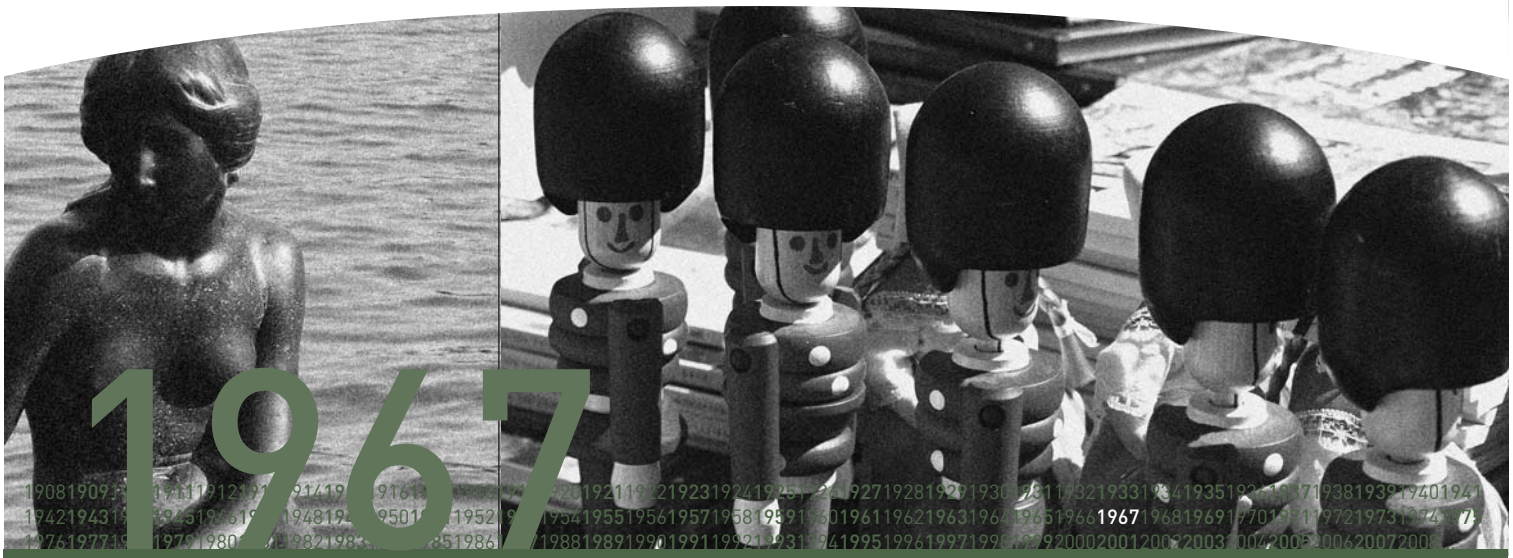

DANMARKS TURISTRÅD / VISITDENMARK

I efterkrigsårene steg rejselysten, og danskerne drog på charterrejse langs Middelhavets kyster og til De Kanariske Øer. Dermed fik dansk turisme for alvor konkurrence udefra og måtte derfor organisere sig på en ny og mere professionel måde.

Et strukturudvalg under Turistforeningen for Danmark fik til opgave at komme med et forslag til en ny struktur i dansk turisme, og i 1967 udkom "Den grønne betænkning". Resultatet blev, at Turistforeningen for Danmark, som blev etableret i 1923, skiltes fra de mange lokalforeninger både økonomisk og organisatorisk og blev til Danmarks Turistråd den 6. juni 1967.

Med oprettelsen af Danmarks Turistråd blev dansk turisme "professionel" med markedsanalyser, produktudvikling, strategiplaner mv. Samarbejdet mellem de lokale foreninger og virksomhederne tog fart, nye regionale strukturer blev etableret, og produkter udviklet.

I begyndelsen fungerede Danmarks Turistråd som et eksportråd, der skulle tage sig af den udenlandske turisme til Danmark, og de væsentligste markeder for dansk turisme blev bearbejdet via en række udlandskontorer.

Med årene har Danmarks Turistråd udviklet sig til at være den nationale markeds- og erhvervsudviklingsorganisation, som i tæt samarbejde med turismeerhvervet arbejder målrettet for at sikre dansk turismes konkurrenceevne i ind- og udland.

Danmarks Turistråd var en selvejende institution frem til 1. januar 1992, hvor virksomheden ændrede status til en erhvervsdrivende fond.

Danmarks Turistråd ændrede pr. 1. januar 2005 navn til VisitDenmark. Navneskiftet blev gennemført for at skabe fokus på Danmarks Turistråds kerneforretning: At få turister til at rejse til Danmark. Samtidig betyder navneskiftet, at VisitDenmark har samme navn på tværs af markeder og sprog med en klar reference til internetportalen visitdenmark.com

DANMARKS TURISTRÅD / VISITDENMARK