må skuffe. Det er vi ikke. Verden omkring os rykker hurtigt.

Mit tredje budskab er så den gode nyhed: Hvis vi tager os sammen, så har Danmark nogle stærke dynamoer, som kan sætte strøm til udviklingen af turismen. En af de allervigtigste er dynamoen København.

Lad mig starte med mit første budskab. Turismen er stærkt undervurderet herhjemme.

Alt for mange – også politikere - tror, at turisme mest handler om at skaffe flere overnatninger i feriehuse og på hoteller.

Det gør det selvfølgelig også. Men det er slet ikke det centrale. Hvis vi er dygtige nok, så kan vi bruge turismen som en klog strategi for at styrke Danmark i globaliseringen. Det bør være sigtepunktet.

Turismen er jo allerede i dag et billede på, hvordan det går os i globaliseringen:

Overnatningstallene kan ses som parameter for udlandets interesse for dansk kultur og livsstil, samt for vore kompetencer inden for forskning og erhvervsliv. Det er jo derfor turisterne kommer. De kommer som regel ikke for at sove i en hotelseng eller sidde i en flyvemaskine.

Vi skal interessere os meget mere for hvad turismen kan bidrage til i den store udfordring Danmark i disse år står over for. En udfordring, som jo dybest set handler om, hvad vi egentlig skal leve af fremover.

Turismen har den fordel, at den ikke kan outsources. Danmark ligger hvor det ligger, og det gør hotellet også. Og så er turisme på globalt plan et væksterhverv. I meget store dele af verden rykker mennesker op i et højere leveniveau. Og det vil de bruge til blandt andet at rejse.

Lad mig give jer nogle få eksempler på hvad turismen kan:

Ingen sektor trækker som turismen så positiv international opmærksomhed om Danmark. Både i kraft af de mange millioner turister, der årligt besøger os. Men også i

kraft af den massive internationale medieomtale - af eksempelvis dansk design, kunst, mad, musik og ikke mindst livsstil - i magasiner og andre medier verden over. Det er næsten alt sammen positiv omtale. Det har vi i den grad brug for – ikke bare til at skabe mere turisme. Vi har også brug for et langt mere markant, raffineret og positivt billede af Danmark, hvis vi skal lykkes med til at tiltrække ikke bare turister med også topkvalificerede talenter til dansk erhvervsliv. Især fordi vi ikke kan konkurrere på lønnen efter skat.

Et andet eksempel: Over 100.000 mennesker kommer årligt til København for at deltage i møder og kongresser, som ikke mindst vi i Wonderful Copenhagen er med til at trække hertil. De mennesker er guld værd for vores universiteter og viden virksomheder. De er ofte beslutningstagere, højt profilerede forskere, investorer og mange andre vigtige mennesker, som vi herhjemme gerne vil samarbejde med. På nydansk vil jeg sige, at de repræsenterer en del af Danmarks netværkskapital. Danmark skal leve af at være rig på netværkskapital i fremtiden. Og turismen kan bruges strategisk til at gøre os til et omdrejningspunkt for vigtige møder og konferencer, hvor verdenssamfundet mødes om vigtige globale emner, hvor Danmark gerne vil spille med. Hvad enten det nu er grønne teknologiløsninger, design eller life-sciences.

Et tredje eksempel: En stor del af trafikken på Københavns Lufthavne skyldes turisme. Det er nu engang turisterne, der fylder op i flyvemaskinerne, man kan ikke leve af forretningsfolkene alene. Så uden turismen til København og Danmark var mange ruter, som også giver erhvervslivet en livsvigtig markedsadgang, ikke eksisterende. Tænk på det.

Og for det fjerde, men ikke mindre væsentligt: Turismen skaber jobs til mange mennesker, der ellers har svært ved at finde fodfæste på arbejdsmarkedet. I Hovedstadens turisme er små 20% af de ansatte nydanskere og over 65% er kortuddannede. Det formår vist ingen anden sektor herhjemme. Og behovene bliver ikke mindre i de kommende år. Ligegyldigt, hvor meget vi satser på uddannelse – og det skal vi. Så kommer vi til at erkende – og jeg ved, at det er politisk ukorrekt at sige – at der i stigende grad vil være mennesker, vi ikke får til at blive veluddannede viden arbejdere. For dem kan turismen være en værdifuld vej til fuld samfundsnytte.

Jeg vil med disse eksempler demonstrere, at turismen kan bruges som et strategisk værktøj for Danmark i samfundets vækst dagsorden.

Men jeg må også sige, at jeg ikke med min bedste vilje ser skyggen af disse perspektiver nævnt af regeringen eller i oplæggene til regeringens vækstforum. Det er brandærgeligt.

Det leder mig til mit andet budskab: Vi overvurderer vores egen position i verden.

Vi tror, vi er verdens mest åbne, har verdens bedste uddannelser, sundhedsvæsen, transport osv.

Det har vi ikke – længere. Jeg har selv boet store dele af mit liv i udlandet. Og jeg kan bevidne at dansk selvglæde er stor og stærk. Verden har bare flyttet sig helt enormt siden jerntæppets fald og markedsøkonomien har gjort sit indtog i størstedelen af verden. Den globale konkurrence er blevet stærkere og nye vækstområder og byer med ambitiøse, hårdtarbejdende og veluddannede mennesker vil have mere af kagen.

Det er vel ganske langsomt ved at gå op for flere og flere herhjemme. Men krisebevidstheden stikker næppe dybt nok endnu og er derfor heller ikke endnu top of mind hos alle politikere.

Selv om globaliseringen grundlæggende er positiv, står der altså nogle meget røde lamper, som står og blinker – også på turismeområdet

Lad mig nævne tre meget vigtige:

For at få international turisme til Danmark, er vi helt og aldeles afhængige af god international flytilgængelighed. Helst direkte forbindelser.

Det har vi også haft i årtier. Københavns Lufthavne har været en af de ti vigtigste knudepunkts lufthavne i Europa – og vi har været begunstiget med flyforbindelser til det meste af verden.

Sådan er det ikke mere. Lufthavnen har over en årrække stille og roligt tabt sin position som et af de vigtigste knudepunkter i Europa.

I kraft af liberaliseringerne af luftrummet har vi fået flere punkt til punkt forbindelser til Europa, men til resten af verden går det den gale vej. Det er tankevækkende, at der i dag kun er direkte forbindelser til fire asiatiske destinationer (Bankok, Singapore og Beijing og Tokyo) – og ikke med imponerende frekvenser.

Vi har været vant til at SAS sørgede for vore forbindelseslinjer. Men det gør SAS ikke længere. I hvert fald ikke som SAS ser ud lige nu. Og der er altså ikke en kø af udenlandske selskaber som banker på for at få lov til at åbne ny oversøiske ruter.

Vi har simpelthen glemt, at vores land ligger i en tyndt befolket del af Europa. Det er altså ikke Ringkøbing, der er "udkantsdanmark". Det er selve Danmark, som er udkantstruet.

Jeg synes, at dette bør være et wake-up call af dimensioner. Også fordi konsekvenserne rækker langt ud over turismen. Det handler om Danmarks forbindelser til hele verden – ikke mindst de ny vækstmarkeder i Asien og Amerika.

Lad mig nævne det andet eksempel.

Vi er selv stolte over vores attraktioner, faciliteter, vores evne til at tale engelsk og vores åbenhed.

Og lad det være sagt med det samme. Vi har virkelig ting i World Class inden for kunst, design, Tivoli, infrastruktur, livskvalitet, miljø osv.

Problemet er bare, at det som i går var et særligt konkurrencefortrin; det tages i dag for givet. I alle storbyer taler de engelsk, alle har gode transportforbindelser osv.

Konkurrencen rykker hele tiden. På nogle punkter har vi været dygtige til at følge med og skabe ny konkurrencedygtige positioner. Mode og gastronomi, er to gode eksempler, som også driver turisme. Det er også nogle områder, der ikke kræver de helt store investeringer for at komme ind på markedet.

På de mere kapitaltunge områder har vi det imidlertid virkelig svært. Lad mig bare nævne hoteller som eksempel. Vi har i de senere år fået mange flere af dem. Og det er

godt for København hvis vi kan få dem fyldt. Men når man ser på indretning og niveau er der – for nu at sige det diplomatisk – langt til de smarte butik og livsstilhoteller, vi ser vokse frem i en række af vores konkurrentbyer. Ligesom service i stigende grad må spares væk, forsvinder og bliver til self-service.

Det er jo ikke fordi hotelindustrien i Danmark er dårligere. Det er simpelthen fordi de tjener for få penge til at investere i raffinerede produkter, som kun kan tjenes ind med priser, som kun kan betales af et internationalt publikum, som vi har for få af.

Det er derfor, det er så hamrende vigtigt, at politikerne leverer nogle fornuftige rammevilkår til erhvervslivet.

Og så til mit tredje budskab: København er en meget vigtig vækstmotor for Danmark – også på turismeområdet.

Turismen i hovedstaden leverer i dag mere end 40% af beskæftigelsen i Danmarks turisme. Det er altså sværvægteren. Det gælder især den internationale turisme til Danmark.

Henved 60% af den egentlige internationale hotelturisme – som f.eks. internationale kongresser og krydstogter – er koncentreret i hovedstaden.

Langt hovedparten af international medieomtale af Danmarks kvaliteter har København som brohoved.

Mens turismen i det meste af landet i en lang årrække har stået i stampe har hovedstaden haft vækst. Over de sidste 15 år er turismen til København næsten fordoblet. Det er en succeshistorie, som ofte drukner i den almindelige jammerdal.

Den positive udvikling kommer også resten af landet til gode.

Ca. 20% af turisterne i hovedstaden fortsætter ud i resten af landet. Og hver gang hovedstaden får 10 nye jobs i turistindustrien skaber den 3 nye i provinsen i form af underleverancer etc. På den måde har hovedstadsturismen skabt hen ved 10.000 nye jobs i provinsen de sidste 10 år

København er kort sagt en vækstmotor for hele Danmark. Og jo også en forudsætning for at Staten via omfordeling kan sende hen ved 10 mia. kr. til provinskommuner især i Jylland.

Der er ingen tvivl om, at et lands konkurrence kraft er stærkt afhængig af at det har nogle velfungerende metropoler. Metropoler er magneten for udenlandske investeringer, international turisme og det sted talentfuld arbejdskraft søger hen. Like it or not: sådan er det.

Der er en behård konkurrence mellem metropolerne om at tiltrække disse aktiver. Det kræver kritisk masse for at være med i racet. Det handler om at have en tilstrækkelig stor markedsplads for købe- og arbejdskraft. Storebælts- og Øresundsforbindelsen betød at København fik kritisk masse. Ca. 3,5 mio. mennesker udgør denne markedsplads. Så mange kan nå Rådhuspladsen på under ca. en times transport.

Men meget tyder på, at storbykonkurrencen trækker i retning af større krav til kritisk masse. Vi skal helst nå op på 7 – 8 mio. mennesker. Derfor er Fehmernforbindelsen, og

ikke mindst højhastighedsforbindelser til København med fortsættelse til Gøteborg og Oslo så vigtige. Og på sigt også en højhastighedsforbindelse til Århus, evt. over Kattegat.

Danmark er sårbar. Et stort land som Tyskland er bedre stillet. De har både Hamburg, Berlin, Frankfurt området og München. Vi har kun København, som bare er i nærheden af at kunne mønstre kritisk masse – og kun i et samvirke med andre byområder.

Derfor er det hamrende vigtigt, at vi har en stærk strategi for udviklingen af København og turismen.

Vi er som sagt nået ganske langt. En af de ting vi er lykkedes med i hovedstaden er at få skabt én fælles platform for turismesamarbejdet i Wonderful Copenhagen. Her trækker de private, Københavns Kommune og Region Hovedstaden. I vores bestyrelse sidder de tunge drenge og piger fra de private, Københavns Kommune og Region Hovedstaden.

Desværre har Økonomi- og Erhvervsministeriet trukket sig ud. Det er en skam. For det er vigtigt, at Staten er med i udviklingen af vores hovedstad. Men man var bekymret for at det kunne støde resten af Danmark, at ministeriet sad med om hovedstadens bord. Tja...bom, bom, bom, som Niels Helveg vist engang sagde.

Når det er så vigtigt, at have Staten med, er det jo fordi der sjældent sker større ting i form af investeringer eller andet i hovedstaden, uden at Staten er aktivt med. Sådan bliver det nok ved med at være. For i vores lille land er Folketinget og Regeringen nu engang de eneste, der har de økonomiske og regulatoriske muskler til at gøre en markant forskel.

Vi har brug for alle kræfter, hvis København fortsat skal kunne levere vækst varen. Lad mig her til sidst pege på tre konkrete områder, hvor der især er brug for initiativer:

For det første: Vi bliver nødt til at gå langt mere målrettet til værks for at skaffe flere flyruter til især de ny vækstmarkeder i Asien og Amerika, men også dele af Europa. Derfor har vi i Wonderful Copenhagen taget initiativ til at etablere en ruteudviklingsfond, som gennem målrettet markedsføring skal skabe grundlag for flyruter på vigtige markeder. Vores mål er få åbnet 8 – 10 nye interkont ruter (der er i dag 18 – 20) til København. Alene for turismen giver det en meromsætning på hen ved en mia. kr.

Projektet koster over de næste 4 år 200 mio. kr. Halvdelen skaffer vi fra private virksomheder, godt halvdelen har kommuner og regioner på Sjælland og i Sydsverige sagt ja til at komme med. Og så var det meningen at regeringen via globaliseringsmidlerne skulle komme med 40 mio.

Dem har vi nu kæmpet næsten et år for at få. Man har efter lange tovtrækkerier sagt ja til at komme med små 10 mio. kr. Og det er de øvrige parter selvfølgelig helt uforstående overfor. Det kan jeg da godt forstå. Det kan da ikke være en primært kommunal opgave, at sørge for at vi sikres god markedsadgang til Danmark. Det er mig helt uforståeligt, at vi fra regeringens side skal opleve et sådant fodslæb i så oplagt en vindingsag.

For det andet: Store begivenheder inden for viden, business, kultur og idræt er nogle af de vigtigste globaliseringsværktøjer.

Man kan givetvis mene meget om det politiske udkomme af FNs klimatopmøde sidste december, men I aner ikke hvor meget reklame og hvor mange relationer til vigtige mennesker, der lagde vejen forbi, danske virksomheder fik ud af hele Cop 15 forløbet. Og hvor meget forretning det skabte til turismøkonomien. Det var ikke småting. Og det faldt iøvrigt på et tørt sted efter finanskrisen.

I Wonderful Copenhagen har vi en benhård strategi, der sigter på trække store begivenheder til Danmark. Vi er rimelig succesrige med det. København figurerer ofte på top ti listen over mest populære kongresbyer i verden. (bare for lige at give størrelsesforholdet: Næste danske by ligger omkring nummer 200).

Men begivenhederne kommer ikke af sig selv. Vi er hele tiden i en hård konkurrence fra andre storbyer i verden. I stigende grad fra Asien, f.eks. Sydkorea.

Vores succes er meget båret af selve den måde Wonderful Copenhagen arbejder på, nemlig at vi er dem der skaber rammen for samarbejde mellem virksomheder, universiteter og det offentlige. Men vi må også erkende, at godt iscenesat samarbejde gør det ikke alene længere.

Vi har længe haft brug for mere hotel- og mødekapacitet. Med milliard investeringer i ny hoteller og mødefaciliteter i de senere år, har vi fået det på plads.

Men vi mangler stadig en multiarena med plads til ca. 15.000 mennesker. København er vist den eneste storby i Europa, hvor man ikke har kunne finde ud af at etablere en sådan facilitet. Uden den går mange internationale arrangementer vores næse forbi. Sådan en facilitet bliver kun til noget ved et privat-offentligt samspil. Private fonde vil gerne. Det vil kommunen også, men Staten siger nej, det er en lokal opgave. Igen et sørgeligt eksempel på at Staten savnes som aktiv medspiller.

Vi kommer heller ikke uden om, at det i dag kræver meget mere målrettet markedsføring at vinde store arrangementer hertil. Igen er konkurrencen fra andre storbyer yderst aggressiv, og vi ser i stigende grad andre byer tilbyde gratis offentlig transport, højprofileret salgsindsats fra seniorministre og andre proaktive kunst greb.

Her er vi slet ikke nok fremme i støvlerne. Bevares vi møder både støtte og sympati, når vi er ude at byde på vigtige arrangementer. Men vi har herhjemme i al for lille grad den sense of urgency og det commitment og den sult efter at ville vinde, som vi møder hos de mange nye ambitiøse storbyer i verden.

Mit tredje og sidste punkt lyder sådan her:

På sigt skal væksten i den internationale turisme komme fra ny markeder som Rusland, Kina, Indien og Brasilien. Ikke fordi, jeg tror vi får store markedsandele, men alene volumen i disse markeder, gør dem vigtige.

Tænk på dette: Hvis vi antager, at vi får bare 2% af de kinesiske rejsende til Europa, så indebærer vækstprognosen, at vi får 550.000 tusinde kinesiske overnatninger. Det vil gøre Kina til det femte største turismemarked for Danmark.

Men igen, væksten kommer ikke af sig selv. Men det kan lade sig gøre – selv for små lande og byer. I Helsinki har en målrettet indsats betydet, at de i dag har hen ved 20 direkte forbindelser til Asiatiske storbyer. Til stor gavn for turismen i hele Finland.

Vi har brug for en meget målrettet strategi for især at få hul på især det kinesiske marked, fordi det er ved at blive modent og fordi det er så stort. Det går ikke uden et bredt konsortium, for meget få turismevirksomheder bruger penge på markeder så langt væk. Vi må have VisitDenmark med. Måske de skal omprioritere, så de i stedet for at have 26 mennesker ansat på deres kontor i Hamburg og 3 på det i Kina skal ændre balancen. Måske der også er grundlag for et tættere samarbejde mellem turismen og de mange danske virksomheder, der operer i Kina som Carlsberg, modehusene og en stribe af videntunge virksomheder.

Vi bliver også nødt til at få rettet op på opfattelsen af Danmark som et særligt svært land at komme ind i. Den opfattelse har vi desværre selv været rigtig dygtige til at skabe. Og det vi kan se er, at mange af landene omkring os har profiteret på den opfattelse af Danmark. Blandt andet finnerne. Nu er ny lovgivning på vej, som bringer os mere på linie med andre lande, så der er stærkt brug for at ambassaderne hjælper til, så rejseagenterne i bl.a. Kina ser på os med nye øjne.

Kort sagt er der brug for en samlet turisme vækstplan for Kina, og vi er i Wonderful Copenhagen gået i gang med at spidse blyanten, og vil i kommende tid invitere til samarbejde herom.

Jeg håber I med dette har fået et indtryk af de mange spændende og nyttige tiltag Wonderful Copenhagen arbejder med. Der er jo helt åbenbare muligheder for at styrkelse af turismen i København også fortsat vil berige både beskæftigelse og vækst, ikke bare i hovedstaden men i hele Danmark.

Tak til Venstre for at have sat turismen på dagsordenen. Og ikke mindst, tak for at I også har fokus på hovedstadens muligheder. Dem vil vi bruge og udvikle maksimalt, og til slut Tak for ordet.