

## SusDANEable Destination for the future



Idekatalog for vækst med grøn og bæredygtig turisme

## Indledning

Bæredygtig turisme er en mega-trend, som Danmark og turisme- og oplevelseserhvervet ikke kan komme udenom. Tilbage i 2013 udarbejdede HORESTA et idekatalog "Vækst med grøn og bæredygtig turisme". Mange af disse forslag er blevet sat i værk eller er i gang med at blive det, og det vidner om, at der over de seneste år er gjort en stor indsats i erhvervslivet for at tilbyde mere bæredygtige oplevelser.

Et af de primære forslag fra 2013 var udarbejdelse af en samlet strategi for den grønne turisme i Danmark og Danmark som grøn destination. HORESTA byder det derfor meget velkomment, at erhvervsminister Simon Kollerup og Det Nationale Turisforum har igangsat et arbejde frem mod udarbejdelsen af en national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme.

Nærværende idekataloget er et bidrag til dette arbejde, og HORESTA ser frem til deltagelse aktivt i den videre proces for at fremme den bæredygtige turisme i Danmark.

Inspiration, undersøgelser, gode cases og initiativer indenfor bæredygtig turisme kan findes i HORESTAs bæredygtighedsstrategi SUSDANEABLE FOR THE FUTURE på <http://www.horesta.dk/susdaneable> og på [horesta.dk](http://horesta.dk), [greenkey.dk](http://greenkey.dk) og [greentourismorganization.dk](http://greentourismorganization.dk)

### **Bæredygtig genstart af dansk turisme**

COVID-19 har ramt dansk turisme- og oplevelseserhverv hårdt. Restriktioner og nedlukninger har sat hele erhvervet under massivt pres. Turister bliver væk. Konferencer, møder og events bliver aflyst. Virksomheder mister deres omsætning og må i værste fald lukke. Medarbejdere mister deres job. Gælden vokser, og regningen for krisen bliver større og større i den enkelte virksomhed – for den enkelte ejer.

Det er helt afgørende, at det primære hensyn er at sikre, at dansk turisme- og oplevelseserhverv kommer igennem og bliver genrejst efter Corona-krisen.

Den økonomiske bæredygtighed er en forudsætning for turisme- og oplevelseserhvervet.

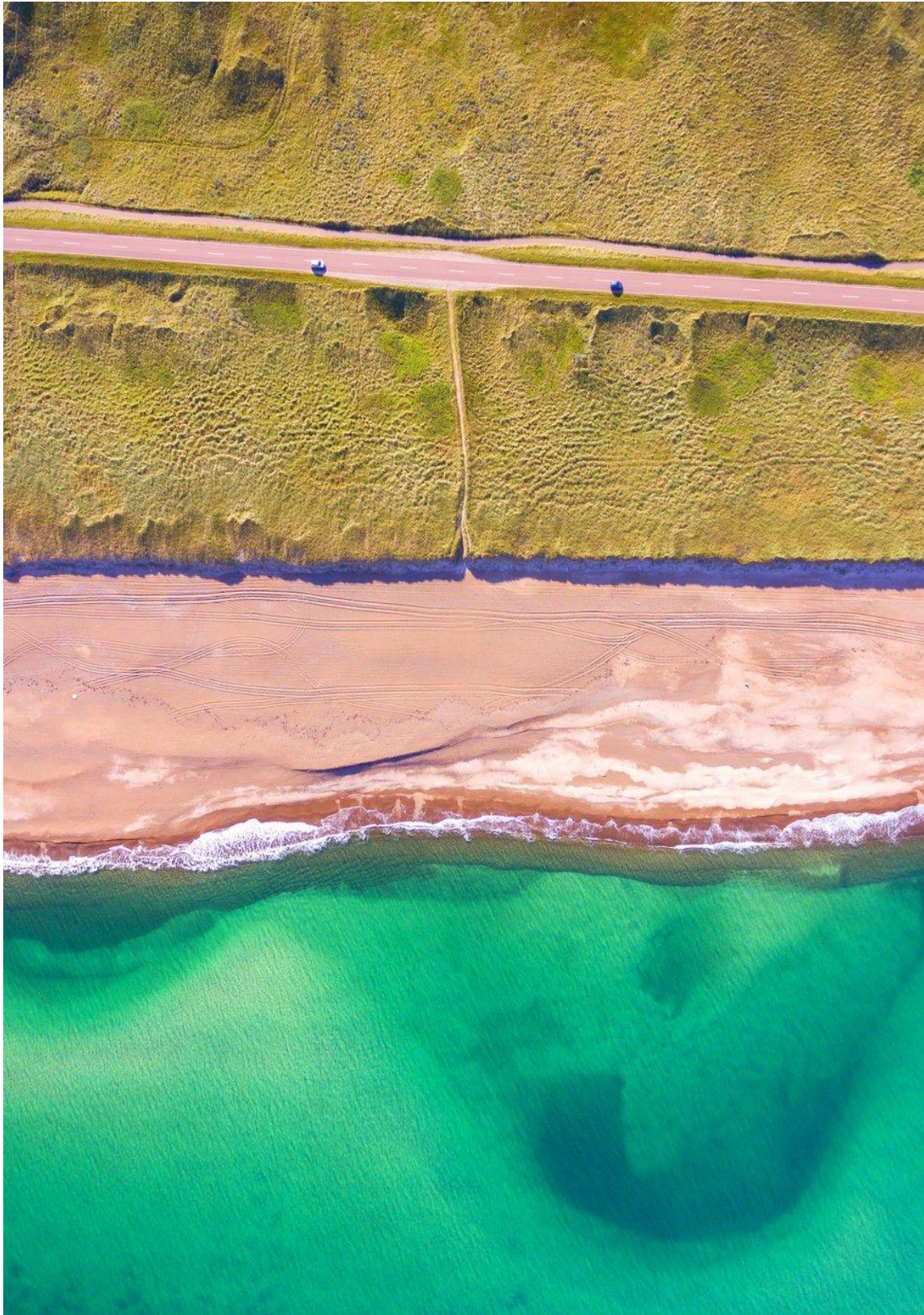
I den nuværende situation kan pisk frem for gulerod - eller øgede byrder for virksomheden - risikere at være forskellen på om virksomhederne overlever.

Men jo mere en økonomisk bæredygtighed kan gå hånd i hånd med en miljømæssig og social bæredygtighed, jo bedre. Og jo flere initiativer, der kan understøtte en bæredygtig udvikling på alle parametre, jo bedre.

Dette idekatalog fokuserer på den grønne bæredygtighed, hvilket også var erhvervsministerens udgangspunkt da arbejdet blev introduceret i 2019.

Det er særligt på klima- og miljøområdet, at Danmark kan gøre en ekstra indsats i forhold til FN's Verdensmål, og hvor turisme- og oplevelseserhvervet kan bidrage aktivt gennem egen udvikling og som udstillingsvindue for alle klima- og miljøtiltag i Danmark.



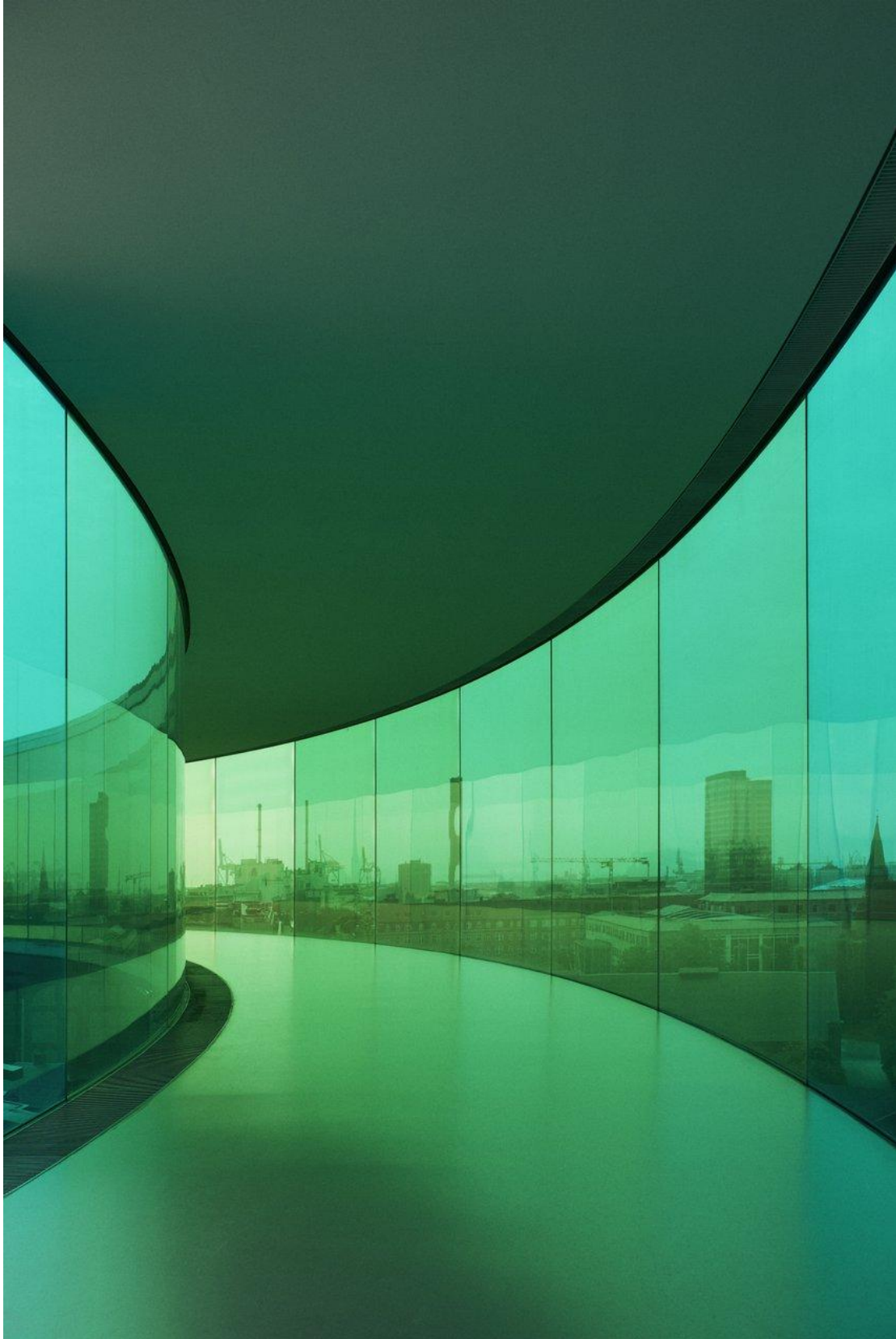


*Hanstholm-beach\_©Christian Faber-medium*

## 11 forslag til at gøre Danmark til verdens mest bæredygtige destination

#1	Bæredygtig genstart af dansk turisme	<i>Dansk turisme skal i gang efter COVID-19 og de mange gode medarbejdere skal tilbage på deres arbejdspladser</i>
#2	Hold flere danske turister i Danmark	<i>Danskerne har under COVID-19 i endnu højere grad fået smag for at holde ferie i Danmark og med en stigende klimabevidsthed skal flere danskere holde ferie i Danmark</i>
#3	Tiltrække grønne udenlandske turister til Danmark	<i>Danmark kan tiltrække flere udenlandske turister med landets grønne og bæredygtige image, da turister fra vores primære markeder har et øget bæredygtighedsfokus</i>
#4	Samlet indgangsportal til bæredygtig turisme	<i>Danmark bør have en samlet og koordineret indgangsportal til grøn og klimavenlig turisme</i>
#5.	Mårettet promoveringsindsats mod erhvervsturismen	<i>Danmark bør udnytte turisme- og oplevelseserhvervets forspring på klima- og miljøområdet til at tiltrække endnu flere erhvervsturister, som generelt har stort fokus på bæredygtighed</i>
#6	Promovering af bæredygtig gastronomi og spisesteder	<i>Danmark er i front på gastronomi og bæredygtighed, som kan markedsføres som en helhed.</i>
#7	Fremme bæredygtige turistvirksomheder	<i>Danmark har mange bæredygtige turistvirksomheder, og indsatsen skal spredes til flere virksomhedstyper</i>
#8	Ren og tilgængelig natur	<i>Brug af naturen er et grundlæggende element i et bæredygtigt turisme- og oplevelseserhverv og for de gæster, der er særligt tiltrukket af mere miljø- og klimavenlige oplevelser.</i>
#9	Grøn transport til turister	<i>Det skal gøres endnu nemmere for turisterne at benytte miljøvenlig transport i, til og fra Danmark</i>
#10	Oprettelsen af Dansk turismes natur- og klimafond	<i>Dansk turismes natur- og klimafond skal bidrage til at nedbringe CO2-udslip, fremme tilgængelig dansk natur samt øge biodiversiteten i Danmark.</i>
#11	Fremme bæredygtige destinationer	<i>Dansk turisme bør indføre grønne destinationer i en ny og bedre version og have visioner om, at Danmark certificeres som første grønne turistnation og København som første grønne hovedstad inden 2025</i>





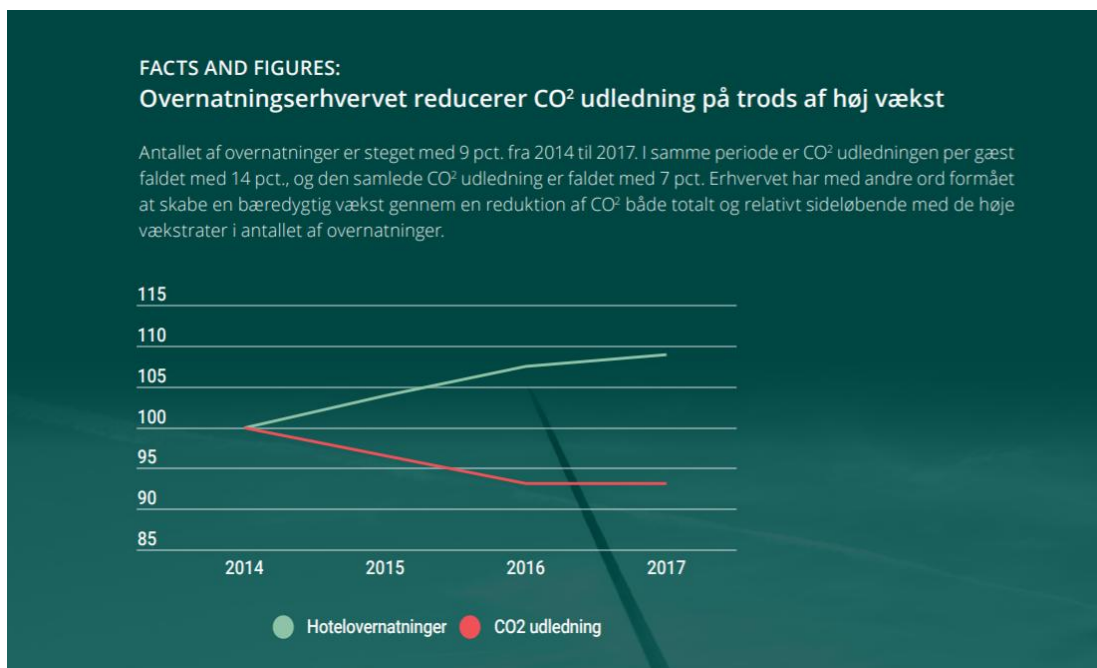
## Danmark har et fantastisk udgangspunkt til at blive verdens mest bæredygtige turisme- og oplevelseserhverv

Danmark er i spidsen på den bæredygtige dagsorden. Især indenfor turisme har vi - ifølge mange undersøgelser - et grønt og bæredygtigt image hos danskerne og på vores største udenlandske markeder.

Erhvervet har utallige gode eksempler på, at det bæredygtige arbejde har bidraget til at fremme erhvervet og de enkelte virksomheder – samt øge arbejdsglæden hos de ansatte og bidrage til et bedre produkt og mere tilfredse gæster.

### Bæredygtighed og vækst hænger sammen

I dansk turisme har vi vist, at bæredygtighed og vækst godt kan hænge sammen.



Model fra HORESTA's bæredygtighedsstrategi "SUSDANEABLE FOR THE FUTURE"

Som eksempel kan fremhæves, at overnatningserhvervet har reduceret CO<sub>2</sub>-udledningen på trods af en høj vækst.

Med et afsæt i troen på, at samfundsansvar og bæredygtighed kan gå hånd i hånd med vækst, er målet at udvikle og gennemføre bæredygtige tiltag, så verdensmålene forankres i virksomhedernes strategi.

Vi skal som erhverv tage ansvar for at gøre en positiv forskel. Vi skal finde nye veje til en styrket forretning, hvor bæredygtighedsindsatsen kan forenes med bedre service, innovative gæsteoplevelser og øget bundlinje.

## Mange års målrettet indsats

Erhvervet har i mange år arbejdet målrettet på at forbedre klimaet og samtidig styrket bundlinjen gennem en grøn vifte af tiltag.

I HORESTA har vi taget en lang række initiativer på denne dagsorden bl.a. med miljømærket Green Key, som i dag er verdens største certificering inden for turisme- og oplevelseserhvervet spredt i 62 lande.

Det er efterfulgt af mere målrettede miljømærker, som Green Restaurant, Green Camping, Green Sport Facility og Green Tourism Organization, som en række turistorganisationer er mærket med.

HORESTA lancerede i november 2019 bæredygtighedsstrategien SUSDANEABLE FOR THE FUTURE og har iværksat netværket SusDaneable – et nyt netværk for bæredygtige virksomheders udvikling.

## Samarbejde mellem erhverv, grønne organisationer og myndigheder

Dansk turisme har mange gode eksempler på et givtigt samarbejde mellem myndigheder, grønne organisationer og erhvervet – succesfuldt eksemplificeret med eksempelvis med Green Key, der blev dannet i et fællesskab af Miljøministeriet, Friluftsrådet og HORESTA.

Det har dannet grundlag for et positivt og konstruktivt samarbejde om andre projekter - senest sektorsamarbejdet mellem Miljøstyrelsen og HORESTA om at nedbringe engangsplast i forbindelse med takeaway.

## Gulerod fremmer den bæredygtige indsats

Det er især de bæredygtige tiltag, hvor der har været en positiv motivation til indsatsen, og hvor der har været medindflydelse, som har været en succes og har længevarende effekt. Når der er fokus på støtte, rådgivning, sparring, ros og fremhævelser af de gode eksempler styrker det indsatsen og giver lyst til at gøre endnu mere. Forbud, rigide regler, økonomisk straf og hænge nogen ud har modsatte effekt.

### SUSDANEABLE FOR THE FUTURE

Ved HORESTAs årssdag i november 2019 lancerede HORESTA sin bæredygtighedsstrategi "SUSDANEABLE FOR THE FUTURE".

HORESTA har sat en ambitiøs målsætning om, at Danmark skal være verdens førende destination inden for bæredygtig turisme og bæredygtige oplevelser – og erhvervet skal være verdens mest bæredygtige turisme- og oplevelseserhverv.

Baggrunden for strategien er, at dansk turisme- og oplevelseserhverv og særligt danske hoteller og restauranter i mange år har været i front med grønne og bæredygtige tiltag. HORESTA ønsker, at dansk turisme skal høste frugten af mange års arbejde med miljø og bæredygtighed i virksomhederne.









## #1. Bæredygtig genstart af dansk turisme

*Dansk turisme skal igennem og genrejses efter COVID-19.*

Turisme- og oplevelseserhvervet er hårdt ramt af COVID-19. Der er behov for en indsats for at genstarte dansk turisme, når vi åbner igen. Vi skal både sikre, at virksomheder ikke lukker inden effekten af vaccinationerne slår igennem, og at erhvervet bagefter kan genrejse sig gennem målrettet stimuli og styrket konkurrenceevne.

Danmark har i forvejen et højt pris- og omkostningsniveau, og vores nabolande har i den senere tid målrettet nedsat moms på særlig overnatning og bespisning for at hjælpe et hårdt presset erhverv. Dermed er det danske bæredygtige turistprodukt blevet endnu dyrere end i vores nabolande.

1. **Hjælpepakker skal forbedres**, så et trængt erhverv ikke skal være gældsat i mange år frem uden mulighed for at investere i en grøn udvikling. Hjælpen skal forbedres og forlænges.
2. **Nedsat moms for turisme- og oplevelseserhvervet**, så danske turister ikke tager til vores nabolande eller flyver langt væk og holder turister fra vores nærmarkeder væk pga. et højt prisniveau, som er blevet relativt højere, når nabolande har sat deres moms ned.
3. **Omstilling med grønt fokus** Der er allerede målrettet midler til omstilling gennem puljer fra Energistyrelsen og Erhvervsfremmebestyrelsen, hvor der også er fokus på den grønne omstilling. Støtte til grøn omstilling, omkostningsminimering og investering bør fortsat prioriteres.



## #2

**Hold flere danske turister i Danmark**

*Danskerne har under COVID-19 i endnu højere grad fået smag for at holde ferie i eget land og med en stigende klimabevidsthed kan flere danskere afholde ferie i Danmark*

Der er mange fantastiske oplevelser i Danmark, og det har danskerne fundet ud af.

Ifølge CONCITO er det mere bæredygtigt at flytte danskernes forbrug fra materielle goder over mod oplevelser. Derfor foreslår tænketanken en grøn hjælpepakke med fokus på oplevelsesøkonomien og restauranter.

CONCITO kommer i publikationen "Grøn Genstart" med forslag til en grøn økonomisk genrejsning af Danmark efter coronakrisen ved at stimulere forbruget for oplevelses- og servicevirksomheder.

1. **Indfør et oplevelsesfradrag** eller et borgerrettet voucher-system målrettet forbrug i oplevelsesøkonomien.
2. **Udbred Save-to-Visit konceptet**, så danske gæster føler sig trygge i Danmark.







### #3 Tiltræk grønne udenlandske turister til Danmark

*Danmark kan tiltrække flere udenlandske turister med et grønt og bæredygtigt image, da turister fra vores primære markeder har et øget bæredygtighedsfokus*

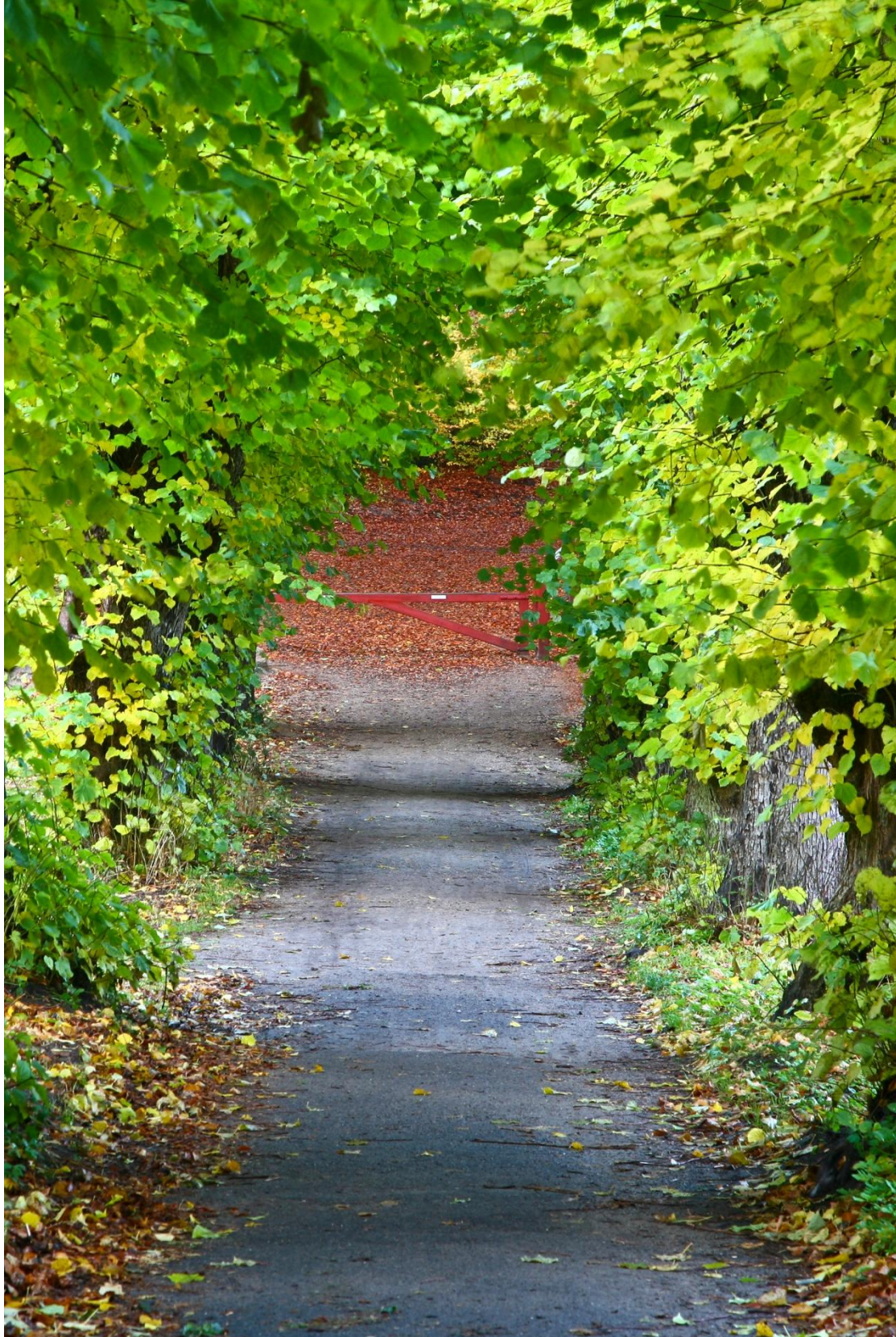
VisitDenmarks undersøgelser viser, at mange af vores primære markeder forbinder Danmark med bæredygtighed, og at vi har et forspring på det grønne område. Samtidig viser undersøgelserne, at bæredygtighed er en vigtig parameter for et stigende antal af fremtidens turister. Som eksempel ønsker 36,5 mio. tyske grønne idealister at rejse mere bæredygtigt.

Danske miljø- og klimavenlige løsninger er ikke altid synlige, hvad enten det er affaldshåndtering, mærkningsordninger på fødevarer eller andre tiltag. Turisternes oplevelse af Danmark som en klimavenlig og bæredygtig destination kan blive en skuffende oplevelse, hvis det ikke kommunikeres tydeligt, hvilke valg vi har truffet.

Sammen med tryghed, som i den kommende tid også vil betyde meget for mange turister, kan der tiltrækkes flere udenlandske turister til Danmark ved at fokusere på bæredygtige og klimavenlige oplevelser.

1. **Øget markedsføring af Danmark** som en bæredygtig destination.
2. **Kommunikér de klimavenlige danske løsninger** til turisterne med afsæt i en kortlægning af turistens rejse.
3. **Udbredelse af Save-to-Visit-konceptet** på forskellige sprog, så udenlandske turister føler sig trygge i Danmark.







## #4 Samlet indgangsportal for bæredygtige turister

*Danmark bør have en samlet og koordineret indgangsportal til grøn turisme som underside til en samlet turisthjemmeside.*

Både VisitDenmark og mange af de større danske byer har mere fokus på den grønne og bæredygtig turisme og hjælper turisterne med at vælge grønt. Det blev styrket i december 2020 med en målrettet del på VisitDenmarks hjemmeside under titlen "The joy of green".

Både VisitDenmark, Århus, København og mange andre har selvstændige grønne initiativer, materialer og hjemmesider, som er målrettet turister med fokus på det grønne område.

Men det kan følges op flere steder, og der mangler en samlet og koordineret indsats, så det ikke bliver spredte initiativer, der skaber forvirring og mangel på den grønne tråd. Og det kan forvirre, hvis turisterne trækkes til Danmark pga. den bæredygtige indsats, og det så ikke er synligt lokalt.

Det kan ske ved at tilføre bæredygtighed som et tema og synliggøre grønne pakker fra de nationale til lokale sites.

1. **Samlet indgangsportal** for grønne og bæredygtige turister.
2. **Guide til lokale aktører** om, hvad grønne og bæredygtige turister søger.
3. **Forslag til grønne pakkerejser**, som kan tiltrække nye segmenter, hvor bæredygtighed tænkes med fra start til slut.



## #5 Målrettet promoveringsindsats mod erhvervsturisme

*Danmark bør udnytte turisme- og oplevelseserhvervets forspring vedrørende miljø- og klimavenlige tiltag til at tiltrække endnu flere erhvervsturister, som generelt har stort fokus på bæredygtighed.*

Erhvervsturismen og storbyerne har været ramt hårdt af en flæthed af restriktioner under COVID-19.

Der skal gøres en målrettet indsats for at genrejse dansk erhvervsturisme – både af hensyn til de ramte virksomheder og for at sikre et vigtigt fundament for dansk erhvervsliv som helhed. Det er en vigtig branche, som sikrer infrastruktur til afholdelse af møder, kongresser, messer m.v. og dermed skaber platformen for relationer og salg i det øvrige erhvervsliv.

Virksomheder indenfor erhvervsturisme har især gået foran når det kommer til bæredygtige tiltag. Mange danske og internationale - især større virksomheder - har fokus på den grønne profil, når der skal planlægges møder og konferencer.

Her har Danmark et forspring, da vi allerede har grønne og miljøvenlige møde-, konference- og overnatningsfaciliteter.

Det offentlige er en stor kunde og forbruger – også på overnatnings- og konferencesejden. Men i mange tilfælde her er prisen afgørende i forhold til kvalitet og miljøindsats, hvilket kan mindske overnatnings- og mødevirksomhedernes incitament til at gøre noget ekstra i forhold til kvalitet og bæredygtighed.

Det er positivt, at regeringens strategi for bæredygtige indkøb anbefaler at købe miljømærkede produkter og ydelser, og de seneste udbudsrunder for overnatning og konferencer har understøttet en grøn transformation i erhvervet.

1. **Afsæt flere midler til MeetDenmark** og til markedsføring af mødeturisme.
2. **Kommunikér det grønne forspring** enten i samarbejde eller med inspiration fra State of Green.
3. **Kortlæg og minimér turistens miljø- og klimamæssige fodaftryk** ved at fremme muligheden for grønne valg.
4. **Alle større internationale events, herunder sportsarrangementer og festivaler** bør miljømærkes.





## #6 Promovering af bæredygtig gastronomi og spisesteder

*Danmark er i international front på gastronomi og bæredygtighed, og det kan med fordel markedsføres som en helhed.*

En kombination af gastronomi og bæredygtighed optager mange spisesteder, og mange kokke sætter en ære i at tilberede bæredygtig mad med fokus på minimering af madspild, brug af økologiske og lokale fødevarer i sæson og i højere grad begrænse måltidernes klimapåvirkning.

Mange danske som udenlandske turister spiser take away mad, men regeringens afgiftspolitik har stoppet en ellers positiv udvikling i branchen mod mere bæredygtig emballage og engangsservice. Der er brug for at skabe sammenhæng mellem viden, virkelighed og økonomiske incitamenter for at fremme bæredygtige tiltag.

1. **Styrk indsatsen med at promovere** dansk bæredygtig gastronomi.
2. **Øg brugen af Green Restaurant-mærket**, som branchens miljømærke for restauranter og spisesteder. Mærket integrerer kriterier fra mere specialiserede mærker som f.eks. Det økologiske spisemærke, Skånsomt Kystfiskeri, MSC, ASC etc. Læs mere på [greenrestaurant.dk](http://greenrestaurant.dk)



## GREEN RESTAURANT

3. **Nedsæt afgifter på bæredygtig emballage og engangsservice** for at fremme de bæredygtige alternativer, og indfør national pant-ordning for engangsservice i samarbejdet med erhvervet.
4. **Udbred bæredygtig dansk gastronomi** ved at øge brugen af økologiske fødevarer og det økologiske spisemærke, ved at bruge de officielle kostråd til at fremme sundhed og mere klimavenlig mad, ved at øge brugen af råvarer i ukurante størrelser og former, og ved at fremme lokale og sæsonbestemte fødevarer.







## #7 Skab flere bæredygtige danske turistvirksomheder

*Danmark har mange bæredygtige turistvirksomheder, men indsatsen skal spredes til flere og alle virksomhedstyper.*

Flere og flere virksomheder i turisme- og oplevelseserhvervet har fokus på bæredygtighed. Mange hoteller, restauranter og konferencестeder er miljømærkede, og flere er på vej. Indsatsen er også spredt til mange af de andre typer af turistvirksomheder, såsom camping, hostels, attraktioner mm.

En miljø- og klimavenlig indsats gennem at begrænse forbrug af el, vand og varme er med til at nedbringe virksomhedens udgifter og dermed gøre produktet billigere.

1. **Øge brug af mærkningsordninger** Erhvervets virksomheder skal have hjælp til at mærke sig, og det offentlige skal anerkende og støtte op om erhvervets etablerede grønne mærkningsordninger.
2. **Støtteordninger** til virksomheder i turisme- og oplevelseserhvervet med at blive mere bæredygtige og miljømærkede skal fortsat udbydes – og suppleres med øget fradrag/ tilskud til miljø- og klimavenlige investeringer samt øget offentlig medfinansiering af og lånemuligheder til energirenoveringer og -optimering.
3. **Etablere måle- og benchmarksystem for CO2-måling** på virksomheds- og brancheniveau, der kan synliggøre indsatsen ti turisme- og oplevelseserhvervet.



## #8 Ren og tilgængelige natur er central i bæredygtig turisme

*Brug af naturen er et grundlæggende element i et bæredygtigt turisme- og oplevelseserhverv og for de gæster, der er særligt tiltrukket af mere miljø- og klimavenlige oplevelser.*

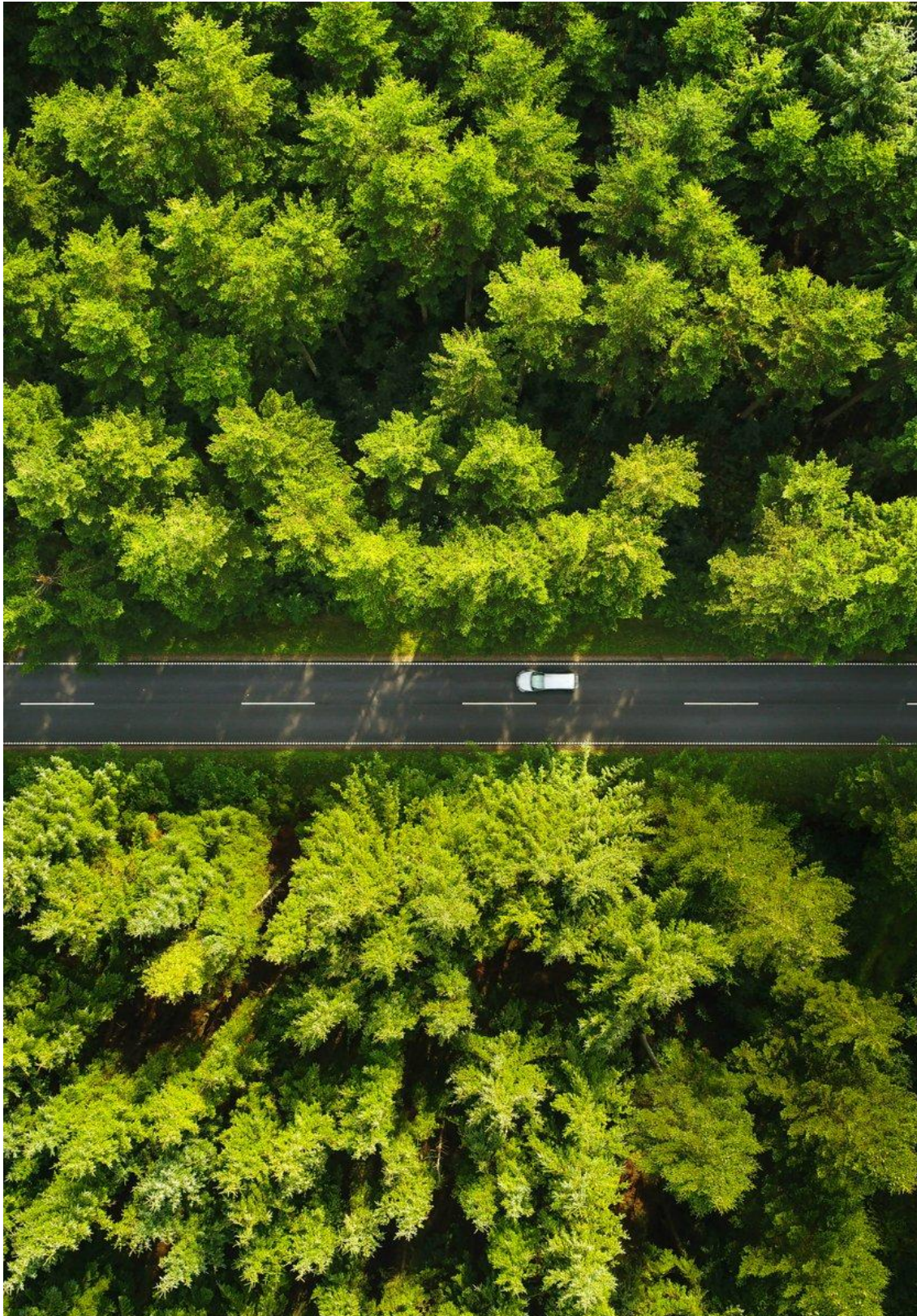
Turisme- og oplevelseserhvervet gavner lokalområdet og bidrager med lokale arbejdspladser og dermed et godt skattegrundlag i kommunen. Erhvervets virksomheder bidrager også med rekreative tilbud og oplevelser, som kommer borgere som turister til gode.

Turister og borgere sætter ofte pris på de samme ting. Her sikrer kommunerne gode og velholdte faciliteter, rene strande, tilgængelig natur, offentlige toiletter, cykel- og vandrestier, fiskepladser osv.

Kommuner og turistvirksomheder kan hver for sig og i fællesskab stille faciliteter til rådighed og udbyde oplevelser for både turister og lokale borgere.

1. **Etablering af Natur- og Turismeråd i kommuner** med mange turister med deltagelse af kommunen, borgere og virksomheder for at udvikle nye tilbud og imødekomme eventuelle interessekonflikter.
2. **Fælles og god renholdelsesstandard** for at holde natur og strande rene, offentlige toiletter åbne og rene - og sikre beredskab ved større belastninger på dage med godt vejr, store arrangementer og når flere holder ferie i Danmark.
3. **Støtte til cykel- og vandreturisme** i forhold til udvikling og vedligehold af lokale ruter - og bidrage til et nationalt system, da turister ofte ikke er opmærksomme på kommunegrænser og ønsker sammenhængende tilbud.
4. **Støtte til vandaktiviteter**, såsom sejlads, kano, kajak, fiskeri og dykning, da mange danske og udenlandske turister holder ferie pga. mulighed for gode vandaktiviteter. Steder, hvor der etableres ekstra og gode faciliteter tiltrækker ofte flere turister eksemplificeret med Cold Hawaii i Klitmøller.
5. **Gør det lettere at etablere spisesteder og aktiviteter ved vandet** så flere gæstegrupper får adgang til kystnære oplevelser. Nogle gæster er mindre friluftsaftive eller er fysisk begrænsede og har ikke samme mulighed for at få oplevelser ved vandet.







## #9 Bæredygtig transport til turister

*Det skal gøres endnu nemmere for turisterne at benytte miljøvenlig transport i, til og fra Danmark.*

Danmark er allerede godt på vej. Som en cykelnation. Med et stigende antal busser, taxier, tog og færger, der drives frem på el eller biogas. Og luftfartindustrien arbejder på at nedbringe CO<sub>2</sub>-udledningen med biobrændsel, klogere flyvning og med mindre vægt.

Men der kan fortsat gøres mere for at sikre mere grøn og bæredygtig transport til turister – både til og fra Danmark, og når de skal rundt. Eksempelvis kan turisterne i højere grad tænkes med i planlægning og opgardering af den offentlige transport. Det drejer sig både om kortlægning af turistens behov, information på flere sprog og attraktive priser.

1. **Turistens transportformer og CO<sub>2</sub> aftryk skal kortlægges**, og der skal sættes mål for reduktion.
2. **Partnerskaber** med transportbranchen, forsknings- og vidensinstitutioner bør indgås for at fremme klimavenlige brændstoffer, teknologier og transportformer. Det handler både om etablering af flere togstrækninger til nabolande, elektrificeret skibsfart og dermed krydstogtturisme samt et støtte til et udvidet net af el-ladestander især i yderområder.
3. **Transport af gæster til/ fra egen virksomhed tillades** for at undgå for lang unødigt kørsel for hyrevogne udenfor de store byer.
4. **Mere simpelt billetsystem for turister** og let adgang til booking af offentlig transport f.eks. med mulighed for billetbestilling på GuideDanmark.
5. **Flere pakkelsninger** inklusiv transport a la Copenhagen Card og med bedre mulighed for at medbringe cykler.
6. **Miljømærkning af lufthavne** – især de større med udenlandske afgang.





## #10 Oprettelse af Dansk turismes natur- og klimafond

*Dansk turismes natur- og klimafond skal bidrage til at nedbringe CO2-udledning, fremme tilgængelig dansk natur og øge biodiversiteten i Danmark.*

Mange turistvirksomheder giver kunderne mulighed for køb af CO2-kompensation eller bidrager selv til CO2-kompensation for det energiforbrug, som ikke kan nedbringes.

Der bør etableres *Dansk turismes natur- og klimafond*, der sikrer, at man ved køb af CO2-kompensation fremmer CO2-reduktion i Danmark til gavn for dansk turisme. Dette kan eksempelvis være gennem investering i udvikling og innovation i nedbringelse af CO2 udledning i luftfarten eller ved at fremme mere tilgængelig natur i Danmark.

Dette kan bidrage til, at Danmark gør det endnu bedre end vores flotte anden plads på indeks for FNs verdensmål (The SDG-Index) lige efter Sverige. Danmark kan især forbedre indsatsen vedrørende udledning af klimagasser, fremme af biodiversitet og sikring af grundvandet.

1. **Oprettelsen af Dansk turismes natur- og klimafond** på basis af gæsternes køb af CO2 kompensation.
2. **Staten matcher beløbet med 100 %** for at skabe øget incitament til at støtte fonden.





## #11 Fremme bæredygtige destinationer

*Dansk turisme bør indføre grønne destinationer i en ny og forbedret version og have en 2025 målsætning om, at Danmark skal certificeres som den første grønne nation og København som første grønne hovedstad.*

Danmark har tidligere været på forkant med oprettelsen af det grønne destinationsmærke *Destination 21*. Mærket blev opfundet for tidligt og var for bureaukratisk. Der er sidenhen og især i de senere år kommet øget fokus på destinationsmærker bl.a. fra EU og Nordisk Råd.

Sideløbende er flere destinationer for møde- og erhvervsturisme blevet målt på deres indsats i Global Destination Sustainable Index (GDSI). København har tidligere været på en førsteplads, men blev i 2019 overhalet af Gøteborg, mens Aalborg har en 5. plads og Aarhus en 14. plads.

Danmark har stor viden om området og gode forudsætninger for at indføre et system for bæredygtige destinationer med udgangspunkt i viden fra Destination 21, EU og Nordisk Råd.

- 1. Fælles standard for måling af destinations bæredygtighedsindsats** med inspiration fra Global Destination Sustainable Index (GDSI).
- 2. Indførelse af grønne destinationer i Danmark** med en ordning, der er troværdig og nem at forstå.
- 3. Certificering af større destinationer i Danmark** som f.eks. København, Aarhus og Aalborg. Danmark bør certificeres som grøn turistnation og København som første grønne hovedstad inden 2025.
- 4. Særlige fokusområder indenfor bæredygtighed på tværs af landet** for at højne flere destinationer på samme tid og samlet score højere på internationale indeks og målesystemer.