



Kolding, den 20. januar 2014

PRESSEMEDDELELSE

Positivt med Regeringens initiativ på turismeområdet, men det er ikke ambitiøst nok ! Der skal meget mere til end digitalisering og udveksling af viden i dansk turisme. Indfør f.eks. ophugningsstøtte til udtjente feriehuse, siger adm. direktør på Hotel Koldingfjord, Peder J. Madsen.

Det er meget positivt, at Regeringen nu sætter udviklingen af dansk turisme højere på den politiske dagsorden. Det er der brug for, hvis ikke vi skal miste yderligere markedsandele og arbejdspladser i et beskæftigelsestungt erhverv.

Erhvervs- og vækstministeren fremhæver bl.a. at dansk turisme skal være kvalitetsturisme. Denne kvalitet skal bl.a. drives gennem udvikling af en standard for dansk kvalitetsturisme, gennem øget digitalisering og løft af uddannelses- og kompetenceniveauet i dansk turisme. Ligeledes skal der gøres en ekstra indsats for udvikling af kyst- og naturturismen.

Alle disse initiativerne i Regeringens vækstplan for turisme hilses velkommen af adm. direktør Peder J. Madsen, Hotel Koldingfjord, men hoteldirektøren med en fortid på den jyske vestkyst, finder initiativerne for uambitiøse.

”Det er helt rigtigt set af Regeringen at kvaliteten skal løftes i dansk turisme, men det gøres ikke alene ved at beskrive nye standarder og udbrede kommunale hotspots. Der skal mere drastiske midler i anvendelse. Regeringen bør indføre en ophugningsordning, hvor ejere af udtjente feriehuse, overnatningssteder eller attraktioner kan få støtte til at blive fjernet fra markedet. Derved vil man kunne hæve den samlede overlægges for kvaliteten af dansk turisme. Lad os få det ud af markedet, som ikke lever op til fremtidens forbrugerkraft.” siger adm. direktør Peder J. Madsen.

Ligeledes fremhæver Peder J. Madsen væsentligheden af, at rammevilkårene for turismeerhvervet skal forbedres således, at danske turismevirksomheder også i fremtiden kan foretage rentable investeringer og sikre produktudvikling.

Det danske turismeerhverv er hårdt belastet af en række afgifter på bl.a. energi, men i særdeleshed den danske hotelmoms er medvirkende til at møder og konferencer placeres i udlandet.

”Vi forventer ikke en særstatus i forhold til vores udenlandske konkurrenter, men blot en ligestilling med f.eks. tysk hotelmoms” siger hoteldirektøren, der i egen virksomhed har oplevet conferenceforespørgsler gå til udlandet fordi Danmark er for dyr.

Nærmere oplysninger:

Adm. Direktør Peder J. Madsen, Hotel Koldingfjord, tlf.: 40 62 40 57

Se mere baggrund om Peder J. Madsen på www.pedermadsen.dk

