



Det Nationale Turismeforum

Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne

November 2018

Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne

Udgivet af

Det Nationale Turismeforum
November 2018

Udarbejdet af

VisitDenmark

Layout

Rosendahls a/s

Billeder

Denmark Media Center
VisitDenmark

Indhold

1	Indledning.....	6
2	Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne	10
2.1	Dansk turismes markedsposition	11
2.2	Dansk turismes konkurrenceevne	14
3	Status for turismeforbruget i Danmark	21
3.1	Udvikling i turisternes døgnforbrug.....	22
3.2	Turismeforbruget i Danmark i 2016	23
3.2.1	Pejlemærke for turismeomsætningen i 2025	24
3.2.2	Turismen fordelt på regioner.....	25
3.2.3	Turismeforbrug fordelt på kommuner	27
3.3	Turismeskabt eksport, værditilvækst og beskæftigelse	29
4	Udvikling og vækst i dansk turisme	33
4.1	Pejlemærket for overnatninger i den nationale strategi for dansk turisme.....	34
4.2	Udviklingen i dansk turisme fra 2008 til 2017	35
4.2.1	Kyst- og naturturismens, storbyturismens og erhvervs- og mødeturismens overnatninger	36
4.2.2	Internationale møder og kongresser i Danmark	38
4.2.3	Overnatninger i de danske regioner	39
4.2.4	Overnatninger i kommuner	41
4.2.5	Overnatninger fordelt på overnatningsformer	42
4.2.6	Overnatninger fordelt på nationalitet	44
4.2.7	Deleøkonomiske tjenester.....	44
4.3	Vækst på hovedmarkeder og vækstmarkeder	46
4.4	Danmarks markedsandele.....	48
4.4.1	Storby- og kystturismens markedsandele.....	49
4.5	Besøg på danske attraktioner.....	54
4.6	Besøg på de danske turisthjemmesider	55
4.7	Informations- og inspirationssøgning	56
5	Vækstforventninger og kapacitet	60
5.1	Vækstforventninger og kapacitet	61
5.1.1	Vækst kræver kapacitet	62
5.2	Kapacitetsudnyttelse	63
5.2.1	Feriehuse	63
5.2.2	Hoteller.....	65
5.2.3	Feriecentre	68
5.2.4	Campingpladser.....	70
6	Kendskab til Danmark som feriedestination.....	74
6.1	Kendskab til Danmark	75
6.1.1	Kendskab til de fire store byer i Danmark.....	75
6.1.2	Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer	76
6.2	Rejseintention til nordeuropæiske feriedestinationer	78
7	Tilfredshed med Danmark som rejsemål.....	81
7.1	Danske og udenlandske turisternes tilfredshed med Danmark som rejsemål	82
7.1.1	Måling af visionen for dansk turisme	84
7.1.2	Turisternes tilfredshed inden for de tre forretningsområder i dansk turisme	85

7.2	Tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa	87
7.3	Pejlemærket for tilfredshed i den nationale strategi for dansk turisme.....	89
8	Transport og tilgængelighed	91
8.1	Transportmuligheder til feriedestinationen	92
8.1.1	Flytrafik	92
8.1.2	Færgetrafik	94
8.1.3	Krydstogter	95
8.2	Mulighed for at opnå turistvisum.....	96
8.2.1	Visumansøgninger, afgørelser og sagsbehandlingstid	97
8.2.2	Ansøgernes nationalitet	97
8.3	Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark	98
9	Forhold mellem pris og kvalitet.....	102
9.1	Prisniveauet i Danmark	102
9.2	Turisternes oplevelse af pris og kvalitet	103
9.2.1	Turisternes oplevelse af pris i forhold til kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet.....	103
10	Konkurrencedygtigt turismeerhverv.....	107
10.1	Momssatser og -fradrag	108
10.1.1	Momsfradrag	109
10.2	Elpriser	109
10.3	Omsætning.....	112
10.4	Produktivitet	113
10.5	Arbejdsmarked	114
10.6	Overskud og investering.....	119
10.7	Innovative virksomheder i turismeerhvervet	121
10.8	Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder	122
	Appendiks til kapitel 10: Branchekoder	124



1. Indledning

1 Indledning

Turismen er et vigtigt væksterhverv både globalt og for Danmark. Erhvervet bidrager til vækst og jobskabelse i hele landet. I 2016 skabte turismen i Danmark en omsætning på 108,1 mia. kr. og 135.700 arbejdspladser, og i 2017 blev der foretaget i alt 52,4 mio. overnatninger i Danmark, hvilket var 1,8 pct. flere end i 2016. Med en stigning på 2,2 pct. var det navnlig de udenlandske overnatninger, som trak væksten og var med til at sikre endnu et rekordår.

Danmark har fortsat en stærk position i den nordiske konkurrence om udenlandske overnatninger, og flere udenlandske overnatninger end Norge og Sverige tilsammen. Danmark tabte dog markedsandele i 2017 i forhold til både det nordiske, nordeuropæiske og europæiske konkurrentfelt. Set over en længere årrække ligger Danmarks markedsandel i forhold til det nordeuropæiske konkurrentfelt på samme niveau som i 2008, men lavere i forhold til det nordiske og europæiske konkurrentfelt.

I den nationale strategi for dansk turisme fra september 2016 er der fastsat en målsætning om, at der skal tiltrækkes flere turister, at turisternes døgnforbrug skal hæves, og at de udenlandske turisternes tilfredshed skal op på niveau med det nordeuropæiske konkurrentfelt. Der er i den forbindelse opstillet følgende pejlemærker for dansk turisme frem mod 2025:

- Dansk turisme skal opnå en vækst på en tredjedel i antallet af turismeovernatninger, svarende til op mod 17 mio. flere overnatninger i forhold til 2015.
- Turismeomsætningen skal nå 140 mia. kr., svarende til en vækst på ca. 45 mia. kr. i forhold til 2014.
- De udenlandske turister skal være mindst lige så tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark som gennemsnittet for Nordeuropa.

Efter at der i perioden 2014 til 2016 har været vækstrater ift. antallet af turismeovernatning i Danmark på mellem 4,7 pct. og 5,1 pct. årligt, var der i 2017 en mere afdæmpet vækst på 1,8 pct. Der var i 2017 således en væsentligt lavere vækstrate end end de foregående år. Det er i den forbindelse værd at bemærke, at den lavere vækst ikke mindst hang sammen med, at vækstraten fra det tyske marked, som tegner sig for hovedparten af de udenlandske overnatninger i Danmark, faldt mærkbart i 2017 sammenlignet med perioden fra 2014 til 2016. Således lå væksten i antallet af tyske overnatninger i Danmark i 2017 på 2,4 pct. sammenlignet med 6,3 pct. til 7,0 pct. i perioden 2014 til 2016.

Der er uden tvivl flere forklaringer på den noget lavere vækstrate i antal overnatninger i 2017 sammenlignet med 2015 og 2016. Som mange husker, var sommeren 2017 kold og regnfuld, og vejret kan have påvirket turisternes lyst til at holde ferie i Danmark i en negativ retning. Samtidig viser de internationale tal for turistankomster¹ og overnatninger², at en række udenlandske destinationer har genvundet momentum efter i en årrække at være underlagt en frygt for terrorangreb. Det gælder

1 United World Tourism Organisation (UNWTO)

2 Oxford Economics

blandt andet Tyrkiet, som i 2017 lå i top 10³ over tyskernes foretrukne udenlandske feriedestinationer.

De foreløbige tal for de første ni måneder viser dog, at det samlede overnatningstal i januar-september 2018 ligger 2,3 pct. over samme periode i 2017, og afmatningen i væksten ift. perioden 2014 til 2016 synes således at være en tendens, der bliver bekræftet i 2018.

Den lavere vækst i antallet af overnatninger i 2017 aktualiserer spørgsmålet om mangel på overnatningskapacitet - ikke mindst i højsæsonen. Hvis overnatningskapaciteten er fuldt udnyttet, er der risiko for, at potentielle turister afvises på grund af pladmangel. Manglende kapacitet kan således være en bremse på væksten, ikke mindst i højsæsonen, der fortsat er af stor betydning for store dele af erhvervet.

Udviklingen i overnatningskapacitet viser, at selvom der er begyndende vækst i antallet af hotelsenge, ikke mindst i København, hvor der investeres omfattende i de kommende år, så er sengekapaaciteten samlet set kun øget 1,2 pct. i 2017 og altså væsentlig lavere end både den realiserede vækst i de seneste år og den langsigtede vækstforventning ift. efterspørgslen efter overnatninger. Dette betyder også, at der på flere destinationer meldes om manglende overnatningskapacitet i højsæsonen.

En anden målsætning, der ligger til grund for pejlemærkerne for dansk turisme frem mod 2025, er, at turisterne skal bruge flere penge under deres ophold i Danmark. Til at følge udviklingen på dette område gennemfører VisitDenmark hvert tredje år Turistundersøgelsen, hvor der indsamles data om blandt andet turisternes forbrug fra over 14.000 danske og udenlandske turister, som har overnattet i Danmark.

Turistundersøgelsen 2017 viser, at turisterne i 2017 havde et markant højere døgnforbrug end den seneste turistundersøgelse, der blev gennemført i 2014. Den gennemsnitlige kystturist har således øget sit døgnforbrug til 774 kr. (+59 pct. i forhold til 2014), den gennemsnitlige erhvervsturist til 2.935 kr. (+63 pct. i forhold til 2014) og den gennemsnitlige storbyturist til 1.944 kr. (+23 pct. i forhold til 2014).

Stigningen kan tilskrives flere forhold. De fleste af Danmarks vigtigste turistmarkeder er inde i en periode med stigende vækst i BNP og privatforbrug, faldende ledighed og stigende disponible indkomster. Forhold som alt andet lige øger forbrugernes lyst til at bruge penge – også på ferier. Samtidig har både virksomheder, destinationer og regeringen i en årrække arbejdet målrettet med at udvikle attraktive helhedsoplevelser, som også øger forbrugsmulighederne for turisterne henover hele året.

Det stigende døgnforbrug forventes at løfte den samlede turismeomsætning for 2017 væsentligt i forhold til niveauet i 2016. Denne effekt forventes at ville fremgå, når turismens økonomiske betydning for 2017 beregnes i 2019.

Det tredje pejlemærke i den nationale strategi for dansk turisme er, at turisternes tilfredshed med opholdet i Danmark skal ligge på niveau med konkurrentlandene. VisitDenmarks turistundersøgelse fra 2017 viser, at turisterne fortsat er meget

tilfredse med deres ferie i Danmark, i det turisternes overordnede tilfredshed har dog oplevet et fald fra et gennemsnit på 4,6 i 2014 til et gennemsnit på 4,5 i 2017.⁴ I et internationalt sammenligningsperspektiv går Danmark imidlertid frem efter, at de udenlandske turisternes tilfredshed i en årrække har været lavere i Danmark end i de lande, som vi normalt sammenligner os med. I forhold til de udenlandske turisternes tilfredshed med ferieoplevelsen i Danmark scorer Danmark nu så tæt på gennemsnittet i Nordeuropa, at der ikke kan spores en signifikant forskel i den overordnede tilfredshedsscore. Denne position skal nu fastholdes.

Den stigende digitalisering af samfundet har fortsat stor betydning for turismen, og fremvæksten af nye forretningsmodeller, herunder deleøkonomiske turismeaktiviteter, betyder, at der i dag er en væsentlig udvikling, som ikke indfanges af den officielle overnatningsstatistik. VisitDenmark har derfor indgået samarbejde med Airbnb om dataudveksling.

Data fra samarbejdet med Airbnb præsenteres i statusanalysens kapitel 4 og viser, at Airbnb havde en markant højere vækst i antallet af overnatninger fra 2016 til 2017 sammenlignet med de traditionelle kommercielle overnatningsformer. I 2017 havde Airbnb knap 3,2 mio. overnatninger, svarende til en vækst på 26 pct. sammenlignet med 2016. 56 pct. af overnatningerne i 2017 fandt sted i København og i alt 66 pct. i de fire største byer. Målsætningen er, at også dette segment på sigt indarbejdes i de officielle overnatningstal.

⁴ VisitDenmark, Turistundersøgelsen 2014 og Turistundersøgelsen 2017. Spørgsmålet er stillet på en 5-punktskala, hvor 1=meget tilfreds og 5=meget utilfreds.



2. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

2 Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

Opsummering

Dansk turismes markedsposition

- Fra 2008 til 2017 er antallet af udenlandske turistovernatninger steget i både Danmark og de lande, som Danmark konkurrerer med.
- Sammenholdt med 2016 er Danmarks markedsposition i 2017 forringet. Danmark har tabt markedsandele over for såvel europæiske som øvrige internationale overnatninger.

Dansk turismes konkurrenceevne

- **Tilfredshed med Danmark som feriemål:** Turisterne giver overordnet set ferieopholdet i Danmark en høj tilfredshedsscore. Danmarks tilfredshedscore ligger i 2017 på niveau med gennemsnittet for det nordeuropæiske konkurrentfelt, men fortsat signifikant under gennemsnittet for det nordiske konkurrentfelt.
- **Tilgængelighed:** Samlet set er turisterne tilfredse med infrastrukturen til og i Danmark. Danmark ligger dog under gennemsnittet i det nordiske konkurrentfelt på fire ud af 10 parametre, der omhandler tilgængeligheden til og i Danmark. Danmark placerer sig signifikant bedre end både det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt, når det gælder priser på offentlig transport og transportomkostningerne forbundet med at komme til destinationen. På en enkelt faktor scorer Danmark under det nordeuropæiske gennemsnit. Det drejer sig om tilgængeligheden til den offentlige transport.
- **Forholdet mellem pris og kvalitet:** Danmark og Norge har de højeste prisniveauer i det nordeuropæiske konkurrentfelt. I Danmark ligger turisternes overordnede tilfredshed med værdi for pengene på ferieopholdet på niveau med det nordiske gennemsnit, men signifikant under gennemsnittet i Nordeuropa.
- **Konkurrencedygtigt turismeerhverv:** Danmark har generelt høje moms-satser i forhold til det nordeuropæiske gennemsnit. Sammenholdt med de nordeuropæiske konkurrenter ligger de seneste tal for de danske elpriser for turismevirksomheder i midten af feltet. Danmark har i perioden 2008 til 2016 oplevet et fald i produktiviteten, der er marginalt større end i de øvrige lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Danmark har et højere lønniveau i turismeerhvervet end det nordeuropæiske gennemsnit.

Konkurrencen om turisternes opmærksomhed og besøg er global. Såfremt Danmark skal gøre sig gældende i konkurrencen om turisterne og fastholde en god markedsposition, er det vigtigt at være bevidst om landets styrker og svagheder sammenlignet med de lande, som Danmark konkurrerer med.

I forhold til turisternes opmærksomhed og forbrug er Danmark som udgangspunkt i konkurrence med både europæiske naboer og oversøiske destinationer. Forudsætningerne og vilkårene for dansk turisme er imidlertid markant anderledes end for eksempelvis Sydafrika, Thailand, Australien, Grækenland og Brasilien i forhold til både klima, naturoplevelser, attraktioner og kultur. Mulighederne for at ændre på dette gennem en turismepolitisk indsats er begrænsede.

Det Nationale Turismedeforum har derfor valgt at fokusere på et nordeuropæisk konkurrentfelt bestående af Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene. Disse lande er alle koldtvandsdestinationer og anses for at være dem, som Danmark umiddelbart er i direkte konkurrence med. Landene er valgt, da de trods forskelligheder har mange fællestræk og byder på en række af de samme tilbud og oplevelser. Det gør, at man meningsfyldt kan sammenligne markedsposition og konkurrenceevne med henblik på at afdække, hvor Danmark udmærker sig, og hvor der er potentiale og muligheder for forbedringer.

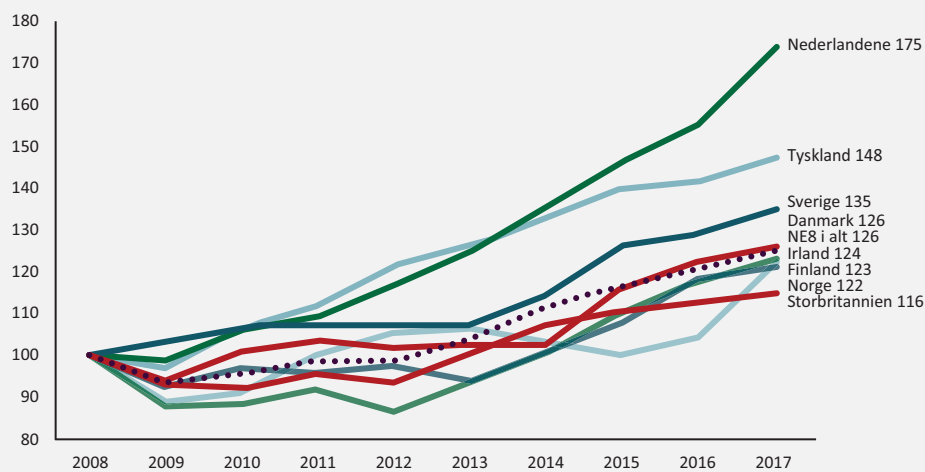
I indeværende kapitel fokuseres alene på udenlandske turister, da det giver det mest reelle billede af dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne i forhold til internationale konkurrenter. Den indenlandske turisme spiller dog også en central rolle for Danmark, da knap halvdelen af alle turistovernatninger i Danmark i 2017 blev foretaget af danske turister. Betydningen af den indenlandske turisme behandles i de efterfølgende kapitler.

2.1 Dansk turismes markedsposition

Danmarks markedsposition gik tilbage fra 2016 til 2017. De udenlandske overnatninger i Danmark steg kun med 2,2 pct. sammenlignet med en fremgang på 3,8 pct. for det nordeuropæiske konkurrentfelt. Danmark havde den laveste relative vækst i udenlandske overnatninger af alle nordeuropæiske lande i konkurrentfeltet. Finland (16,8 pct.) og Nederlandene (11,5 pct.) havde de højeste vækstrater. Herefter fulgte Irland (4,2 pct.), Sverige (3,8 pct.), Tyskland (3,7 pct.), Storbritannien (2,5 pct.) og Norge (2,3 pct.).

Figur 1 viser udviklingen fra 2008 til 2017 i udenlandske turistovernatninger i Danmark sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt. Som det fremgår, lå antallet af udenlandske overnatninger i 2017 i Danmark 26 pct. højere end i 2008. De øvrige nordeuropæiske lande har også oplevet fremgang og ligger alle i 2017 på et højere niveau end i 2008. Udviklingen i Danmark har været på niveau med gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt samlet set. Nederlandene har haft en vækst i udenlandske overnatninger på 75 pct. fra 2008 til 2017. Tyskland (48 pct.) og Sverige (35 pct.) har også oplevet højere vækst end Danmark i den betragtede periode.

Figur 1 Udenlandske turisters overnatninger i Danmarks nordeuropæiske konkurrentfelt. Indeks 2008 = 100



Kilde: Tourism Economics (Nederlandene, Storbritannien og Irland), nationale statistikbanker (Danmark, Norge, Sverige, Finland og Tyskland).

Sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt er dansk turismes markedsposition meget forskellig afhængigt af, om der fokuseres på europæiske turister eller internationale turister fra ikke-europæiske lande.

Væksten i antallet af udenlandske overnatninger i Danmark var samlet set på 2,2 pct. fra 2016 til 2017. Fremgangen skyldtes 1,8 pct. flere europæiske overnatninger og 7,3 pct. flere overnatninger fra resten af verden. Til sammenligning var væksten i de udenlandske overnatninger på 3,8 pct. for det nordeuropæiske konkurrentfelt. Bag denne fremgang lå en vækst på 0,2 pct. i de europæiske overnatninger og 11,0 pct. fra resten af verden. Udviklingen fremgår af tabel 1.

Tabel 1 Udvikling i udenlandske overnatninger fra 2016 til 2017

	Europæiske overnatninger	Ikke-europæiske overnatninger	Udenlandske overnatninger i alt
Finland	+16,3 %	+18,1 %	+16,8 %
Nederlandene	+10,1 %	+19,6 %	+11,5 %
Irland	+0,7 %	+10,3 %	+4,2 %
Sverige	+0,9 %	+14,3 %	+3,8 %
Tyskland	+2,7 %	+6,6 %	+3,7 %
Storbritannien	-3,5 %	+11,1 %	+2,5 %
Norge	-3,3 %	+27,6 %	+2,3 %
Danmark	+1,8 %	+7,3 %	+2,2 %
Nordeuropæiske konkurrentfelt	+0,2 %	+11,0 %	+3,8 %

Kilde: Tourism Economics (Nederlandene, Storbritannien og Irland), nationale statistikbanker (Danmark, Norge, Sverige, Finland og Tyskland).

Som det fremgår af tabel 1, har Danmark vundet markedsandele i forhold til konkurrentfeltet på de europæiske overnatninger fra 2016 til 2017, men tabt på de ikke-europæiske overnatninger. Tabet af markedsandele på de ikke-europæiske overnatninger skyldes ikke lav vækst i Danmark, men at de fleste lande i konkurrentfeltet oplevede meget stærk fremgang fra 2016 til 2017.

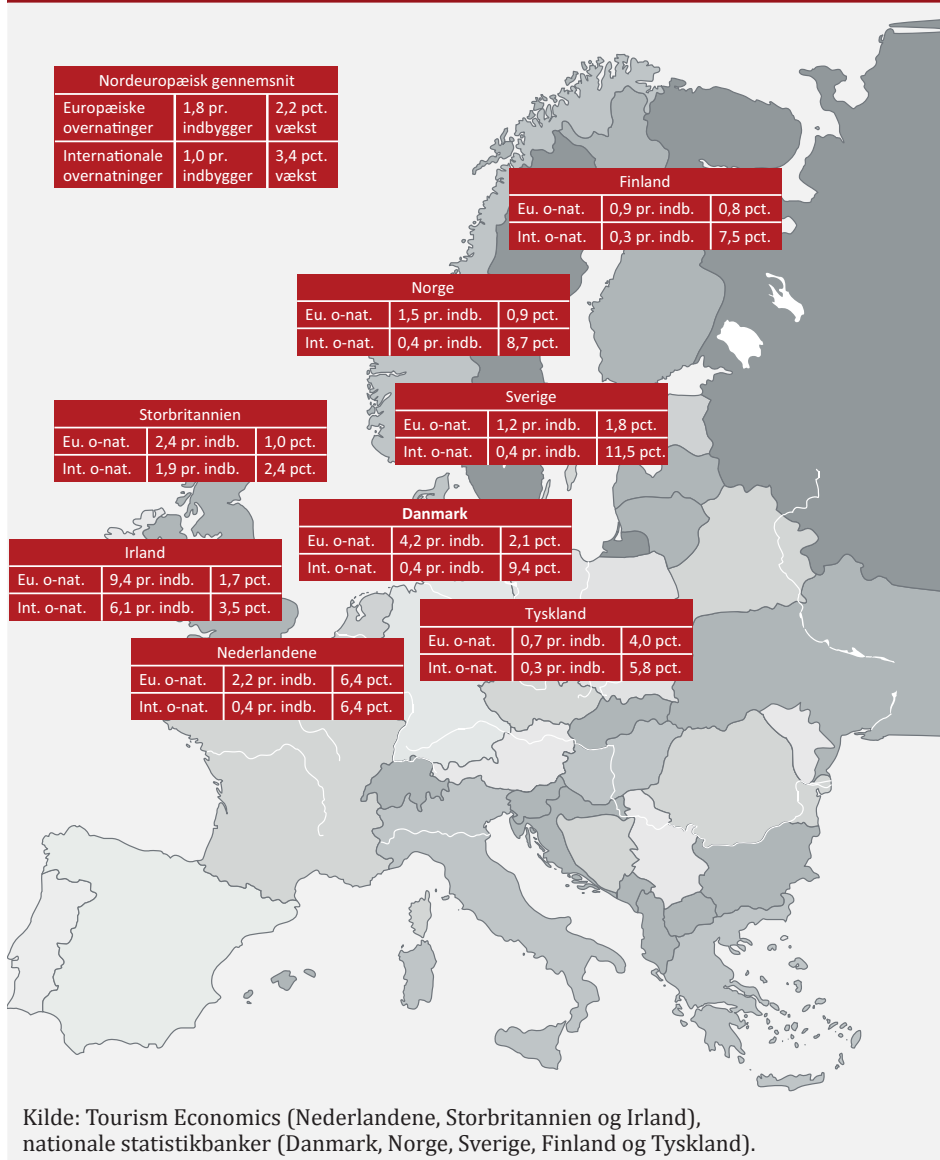
Hvis man ser på antallet af europæiske turistovernatninger, var der i 2017 i gennemsnit 1,8 europæiske overnatninger pr. indbygger i Nordeuropa, mens der i Danmark var 4,2 europæiske overnatninger pr. indbygger. Det viser, at Danmark har en stærk markedsposition og evner at tiltrække mange europæiske turister i forhold til landets befolkningstal. Som den største udenlandske turistgruppe stod de tyske turister i 2017 for 57 pct. af samtlige udenlandske overnatninger i Danmark.

Ses på vækstraterne i forhold til europæiske turister siden 2008, ligger Danmark lidt lavere end gennemsnittet med en vækst på 2,1 pct. om året mod et nord-europæisk gennemsnit på 2,2 pct. Der er dog stor variation i konkurrentfeltet, og kun Tyskland og Nederlandene har oplevet en større vækst end Danmark set over hele perioden. Den danske vækst har i høj grad været trukket af udviklingen på det tyske marked. I perioden 2015 til 2017 er antallet af tyske overnatninger i hele Europa steget med 5 pct., mens antallet i Danmark er steget med ca. 10 pct. Med til historien hører også, at Danmark generelt har væsentligt flere europæiske overnatninger pr. indbygger end alle andre lande i konkurrentfeltet med undtagelse af Irland.

I forhold til ikke-europæiske overnatninger har Danmark færre overnatninger pr. indbygger end en række af vores konkurrenter i Nordeuropa. I 2017 var der i Danmark 0,4 ikke-europæiske overnatninger pr. indbygger, hvilket er under det nord-europæiske gennemsnit på 1,0.

Når ses på udviklingen i alle ikke-europæiske overnatninger, har Danmark haft en højere vækstrate på 9,4 pct. end gennemsnittet i perioden 2008 til 2017. Til sammenligning var det nordeuropæiske gennemsnit på 3,4 pct. Væksten i antallet af ikke-europæiske overnatninger i Danmark har således ligget i toppen af konkurrentfeltet i perioden 2008 til 2017, hvor kun Sverige har oplevet en større vækst. Det betyder, at Danmark har vundet markedsandele på det internationale marked, men fra et lavt udgangspunkt. Figur 2 viser overnatningstal og vækstrater for det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Figur 2 Overnatningstal pr. indbygger i 2017 og samlede vækstrater fra 2008-2017 i det nordeuropæiske felt



2.2 Dansk turismes konkurrenceevne

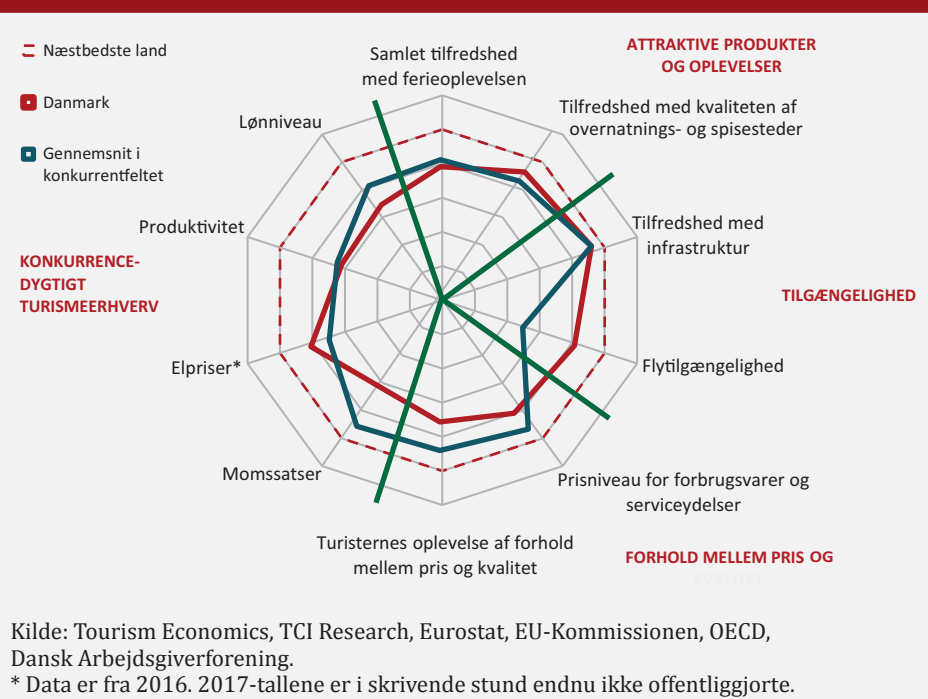
Danmarks konkurrenceevne afgør, hvorvidt Danmark kan få del i væksten i den internationale turisme, så der kan skabes øget omsætning og beskæftigelse i dansk turisme. Figur 3 viser ti indikatorer, som har betydning for dansk turismes konkurrenceevne. Konkurrenceevneindikatorerne er inddelt i fire områder, som tilsammen tegner et billede af dansk turismes konkurrenceevne.

Diagrammet er konstrueret, så hver indikator vises Danmarks præstation sammenlignet med det næstbedst scorende land og gennemsnittet for alle otte lande. Det næstbedst scorende land tildeles indeksscoren 100, hvorefter de øvrige landes indeksscorer udregnes i forhold til den bedste score. For eksempel opnår det næstbedste nordeuropæiske land en score på 241 på undersøgelsens spørgsmål om turisternes samlede tilfredshed med ferieoplevelsen. Danmark opnår en score på

186, og gennemsnittet for de otte lande er 200. Når det næstbedste land sættes til indeks 100, får Danmark indeksscore 77, og gennemsnittet indeksscore til 83. Det næstbedste land er anvendt som topscorer i diagrammet, da nogle lande scorer markant højere på enkelte indikatorer på baggrund af særlige geografiske eller strukturelle forhold. Der er således ofte tale om outliers, hvor en sammenligning med Danmark ikke altid er meningsfuld.

I forbindelse med udvælgelsen af indikatorerne er lagt vægt på at give et nuanceret billede af konkurrencepositionen med udgangspunkt i de datakilder, som indgår i statusanalysen, og hvor det er muligt at finde sammenlignelige data for det nord-europæiske konkurrentfelt.⁵ I forhold til konkurrenceevneindikatorerne ligger Danmark flere steder under gennemsnittet. Det indikerer, at der er brug for en styrket indsats, hvis der skal skabes højere vækstrater, og Danmark skal fastholde sin markedsposition.

Figur 3 Diagram over dansk turismes konkurrenceevne



Tilfredshed med Danmark som rejsemål

Turisterne er generelt meget tilfredse med ferieopholdet i Danmark, men på en række tilfredshedsparametre scorer Danmark lavere end gennemsnittet for Norden og Nordeuropa.⁶ Dette belyses nærmere i afsnit 7.2, som viser, at Danmark på den overordnede tilfredshed med ferieopholdet ligger på niveau med det nordeuropæiske konkurrentfelt.

⁵ Datakilderne stammer fra blandt andet Eurostat, OECD, Dansk Arbejdsgiverforening og EU-Kommissionen samt tilfredshedsundersøgelser fra Travelsat Competitive Index (TCI). Pga. begrænsninger i datamaterialet anvendes hotel- og restaurationsbranchen som substitut for turismebranchen i sammenligningerne af produktivitet og lønniveau.

⁶ Norden er Danmark, Norge, Sverige og Finland. Nordeuropa er Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

På trods af en positiv udvikling i flere af parametrene for tilfredshed er Danmark fortsat signifikant under det nordeuropæiske konkurrentfelt på parametre så som udvalg af historiske seværdigheder og museer, udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter, udvalg af shoppingmuligheder, flotte landskaber samt service i butikker. På parameteret, der omhandler tryghed, scorer Danmark over det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Tilgængelighed

Overordnet set er de udenlandske turister tilfredse med infrastrukturen til og i Danmark, og Danmark ligger på niveau med eller over gennemsnittet i Nordeuropa på ni ud af ti parametre. Kun på tilgængelighed til offentlig transport scorer Danmark lavere end det nordeuropæiske gennemsnit.

Infrastrukturindikatoren er sammensat af fire parametre om adgang til/fra lufthavne, vejinfrastruktur, tilgængelighed med offentlig transport og transportomkostninger til destinationen. Der er høj tilfredshed med adgangen til og fra lufthavne, tilgængelighed og service i forbindelse med offentlig transport, vejinfrastruktur, service ved grænseovergange og skiltning, der gør det nemt at finde rundt. På disse parametre overstiger turisternes oplevelser forventningerne.

Som det fremgår af afsnit 8.3, gør Danmark sig positivt bemærket på pris i forbindelse med offentlig transport, hvor tilfredshedsscoren er signifikant højere end i Norden og Nordeuropa. De udenlandske turisternes tilfredshed med prisen på offentlig transport er steget signifikant sammenlignet med sidste år.

Forholdet mellem pris og kvalitet

Norge og Danmark generelt dyrere end de andre nordeuropæiske lande. Når man måler på turisternes overordnede tilfredshed med ferieopholdets værdi for pengene, ligger Danmark på niveau med de nordiske lande, men under det nordeuropæiske konkurrentfelt, jf. afsnit 9.2.1.

Når det drejer sig om prisoplevelsen i forhold til overnatning, spisesteder, historiske seværdigheder og museer samt fritidsaktiviteter (ekskursioner, forlystelsesparker, m.m.), ligger Danmark på niveau med det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Konkurrencedygtigt turismeerhverv

Danmark har generelt høje momsatses i forhold til det nordeuropæiske gennemsnit, hvilket bidrager til at gøre det danske prisniveau højere end konkurrentlandenes. Indikatoren for momsatses tager dog ikke højde for, at privat feriehusudlejning som i udgangspunkt er moms fritaget i Danmark, samt at der er 100 pct. momsfradrag på hotelophold.⁷

Sammenholdt med de nordeuropæiske konkurrenter ligger de seneste elpriser for danske turismevirksomheder i midten af feltet med lavere elpriser end i Tyskland, Irland, Storbritannien og Nederlandene, men højere end i de øvrige nordiske lande. Det hører med til det samlede billede af elpriserne i Danmark, at der betales forskellige elafgifter for erhverv og private samt for el anvendt til forskellige formål.⁸ I løbet af det seneste år har flere politiske aftaler haft fokus på at foretage en sanering af afgifterne, der særligt inden for turismeerhvervet vil blive betydeligt nedsat

⁷ Jf. afsnit 10.1.

⁸ Jf. afsnit 10.2.

frem til 2025. Det bemærkes, at der ikke er opdateret tal for elpriser i forhold til statusanalysen fra januar 2018.

Produktiviteten inden for turismeområdet har gennemgået en relativ flad udvikling det seneste årti. Dertil har Danmark et højere lønniveau i turismeerhvervet end det nordeuropæiske gennemsnit.⁹ Danmark ligger under niveauet i Norge, når det kommer til lønomkostninger, mens især Irland og Storbritannien har et lavere lønniveau.

Gennemgang af konkurrenceevneindikatorer

Konkurrenceevneindikatorer		
Tilfredshed med Danmark som rejsemål	Samlet tilfredshed med ferieoplevelsen i 2017 (TCI Research)	Tilfredsheden med ferieoplevelsen er generelt et udtryk for, om ferien lever op til turistens forventninger. Danmark scorer 186 point i tilfredshedsundersøgelsen, mens det nordeuropæiske gennemsnit er 200 point. Der er ikke signifikant forskel på scorerne. Begge scorer er udtryk for, at ferieoplevelsen overstiger forventningerne og dermed et udtryk for, at turisterne generelt er tilfredse med ferieoplevelsen.
	Tilfredshed med kvalitet af spise- og overnatningssteder i 2017 (TCI Research)	Danmark scorer 206 point på tilfredsheden med overnatningsstedet, hvor gennemsnittet i Nordeuropa er 207 og 180 point på tilfredsheden med spisesteder, hvor det nordeuropæiske gennemsnit ligger på 166 point. Scorerne er udtryk for, at turisternes oplevelse overstiger forventningerne.
Tilfredshed med tilgængelighed	Tilfredshed med fire parametre i 2017 (TCI Research) 1) Adgang til/fra lufthavn 2) Infrastruktur, veje 3) Tilgængelighed med offentlig transport 4) Transportomkostninger til destinationen	Danmark scorer 186 point på tilfredsheden med infrastruktur, hvilket er udtryk for, at oplevelsen overstiger forventningen. Gennemsnittet i Nordeuropa er 181. Danmark er udfordret på tilgængeligheden til offentlig transport, hvor Danmark scorer signifikant lavere end gennemsnittet i Nordeuropa.
Flytilgængelighed	Passagerantal pr. indbygger i 2017 (Eurostat og Tourism Economics)	I 2017 havde Danmark 5,8 udenlandske flypassagerer pr. indbygger. Gennemsnittet i Nordeuropa var 3,6 udenlandske flypassagerer pr. indbygger. Flytilgængelighed til og fra Danmark er således god. Københavns Lufthavn har flere passagerer end oplandet tilskriver og gør det nemt at komme til Danmark fra mange internationale destinationer.

⁹ Jf. afsnit 10.6.

Konkurrenceevneindikatorer		
Forhold mellem pris og kvalitet	Prisniveau for forbrugsvarer og serviceydelser i 2017 (Eurostat)	Danmarks prisniveau var i 2017 på indeks 142. Gennemsnittet i Nordeuropa lå på indeks 124. I forhold til det generelle prisniveau for forbrugsvarer og serviceydelser i 2017 er Danmark og Norge de dyreste lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt.
	Turisternes oplevelse af forhold mellem pris og kvalitet i 2017 (TCI Research)	Danmark scorer 119 point på tilfredsheden med overordnet værdi for pengene for hele opholdet, hvilket indikerer en acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger. Det nordeuropæiske gennemsnit er 148 point. Danmark scorer således signifikant under gennemsnittet.
Konkurrence-dygtigt turismeerhverv	Momssatser for 2017 (EU-Kommissionen) Inkluderer tre satser: 1) Alm. moms (vægtet 50 pct.) 2) Restaurantmoms (vægtet 25 pct.) 3) Hotelmoms (vægtet 25 pct.)	Danmarks momssats ligger i 2018 på 25 pct., når man sammenholder almindelig moms, restaurantmoms og hotelmoms ud fra vægtingen i boksen til venstre. Det vægtede gennemsnit i Nordeuropa er 18,2 pct. Danmark har altså højere momssatser end det nordeuropæiske gennemsnit. Det bidrager til at gøre det danske prisniveau højere end konkurrentlandenes. Indikatoren tager ikke højde for, at privat feriehusudlejning som udgangspunkt er moms fritaget i Danmark, og at der er 100 pct. momsfradrag på hotelophold.
	Elpriser for turismevirksomheder med et forbrug mellem 20-500 MWh, 2015 (Eurostat)	Elprisen i Danmark var i 2016 på 0,76 DKK pr. kWh og dermed lavere end det nordeuropæiske gennemsnit på 0,85 DKK pr. kWh. Indikatoren tager ikke højde for, at der betales forskellige elafgifter for el anvendt til forskellige formål, samt at private feriehusudlejere, der sælger el til private gæster, betaler en højere elafgift.
	Gennemsnitlig produktivtetsvækst i hotel- og restaurationsbranchen fra 2008 til 2016 (Eurostat)	Produktivitetsvæksten i Danmark lå fra 2008 til 2016 i gennemsnit på -1,3 pct., mens det nordeuropæiske gennemsnit var -1,1 pct. Dermed har den danske udvikling i produktiviteten været negativ og under gennemsnittet.
	Lønniveau for overnatnings-faciliteter og restaurations-virksomhed (samlede medarbejderomkostninger i danske kr. pr. præsteret time) i 2017 (Dansk Arbejdsgiverforening)	De samlede medarbejderomkostninger pr. præsteret time var i Danmark 206 kr. i 2017. Gennemsnittet i Nordeuropa var 164 kr. pr. præsteret time. Det er således forholdsvis dyrere for danske virksomheder at have medarbejdere ansat.

De ti konkurrenceevneindikatorer under de fire områder vil blive behandlet mere indgående senere i analysens kapitel 7: Tilfredshed med Danmark som rejsemål, kapitel 8: Transport og infrastruktur, kapitel 9: Forhold mellem pris og kvalitet samt kapitel 10: Konkurrencedygtigt turismeerhverv.



3. Status for turismeforbruget i Danmark

3 Status for turismeforbruget i Danmark

I dette kapitel ses på turismeforbruget i Danmark i 2016, og herunder hvordan forbruget fordeler sig regionalt og kommunalt. Opgørelsen inkluderer både udenlandske og danske turister og såvel turister, der overnatter på kommercielle overnatningssteder (for eksempel hotel eller vandrerhjem) som turister, der overnatter på ikke-kommercielle overnatningssteder (for eksempel i eget feriehus eller hos familie og venner) samt endagsbesøgende.¹⁰ Beregningen af turismens økonomiske betydning i Danmark følger den internationalt anerkendte definition af turisme: Turister er en delmængde af rejsende, for hvem rejsen foregår uden for personens sædvanlige miljø, i mindre end et år og med andet formål end at være ansat på den besøgte lokalitet

Inden for dansk turisme skelnes der mellem tre forskellige forretningsområder:

- **Storbyturisme:** Ferieturisme i København¹¹, Aarhus, Odense og Aalborg
- **Kyst- og naturturisme:** Ferieturisme uden for de fire storbyer
- **Erhvervs- og mødeturisme:** Turisme i forbindelse med erhvervsrelaterede ophold, herunder møder og kongresser i hele landet.

Opsummering

Udvikling i turisternes døgnforbrug

- På tværs af forretningsområder er både de danske og udenlandske turisternes døgnforbrug steget markant i 2017 sammenlignet med 2014.

Turismeforbruget i Danmark

- Danske og udenlandske turister forbrugte samlet set for 108,1 mia. kr. i Danmark i 2016.
- **Kyst- og naturturisme:** I alt 52,0 mia. kr. lægges inden for kyst- og naturturismen i Danmark. Knap to tredjedele af forbruget (65 pct.) blev lagt vest for Storebælt.
- **Storbyturisme:** Samlet set blev der brugt 27,3 mia. kr. inden for storbyturismen. I alt blev 79 pct. brugt i København, mens de sidste 19 pct. fordelte sig mellem de tre øvrige storbyer.
- **Erhvervs- og mødeturisme:** I alt 28,9 mia. kan henføres til dette forretningsområde. Heraf blev 44 pct. brugt i Region Hovedstaden.
- I 2016 var turismeforbruget 5,7 mia. kr. højere end i 2015. Set i forhold til pejlemærket fra den nationale strategi for dansk turisme om 45 mia. kr. mere i omsætning i 2025 end i 2014 ligger vi således over den årlige forventning.

¹⁰ Kapitlet bygger på resultater fra rapporten Turismens økonomiske betydning 2016 fra 2018. Rapporten udarbejdes i samarbejde mellem VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning (CRT). Opgørelsen indeholder ikke danske turisternes forbrug ved ferie i udlandet og udenlandske turisternes forbrug på vej til Danmark, herunder for eksempel internationale flybilletter.

¹¹ Storbyturisme dækker ferieophold i København (4 bykommuner og 13 omegnskommuner, som tilsammen udgør landsdelene København by og omegn), Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

- Turismeforbruget inden for kommercielle overnatningsformer steg 6,3 pct., mens ikke-kommerciel turisme, herunder endagsbesøg, steg, 4,8 pct. Det bemærkes dog, at data for turismeforbrug i eget og lånt feriehus samt hos familie / venner ikke indsamles årligt, men fremskrives med inflationsudviklingen.
- Kommunerne: I ti kommuner i Danmark tegner turismen sig for 5,7 pct. eller mere af den samlede produktion af varer og tjenester. På Fanø er andelen højest, nemlig på 23,9 pct.

Beskæftigelse og eksport

- I 2016 genererede turismeforbruget i Danmark knap 136.000 arbejdspladser.
- Det samlede udenlandske turismeforbrug på 40,7 mia. kr. i 2016 svarer til 3,7 pct. af den samlede eksport i Danmark. Resultatet kan ikke umiddelbart sammenlignes med opgørelserne fra Danmarks Statistik, da Danmarks Statistik anvender en bredere definition af eksportindtægterne fra turisme.

Turismens økonomiske betydning opgøres i et turismesatellitregnskab, der kobler turisternes forbrug i Danmark til nationalregnskabet. Metoden følger internationale retningslinjer for turismesatellitregnskaber. Således opgøres omsætningen med udgangspunkt i efterspørgselssiden, det vil sige køberne af produktet. Turismens økonomiske betydning er en strukturrapport, hvor datakilder løbende opdateres, og metoden løbende udvikles og forbedres.

3.1 Udvikling i turisternes døgnforbrug

I 2017 gennemførte VisitDenmark Turistundersøgelsen 2017. I forbindelse med dataindsamlingen blev godt 14.000 danske og udenlandske turister interviewet og spurgt om blandt andet deres forbrug på ferien i Danmark. Sidst en tilsvarende undersøgelse blev gennemført var i 2014.

Overordnet set viser data, at turisterne i 2017 brugte markant flere penge i døgnet end i 2014 (døgnforbruget er opgjort i løbende priser). Stigningen i døgnforbruget har fundet sted inden for alle tre forretningsområder og blandt både danske og udenlandske turister. Døgnforbruget er især steget blandt de udenlandske kystturister (+61 pct.) og de udenlandske erhvervsturister (+70 pct.).

Stigningen i døgnforbruget kan tilskrives flere forhold: De fleste af Danmarks vigtigste turistmarkeder er inde i en positiv økonomisk spiral med vækst i BNP og privatforbrug, faldende ledighed og stigende disponible indkomster. Samtidig har både regering, destinationer og virksomheder i en årrække arbejdet målrettet med at udvikle attraktive helhedsoplevelser, som også forbedrer forbrugsmulighederne for turisterne henover året. Forhold der – alt andet lige – stimulerer lysten til at bruge penge.

De nye tal for 2017 for døgnforbruget blandt danske og udenlandske turister på kommercielle indkvarteringsformer forventes at løfte den samlede turismeomsætning. Påvirkningens samlede størrelse vil først blive afdækket, når turismens økonomiske betydning for 2017 beregnes.

FAKTABOKS

Turisternes døgnforbrug og udviklingen i døgnforbruget (løbende priser)

Forbrug i kr. 2014-2017	Kystturister		Storbyturister		Erhvervsturister*	
	2014	2017	2014	2017	2014	2017
I alt	490 kr.	770 kr.	1.580 kr.	1.944 kr.	1.800 kr.	2.940 kr.
Danskere	500 kr.	790 kr.	1.360 kr.	1.679 kr.	1.690 kr.	2.630 kr.
Udlændinge	470 kr.	760 kr.	1.690 kr.	2.133 kr.	1.960 kr.	3.320 kr.

Nominel og %-vis udvikling 2014-2017	Kystturister		Storbyturister		Erhvervsturister*	
	Nominel udvikling	%-vis udvikling	Nominel udvikling	%-vis udvikling	Nominel udvikling	%-vis udvikling
I alt	290 kr.	59 %	370 kr.	23 %	1.130 kr.	63 %
Danskere	290 kr.	58 %	320 kr.	23 %	950 kr.	56 %
Udlændinge	290 kr.	61 %	440 kr.	26 %	1.370 kr.	70 %

Kilde: VisitDenmark, Turistundersøgelsen 2014 og Turistundersøgelsen 2017

* Tallene omfatter erhvervs- og mødeturister, der overnatter på hotel.

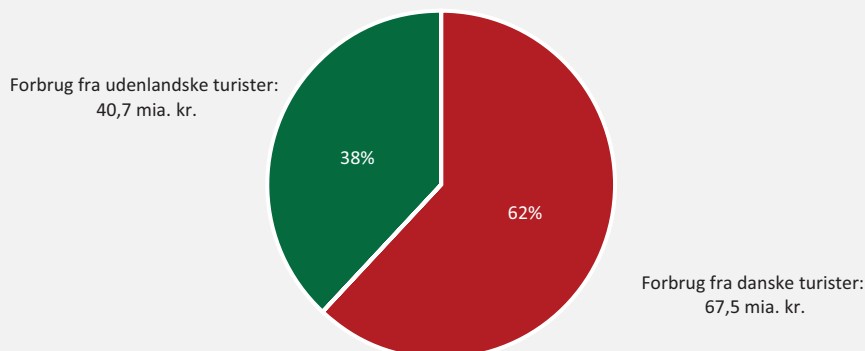
3.2 Turismeforbruget i Danmark i 2016

I Danmark var det samlede turismeforbrug i 2016 på i alt 108,1 mia. kr. Heraf kan 62 pct., svarende til 67,5 mia. kr., henføres til danske turister, mens de resterende 38 pct., svarende til 40,7 mia. kr., kan henføres til udenlandske turisternes forbrug i Danmark. 65 pct. af de danske turisternes forbrug sker i forbindelse med ferieophold, mens de 35 pct. kan tilskrives erhvervs- og mødeturisme. I forhold til forbruget blandt udenlandske turister stammer hele 87 pct. fra turister på ferie i Danmark.¹²

Forbruget fra såvel udenlandske som danske turister i Danmark har stor samfundsøkonomisk betydning. Udenlandske turister skaber som udgangspunkt et merforbrug i Danmark, da turisterne alternativt ville have brugt pengene hjemme eller på en anden feriedestination. Det samme gælder for de danskere, der vælger Danmark som feriedestination frem for udlandet. For en række danske turister er der imidlertid tale om et forbrug eller en økonomisk aktivitet, som flyttes fra ét sted i landet til et andet. Man kan således ikke på basis af fordelingen af forbruget mellem udenlandske og danske turister konkludere, at de danske turister ud fra en samfundsøkonomisk betragtning er vigtigere end de udenlandske. Både danske og udenlandske turisternes forbrug spiller en væsentlig rolle for Danmark såvel nationalt, regionalt som lokalt.

¹² VisitDenmark har ikke oplysninger om udenlandske endagsforretningsrejsende (det vil sige uden overnatning) og undervurderer derfor muligvis den udenlandske omsætning.

Figur 4 Turismeomsætningen i Danmark opdelt på danske og udenlandske turister, 2016

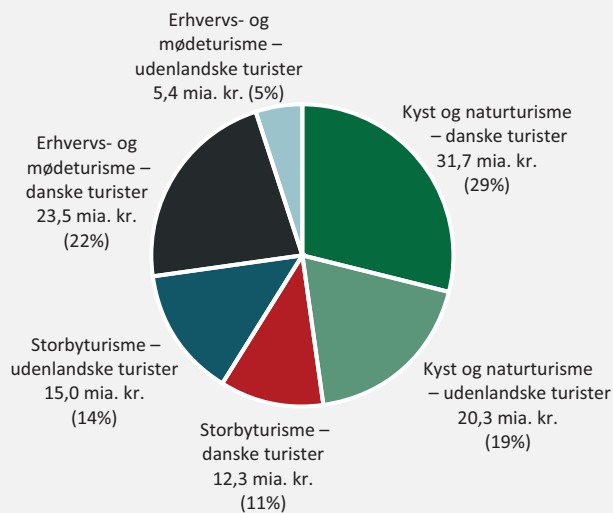


Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turisemeforskning.

Figur 5 viser turismeforbruget i Danmark fordelt på forretningsområder og opdelt på danske og udenlandske turister. Kyst- og naturturisme er med en omsætning på 52,0 mia. kr. det største forretningsområde.

39 pct. af omsætningen inden for kyst- og naturturismen kan henføres til udenlandske turister. Tilsvarende kan 55 pct. af omsætningen inden for storbyturismen henføres til de udenlandske turister, og knap en femtedel (19 pct.) af omsætningen inden for erhvervs- og mødeturismen kan henføres til de udenlandske turister i Danmark.

Figur 5 Turismeomsætningen i Danmark fordelt på forretningsområder, 2016



Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turisemeforskning.

3.2.1 Pejlemærke for turismeomsætningen i 2025

Turismeforbruget i Danmark steg med 5,6 pct. fra 2015 til 2016. Stigningen skyldtes især en vækst på 6,3 pct. inden for de kommercielle overnatningsformer, mens væksten inden for de ikke-kommercielle overnatningsformer lå på 4,8 pct. Turismeforbruget i 2016 fordelte sig ligeligt mellem de kommercielle og ikke-kommercielle overnatninger.

I den nationale strategi for dansk turisme er et af pejlemærkerne, at turismeomsætningen i 2025 skal nå 140 mia. kr. svarende til en vækst på 45 mia. kr. i forhold til 2014. Når fremdriften i turismeforbruget sammenholdes med det nationale pejlemærke, ligger 2016-omsætningen godt 6 mia. kr. over den forventede udvikling ved en procentvis fremskrivning frem mod 2025.

Udviklingen i turismeforbrug inden for de kommercielle overnatningsformer kan følges år for år, mens turismeforbruget fra ikke-kommerciel turisme indsamles ad hoc eller fremskrives med inflationsudviklingen. VisitDenmark forsøger at opgøre udviklingen i den samlede turismeomsætning over tid, og der arbejdes løbende på at udvikle metoder og data, der kan belyse udviklingen så præcist som muligt. Det er VisitDenmarks ønske at opdatere den ikke-kommercielle del af turismeforbruget med mellemrum, således at vejen mod pejlemærket kan evalueres mere præcist frem mod 2025. Aktuelt arbejder VisitDenmark på at opdatere kilderne for eget feriehus samt familie-/vennebesøg. Desuden arbejdes der på at opgøre betydningen af deleøkonomisk turisme via data fra Airbnb.

3.2.2 Turismen fordelt på regioner

Region Hovedstaden er den største region i Danmark målt på turismeomsætning og tegnede sig i 2016 for 39 pct. af den samlede turismeomsætning i Danmark. Herefter følger Region Syddanmark og Region Midtjylland med henholdsvis 21 pct. og 18 pct.

Tabel 2 Den samlede turismeomsætning 2016 fordelt på regioner

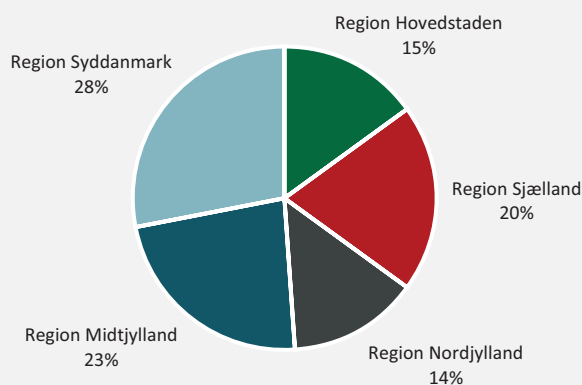
	Turisme- omsætning	Forbrugets fordeling	Turisme- andel
	Mio. kr.	Pct.	Pct. af samlet økonomi
Region Hovedstaden	41.670	39 %	2,1 %
Region Syddanmark	22.220	21 %	2,2 %
Region Midtjylland	19.836	18 %	1,8 %
Region Nordjylland	11.760	11 %	2,5 %
Region Sjælland	12.623	12 %	2,4 %
Hele landet	108.109	100 %	2,1 %

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Hvis der udelukkende ses på kyst- og naturturismen, er Region Syddanmark og Region Midtjylland de største med henholdsvis 28 pct. og 23 pct. af turismeforbruget i 2016. Sammenlagt kan knap to tredjedele (65 pct.) af forbruget inden for kyst- og naturturismen henføres til regionerne vest for Storebælt.

Størstedelen (61 pct.) af forbruget inden for kyst- og naturturismen stammer fra danske turister. Danskernes forbrug dominerer inden for samtlige fem danske regioner. I Region Sjælland tegner danskerne sig for den højeste andel (70 pct.). Det skyldes blandt andet overnatninger i eget feriehus og dansk endagsturisme, som er udtalt i regionen.

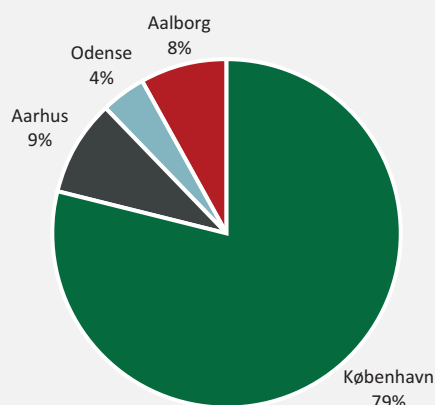
Figur 6 Kyst- og naturturismens omsætning fordelt på regioner, 2016



Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

København og omegn dominerer inden for den danske storbyturisme. Hele 79 pct. af det totale storbyturismeforbrug på 27,3 mia. kr. kan henføres til turister i København. Samlet set står danske storbyturister for 45 pct. af forbruget. Det varierer på tværs af byerne. København er mest afhængig af det udenlandske forbrug, mens danske turisternes forbrug fylder mest i de øvrige tre storbyer. I København stammer 59 pct. af turismeforbruget fra udenlandske turister.

Figur 7 Storbyturismens omsætning fordelt på byer, 2016



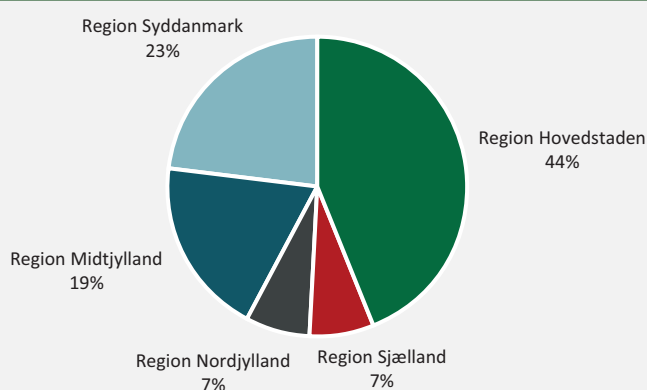
Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

I alt 44 pct. af turismeforbruget på 27,3 mia. kr. inden for erhvervs- og mødeturismen bliver brugt i Region Hovedstaden efterfulgt af Region Syddanmark (23 pct.) og Region Midtjylland (19 pct.). Godt halvdelen af den samlede omsætning (53 pct.) stammer fra erhvervs- og mødeturisme, der omfatter overnatninger på hotel, mens den resterende del kan henføre til arrangementer uden overnatning.

Inden for erhvervs- og mødeturismen kan 81 pct. af forbruget henføres til danske turister, mens de resterende 19 pct. stammer fra udenlandske turister. 67 pct. af det udenlandske forbrug bliver lagt i Region Hovedstaden.¹³

¹³ VisitDenmark har ikke oplysninger om udenlandske endagsforretningsrejsende (det vil sige uden overnatning) og undervurderer derfor muligvis den udenlandske omsætning.

Figur 8 Erhvervs- og mødeturismens omsætning fordelt på regioner, 2016



Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

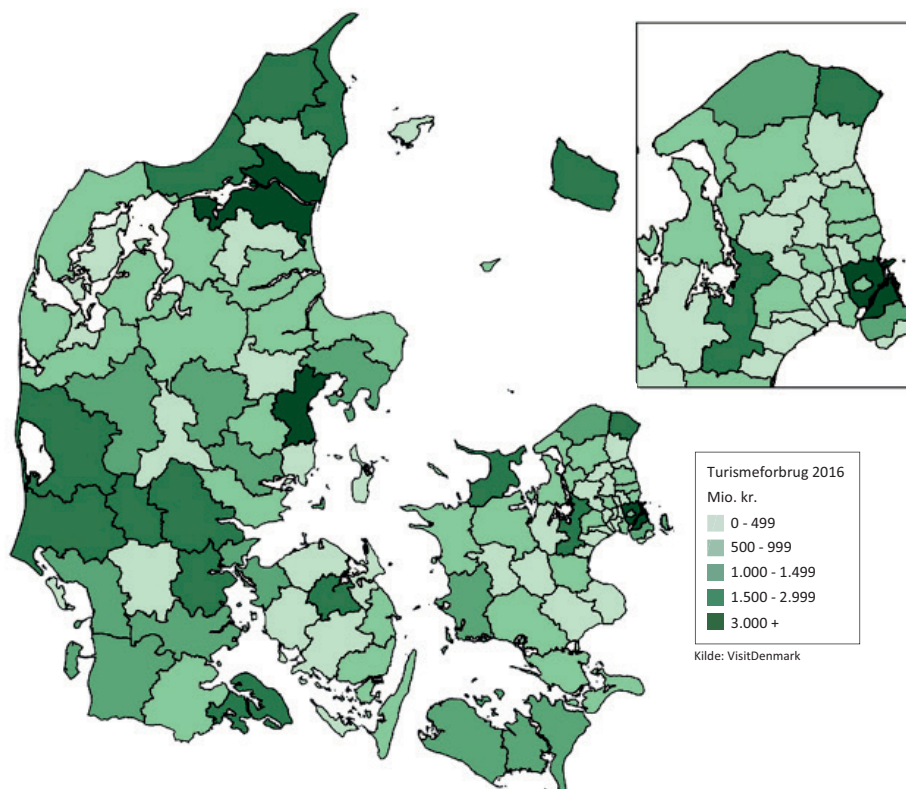
3.2.3 Turismeforbrug fordelt på kommuner

De ti største turismekommuner i Danmark tegner sig for 44 pct. af det samlede danske turismeforbrug. Københavns Kommune, Aarhus Kommune, Aalborg Kommune, Ringkøbing-Skjern Kommune og Varde Kommune er de fem største danske kommuner målt på turismeforbrug.

De kommuner, som omfatter Danmarks fire største byer, er – ikke overraskende – på top 10 over de største danske turismekommuner målt på turismeforbrug. Årsagen er blandt andet mange forretningsrejsende samt endags- og hotelgæster med et højt forbrug. Også nogle af de største kyst- og naturdestinationer, som fx Ringkøbing-Skjern Kommune og Varde Kommune er at finde i top 10.¹⁴

¹⁴ Det kommunale turismeforbrug er generelt forbundet med usikkerhed, navnlig fordi de bagvedliggende turistmængder (overnatninger og endagsbesøg) i nogen grad er estimerede og på grund af antagelsen om, at alt turistens forbrug bliver lagt i overnattingskommunen.

Figur 9 Turismeforbrug fordelt på kommuner, 2016



Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Tabel 3 viser de ti største turistkommuner i Danmark opgjort på to parametre: (1) turismeforbrugets størrelse og (2) turismeforbrugets andel af det samlede udbud af varer og tjenester i den pågældende kommune.

Varde Kommune og Bornholms Kommune optræder begge i top 10 på de to parametre. Fanø Kommune er med en andel på 23,9 pct. den kommune, hvor turismen fylder relativt mest af det samlede udbud af varer og tjenester. I de ti kommuner ligger turismeandelen af det samlede udbud af varer og tjenester væsentligt over landsgennemsnittet på 2,1 pct.

Tabel 3 Samlet turismeforbrug og turismeandele på kommuner, top 10, 2016 samt placering i forhold til 2015

Top 10 kommuner	Turismeforbrug	Top 10 kommuner	Turismeandel af samlet økonomi
	Mio. kr.		Pct.
1 - København	24.272	1 - Fanø	23,9 %
2 - Aarhus	4.877	2 - Læsø	9,4 %
3 - Aalborg	3.343	3 (+2) Odsherred	8,2 %
4 - Ringkøbing-Skjern	2.939	4 (-1) Samsø	7,9 %
5 - Varde	2.320	5 (-1) Gribskov	7,9 %
6 (+1) Vejle	2.050	6 - Bornholm	6,9 %
7 (-1) Frederikshavn	2.020	7 - Jammerbugt	6,6 %
8 - Odense	2.011	8 (+1) Varde	6,4 %
9 - Bornholm	1.925	9 (-1) Syddjurs	6,1 %
10 - Helsingør	1.674	10 - Langeland	5,7 %

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

3.3 Turismeskabt eksport, værditilvækst og beskæftigelse

I 2016 svarede udenlandske turisternes forbrug i Danmark til 10,0 pct. af den danske eksport af serviceydelser og 3,7 pct. af den samlede danske eksport. Turismeforbruget bidrager til en række samfundsøkonomiske effekter i form af både værditilvækst, beskæftigelse og skatteindtægter.

Værditilvæksten beskriver den samlede økonomiske værdi af produktionen i en branche fratrukket forbrug i produktionen. Den samlede årlige værditilvækst i den danske økonomi er bruttonationalproduktet (BNP), ekskl. produktskatter og -subsidier.

Turismeerhvervet i Danmark skabte i 2016 en *værditilvækst* på knap 62,0 mia. kr. Det svarer til 3,5 pct. af den samlede værditilvækst i Danmark.

Turismens andel er størst i overnatningsbranchen med 93 pct. af den samlede værditilvækst, men turismen bidrager også betydeligt inden for blandt andet rejseservice og restauranter. Det er desuden værd at bemærke, at næsten 60 pct. af den samlede turismeskabte værditilvækst skabes uden for de typiske turismeerhverv.¹⁵ Med andre ord skaber turismen værdi i store dele af samfundet og på tværs af brancher.

Ser man på værdiskabelsen på tværs af forretningsområder, skaber erhvervs- og mødeturismen relativt meget værditilvækst inden for overnatningsstederne i forhold til kyst- og naturturismen, hvor der er mange ikke-kommercielle overnatninger i fx eget eller lånt sommerhus. Herudover skaber erhvervs- og mødeturismen meget værdi inden for transportvirksomheder - især lufttransport i form af indenrigsflyvninger. I kyst- og naturturismen og storbyturismen skabes i højere grad værditilvækst i detailbranchen samt på restauranter og værtshuse.

¹⁵ Turismeerhvervene defineres som overnatningssteder, restauranter, transportvirksomheder, kultur og forlystelser m.m.

Samlet set skaber kyst- og naturturismen 44 pct. af den samlede turismeafledte værditilvækst, erhvervs- og mødeturismen skaber 33 pct., mens storbyturismen skaber 23 pct.

Tabel 4 Turismeskabt værditilvækst fordelt på erhverv og forretningsområde, 2016

	Kystferie	Storby-ferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt værditilvækst, mio. kr.				Pct.
Turismeerhverv	6.926	5.212	13.476	25.614	41 %
Overnatningssteder	1.093	1.198	4.503	6.794	11 %
Restauranter og værtshuse	3.107	2.249	2.132	7.488	12 %
Transportvirksomheder	557	396	5.150	6.103	10 %
Rejse-service	119	264	1.401	1.784	3 %
Kultur, forlystelser og sport	2.051	1.105	290	3.446	6 %
Detailhandel*	5.770	2.769	916	9.455	15 %
Andre brancher**	14.600	6.385	5.903	26.887	43 %
Ejendomsmæglere, bolig og husleje	4.104	1.195	1.107	6.407	10 %
Erhvervsservice	2.110	1.096	2.031	5.237	8 %
Øvrige	8.386	4.094	2.765	15.244	25 %
I alt	27.296	14.367	20.294	61.956	100 %

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Inklusiv direkte, indirekte og inducerede effekter.

*Detailhandel omfatter turismeskabt værditilvækst i detailhandel, engroshandel, fødevarer, drikkevarer og tobak, fremstillingsindustri, råolie, naturgas og olieindustri.

**Andre brancher er brancher, hvor turismen ikke tegner sig for størstedelen af omsætningen. "Ejendomsmægler, bolig og husleje" omfatter blandt andet udlejning af feriehus, mens "Erhvervsservice" blandt andet "producerer" biludlejning. "Øvrige" dækker blandt andet "Offentlig service", "Andre personlige serviceydelser", "Finans og forsikring" og "Udgivelse, tv/radio og it".

Turismeforbruget skabte knap 136.000 arbejdspladser i Danmark i 2016. Det svarer til 4,7 pct. af det totale antal årsværk. Turismen betyder således relativt mere for beskæftigelse og jobskabelse end for værditilvækst. Godt 43 pct. af turismens jobskabelse i 2016 kan henføres til kyst- og naturturismen.

Samlet set skaber kyst- og naturturismen 43 pct. af den samlede turismeafledte beskæftigelse, erhvervs- og mødeturismen skaber 34 pct., mens storbyturismen skaber 23 pct.

Tabel 5 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på erhverv og forretningsområde, 2016

	Kystferie	Storby-ferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt værditilvækst, mio. kr.				Pct.
Turismeerhverv	25.396	15.903	37.910	79.209	58 %
Overnatningssteder	1.093	2.948	13.185	19.601	14 %
Restauranter og værtshuse	16.029	9.632	9.754	35.415	26 %
Transportvirksomheder	1.190	685	11.727	13.602	10 %
Rejse-service	212	250	2.584	3.247	2 %
Kultur, forlystelser og sport	4.498	2.187	660	7.344	5 %
Detailhandel*	14.080	6.301	1.803	22.184	16 %
Andre brancher**	19.380	8.403	6.555	34.339	25 %
Ejendomsmæglere, bolig og husleje	579	235	190	1.004	1 %
Erhvervsservice	4.190	1.924	2.753	8.867	7 %
Øvrige	14.612	6.243	3.613	24.468	18 %
I alt	58.857	30.606	46.269	135.732	100 %

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Inklusiv direkte, indirekte og inducerede effekter.

* Detailhandel omfatter turismeskabte job i brancherne detailhandel, engroshandel, fødevarer, drikkevarer og tobak, fremstillingsindustri, råolie, naturgas og olieindustri.

** Andre brancher omfatter brancher, hvor turismen ikke tegner sig for størstedelen af omsætningen. "Ejendomsmægler, bolig og husleje" omfatter blandt andet udlejning af feriehuse, mens "Erhvervsservice" blandt andet "producerer" biludlejning. "Øvrige" dækker blandt andet "Offentlig service", "Andre personlige serviceydelser", "Finans og forsikring" og "Udgivelse, tv/radio og it".

Turismeforbruget skabte, inklusiv afledte effekter, 40,7 mia. kr. i skatteprovenu i 2016. Dette svarer til 5,0 pct. af de samlede skatter og afgifter i Danmark. I alt 14,3 mia. kr., svarende til 35 pct. af det turismeskabte skatteprovenu, stammer fra personskatter, mens de resterende knap 26,4 mia. kr. kan tilskrives vareskatter og moms.



4. Udvikling og vækst i dansk turisme

4 Udvikling og vækst i dansk turisme

I dette kapitel beskrives turismens udvikling i Danmark målt på turisternes overnatninger, antallet af afholdte møder i Danmark, turisternes besøg på danske attraktioner samt antallet af besøg på de danske turisthjemmesider og turistportaler. Turisternes overnatninger opdeles i forskellige snit:

- Det samlede antal registrerede overnatninger i hele Danmark
- Overnatninger fordelt på de tre forretningsområder i dansk turisme: storbyturisme, kyst- og naturturisme samt erhvervs- og mødeturisme
- Geografisk fordeling af overnatningerne
- Udvikling på tværs af overnatningsformer
- Overnatninger fordelt efter turisternes oprindelsesland

Kapitlet sammenholder den danske markedsandel af den internationale turisme med konkurrenterne i henholdsvis Norden, Nordeuropa og Europa.

Opsummering

Overnatninger i Danmark fra 2008 til 2017

- Der blev i 2017 foretaget 52,4 mio. overnatninger i Danmark, hvilket er 1,8 pct. flere end i 2016.
- I 2017 lå antallet af overnatninger 0,3 mio. over niveauet i overnatningspejlemærket fra den nationale strategi for dansk turisme (september 2016). Udviklingen fra 2016 til 2017 var dog svagere end forudsat i fremskrivningen.

Overnatninger fordelt på forretningsområder

- Kyst- og naturturismen er med 72 pct. af alle overnatninger i 2017 det største forretningsområde i dansk turisme.
- Fra 2008 til 2017 er antallet af overnatninger i kyst- og naturturismen steget med 9 pct.
- Storbyturisternes overnatninger er steget med 93 pct. fra 2008 til 2017.
- Erhvervs- og mødeturisternes overnatninger er steget med 16 pct. fra 2008 til 2017.

Udenlandske turisters overnatninger

- Danmark har i perioden 2008 til 2017 haft flere udenlandske overnatninger end Norge og Sverige tilsammen. Tilbage i 2011 var forskellen på 1,2 mio. overnatninger, mens den i 2017 var nede på godt 0,5 mio. overnatninger.
- I 2017 stod tyske turister for 57 pct. af de udenlandske overnatninger i Danmark.
- Fra 2008 til 2017 er antallet af kinesiske og amerikanske overnatninger steget med henholdsvis 314 pct. og 104 pct. Trods denne vækst udgør vækstmarkederne fortsat en mindre del af de udenlandske overnatninger i Danmark.

- Aarhus har haft stor fremgang i antallet af udenlandske overnatninger i flere år og har overhalet Hamborg som den second city, der har haft den højeste relative vækst i antal overnatninger fra 2008 til 2017.

Internationale møder og kongresser afholdt i Danmark

- Danmark rangerer i 2017 som nr. 13 på listen over europæiske lande, hvor der afholdes flest møder. Det er samme placering som i 2016.

Besøg på de danske attraktioner

- Antallet af udenlandske og danske besøg på de 50 største danske attraktioner er fra 2016 til 2017 steget med 1,2 pct., svarende til 0,3 mio.

Besøg på turisthjemmesiderne

- I alt genererede VisitDenmarks hjemmeside og de lokale og regionale hjemmesider 40,0 mio. besøg i 2017 mod 34,3 mio. besøg i 2016. Det svarer til en stigning på knap 17 pct.

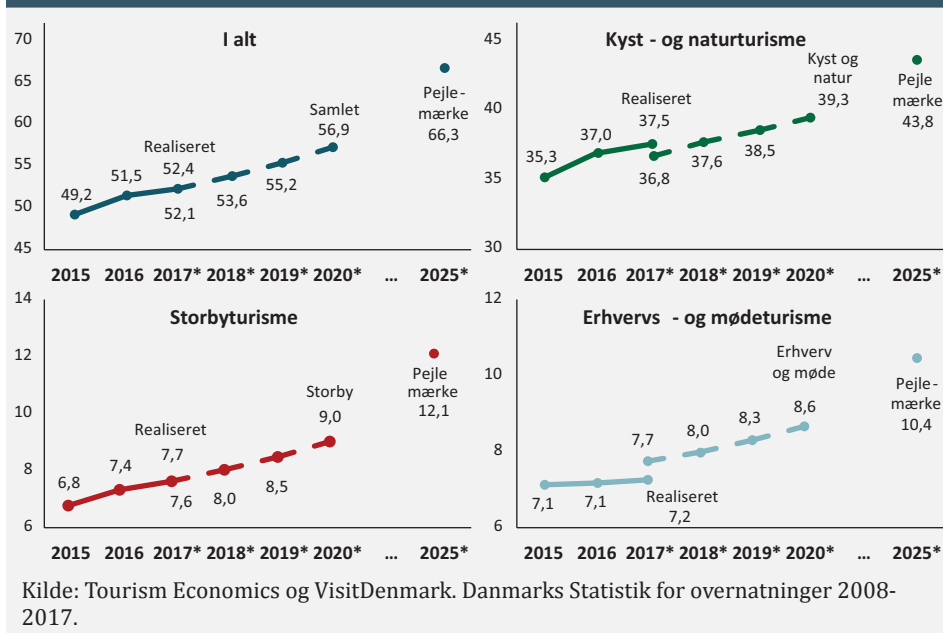
4.1 Pejlemærket for overnatninger i den nationale strategi for dansk turisme

Af den nationale strategi for dansk turisme fra 2016 fremgår som pejlemærke, at dansk turisme i perioden 2015 til 2025 skal opnå en vækst på en tredjedel i antallet af turismeovernatninger, svarende til 17 mio. overnatninger. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækst på 3,0 pct. for at nå pejlemærket.

VisitDenmark har sammen med turismeudviklingsselskaberne nedbrudt pejlemærket på de tre forretningsområder i dansk turisme. Nedbrydningen skete med afsæt i den daværende prognose for dansk turisme, som blev udarbejdet i 2016 i forbindelse med den nationale strategi for dansk turisme.

- Kyst- og naturturisme: Der sigtes mod 8,6 mio. flere overnatninger i 2025 end i 2015, svarende til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 2,2 pct.
- Storbyturisme: Der sigtes mod 5,3 mio. flere overnatninger i 2025 sammenlignet med 2015. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 6,0 pct.
- Erhvervs- og mødeturisme: Her sigtes mod 3,3 mio. flere overnatninger i 2025 i forhold til 2015. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 3,9 pct.

Figur 10 Udvikling i overnatninger fra 2015 til 2017 sammenholdt med pejlemærker frem mod 2025, mio. overnatninger



Af figur 10 fremgår det, at dansk turisme i 2017 samlet set ligger 0,3 mio. overnatninger over fremskrivningen frem mod pejlemærket i 2025. Niveaue for kyst- og naturturismen lå med 37,5 mio. overnatninger i 2017 godt 0,6 mio. over fremskrivningen. Storbyturisme lå ca. 0,1 mio. højere, hvorimod erhvervs- og mødeturismen lå knap 0,5 mio. under fremskrivningen.

Udviklingen fra 2016 til 2017 var dog svagere end forudsat i fremskrivningen. Selvom det samlede antal overnatninger steg med 0,9 mio. fra 2016 til 2017, var væksten på 1,8 pct. lavere end den fremskrevne gennemsnitlige vækstrate. Trods fremgang inden for både kyst- og naturturisme (1 pct.), storbyturisme (4 pct.) og erhvervs- og mødeturisme (1 pct.) fra 2016 til 2017 lå væksten i antallet af overnatninger under fremskrivningen for alle tre forretningsområder.

4.2 Udviklingen i dansk turisme fra 2008 til 2017

Udviklingen i turisternes overnatninger i Danmark i perioden fra 2008 til 2017 registreres af Danmarks Statistik. Overnatningstallene dækker kommercielle overnatninger eksempelvis på hotel eller i lejet feriehus, men ikke ophold, der foregår eksempelvis i eget feriehus eller hos familie og venner. Deleøkonomiske tjenester som fx Airbnb indgår ikke i de registrerede overnatningstal fra Danmarks Statistik. Med henblik på at belyse dette segment har VisitDenmark indgået en aftale med Airbnb om samarbejde om og udveksling af data.

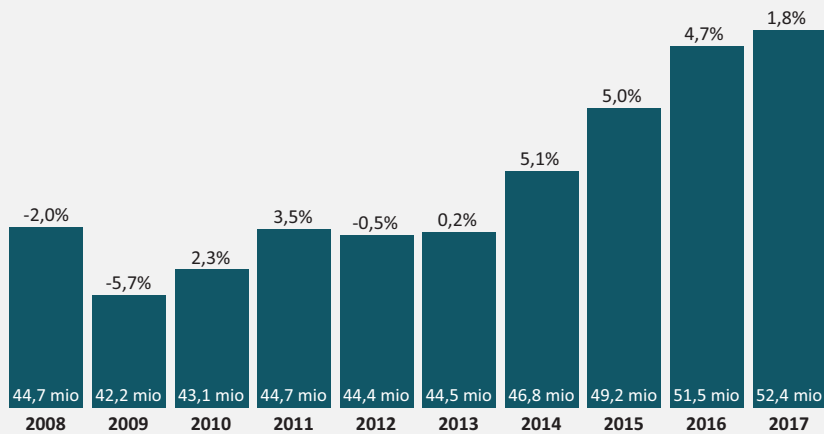
Året 2008 er valgt som basisår for at kunne sammenligne med statistikker fra andre lande. Desuden var 2008 det første år, hvor de danske feriehusovernatningstal blev kommunalt fordelte.¹⁶

¹⁶ Til opdeling af storbyturisme og kyst- og naturturisme.

Turisternes rejsemønstre og -muligheder er i dag markant anderledes end før 2008. Således er både udbud og efterspørgsel øget som følge af øget velstand og tilgængelighed via lavprisfly, nye digitale bookingmuligheder, deleøkonomi, nye destinationer i og uden for Europa mv. Det betyder, at konkurrencesituationen for dansk turisme er skærpet. Eksempelvis faldt antallet af tyske overnatninger i Danmark kraftigt fra midten af halvfemserne og en årrække frem. I 1995 stod tyske turister for knap 20 mio. ud af 26 mio. udenlandske overnatninger i Danmark. Dette skal ses i forhold til situationen i 2017 med 15 mio. tyske overnatninger ud af knap 27 mio. udenlandske overnatninger.

Figur 11 viser udviklingen i registrerede overnatninger i Danmark fra 2008 til 2017. Dansk turisme har de seneste år gradvist genvundet momentum efter et betydeligt fald i antal overnatninger i 2008 og 2009. Faldet kunne i vid udstrækning tilskrives finanskrisen. Der blev i 2017 registreret i alt 52,4 mio. overnatninger i Danmark. Det er en stigning på 1,8 pct. i forhold til 2016 og svarer til 0,9 mio. flere overnatninger. Det gør 2017 til endnu et rekordår, når det gælder antallet af registrerede overnatninger i Danmark. Den aftagende vækst i antallet af registrerede overnatninger i Danmark er dog et opmærksomhedspunkt for udviklingen i dansk turisme.

Figur 11 Udvikling i alle registrerede overnatninger i Danmark, 2008-2017



Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: TURIST).

4.2.1 Kyst- og naturturismens, storbyturismens og erhvervs- og mødeturismens overnatninger

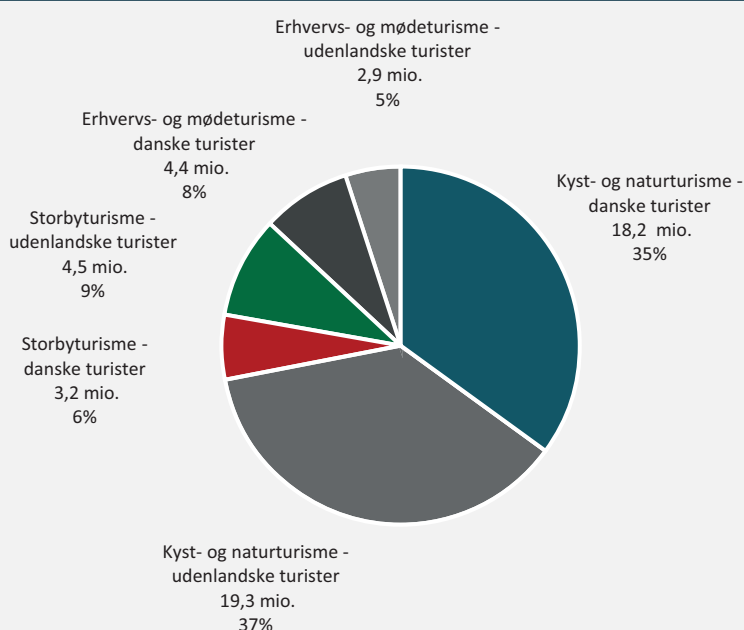
Dansk turisme er organiseret i tre forretningsområder: (1) storbyturisme (ferieturisme i København, Aarhus, Odense og Aalborg)¹⁷, (2) kyst- og naturturisme (ferieturisme uden for de fire store byer) og (3) erhvervs- og mødeturisme (turisme i forbindelse med erhvervsrelaterede ophold, herunder møder og kongresser i hele landet).

¹⁷ Storbyturisme dækker ferieophold i København (fire bykommuner og 13 omegnskommuner, som tilsammen udgør landsdelene København by og omegn), Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

Målt på overnatninger er kyst- og naturturismen det største forretningsområde i dansk turisme. 72 pct., svarende til 37,5 mio. af samtlige 52,4 mio. registrerede overnatninger i Danmark, foretages af turister på kyst- og naturferie. Dernæst følger storbyturismen med 7,7 mio. overnatninger og erhvervs- og mødeturismen med 7,2 mio. overnatninger. Storbyturismen bidrager med 15 pct. af det samlede antal overnatninger, mens erhvervs- og mødeturismen tegner sig for 14 pct.

De udenlandske turister udgør 59 pct. af overnatningerne inden for storbyturismen. Der er også flere udenlandske overnatninger inden for kyst- og naturturismen, hvor udenlandske overnatninger udgør 52 pct. Inden for erhvervs- og mødeturismen tegner de udenlandske turisters overnatninger sig for 40 pct. af overnatningerne.

Figur 12 Fordeling af alle registrerede overnatninger på forretningsområde, 2017



Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Storbyturisme: ferieophold i København (fire bykommuner og 13 omegnskommuner, som tilsammen udgør landsdelene København by og omegn), Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

Kyst- og naturturisme: Ferieturisme uden for de fire storbyer.

Erhvervs- og mødeturisme: Turisme i forbindelse med erhvervsrelaterede ophold, herunder møder og kongresser i hele landet.

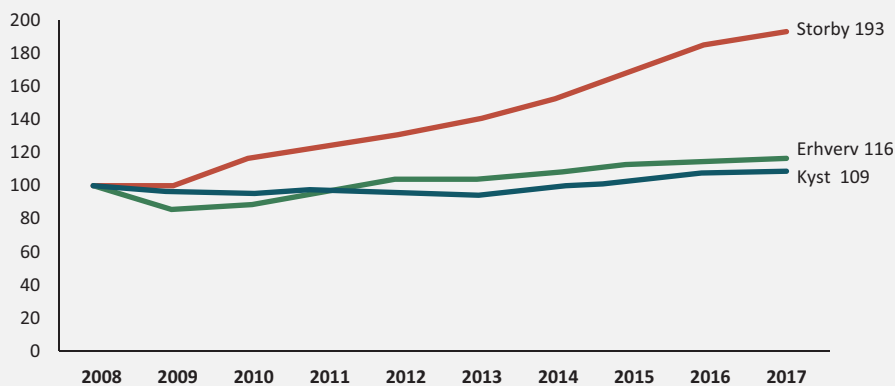
NB: Danmarks Statistik registrerer ikke erhvervs- og mødeturisternes nationalitet. I figuren er der for erhvervs- og mødeturismen derfor anvendt samme fordeling af danske og udenlandske overnatninger, som gælder for ferieturismen.

I 2017 ligger antallet af overnatninger inden for alle tre forretningsområder over niveauet i 2008. Fra 2008 til 2017 er storbyturismen i Danmark vokset med hele 93 pct., erhvervs- og mødeturismen med 16 pct., og kyst- og naturturismen er vokset med 9 pct. Antallet af overnatninger er steget for alle tre forretningsområder fra 2016 til 2017. Stigningen fra 2016 til 2017 var på 4 pct. for storbyturismen og 1 pct. for henholdsvis kyst- og naturturismen samt erhvervs- og mødeturismen.

Ses på udviklingen i hver af de fire store byer, har København haft en vækst i ferieovernatninger på tværs af overnatningsformer på hele 120 pct. fra 2008 til 2017. Herefter følger Aarhus med en vækst på 79 pct. og Odense med 60 pct. Aalborg har haft en lille fremgang på 2 pct. Udviklingen fra 2016 til 2017 viste en fremgang på 12 pct. i Aarhus, 5 pct. i Aalborg, 4 pct. i København og 1 pct. i Odense.

Ses udelukkende på udviklingen i antallet af overnatninger på hotel, har alle fire storbyer haft positive vækstrater fra 2008 til 2017. Aarhus topper med en vækst på 137 pct. efterfulgt af København med 116 pct., Odense med 78 pct. og Aalborg med en vækst på 24 pct. Udviklingen fra 2016 til 2017 viste en vækst på 21 pct. i Aarhus, 9 pct. i Aalborg, 2 pct. København og 1 pct. Odense.

Figur 13 Udvikling i overnatninger pr. forretningsområde, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

4.2.2 Internationale møder og kongresser i Danmark

Af de 7,2 mio. overnatninger, der blev foretaget af erhvervs- og mødeturister i Danmark i 2017, kan nogle henføres til internationale møder og kongresser. International Congress and Convention Association (ICCA) udgiver hvert år en internationalt anerkendt rangliste over afholdelse af internationale foreningsmøder. Danmark rangerer i 2017 som nr. 13 på listen over europæiske lande, hvor der afholdes flest møder. Det er samme placering som i 2016. Antallet af møder afholdt i Danmark er steget fra 180 i 2016 til 203 i 2017. Af de 203 større møder og kongresser, der er registreret i Danmark, blev 112 afholdt i København. Det svarer til 55 pct.

Danmarks andel af møder afholdt i Europa i 2017 var 3,0 pct. Andelen er steget sammenlignet med 2016, hvor den lå på 2,8 pct.

Tabel 6 Top 20 over europæiske lande med flest internationale foreningsmøder i 2017

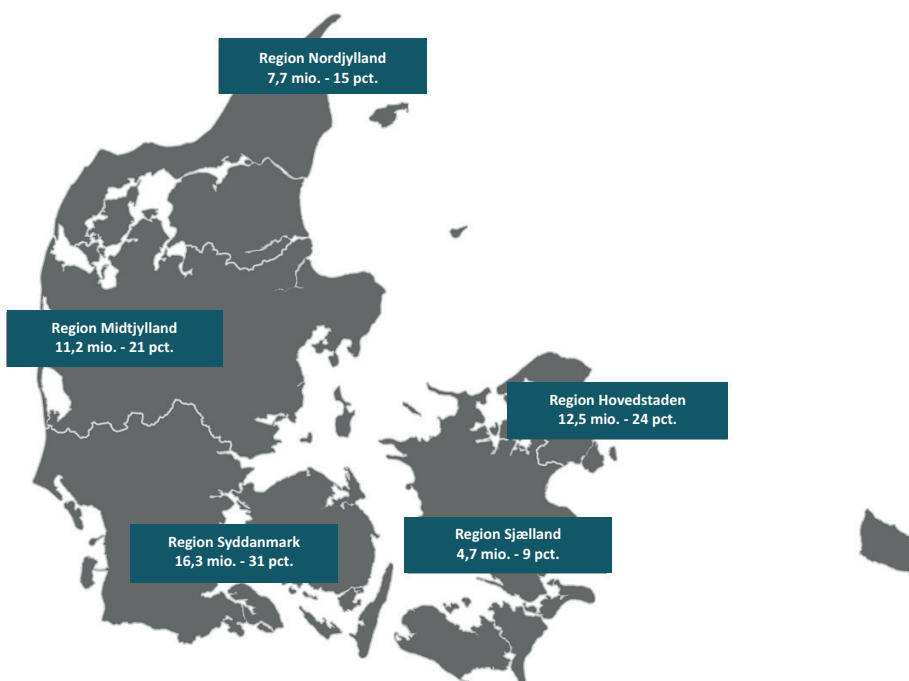
	Land	Antal møder	Placering ift. 2016
1	Tyskland	682	-
2	Storbritannien	592	-
3	Spanien	564	+1
4	Italien	515	+1
5	Frankrig	506	-2
6	Nederlandene	307	-
7	Portugal	298	-
8	Østrig	281	-
9	Sverige	255	-
10	Schweiz	230	+2
11	Polen	216	-1
12	Belgien	208	-1
13	Danmark	203	-
14	Tjekkiet	187	+3
15	Ungarn	159	+4
16	Irland	158	-
17	Finland	156	-3
18	Norge	156	-
19	Grækenland	144	-4
20	Kroatien	102	+2

Kilde: ICCA Statistics Report 2016 og 2017, International Congress and Convention Association.

4.2.3 Overnatninger i de danske regioner

I figur 14 ses udviklingen i alle registrerede overnatninger fordelt på de danske regioner. Med 31 pct. af de 52,4 mio. overnatninger i 2017 er Region Syddanmark den største turismeregion målt på antal overnatninger. Herefter følger Region Hovedstaden med 24 pct., Region Midtjylland med 21 pct., Region Nordjylland med 15 pct. og Region Sjælland med 9 pct. af overnatningerne.

Figur 14 Alle registrerede overnatninger fordelt på region, 2017

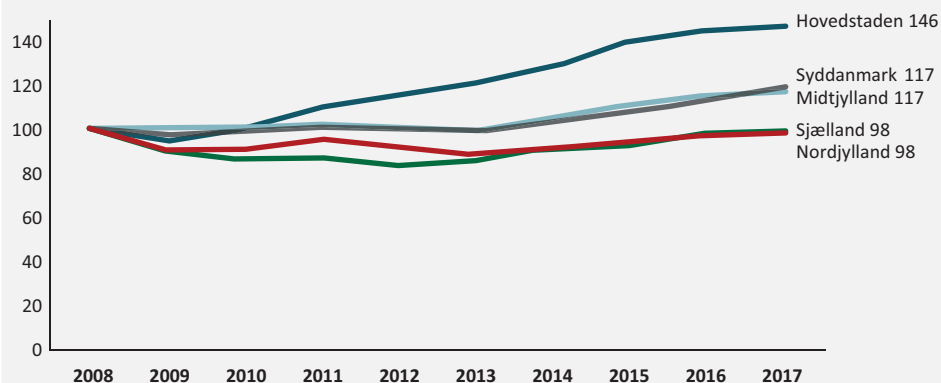


Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: TURIST).

I samtlige fem danske regioner er overnatningstallet steget fra 2016 til 2017. Region Midtjylland havde størst vækst på 4 pct. Region Syddanmark steg med 2 pct., mens fremgangen var på 1 pct. i Region Hovedstaden og Region Sjælland. Region Nordjylland havde en marginal fremgang på knap ½ pct.

I Region Nordjylland og Region Sjælland lå overnatningstallet i 2017 under niveauet i 2008. Overnatningstallet i regionerne Midtjylland, Syddanmark og Hovedstaden lå i 2017 over niveauet i 2008.

Figur 15 Registrerede overnatninger fordelt på region, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik.

4.2.4 Overnatninger i kommuner

Med 7,6 mio. overnatninger var Københavns Kommune den danske kommune, der havde flest overnatninger i 2017. Vestkystkommunerne Varde og Ringkøbing-Skjern indtager anden- og tredjepladsen med henholdsvis 4,3 mio. og 3,7 mio. overnatninger, hvilket blandt andet skyldes store turistbyer som Blåvand og Hvide Sande. Aarhus rykkede med en vækst på 10 pct. ind på top 10-listen i 2017.

Tabel 7 Top 10 over kommuner med flest overnatninger i 2017 og udvikling i forhold til 2016

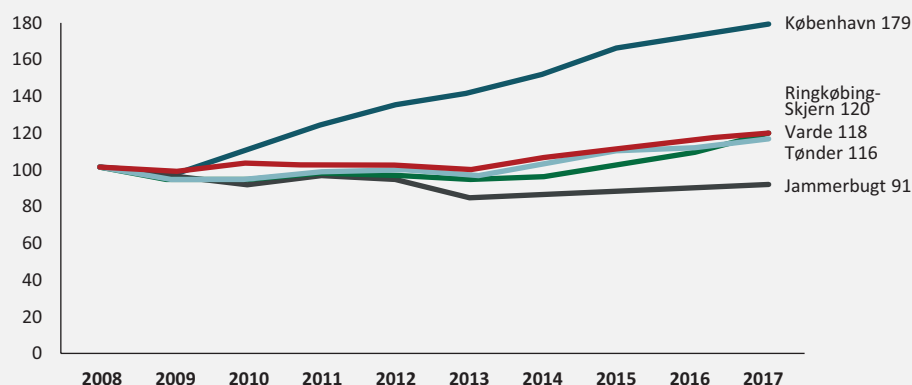
Nr. 2016	Kommune	I alt		Danske turister		Udenlandske turister	
		Over- natninger	Udvikling	Over- natninger	Udvikling	Over- natninger	Udvikling
1	- København	7.636.256	+3 %	2.491.816	+1 %	5.144.440	+5 %
2	- Varde	4.251.175	+9 %	1.010.016	+6 %	3.241.160	+10 %
3	- Ringkøbing-Skjern	3.732.805	+3 %	596.847	-2 %	3.135.958	+5 %
4	(+3) Tønder	1.615.020	+4 %	532.665	+7 %	1.082.354	3 %
5	(-1) Jammerbugt	1.589.492	+1 %	826.333	+1 %	763.159	0 %
6	(-1) Hjørring	1.543.228	-1 %	647.755	0 %	895.474	-2 %
7	(-1) Bornholm	1.498.953	-3 %	862.050	+1 %	636.903	-9 %
8	- Frederikshavn	1.412.825	-1 %	755.118	-1 %	657.706	-1 %
9	- Billund	1.383.048	+3 %	687.285	+1 %	695.762	+4 %
10	(+1) Aarhus	1.205.959	+10 %	844.022	+8 %	361.937	+14 %

Kilde: Danmarks Statistik.

Hvis man ser på udviklingen i top 5 kommunerne skiller Københavns Kommune sig ud, når man kigger på udviklingen i antallet af overnatninger fra 2008 til 2017. I den pågældende periode har København oplevet vækst på 79 pct. I Ringkøbing-Skjern Kommune, Varde Kommune og Tønder Kommune lå overnatningstallet i 2017 henholdsvis 20 pct., 18 pct. og 16 pct. over 2008-niveauet. Overnatningstallet i Jammerbugt Kommune lå i 2017 9 pct. under niveauet i 2008.

Alle kommuner i top 5 har oplevet positiv vækst i antallet af overnatninger fra 2016 til 2017.

Figur 16 Udvikling i samlede overnatninger i de fem største turismekommuner 2008-2017. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik.

Målt på den relative vækst i antal overnatninger fra 2008 til 2017 ligger følgende fem kommuner i top 5: Billund (190 pct.), Dragør (108 pct.), København (79 pct.), Aarhus (73 pct.) og Gentofte (53 pct.).

Den største relative vækst i antal overnatninger fra 2016 til 2017 fandt sted i kommunerne Randers (18 pct.), Rudersdal og Sorø (15 pct.), Guldborgsund (14 pct.) og Esbjerg (12 pct.).

4.2.5 Overnatninger fordelt på overnatningsformer

Turisternes overnatninger registreres på seks forskellige kommercielle overnatningsformer: feriehuse, hoteller, campingpladser, vandrerhjem, feriecentre og lystbådehavne.

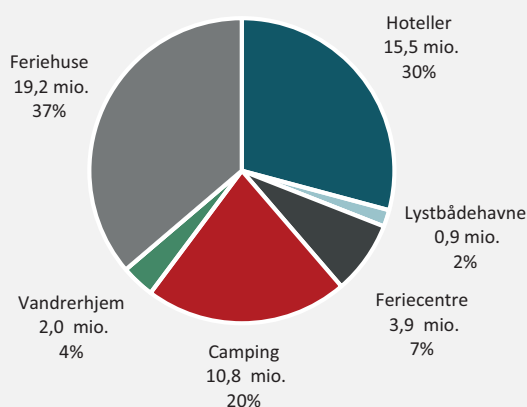
Turister i lejet feriehus¹⁸ stod i 2017 for knap 37 pct. af alle registrerede overnatninger i Danmark efterfulgt af turister på hotel med 30 pct. og camping¹⁹ med knap 21 pct. af samtlige overnatninger. Overnatninger på feriecenter, i lystbådehavne og på vandrerhjem udgør de resterende 13 pct.

Hvis man ser på danske turister alene, er de foretrukne kommercielle overnatningsformer hotel og camping med henholdsvis 34 pct. og 31 pct. af alle danske overnatninger. Herefter følger lejede feriehuse med 19 pct. I 2016 var hotel og camping lige store med 33 pct. af de danske overnatninger. Ser man på de udenlandske turister, foregår 54 pct. af de udenlandske overnatninger i Danmark i lejede feriehuse efterfulgt af hoteller med 26 pct. og camping med 10 pct. Det er stort set samme fordeling som i 2016.

¹⁸ Feriehuse er det samme som sommerhuse.

¹⁹ Fastliggende campisters overnatninger indgår i overnatningsstatistikken. Det gør overnatninger i eget feriehus ikke. Derfor undervurderer opgørelsen feriehusenes andel af det samlede antal overnatninger i forhold til camping.

Figur 17 Registrerede overnatninger fordelt på overnatningsformer, 2017

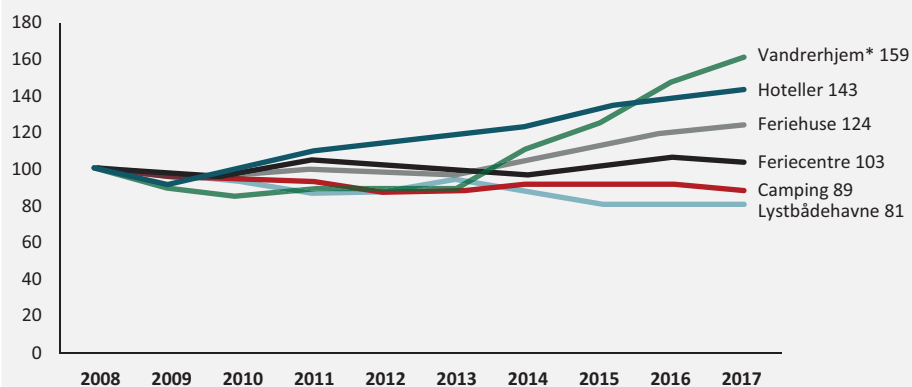


Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: TURIST).

Udviklingen i antallet af overnatninger fra 2008 til 2017 varierer afhængig af overnatningsform. Hotel, som er en vigtig overnatningsform for storbyturismen samt erhvervs- og mødeturismen, har oplevet kraftig vækst på 43 pct. i antallet af overnatninger i perioden.

For kyst- og naturturismen er det positivt, at feriehusovernatninger har genvundet momentum. Til gengæld ses en tilbagegang i antallet af overnatninger på campingpladser og i lystbådehavne, der ikke har fået del i den vækst, som kyst- og naturturismen har oplevet siden 2013, mens feriecenterovernatninger ligger 5 pct. over niveauet i 2008. Vandrerhjemovernatninger er gået frem de senere år.²⁰ Stigningen er dog sket fra et forholdsvist lavt niveau.

Figur 18 Udvikling i alle registrerede overnatningsformer i Danmark, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: TURIST).

* Der er databrud i 2014 i kategorien vandrerhjem. Det skyldes, at kategoriens population er ændret og nu opgøres mere retvisende.

²⁰ Stigningen skyldes blandt andet databrud fra 2014, der betød, at kategoriens population blev ændret og nu opgøres mere retvisende.

4.2.6 Overnatninger fordelt på nationalitet

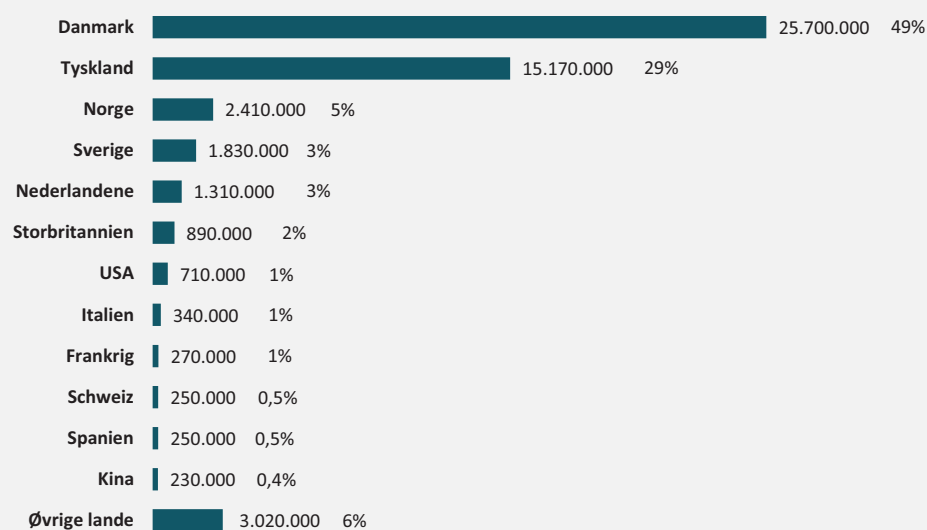
Både danske og udenlandske turisters overnatninger er vigtige for dansk turisme. Danske overnatninger udgør 49 pct. af samtlige registrerede overnatninger. Hovedmarkederne Tyskland, Norge, Sverige, Nederlandene og Storbritannien tegner sig til sammen for 41 pct. af overnatningerne.

29 pct. af de registrerede overnatninger blev i 2017 foretaget af tyske turister, hvilket svarer til 57 pct. af alle udenlandske overnatninger.

Antallet af danske og udenlandske overnatninger i Danmark satte rekord i 2017. Antallet af danske overnatninger har aldrig været højere.

Forholdet mellem danske og udenlandske overnatninger har ændret sig siden starten af 90'erne, hvor der var omkring 10 mio. flere udenlandske overnatninger end danske. Siden har der været stor vækst i antallet af danske overnatninger. Det betyder, at danskerne i højere grad er begyndt at holde ferie i eget land. I 2015 var der stort set lige mange danske og udenlandske overnatninger. Højere vækst i de udenlandske overnatninger i 2016 og 2017 betyder, at disse nu overstiger de danske med knap 1 mio. Tallet for udenlandske overnatninger nåede i 2017 op på 26,7 mio., hvilket er det højeste antal siden 1995. Danske overnatninger i Danmark talte i 2017 knap 25,7 mio.

**Figur 19 Fordeling af registrerede overnatninger på nationalitet, 2017.
Overnatninger og andel**



Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: TURIST).

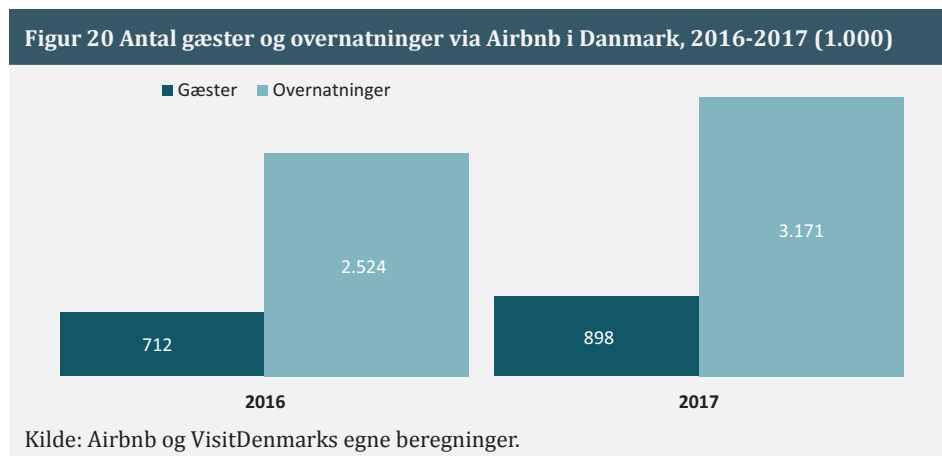
4.2.7 Deleøkonomiske tjenester

Deleøkonomiske tjenester er i hastig vækst og privat boligudlejning er den deleøkonomiske forretningsmodel, der er mest kendt i Danmark. Der findes i dag en række forskellige deleøkonomiske platforme, men hvor den største er Airbnb.

Udviklingen i kommercielle turistovernatninger registreres løbende af Danmarks Statistik, men Airbnb, HomeAway og andre deleøkonomiske tjenester indgår ikke i

denne statistik. Med henblik på at data fra dette segment på sigt kan indarbejdes i de officielle overnatningstal har VisitDenmark indgået et samarbejde med Airbnb om data og statistik for overnatninger gennem Airbnb. VisitDenmark har herigen- nem modtaget data fra Airbnb om antal gæster og gennemsnitlig opholdslængde. På den baggrund har VisitDenmark beregnet antal overnatninger. Der vil på sigt tilvejebringes en statistikdokumentation, der klarlægger Airbnb's tilgang til at re- gistrere gæsternes antal og opholdslængde. Dette er et skridt i retningen mod at opføre betydningen af deleøkonomisk turisme.

Tallene viser, at der i 2017 var 0,9 mio. gæster (ferie- og forretningsrejsende) der overnattede via Airbnb i Danmark. Det er 26 pct. flere end i 2016, hvor der var 0,7 mio. gæster. De 0,9 mio. gæster havde knap 3,2 mio. overnatninger i 2017, svaren- de til en vækst på 26 pct. sammenlignet med 2016. Tallene viser således, at Airbnb havde en markant højere vækst i antallet af overnatninger fra 2016 til 2017 sam- menlignet med de traditionelle kommercielle overnatningsformer. Figur 20 viser antal gæster og overnatninger inden for Airbnb i 2016 og 2017.



Airbnb's tal viser, at 66 pct. af overnatningerne i 2017 fandt sted i de fire storbyer. København stod med 56 pct. for hovedparten efterfulgt af Aarhus (6 pct.). Odense og Aalborg tegnede sig hver for 2 pct.

Tabel 8 Airbnb overnatninger fordelt på nationalitet, 2017 og udvikling i forhold til 2016

	2016	2017	Fordeling af overnatninger 2017	Udvikling 2016 - 2017
Danmark	413.910	576.260	18 %	39 %
USA	269.980	368.880	12 %	+37 %
Tyskland	285.680	370.860	12 %	+30 %
Storbritannien	293.840	286.210	9 %	-3 %
Frankrig	173.060	209.860	7 %	+21 %
Norge	118.500	155.734	5 %	+31 %
Italien	103.120	117.130	4 %	+14 %
Spanien	89.984	115.910	4 %	+29 %
Holland	99.620	110.376	3 %	+11 %
Sverige	70.808	93.713	3 %	+32 %
Kina	25.823	32.759	1 %	+27 %
Øvrige lande	579.990	733.420	23 %	+26 %
Udenlandske i alt	2.110.405	2.594.852	82 %	+23 %
I alt	2.524.315	3.171.112	100 %	+26 %

Kilde: Airbnb.

Danske gæster tegnede sig for 18 pct. af overnatningerne via Airbnb i Danmark i 2017. Amerikanere og tyskere udgjorde begge 12 pct. efterfulgt af gæster fra Storbritannien (9 pct.), Frankrig (7 pct.), Norge (5 pct.), Italien (4 pct.) og Spanien (4 pct.).

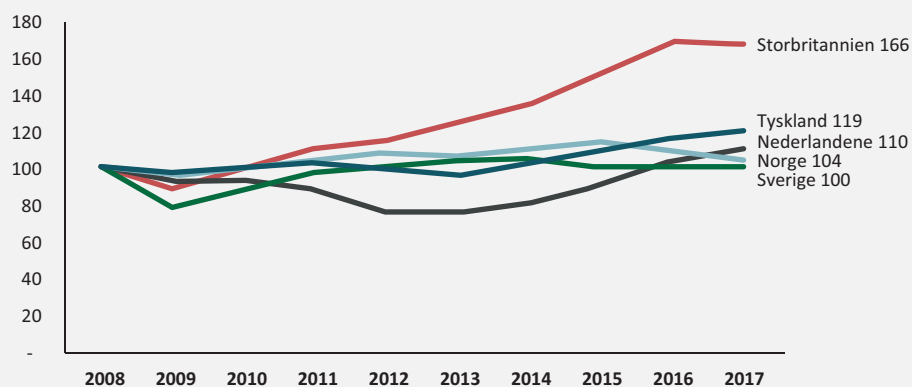
4.3 Vækst på hovedmarkeder og vækstmarkeder

Dansk turisme kan inddeles i hoved- og vækstmarkeder. Hovedmarkederne omfatter Danmarks nabolande, hvorfra der gennem mange år er kommet turister til Danmark i stor stil. Det drejer sig om Tyskland, Sverige, Norge, Nederlandene og Storbritannien. De nye markeder – også kaldet vækstmarkederne – i dansk turisme har mindre volumen, men har til gengæld præsteret høje vækstrater for antallet af overnatninger gennem de seneste år.

Der har i perioden 2008 til 2017 været en positiv vækst i antallet af overnatninger fra alle fem hovedmarkeder for dansk turisme. Særligt Storbritannien har vist en markant fremgang på 66 pct. efterfulgt af Tyskland, Nederlandene og Norge med vækstrater på henholdsvis 19 pct., 10 pct. og 4 pct. Sverige er efter længere tids nedgang tilbage på niveauet fra 2008.

Fra 2016 til 2017 oplevede de fem hovedmarkeder forskellig udvikling i overnatningerne. Tre af markederne præsterede positiv vækst. Turister fra Nederlandene står bag den største relative vækst på 6 pct. Dernæst følger Tyskland med en vækst på 3 pct. og Sverige med 1 pct. De norske turisternes overnatninger faldt med 5 pct., mens overnatningerne fra Storbritannien faldt med 1 pct. fra 2016 til 2017.

Figur 21 Udvikling i registrerede overnatninger fra udenlandske hovedmarkeder, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



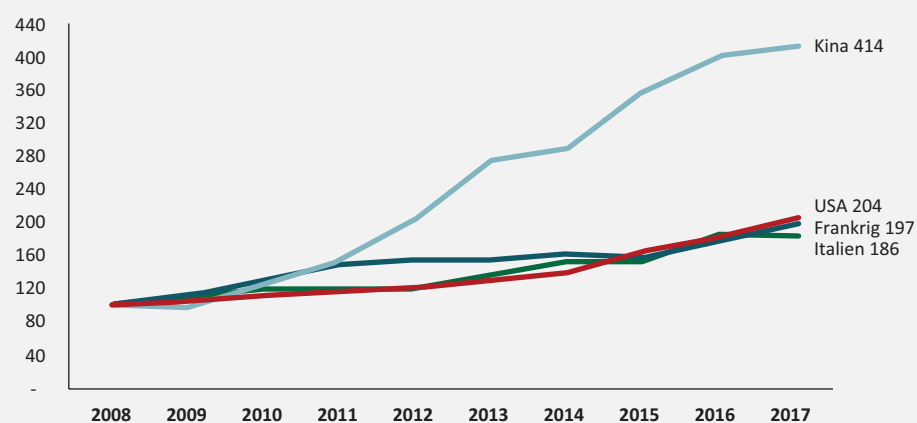
Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: TURIST).

Danmark har i lighed med andre lande oplevet høje vækstrater fra nogle vækstmarkeder. Eksempelvis er de kinesiske overnatninger steget med hele 314 pct. i perioden 2008 til 2017. Det skal dog bemærkes, at Kina vokser fra et forholdsvist lavt udgangspunkt målt i antal overnatninger i Danmark.

Markeder med lidt mere volumen i overnatninger, såsom USA, Frankrig og Italien, har også vist høje vækstrater i perioden fra 2008 til 2017 på henholdsvis 104 pct., 97 pct. og 86 pct.

USA og Frankrig har oplevet den højeste relative vækst fra 2016 til 2017. Antallet af amerikanske overnatninger steg med 12 pct. De franske overnatninger gik 9 pct. frem, mens overnatningerne fra Kina og Italien voksede med henholdsvis 3 pct. og 1 pct.

Figur 22 Udvikling i registrerede overnatninger fra andre prioriterede markeder, 2008-2017. Indeks 2008 = 100

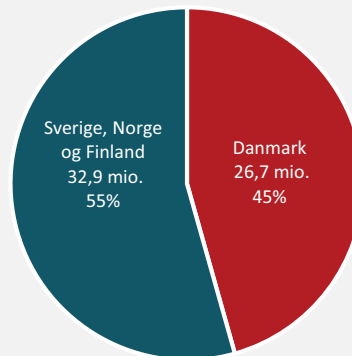


Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: TURIST).

4.4 Danmarks markedsandele

Danmark har en stærk position i Norden, når det gælder udenlandske overnatninger. Med 26,7 mio. registrerede udenlandske overnatninger i 2017 har Danmark næsten lige så mange udenlandske overnatninger som Norge, Sverige og Finland tilsammen (32,9 mio.).²¹ Danmark har dermed en markedsandel på 44,8 pct. af samtlige udenlandske overnatninger i Danmark, Sverige, Norge og Finland.

Figur 23 Danmarks markedsandel af udenlandske overnatninger i forhold til de nordiske konkurrenter, 2017



Kilde: Nationale statistikbanker.
Nordiske konkurrenter: Danmark, Sverige, Norge og Finland.

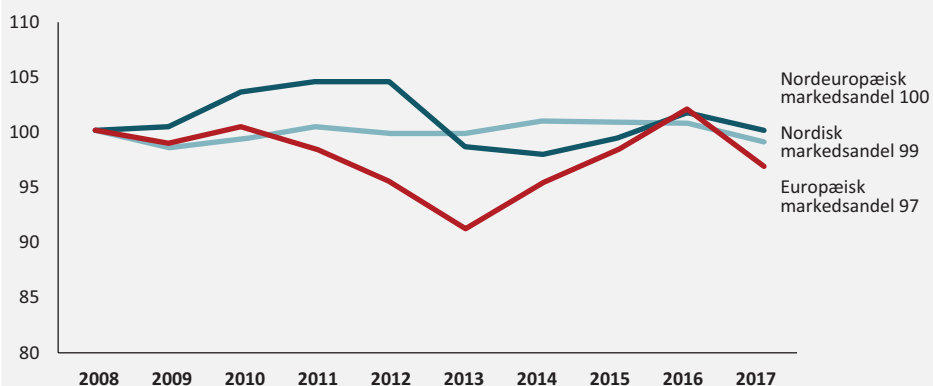
I 2016 var Danmarks markedsandel på 45,6 pct. I 2017 tabte Danmark således markedsandele i forhold til 2016. Danmarks andel af udenlandske overnatninger i forhold til de nordiske konkurrenter har ligget nogenlunde stabilt i intervallet 44,7 til 45,7 pct. i perioden 2008 til 2017.

Med markedsandele på henholdsvis 4,9 pct. og 1,1 pct. af de udenlandske overnatninger står Danmark ikke tilsvarende stærkt i den nordeuropæiske og europæiske konkurrence. I 2016 var markedsandelene på henholdsvis 5,0 pct. og 1,2 pct. Danmark tabte således også markedsandele i dette konkurrentfelt fra 2016 til 2017.

Figur 24 viser udviklingen med år 2008 som basisår. De relativt store udsving i Danmarks europæiske markedsandele skal ses i lyset af, at niveauet for Danmarks markedsandele er lavt. De absolutte ændringer i de europæiske markedsandele er således små.

²¹ Sverige, Norge og Finland vurderes at være destinationer, som er i direkte konkurrence med Danmark, i modsætning til de nordiske destinationer i Nordatlanten: Island, Grønland og Færøerne, der tilbyder et væsentligt anderledes turismeprodukt.

Figur 24 Danmarks europæiske, nordeuropæiske og nordiske markedsandel af udenlandske overnatninger, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



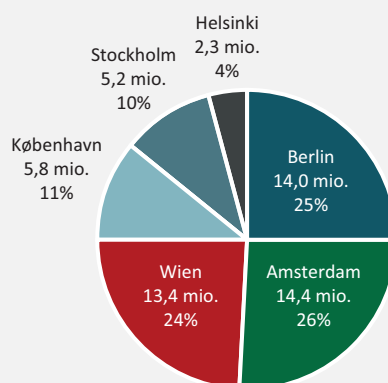
Kilde: Tourism Economics (Storbritannien og Irland), nationale statistikbanker (Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland og Nederlandene).
 Norden: Danmark, Sverige, Norge og Finland.
 Nordeuropa: Danmark, Sverige, Norge, Finland, Tyskland, Nederlandene, Storbritannien og Irland.

4.4.1 Storby- og kystturismens markedsandele

Afhængig af geografisk placering er der forskellige primære konkurrenter til det danske turismeprodukt. Man kan inddele Danmarks konkurrentfelt i henholdsvis storbyturisme og kyst-/naturturisme.²²

Figur 25 viser antallet af udenlandske turisters overnatninger i de seks storbyer, som udgør Københavns konkurrentfelt. Heraf fremgår det, at København med 5,8 mio. overnatninger har den fjerde største markedsandel på 11 pct. Byerne Amsterdam, Berlin og Wien har større andele af det samlede antal udenlandske storbyovernatninger end København, mens Stockholm og Helsinki har mindre andele.

Figur 25 Københavns markedsandele af udenlandske overnatninger ift. konkurrentfeltet, antal (mio.) og andel, 2017



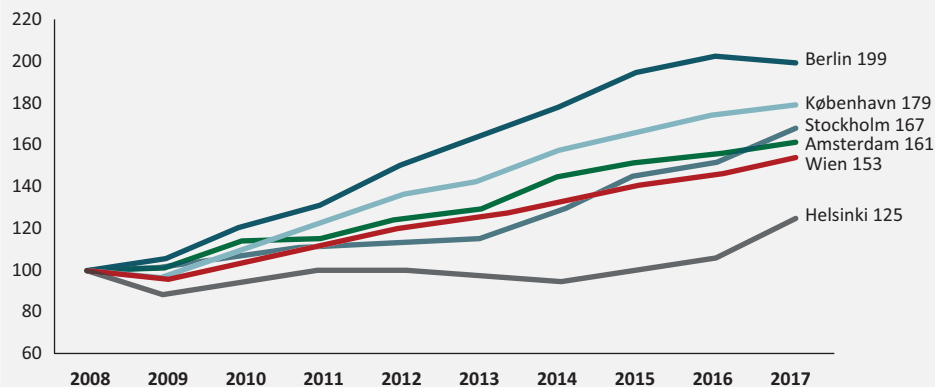
Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.
 København opgøres som ferie- og erhvervssturisme i de fire bykommuner og 13 omegnskommuner, som tilsammen udgør landsdelene København by og omegn.

²² Opdelingen i dette kapitel er udelukkende geografisk, da internationale statistikker ikke inddeler overnatninger efter formål (ferie/forretning).

Fem af storbyerne oplevede vækst i antallet af overnatninger fra 2016 til 2017. Helsinki havde den højeste vækst (18 pct.) efterfulgt af Stockholm (10 pct.), Wien (5 pct.) og Amsterdam (4 pct.). København lå i den nedre ende med en vækst på 3 pct. I Berlin ophørte mange års fremgang, idet overnatningerne faldt med 1 pct.

Alle seks hovedstæder har oplevet positiv vækst i perioden 2008 til 2017. Væksten i København på 79 pct. fra 2008 til 2017 overgås kun af Berlin, som har oplevet en vækst på 99 pct. i perioden.

Figur 26 Udenlandske turisters overnatninger i Københavns konkurrentfelt, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



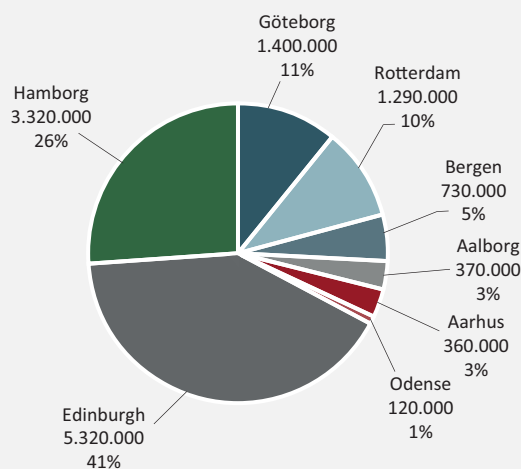
Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

København opgøres som ferie- og erhvervsturisme i de fire bykommuner og 13 omegnskommuner, som tilsammen udgør landsdelene København by og omegn.

Odense, Aarhus og Aalborg har tilsammen en markedsandel på 7 pct. af de udenlandske overnatninger i second city-konkurrentfeltet. Second city-konkurrentfeltet udgøres af otte storbyer, som ikke er hovedstæder. Aalborg og Aarhus har nogenlunde samme markedsandele (3 pct.). Odense er noget mindre (1 pct.).

Figur 27 medtager ikke endagsturisme, som er væsentlig i større byer, da mange turister på kyst- og naturferie tager en udflugt til den nærmeste storby. Eksempelvis er der et stort potentiale for endagsturisme i Odense, når det gælder tiltrækning af både kyst- og naturturister fra Fyn og storbyturister fra København.

Figur 27 Aarhus, Aalborg og Odenses markedsandele af udenlandske overnatninger, antal (mio.) og andel, 2017

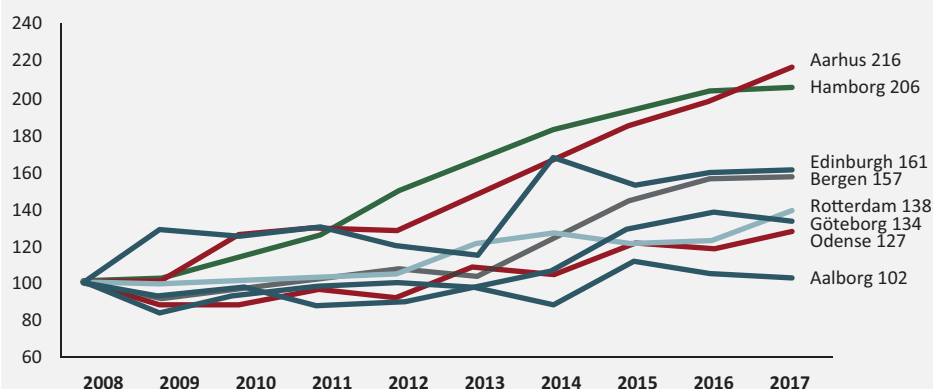


Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.
De tre store byer opgøres som ferie- og erhvervsturisme i Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

Seks af byerne oplevede vækst fra 2016 til 2017. Rotterdam havde den højeste vækst (13 pct.) efterfulgt af Aarhus (9 pct.) og Odense (8 pct.). Edinburgh, Hamburg og Bergen havde en vækst på 1 pct. Göteborg og Aalborg oplevede tilbagegang på henholdsvis 3 pct. og 2 pct.

Antallet af udenlandske overnatninger i alle otte storbyer i konkurrentfeltet ligger i 2017 over niveauet i 2008. Aarhus har overhalet Hamburg som den second city, der har haft den højeste relative vækst i perioden 2008 til 2017, mens Aalborg og Odense har haft den laveste vækst i konkurrentfeltet i den betragtede periode.

Figur 28 Udenlandske turisters overnatninger i Aarhus, Aalborg og Odenses konkurrentfelt, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.
De tre store byer opgøres som ferie- og erhvervsturisme i Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

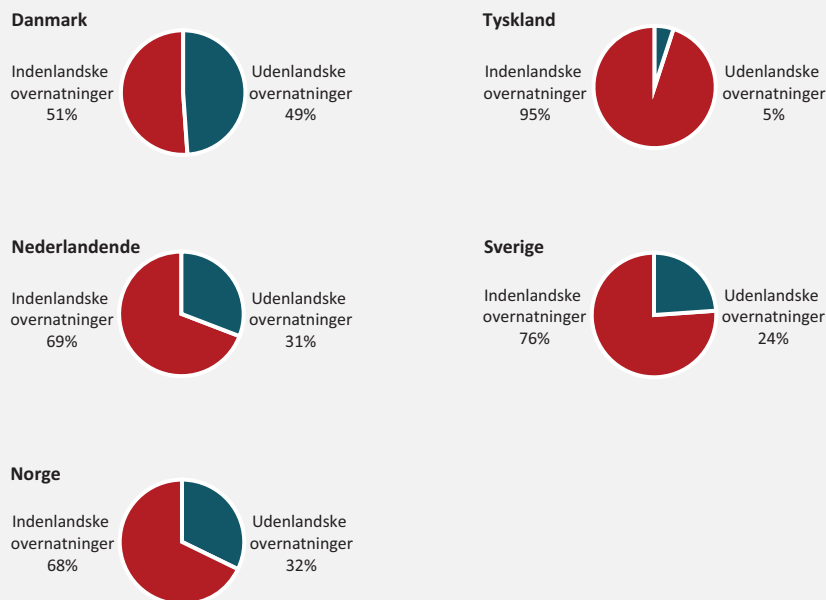
Konkurrentfeltet i kyst- og naturturismen er anderledes. Her er Danmark i konkurrence med både udenlandske og hjemlige destinationer. Når tyske turister planlægger en kyst- og naturferie, står valget ofte imellem enten Danmark eller Tyskland.

Det samme gælder turister i Norge, Sverige og Nederlandene, hvor der vil være mange lighedstegn mellem turistoplevelsen i Danmark og hjemlandet.

De danske turismeorganisationer er blevet enige om følgende afgrænsning af Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme: (1) Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern, (2) Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö), (3) Norge: Sør-Østlandet og Vestlandet og (4) Nederlandene: hele landet (ekskl. Amsterdam, Rotterdam og Haag).

Når man sammenholder fordelingen af henholdsvis udenlandske og indenlandske overnatninger i Danmarks konkurrentfelt, fremgår det, at Danmark har den største andel af udenlandske overnatninger inden for kyst- og naturturismen.

Figur 29 Fordeling af inden- og udenlandske turisternes overnatninger i Danmarks konkurrentfelt, 2017



Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København.

Konkurrentfeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern.

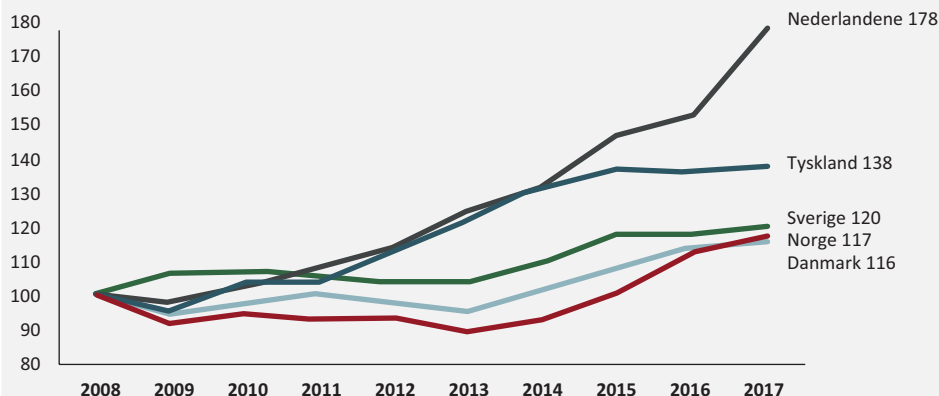
Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Sør-Østlandet og Vestlandet.

Nederlandene: Hele landet med undtagelse af Amsterdam, Rotterdam og Haag.

Fra 2016 til 2017 steg de udenlandske overnatninger inden for kyst- og naturturismen med 16 pct. i Nederlandene, 4 pct. i Norge og 2 pct. i Danmark. Sverige og Tyskland havde den laveste vækst i de udenlandske overnatninger på 1 pct.

Fælles for konkurrentfeltet er, at kyst- og naturturismen ikke har udviklet sig med lige så høje vækstrater som storbyturisme i perioden 2008 til 2017. Der har dog været betydelig forskel i udviklingen for de forskellige lande. Nederlandene, Tyskland, Sverige og Norge har alle haft højere vækstrater for udenlandske kyst- og naturturisters overnatninger end Danmark. Danmark har dog taget del i den positive vækst siden 2013, og antallet af udenlandske overnatninger ligger nu 16 pct. højere end i 2008.

Figur 30 Udenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København.

Konkurrentfeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern.

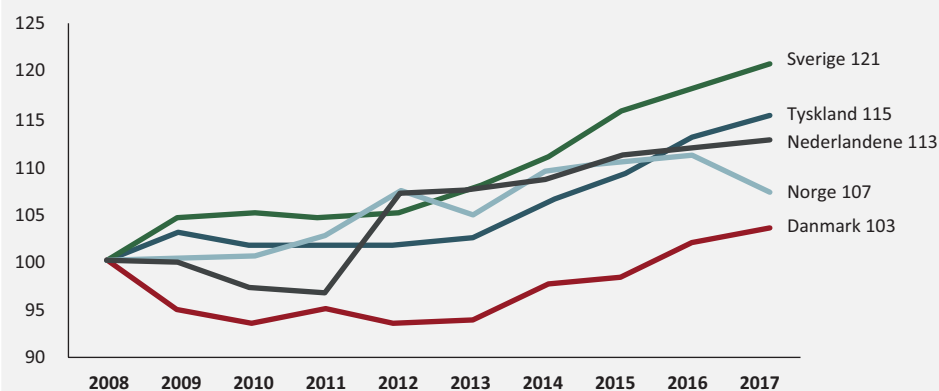
Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Sør-Østlandet og Vestlandet.

Nederlandene: Hele landet med undtagelse af Amsterdam, Rotterdam og Haag.

De indenlandske overnatninger har stor betydning i konkurrentfeltet. Ser man på udviklingen i de indenlandske overnatninger, har fire ud af fem lande i konkurrentfeltet oplevet vækst fra 2016 til 2017. I Sverige og Tyskland steg overnatningerne med 2 pct., mens Danmark og Nederlandene gik frem med 1 pct. Norge oplevede et fald på 3 pct.

Alle lande ligger i 2017 over niveauet fra 2008. Danmark har haft pæn vækst siden 2013 og ligger nu 3 pct. over 2008-niveauet. Danmark har dog haft den laveste vækst i konkurrentfeltet set over hele perioden fra 2008 til 2017.

Figur 31 Indenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København.

Konkurrentfeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern.

Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Sør-Østlandet og Vestlandet.

Nederlandene: Hele landet med undtagelse af Amsterdam, Rotterdam og Haag.

4.5 Besøg på danske attraktioner

Attraktioner (forlystelsesparker, museer, zoologiske haver mv.) er vigtige turisme-produkter, som med deres aktiviteter og tilbud bidrager væsentlig til turisternes samlede ferieoplevelse i Danmark. Besøgstillene på de danske attraktioner kan sammen med overnatningstillene bidrage til at afdække tilstanden og udviklingen i turismeerhvervet. I dette afsnit ses nærmere på besøgstillene på de mest besøgte attraktioner i Danmark og i de fem danske regioner. Besøgstal for attraktionerne dækker over udenlandske og danske besøgende.

De 50 mest besøgte attraktioner i Danmark tiltrak i alt 26 mio. besøgende i 2017. Det er en fremgang på 0,3 mio. besøgende, svarende til 1,2 pct. i forhold til i 2016.

Som det fremgår af tabel 9, er Tivoli igen den klart mest besøgte danske attraktion med knap 4,4 mio. besøgende i 2017, hvilket dog var 5,6 pct. færre end i 2016.

Tabel 9 De ti mest besøgte attraktioner i Danmark, 2017 (afrundet)

Top 10 attraktioner	Besøg 2017	Udvikling 2016-2017
1 Tivoli	4.377.000	-5,6 %
2 Dyrehavsbakken*	2.400.000	-4,0 %
3 Legoland**	1.700.000	...
4 Zoologisk Have i København	1.173.000	+2,7 %
5 Botanisk Have i København***	971.000	+63,2 %
6 Djurs Sommerland	809.000	+8,6 %
7 Aquadome – Lalandia Billund	681.000	-1,6 %
8 Rundetårn	680.000	+4,0 %
9 AROS, Aarhus Kunstmuseum****	659.000	+7,2 %
10 Louisiana	658.000	-6,9 %

Kilde: VisitDenmarks Attraktionsliste 2017. Baseret på besøgstal fra Danmarks Statistik, Foreningen af Forlystelsesparker i Danmark og individuelle indberetninger.

*Besøgstallet er estimeret. ** Opgiver det samme besøgstal hvert år. ***2017 er det første år, hvor besøgende i samtlige 12 måneder er talt med via pålidelige tællere. ****Besøgstal dækker besøgende, der har indløst billet.

Tabel 10 viser de ti mest besøgte attraktioner inden for hver af de fem danske regioner. De mest besøgte attraktioner omfatter ganske mange forskellige typer af attraktioner, herunder forlystelsesparker, zoologiske haver og dyreparker, museer og oplevelsescentre samt badelande.

Øst for Storebælt er Tivoli den mest besøgte attraktion i Region Hovedstaden, og Aquadome – Lalandia Rødby er den mest besøgte i Region Sjælland. Vest for Storebælt er Legoland den mest besøgte i Region Syddanmark, Djurs Sommerland er den mest besøgte i Region Midtjylland, mens Faarup Sommerland er den mest besøgte attraktion i Region Nordjylland.

Tabel 10 De ti mest besøgte attraktioner i de fem regioner, 2017

Region Hovedstaden	Region Sjælland	Region Syddanmark	Region Midtjylland	Region Nordjylland
Tivoli	Aquadome - Lalandia Rødby	Legoland****	Djurs Sommerland	Faarup Sommerland
Dyrehavsbakken*	Knuthenborg Safaripark	Aquadome - Lalandia Billund	ARoS, Aarhus Kunstmuseum*****	Aalborg Zoo
Zoologisk Have i København	Sommerland Sjælland	Givskud Zoo	Den Gamle By	Jesperhus Feriepark
Botanisk Have i København	Vikingskibsmuseet	Odense Zoo	Tivoli Friheden	Nordsøen Oceanarium
Rundetårn	Roskilde Domkirke	Egeskov Slot	Moesgård Museum	Skagens Museum
Louisiana**	Danmark Borgcenter	Kongernes Jelling, Nationalmuseet	Randers Regnskov	KUNSTEN Museum of Modern Art Aalborg
Den Blå Planet, Danmarks Akvarium	Liselund Gl. Slot, Nationalmuseet	Tirpitz Stillingen*****	Væksthusene Botanisk Have Aarhus	Skagen By- og Egnsmuseum
Det Kongelige Christiansborg	Vikingeborgen Trelleborg, Nationalmuseet	H.C. Andersens hus og Barndomshjem	FÆNGSLET*****	Lille Vildmosecentret
Ny Carlsberg Glyptotek	Danmarks Rockmuseum	Museet på Koldinghus	Ree Park Safari	Museumscen-ter Hanstholm
Experimentarium***	Guldborgsund Zoo & Botanisk Have	Fiskeri- og Søfartsmuseet / Saltvandsakvariet	Memphis Mansion	Bunkermuseet

Kilde: VisitDenmarks Attraktionsliste 2017. Baseret på besøgstal fra Danmarks Statistik, Foreningen af Forlystelsesparker i Danmark og individuelle indberetninger.

* Besøgstallet er estimeret.

** Besøgstal dækker betalende gæster.

*** Genåbnet i nye lokaler i januar 2017 efter brand i gamle lokaler.

**** Fastholder besøgstallet fra år til år.

***** Ekstra mange besøgende i 2017. Museet optræder på CNN's liste over årets mest interessante arkitektur.

***** Besøgstallet inkluderer besøgende der har indløst billet.

***** Besøgstallet dækker museum og øvrige aktiviteter.

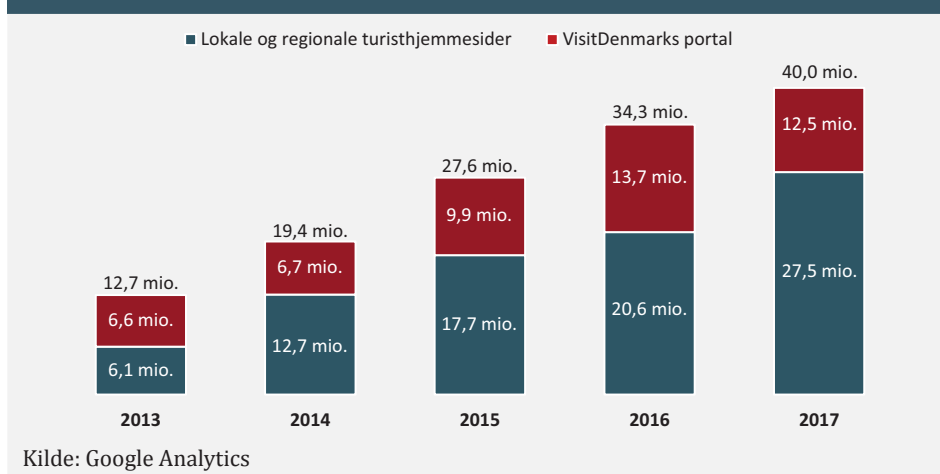
4.6 Besøg på de danske turisthjemmesider

En indikator for turisternes interesse for at holde ferie i Danmark er efterspørgslen efter turistinformation gennem digitale kanaler, som computer, tablet og mobiltelefoner. Adgangen til digital turistinformation spiller en væsentlig og stadig stigende rolle for nutidens og fremtidens turister, som i høj grad selv aktivt skaber og former ferieoplevelsen ved hjælp af onlineinformation. Denne udvikling kan blandt andet ses af stigningen i antallet af besøg på VisitDenmarks hjemmeside. Hjemmesiden findes i 11 landespecifikke versioner, hvoraf særligt den tyske, danske, engelsksprogede/internationale og norske version har mange besøgende.

I alt havde VisitDenmarks og de 81 lokale og regionale hjemmesider 40,0 mio. besøg i 2017 mod 34,3 mio. besøg i 2016. Det er en stigning på 16,6 pct. Væksten er

sket på tværs af hovedparten af VisitDenmarks landespecifikke versioner. Norge og Nederlandene er de markeder, som har oplevet størst fremgang i antallet af hjemmesidebesøg fra 2016 til 2017. Den tyske, britiske og franske version af hjemmesiden har oplevet tilbagegang.

Figur 32 Besøg på VisitDenmarks portal og lokale og regionale turisthjemmesider, 2013-2017



I 2017 foregik de fleste besøg på VisitDenmarks landespecifikke hjemmesider via en mobiltelefon. Besøg via mobiltelefonen er steget med 16 pct. siden 2016, mens besøg via desktop er faldet med 34 pct. Det understreger, at nutidens turister bliver mere digitale i deres adfærd. De søger i stigende grad information gennem brug af mobiltelefoner, hvilket stiller krav om digitale platforme, som er tilpasset dette.

Tabel 11 Besøg på VisitDenmarks portal

	2016 (1.000)	2017 (1.000)	Udvikling 2016-2017
Samlet antal besøg	13.669	12.508	-8 %
Besøg fordelt på devices:			
- tablet	2.142	2.065	-4 %
- mobiltelefon	5.664	6.580	+16 %
- desktop	5.863	3.863	-34 %

Kilde: Google Analytics.

4.7 Informations- og inspirationssøgning

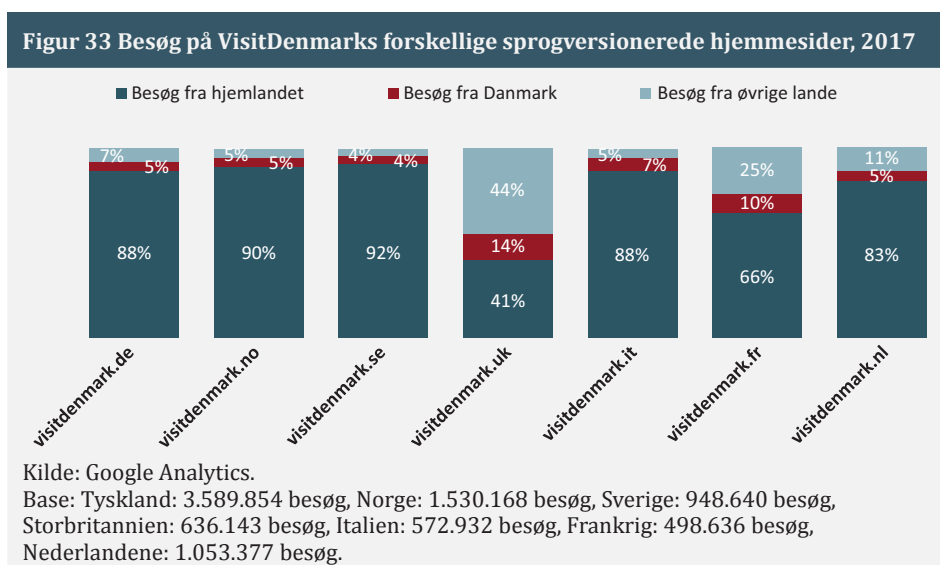
VisitDenmark har en række sprogversionerede hjemmesider, som løbende opdateres og vedligeholdes. Besøg på disse hjemmesider kan anvendes som indikator for turisternes behov for inspiration og information før en eventuel ferie til Danmark og under opholdet i Danmark. Samtidig kan udviklingen i de organiske søgninger²³

²³ En organisk søgning er, når en person indtaster et ord eller en sætning i en søgemaskine, og dernæst vælger at klikke sig videre ind på en af de websider, der vises i listen med søgeresultater.

på VisitDenmarks forskellige sprogversionerede hjemmesider de senere år tages som udtryk for vigtigheden af, at VisitDenmark har opdaterede sprogversionerede hjemmesider.

Figur 33 viser, hvor mange der, når de opholder sig i henholdsvis hjemlandet, Danmark og øvrige lande, har besøgt VisitDenmarks forskellige sprogversionerede hjemmesider i 2017. Som det fremgår af figuren, foregik 88 pct. af i alt knap 3,6 mio. søgninger på VisitDenmarks tysksprogede hjemmeside (visitdenmark.de) i 2017 fra Tyskland, mens 5 pct. foregik fra Danmark. Dette kan tages som udtryk for, at den tyske hjemmeside hovedsageligt benyttes til inspirationsøgning før besøget i Danmark, mens tyskerne kender Danmark godt og ikke har så stort et behov for informationsøgning, når de er ankommet til landet.

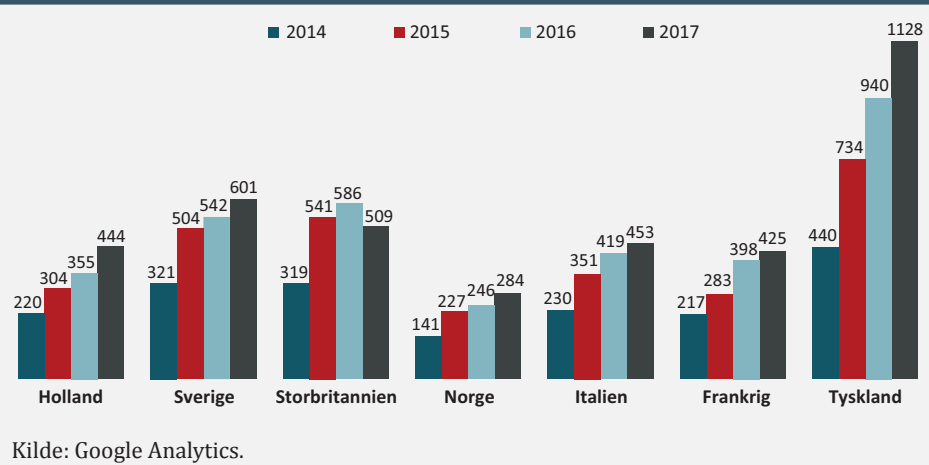
Den britiske version af VisitDenmarks hjemmeside (visitdenmark.uk) benyttes også af ganske mange. Dette kan tages som et udtryk for, at de besøgende fra Storbritannien kender knap så meget til det danske turistprodukt og således har brug for information og inspiration i løbet af opholdet i landet.



Trafikken i organiske søgninger på VisitDenmarks forskellige sprogversionerede hjemmesider har været stigende i perioden 2014 til 2017, hvilket tyder på en stigende interesse for Danmark.

Stigningen i organiske søgninger har fundet sted på samtlige nærmarkeder. Især trafikken på den tyske hjemmeside er steget markant. Antallet af organiske søgninger er her steget med 688.000 i perioden 2014 til 2017, svarende til 156 pct. I tilsvarende periode er antallet af tyske overnatninger i Danmark steget fra 13,0 mio. til 15,2 mio., hvilket svarer til en stigning på 16,7 pct.

Figur 34 Organisk trafik på VisitDenmarks sprogversionerede hjemmesider, 2014-2017 (1.000)





5. Vækstforventninger og kapacitet

5 Vækstforventninger og kapacitet

Opsummering

Vækstforventninger mod 2020

- I Danmark forventes en årlig vækst i antal overnatninger på 2,2 pct. frem til 2020. Det svarer til en stigning i antallet af overnatninger på i alt 3,6 mio. i perioden 2017 til 2020.

Kapacitetsudvikling

- Fra 2008 til 2017 er kapaciteten på hoteller, campingpladser, feriecentre og i feriehuse steget med 13,2 pct. målt i sengepladser. Dette svarer til en gennemsnitlig årlig vækst på 1,4 pct.
- Den årlige kapacitetsvækst på 1,4 pct. i perioden 2008 til 2017 har været lavere end den forventede årlige vækst på 2,2 pct. i antal overnatninger frem mod 2020.
- Kapaciteten af feriehuse til udlejning er blot øget med 273 huse fra 2016 til 2017. På trods af en øget udlejning faldt den estimerede udnyttelse en smule fra 2016 til 2017. Dette skyldes blandt andet de lempeligere udlejningsregler uden for højsæsonen, der trådte i kraft fra andet halvår af 2017.
- Det er især på Vestkysten, at feriehusene i stor stil udlejes og især i sommerperioden. De seneste år er sæsonen i feriehusudlejning dog spredt mere ud over året.
- Stigningen i hotelkapacitet fortsatte i 2017 den stigende trend. Værelsesudnyttelsen lå i 2017 på samme høje niveau som i 2016 (62 pct.). Region Hovedstaden har klart den største hotelkapacitet og -udnyttelse. Københavns Kommune og Billund Kommune har de højeste belægningsprocenter i højsæsonen. Her er kapacitetsudnyttelsen over 90 pct.
- Kapaciteten på landets feriecentre faldt i 2017. Med undtagelse af 2015 har dette været tendensen siden 2011. Også værelsesudnyttelsen faldt fra 38 pct. i 2016 til 37 pct. i 2017. Belægningen dækker over store geografiske forskelle. I Hjørring Kommune og Vesthimmerland Kommune var henholdsvis 81 pct. og 82 pct. af værelserne udlejet i 2017 mod eksempelvis 66 pct. i Jammerbugt Kommune og 67 pct. i Tønder Kommune.
- På campingpladserne steg kapaciteten med 800 campingenheder i 2017 sammenlignet med 2016. Set over en længere periode er udnyttelsen af campingpladserne faldet, mens kapaciteten har været nogenlunde stabil. Varde Kommune er den største campingkommune målt på antal overnatninger. Det er også i Varde kommune, at udnyttelsen af campingpladserne er højest (62 pct. i højsæsonen).

5.1 Vækstforventninger og kapacitet

I dette afsnit præsenteres en vækstprognose med en fremskrivning af udviklingen for dansk turisme frem mod 2020. Vækstprognosen er baseret på forventningerne til den danske og internationale efterspørgsel efter overnatninger i Danmark.

Prognosen baserer sig på en økonometrisk model udarbejdet af Tourism Economics²⁴ og er baseret på den forventede økonomiske udvikling på en række markeder. De økonomiske faktorer, der vurderes at have størst betydning for efterspørgslen, er udvikling i BNP, privatforbrug og valutakurs. Historisk er der en dokumenteret positiv sammenhæng mellem den økonomiske udvikling i et land og outbound-turismen fra landet.²⁵

Der er tale om en prognose for efterspørgslen efter overnatninger. Prognosen tager ikke højde for, om der findes den nødvendige og tilstrækkelige kapacitet på overnatningssteder og attraktioner til at imødekomme en eventuelt stigende efterspørgsel. En afgørende forudsætning for at realisere den positive efterspørgselsprognose er, at Danmark formår at levere såvel attraktive turismeprodukter som tilstrækkelig kapacitet til at matche en stigende efterspørgsel.

I 2017 satte antallet af overnatninger i Danmark endnu en gang rekord. I alt blev registreret 52,4 mio. overnatninger, hvilket er 1,8 pct. flere end i 2016. Navnlig udviklingen i udenlandske overnatninger bidrog til den positive vækst.

En høj vækst på 2,5 pct. i tyske overnatninger bidrog i kraft af markedets størrelse væsentligt til væksten i udenlandske overnatninger på 2,2 pct. i 2017 sammenlignet med 2016. I 2017 blev der i alt foretaget 26,7 mio. udenlandske overnatninger i Danmark. Det er det højeste antal siden 1993. Vækstforventningerne til turismen i Danmark de kommende år vurderes dermed ud fra et højt udgangspunkt.

Med afsæt i Tourism Economics' seneste prognose fra august 2018 forventes de udenlandske overnatninger i Danmark at vokse med omkring 2,2 pct. om året i perioden 2017 til 2020. Dette er noget lavere end den 3,2 pct. gennemsnitlige årlige vækst, der forventes i udenlandske overnatninger i Europa generelt i samme periode. De 3,2 pct. afspejler en forventning om 5,0 pct. årlig vækst i de østeuropæiske lande og 2,9 pct. i vesteuropæiske.

Danskernes overnatninger i Danmark forventes i perioden 2017 til 2020 at stige med 2,2 pct. om året, hvilket er lidt under de 2,3 pct., som indenlandske overnatninger i Europa generelt forventes at stige med.

Samlet set forventes en gennemsnitlig årlig vækst i antallet af danske og udenlandske overnatninger i Danmark på 2,2 pct. fra 2017 til 2020. Dette er en smule lavere end de forventede 2,4 pct. om året fra sidste års prognose. Nedjusteringen i turismeefterspørgslen bunder i en anelse stærkere kronekurs i forhold til udenlandske valutaer sammenlignet med sidste år.

²⁴ En afdeling under forskningsinstituttet Oxford Economics.

²⁵ Den bagvedliggende prognosemodel er opbygget således, at de bilaterale prognoser pr. marked er mere usikre end de generelle markedsforventninger i Europa. Derfor opstilles ikke prognoser for de enkelte markeder. Den samlede prognose for udenlandske overnatninger i Danmark er dog en bottom-up prognose for de enkelte markeder med afsæt i både Tourism Economics, markedsforventninger til Europa og Danmark samt VisitDenmarks specifikke markedsviden.

Tabel 12 Samlet overnatningsprognose for Danmark 2018-2020

	Opdateret prognose						Gns. årlig vækst 2017-2020	Samlet vækst 2017-2020
	2015	2016	2017	2018*	2019*	2020*		
	mio. overnatninger						pct.	
Danske	24,4	25,4	25,7	26,3	26,8	27,4	2,2 %	6,6 %
Udenlandske	24,7	26,1	26,7	27,3	27,9	28,6	2,3 %	7,1 %
I alt	49,1	51,5	52,4	53,5	54,7	56,0	2,2 %	6,9 %

Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og VisitDenmark.

VisitDenmarks prognose med udgangspunkt i Tourism Economics' prognose af 21. august 2018.

* Forventede overnatninger.

5.1.1 Vækst kræver kapacitet

En indfrielse af vækstprognoserne kræver kapacitet og plads til de mange turister. I dette afsnit opgøres kapaciteten på de største danske overnatningsformer: feriehuse, hoteller, feriecentre og camping. I alt 96 pct. af de registrerede overnatninger i Danmark i 2017 fandt sted inden for en af disse overnatningsformer. Resten fandt sted på vandrerhjem og i lystbådehavne.

Figur 35 viser udviklingen i den maksimale kapacitet på hoteller, feriecentre og campingpladser målt i antal sengepladser. I 2008 var maxkapaciteten målt i sengepladser 202.400. I 2017 var den på 225.000. Den samlede kapacitet i hoteller, feriecentre og campingpladser er således steget med godt 22.500 sengepladser, svarende til en vækst på 11,2 pct. fra 2008 til 2017 eller 1,2 pct. årligt i perioden.

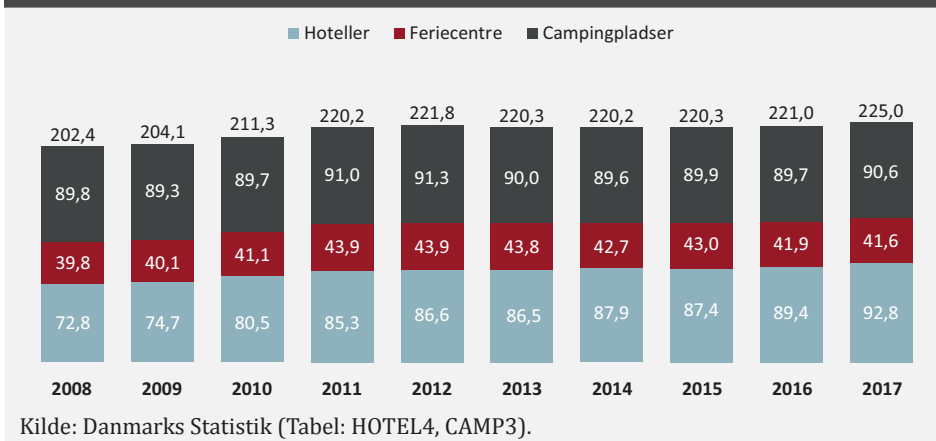
Hotellerne har haft den største kapacitetsforøgelse med en vækst på 20.000 sengepladser fra 2008 til 2017. Der er kommet 1.800 flere sengepladser inden for feriecenterkategorien, mens kapaciteten inden for camping er øget med 800.

Ifølge feriehusstatistikken²⁶ og oplysninger fra Feriehusudlejernes Brancheforening har der fra 2008 til 2017 været en stigning på ca. 5.200 feriehuse til udlejning. Det svarer til omkring 36.400 flere disponible sengepladser. Samlet er der således kommet godt 59.000 flere sengepladser til siden 2008, hvilket svarer til en årlig gennemsnitlig feriehuskapacitetsvækst på 1,5 pct. i perioden 2008 til 2017. Sammenholdt med øvrige overnatningsformer i figur 35 fås samlet vækst i sengekapaciteten på 1,4 pct. årligt fra 2008 til 2017.

Når man sammenholder de 1,4 pct. med den forventede årlige vækst i efterspørgslen efter kapacitet (overnatninger) i Danmark på 2,2 pct., fremgår det, at der vil være behov for at øge kapacitetsvæksten og/eller kapacitetsudnyttelsen, hvis Danmark skal imødekomme vækstforventningerne. Fra 2016 til 2017 steg den estimerede samlede sengekapacitet kun 1,2 pct. Udviklingen er især trukket af en 0,7 pct. stigning i feriehuse, der udbydes til udlejning. Samtidig gik sengekapaciteten på hoteller 3,8 pct. frem.

²⁶ Danmarks Statistiks tabel FERIEHS (nedslag i maj). Statistikken går kun tilbage til 2012.

Figur 35 Kapacitetsudviklingen i sengepladser på hoteller, feriecentre og campingenheder, antal sengepladser (1.000)



5.2 Kapacitetsudnyttelse

5.2.1 Feriehuse

Kun knap 19 pct. af de danske feriehuse udlejes gennem et bureau.²⁷ Jf. tabel 13 var der i 2017 i alt 40.301 feriehuse til rådighed for udlejning, hvilket resulterede i knap 1.411.000 potentielle udlejningsuger.²⁸ I 2017 blev der i alt udlejet feriehuse i 649.000 husuger. Det er det hidtil højeste niveau, der er målt. I gennemsnit svarer det til, at hvert feriehus var udlejet i 16,1 uger.

Selvom der alene er sket en forholdsvist beskedent stigning i udlejningskapaciteten målt som antal huse, er der med udvidelsen af sommerperioden givet mulighed for bedre udnyttelse af den eksisterende kapacitet i form af antal huse. Konkret er sommerperioden, hvor sommerhuse beliggende i sommerhusområder må anvendes ubegrænset, med planloven fra juni 2017 udvidet fra 26 til 34 uger. Dermed kan sådanne sommerhuse potentielt anvendes til udlejning i 43 uger om året (mod tidligere 39 uger).²⁹ Med udvidelsen af sommerperioden steg de potentielle udlejningsuger således mere end de faktisk udlejede uger.

²⁷ Jf. Danmarks Statistik og oplysninger fra BBR. Langt størstedelen af feriehusovernatningerne foregår i eget eller lånt feriehus, og disse overnatninger fremgår ikke af statistikkerne.

²⁸ Uger til disposition: Ifølge planloven og domspraksis må hvert feriehus beliggende i et sommerhusområde benyttes 33-39 uger om året. I nærværende oversigt er det forudsat, at et feriehus lovligt kan benyttes til udlejning 33 uger om året fra 2012 til 2016 og 35 uger i 2017. Pr. 1. juli 2017 lempedes 39-ugers reglen, således at man nu må udleje sit feriehus fire uger mere uden for højsæsonen. Dette har udvidet kapaciteten. Antagelser bag beregningerne er valideret af Feriehusudlejernes Brancheorganisation.

²⁹ 34 uger marts-oktober og 9 uger november-februar mod 26 uger april-september og 13 uger oktober-marts førhen.

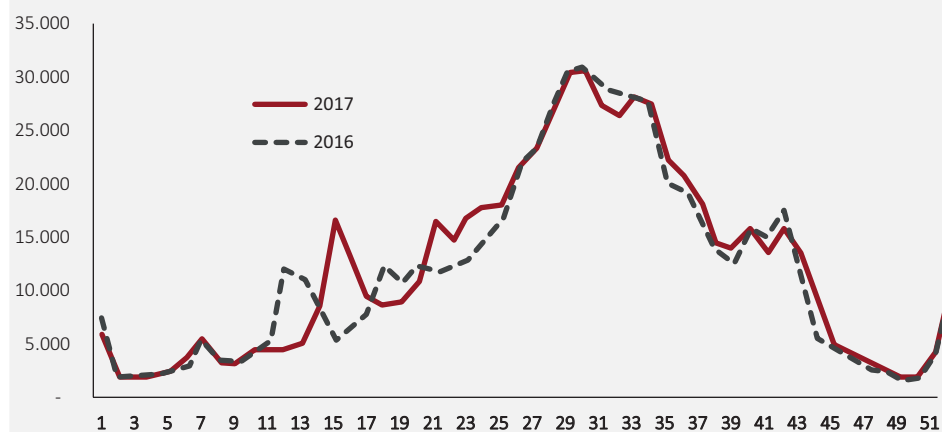
Tabel 13 Kapacitetsudviklingen i potentielle udlejningsuger i feriehusene

Kapacitet og udlejede husuger i feriehusene	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Udlejningskapacitet, huse	36.472	37.079	37.940	38.000	40.028	40.301
Estimat på antal senge	255.304	259.553	265.580	266.000	280.196	282.107
Uger til disposition	31-39	31-39	31-39	31-39	31-39	33-41
Potentielle udlejningsuger	1.203.576	1.223.607	1.252.020	1.254.000	1.320.924	1.410.535
Udlejede husuger	521.299	510.708	548.877	589.832	625.092	649.264
Estimeret udlejningspct.	43,3 %	41,7 %	43,8 %	47,0 %	47,3 %	46,0 %

Kilde: Danmarks Statistik.

Der er store geografiske forskelle på, hvor stor en andel af sommerhusene, der stilles rådighed for udlejning og dermed udlejningspotentialt. Procentvis stilles flest sommerhuse til rådighed i Vest- og Sydjylland samt på Bornholm, mens under 10 pct. af husene er tilgængelige for udlejning på Sjælland og Fyn.³⁰ Husenes stand, kystnærhed og rummelighed spiller selvfølgelig ind på potentialt, ligesom ejernes brug og villighed til at udleje.

Inden for feriehusetourismen er højsæsonen for udlejning juli og august. Sæsonmønstret kan ændre sig fra år til år. Det afhænger blandt andet af tyskernes feriekalender. I 2017 var der flest udlejede feriehusuger i uge 29 og uge 30 med omkring 30.500 udlejede feriehusuger. Det vurderes, at kapaciteten her var tæt på fuldt udnyttet i de mest populære feriehusområder i landet, for eksempel i Blåvand og Hvide Sande.³¹

Figur 36 Antal udlejede husuger i feriehusene, 2016 og 2017

Kilde: Danmarks Statistik (FERIEH4).

Som det fremgår af figur 37, er det især langs Vestkysten, at den kommercielle udlejning af feriehus dominerer. Det er netop udlejningen i Vestkystens populære ferieområder, som nærmer sig maxkapaciteten i sommermånederne. I 2017 blev der i de mest populære uger, 27 til 35, udlejet 243.000 husuger, hvilket er 1,1 pct.

30 Jf. Danmarks Statistiks feriehusstatistik og sommerhusundersøgelse 2014.

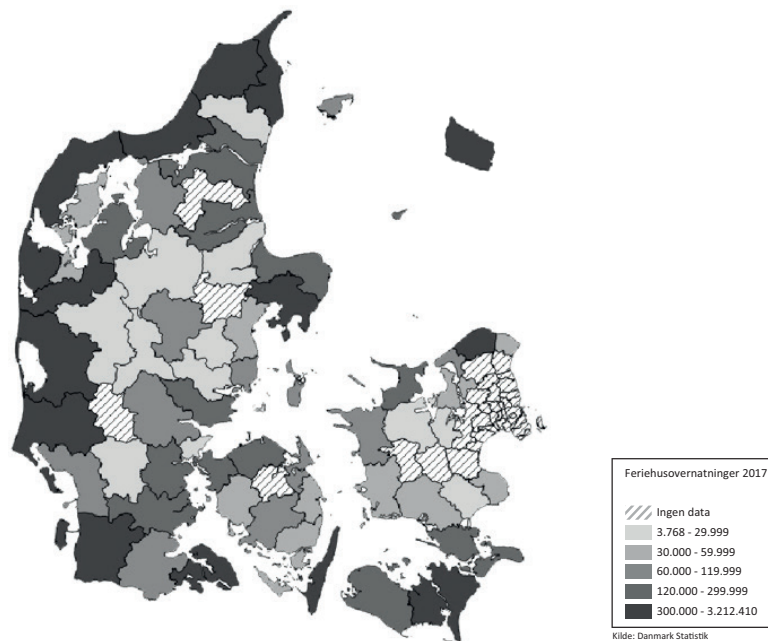
31 Det er svært præcist at opgøre, hvor mange feriehus og udlejningsuger der reelt er til rådighed i en given måned, da det blandt andet afhænger af tidspunkt på året, graden af privat brug samt lovgivningen, herunder planloven og feriehusloven, private deklARATIONER mv.

færre end i 2016. På trods af faldet har man resten af året, det vil sige uden for højsæsonen, formået at hæve udlejningen 7,1 pct. i forhold til 2016.

Hermed er sæsonen for feriehusudlejning spredt mere ud over året, hvilket i øvrigt følger en tendens de seneste år. Udviklingen skal blandt andet ses i lyset af de førnævnte lempeligere udlejningsregler, men også en generelt stigende efterspørgsel efter feriehusene uden for højsæsonen.

Foruden udvidelsen af sommerperioden fra 26 uger til 34 uger er det med *aftale om bedre vilkår for vækst og korrekt skattebetaling i dele- og platformøkonomien* fra maj 2018 aftalt at hæve bundfradraget for sommerhusudlejning gennem bureau fra 21.400 kr. til 40.000 kr. Dette skulle gerne gøre det mere attraktivt for sommerhusejere at udleje sit hus og herved øge kapaciteten til gavn for turismen. Det er dog for tidligt at vurdere effekten af denne forøgelse af bundfradraget for sommerhusudlejning.

Figur 37 Samlet antal feriehusovernatninger i kommunerne, 2017

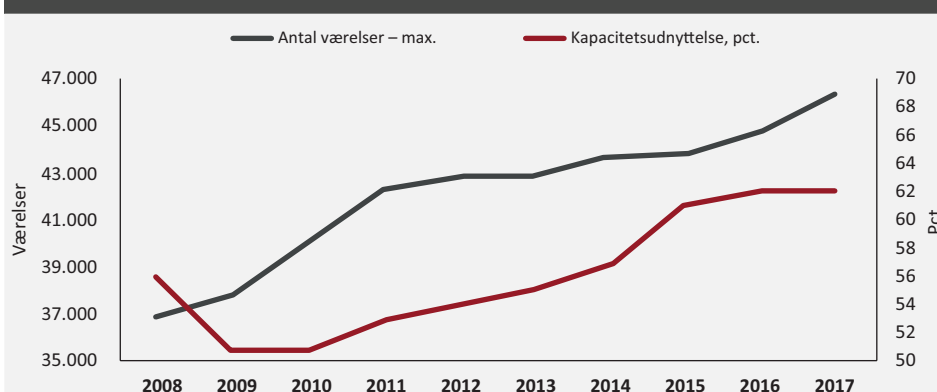


5.2.2 Hoteller

I både 2016 og 2017 havde hotellerne en gennemsnitlig kapacitetsudnyttelse af værelser på 62 pct. på landsplan.³² Udnyttelsen er steget hvert år siden 2010 og er aldrig målt højere end i 2016 og 2017. Samtidig er udbuddet øget. Fra 2008 til 2017 er den maksimale kapacitet for hotellerne steget med knap 9.400 værelser, svarende til 20.000 sengepladser. Som det fremgår af figur 38, er efterspørgslen i perioden steget mere end udbuddet.

³² Hotellernes nettokapacitetsudnyttelse er beregnet som antal belagte senge/værelser i forhold til senge-/værelseskapaciteten gange antal åbningsdage i perioden.

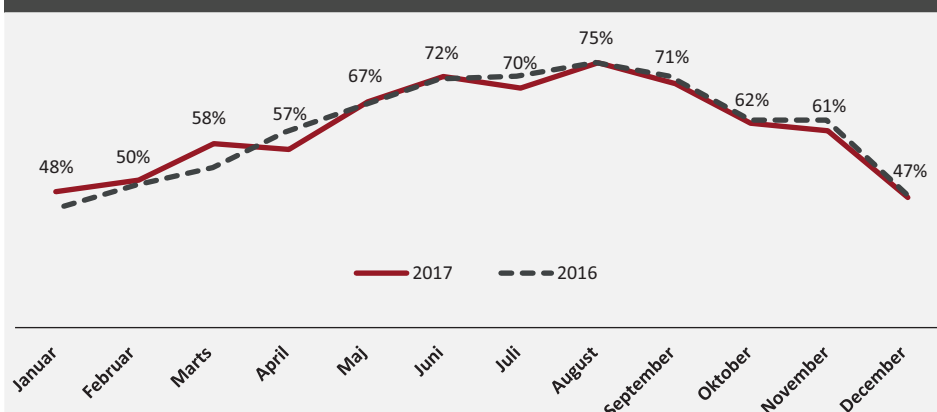
Figur 38 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på hoteller, 2008-2017



Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL6).

I juni til september 2017 lå den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse af hotelværelser i Danmark på mellem 70 pct. og 75 pct. Region Hovedstaden var i 2017 med til at trække den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse op med en udnyttelse i juni til september på mellem 80 pct. og 86 pct. Navnlig Region Sjælland og Region Midtjylland var med til at trække gennemsnittet ned med kapacitetsudnyttelser i perioden juni til september 2017 på 58 pct. til 67 pct. i Region Sjælland og 56 pct. til 66 pct. i Region Midtjylland.

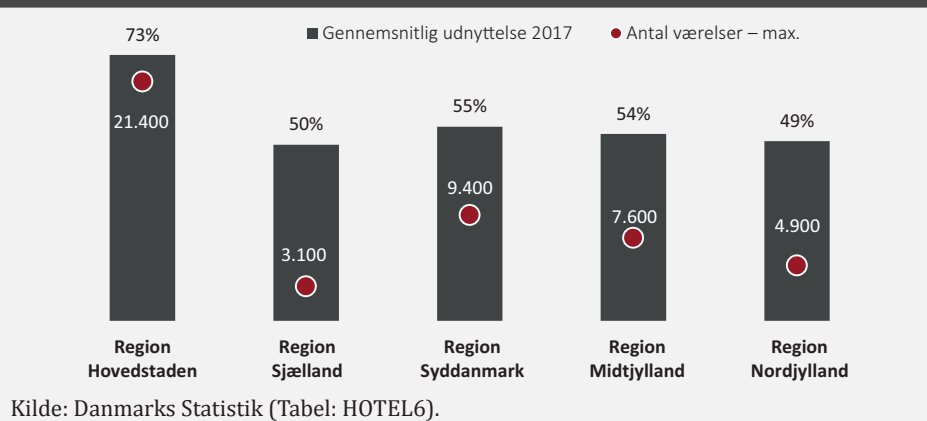
Figur 39 Kapacitetsudnyttelse for hoteller målt i værelser, 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: HOTEL5).

Region Hovedstadens hoteller er kendetegnet ved både flest hotelværelser og højest udnyttelsesprocent i 2017. I de øvrige regioner ses en tilsvarende sammenhæng mellem størrelsen af udnyttelsesprocenten og kapaciteten målt som det maksimale antal værelser til rådighed.

Figur 40 Gennemsnitlig udnyttelse og max. antal værelser på regionernes hoteller, 2017



På hotellerne varierer værelsesudnyttelsen fra kommune til kommune og afhænger af sæsonen. I tabel 14 ses kapacitetsudnyttelsen i højsæsonen med den måned med højeste udnyttelse for de ti danske kommuner med flest hotelovernatninger i 2017. Det fremgår, at København og Billund kommune havde de højeste belægningsprocenter i 2017 på henholdsvis 92 pct. og 91 pct. Det er tæt på fuld udnyttelse. I København vil der ske en omfattende udvidelse af hotelkapaciteten i de kommende år.

Vejle Kommune og Aalborg Kommune havde de laveste udnyttelsesprocenter blandt de ti største hotelkommuner. Her var henholdsvis 61 pct. og 63 pct. af hotelværelserne udlejet i højsæsonen 2017.

Tabel 14 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæson³³ på hoteller for top 10 hotelkommuner målt på antal overnatninger, 2017

Nr.	Kommune	Overnatninger 2017	Udnyttelse, højsæson	Virksomheder
1	København	6.386.000	92 %	76
2	Aarhus	921.000	77 %	23
3	Aalborg	522.000	63 %	19
4	Frederikshavn	407.000	84 %	17
5	Odense	394.000	73 %	16
6	Billund	370.000	91 %	9
7	Tårnby	357.000	87 %	5
8	Vejle	339.000	61 %	12
9	Bornholm	284.000	81 %	29
10	Kolding	271.000	67 %	9

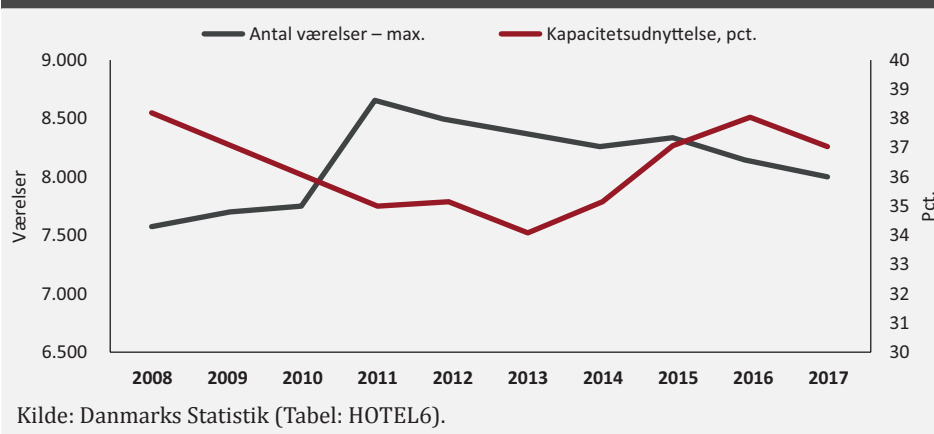
Kilde: Danmarks Statistik.

³³ Måneden med højest belægning.

5.2.3 Feriecentre

På de danske feriecentre var kapacitetsudnyttelsen i 2017 på 37 pct. målt i værelser. Udnyttelsen er faldet sammenlignet med 2016, hvor den lå på 38 pct.

Figur 41 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på feriecentre, 2008-2017

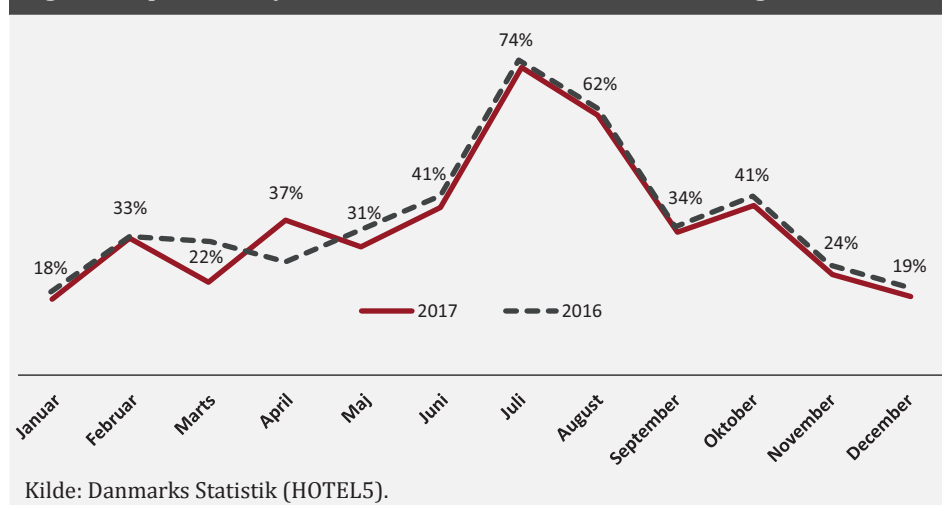


Maxkapaciteten for feriecentrene er i perioden 2008 til 2017 steget med 418 værelser, svarende til 1.900 sengepladser. Kapaciteten er siden 2011 faldet med undtagelse af i 2015. Til gengæld har de tilbageværende feriecentre i gennemsnit haft en højere belægning – særligt i perioden 2015 til 2017.

Kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene er højest i sommermånederne. I 2017 var den højeste udnyttelse på 74 pct. i juli. Kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene er noget mere sæsonpræget end på landets hoteller. Udnyttelsen var i juli 2017 højest i Region Syddanmark (80 pct.) og lavest i Region Sjælland (65 pct.).

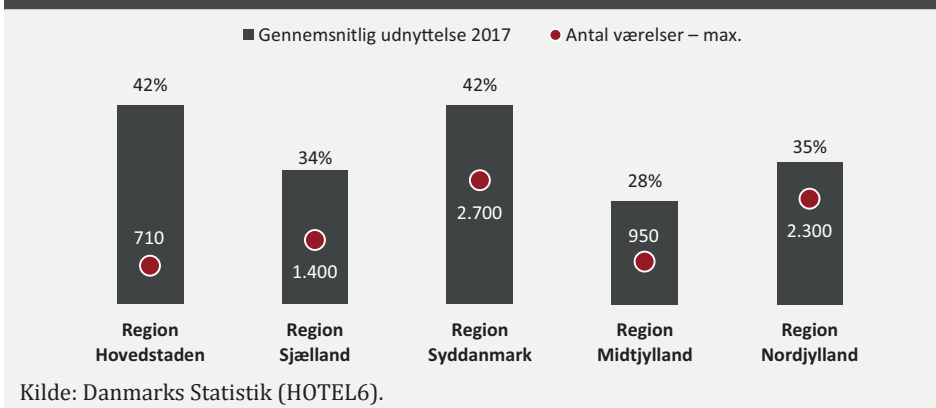
Sammenlignet med 2016 ses generelt en lidt lavere månedlig udnyttelse af feriecentrene. Undtagelsen er april, hvor udnyttelsen var højere i 2017 end 2016. Forklaringen kan være, at påsken i 2017 faldt i april, mens den i 2016 lå i marts.

Figur 42 Kapacitetsudnyttelse for feriecentre målt i værelser, 2016 og 2017



Som det fremgår af figur 43, havde Region Syddanmark i 2017 den største kapacitet målt i værelser. Set over hele året var udnyttelsen i gennemsnit højest i Region Syddanmark og Region Hovedstaden.

Figur 43 Gennemsnitlig udnyttelse og maks. antal værelser på regionernes feriecentre, 2017



Billund, Lolland og Hjørring er landets største kommuner målt på feriecenterovernatninger. Af diskretionshensyn er antallet af overnatninger og udnyttelsen for Billund Kommune og Lolland Kommune dog ikke vist. Vesthimmerlands Kommune og Hjørring Kommune har høj værelsesudnyttelse i højsæsonen med henholdsvis 82 pct. og 81 pct. i juli 2017.

På top 10 har kommunerne Tønder og Jammerbugt de laveste udnyttelsesprocenter. Her var henholdsvis 67 pct. og 66 pct. af værelserne i feriecentrene udlejet i højsæsonen 2017.

Tabel 15 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæson³⁴ på feriecentre for top 10 kommuner, 2017

Nr.	Kommune	Overnatninger 2017	Udnyttelse, højsæson	Virksomheder
1	Billund			1
2	Lolland			2
3	Hjørring	357.000	81 %	5
4	Varde	246.000	75 %	3
5	Vesthimmerlands	238.000	82 %	3
6	Tønder	211.000	67 %	6
7	Jammerbugt	192.000	66 %	5
8	Bornholm	117.000	75 %	7
9	Silkeborg			1
10	Sønderborg			1

Kilde: Danmarks Statistik.

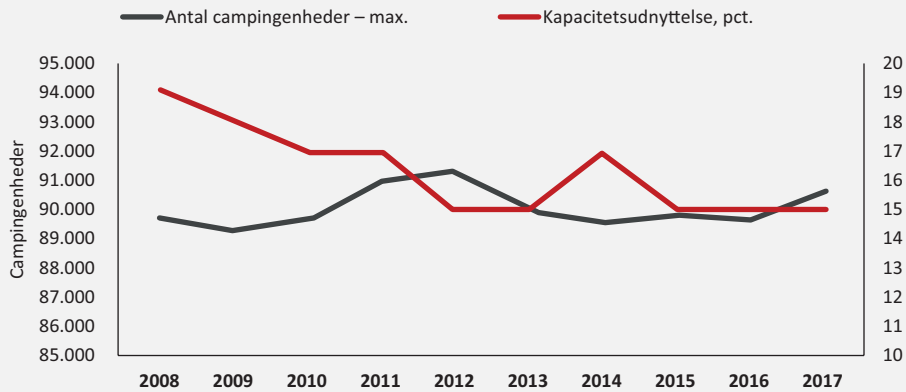
Anm.: På grund af virksomhedsfølsomme data kan nr. 1, 2, 9 og 10 på listen ikke vises.

³⁴ Måneden med højest belægning.

5.2.4 Campingpladser

I perioden 2008 til 2017 har campingpladserne haft en mindre stigning i antal sengepladser på 800. Kapacitetsudnyttelsen har været faldende fra 19 pct. i 2008 til 15 pct. i 2015, 2016 og 2017.^{35 36}

Figur 44 Udvikling i kapacitet og -udnyttelse på campingenheder, 2008-2017



Kilde: Danmarks Statistik (CAMP3).

I campingpladsernes højsæson (juli) var kapacitetsudnyttelsen i 2017 kun på 42 pct. Kapacitetsudnyttelsen i juli 2016 var højest i Region Syddanmark (46 pct.) og lavest i Region Sjælland (37 pct.).

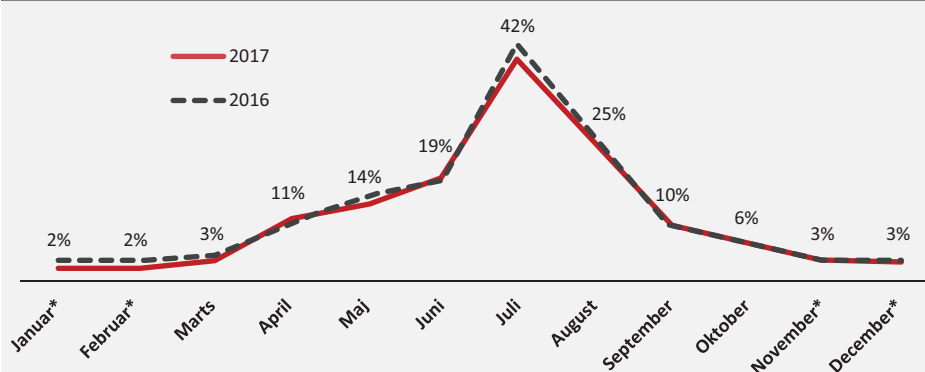
Campingpladsernes kapacitetsudnyttelse i 2017 lå på niveau med i 2016. Kapacitetsudnyttelsen inden for campingområdet er fortsat lav sammenlignet med fx hoteller, og der er således plads til flere gæster.

Kun omkring en tredjedel af Danmarks campingpladser har åbent hele året. De fleste holder lukket om vinteren, hvilket begrænser kapaciteten og belægningsen i vinterhalvåret.

³⁵ Kapacitetsudnyttelsen beregnes som antal udlejede pladser i forhold til kapaciteten gange antal åbningsdage i perioden. Fastliggende tæller med i overnatningsstatistikken.

³⁶ En campingenhed svarer til en kapacitet på tre personer.

Figur 45 Kapacitetsudnyttelse for campingpladser, 2016 og 2017

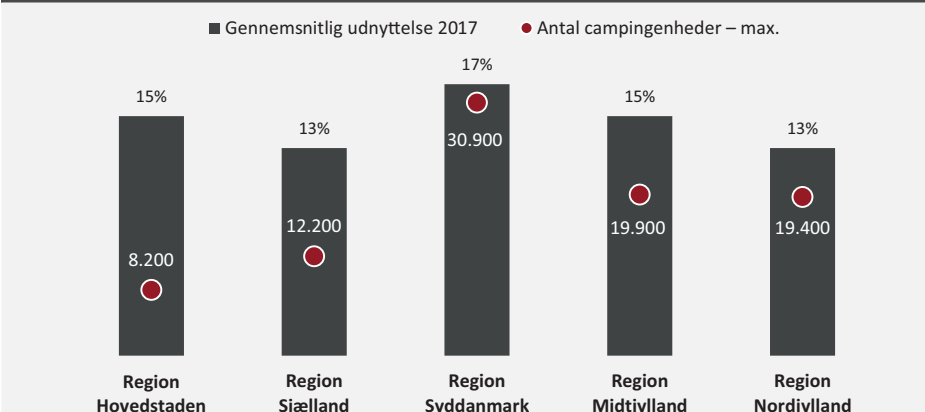


Kilde: Danmarks Statistik (CAMP2).

Anm.: Ifølge Campingreglementet er det for nogle campingpladser ikke tilladt at udleje mere end 50 pct. af den maksimale kapacitet i de fire vintermåneder. Det tager Danmarks Statistiks opgørelse ikke højde for. Kapacitetsudnyttelsen kan derfor reelt være lidt højere i de fire vintermåneder, end den er afbilledet i figuren.

Region Syddanmark tegner sig for højeste udnyttelse på 17 pct. set over hele året. Samtidig er regionen størst målt på antal campingenheder.

Figur 46 Gennemsnitlig udnyttelse og max. antal enheder på regionernes campingpladser, 2017



Kilde: Danmarks Statistik (CAMP3).

Anm.: Ifølge Campingreglementet er det for nogle campingpladser ikke tilladt at udleje mere end 50 pct. af den maksimale kapacitet i de fire vintermåneder. Det tager Danmarks Statistiks opgørelse ikke højde for. Det kan derfor påvirke beregningen af den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse.

Varde Kommune havde i 2017 flest campingovernatninger og højest belægning i højsæsonen (juli). I alt 62 pct. af campingpladserenhederne i Varde Kommune var udlejet i højsæsonen 2017.

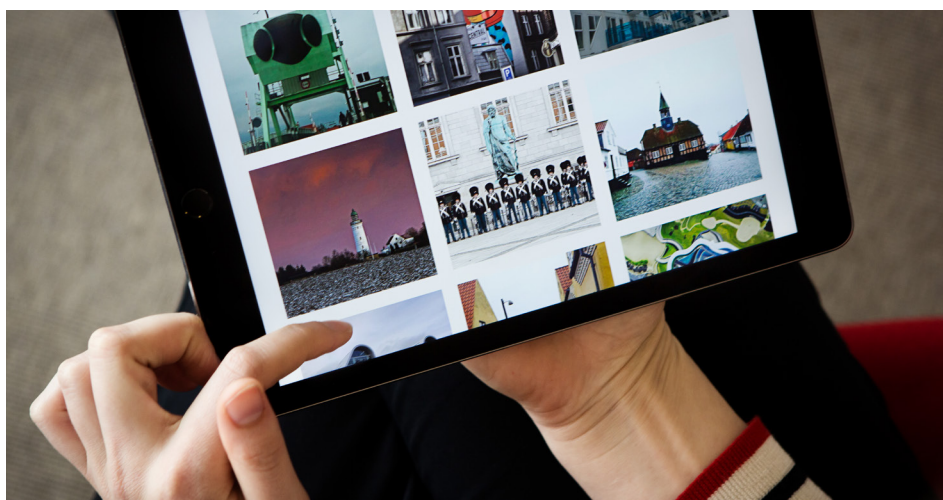
Kommunerne Vejle og Frederikshavn kommer på de følgende pladser som vigtige campingkommuner med relative høje udnyttelsesprocenter (henholdsvis 55 pct. og 50 pct.) i højsæsonen 2017. Campingpladsernes enheder i Tønder, Hjørring og Sønderborg kommuner er ikke i lige så høj grad belagt i juli måned. Udnyttelsen for disse kommuner ligger mellem 31 pct. og 35 pct.

Tabel 16 Kapacitetsudnyttelse af campingenheder i højsæson³⁷ for top 10 kommuner, 2017

Nr.	Kommune	Overnatninger 2017	Udnyttelse, højsæson	Virksomheder
1	Varde	707.000	62 %	12
2	Frederikshavn	474.000	50 %	10
3	Jammerbugt	460.000	38 %	16
4	Ringkøbing-Skjern	370.000	44 %	12
5	Haderslev	365.000	45 %	8
6	Tønder	300.000	31 %	11
7	Sønderborg	298.000	34 %	17
8	Aabenraa	290.000	46 %	6
9	Vejle	273.000	55 %	9
10	Hjørring	263.000	35 %	13

Kilde: Danmarks Statistik

³⁷ Måneden med højest belægning.



6. Kendskab til Danmark som feriedestination

6 Kendskab til Danmark som feriedestination

At Danmark er kendt i udlandet, er en forudsætning for at kunne tiltrække internationale turister og forbedre landets markedsposition. Dette kapitel beskriver kendskabet til Danmark som feriedestination med fokus på de største og vigtigste udenlandske markeder for dansk turisme: Sverige, Norge, Tyskland, Storbritannien og Nederlandene, jf. også afsnit 4.2.6.

Til sidst i kapitlet vises rejseintentionen til nordeuropæiske feriedestinationer i den danske befolkning og på de fem udenlandske hovedmarkeder.

Opsummering

Kendskab til Danmark

- Kendskabet til Danmark som feriedestination er størst i områder tæt på Danmark og falder med stigende rejseafstand.
- 64 pct. af den norske befolkning og 63 pct. af den svenske har et godt kendskab til Danmark som feriedestination. I den tyske befolkning er andelen 43 pct., mens kendskabet er 30 pct. i den britiske og 12 pct. i den nederlandske befolkning.
- I den britiske befolkning er der sket en signifikant stigning i kendskabet til Danmark som feriedestination fra 2017 til 2018. Der er ikke signifikant udvikling i kendskabet til Danmark på de øvrige markeder.

Kendskab til større byer i Danmark

- Kendskabet til København er på niveau med kendskabet til Danmark i den tyske, britiske og nederlandske befolkning.
- Blandt nordmænd og svenskere er kendskabet til København lidt højere end kendskabet til Danmark.
- På samtlige fem hovedmarkeder ligger kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense lavere end kendskabet til København og Danmark.

Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

- Blandt nordmænd og svenskere er Danmark den mest kendte nordeuropæiske feriedestination.
- I den tyske befolkning er Danmark den mest kendte i Norden.
- Blandt briter og nederlændere er Danmark, Norge og Sverige stort set lige kendte.

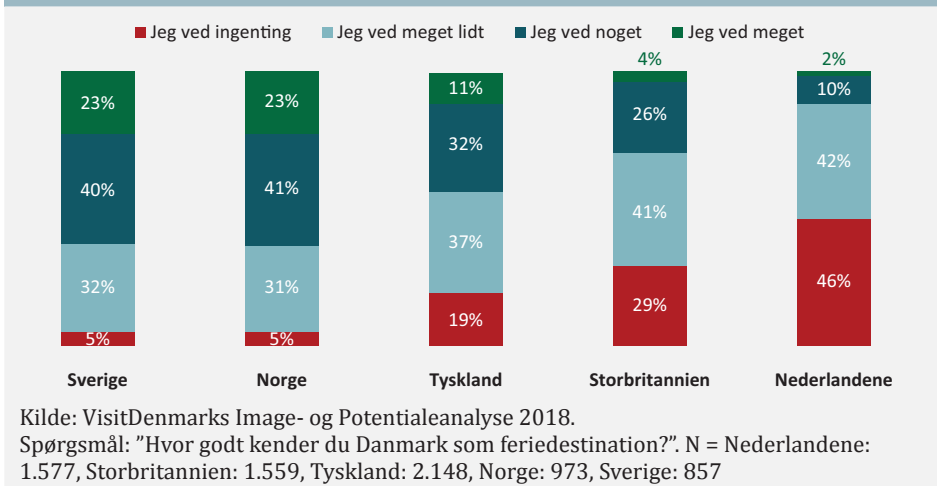
Rejseintention til nordeuropæiske feriedestinationer

- Næst efter eget hjemland er Danmark den mest populære feriedestination i Nordeuropa i den svenske og tyske befolkning.
- Nordmændenes rejseintention til Danmark er fortsat høj, men lidt lavere end i 2016 og 2017. En forklaring kan være den svage norske krone.
- Tyskernes rejseintention til Danmark er fortsat høj og ligger over niveauet i perioden 2012 til 2016. Danmark er fortsat det land i Norden, som tiltrækker flest tyskere.
- Blandt briter og nederlændere er intentionen om at besøge Danmark på niveau med intentionen om at besøge Norge og Sverige.

6.1 Kendskab til Danmark

Kendskabet til Danmark som feriedestination er størst i Norge og Sverige, hvor henholdsvis 64 pct. og 63 pct. kender noget eller meget til Danmark som feriedestination, jf. figur 47. I alt 43 pct. af den tyske befolkning kender noget eller meget til Danmark, mens kendskabet er mindre i Storbritannien (30 pct.) og Nederlandene (12 pct.). Resultaterne dækker over store regionale forskelle. I Nordvesttyskland, Syd- og Vestsverige og Sydnorge er der væsentligt flere, der kender Danmark, end i Syd- og Nordtyskland og det nordlige Sverige og Norge.³⁸

Figur 47 Kendskab til Danmark som feriedestination på de fem hovedmarkeder, 2018



Set over perioden fra 2012 til 2018 har der været en stigning i kendskabet til Danmark som feriedestination i Tyskland, Storbritannien og Nederlandene. Antallet af tyske, britiske og nederlandske overnatninger er steget i perioden 2012 til 2017.

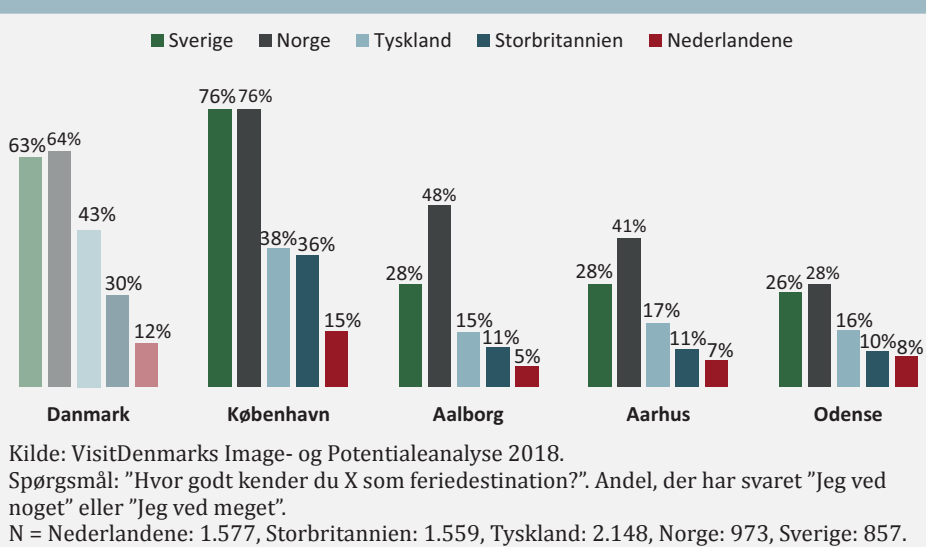
6.1.1 Kendskab til de fire store byer i Danmark

Figur 48 viser andelen af befolkningerne på de fem hovedmarkeder, som kender noget eller meget til de fire største danske byer. Kendskabet til de fire byer er højest i Norge og Sverige og lavere i de øvrige tre lande. Nordmænd og svenskere kender lidt mere til København som feriedestination end Danmark generelt. Blandt befolkningerne i de øvrige lande er kendskabet til København og Danmark stort set lige udbredt. Kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense er lavere end til København og Danmark samlet set. Resultaterne har ligget nogenlunde stabilt siden 2010.³⁹

³⁸ Kendskabsmålingerne gennemføres som nationalt repræsentative undersøgelser. Det er muligt efterfølgende at bryde resultaterne yderligere ned på for eksempel demografi og målgrupper med forbehold for stikprøvestørrelser.

³⁹ Det bemærkes, at det kræver et massivt markedsføringspres at øge det generelle landsrepræsentative kendskab.

Figur 48 Kendskab til de fire store byer på de fem hovedmarkeder, 2018

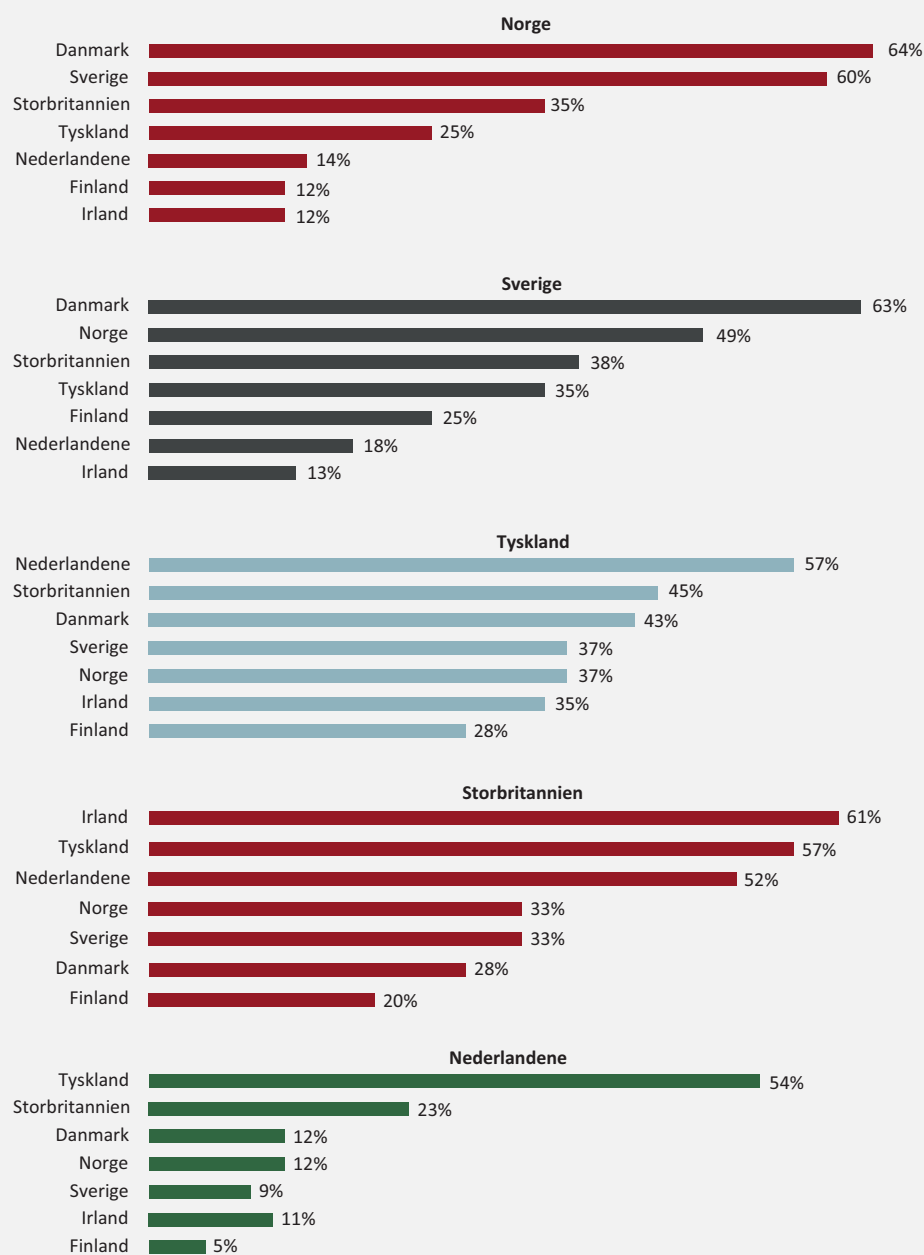


6.1.2 Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

Som det fremgår af figur 49, er kendskabet til Danmark udbredt i Skandinavien. Kendskabet falder med stigende afstand til Danmark. Figuren viser, hvor stor en andel af befolkningerne på de fem markeder, som samlet set ved noget eller meget om de nordeuropæiske feriedestinationer i Danmarks konkurrentfelt.

Danmark er den mest kendte nordeuropæiske feriedestination blandt nordmænd (64 pct.) og svenskere (63 pct.). Blandt tyskerne er Nederlandene (57 pct.) mest kendt, mens Danmark (43 pct.) er mest kendt i Norden. Briternes kendskab til Danmark (28 pct.) er mindre end briternes kendskab til Norge (33 pct.) og Sverige (33 pct.). Blandt nederlænderne er Tyskland (54 pct.) mest kendt.

Figur 49 De fem hovedmarkeders kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer, 2018



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2018.
 Spørgsmål: "Hvor godt kender du X som feriedestination?". Andel, der har svaret "Jeg ved noget" eller "Jeg ved meget". N = Nederlandene: 1.577, Storbritannien: 1.559, Tyskland: 2.148, Norge: 973, Sverige: 857.

6.2 Rejseintention til nordeuropæiske feriedestinationer

Figur 50 viser, hvor stor en andel af befolkningerne på de fem hovedmarkeder, som forventer at besøge Danmark på en ferie i de kommende 12 måneder. En ferie er defineret som en ferierejse med minimum en overnatning og inkluderer såvel betalt som privat indkvartering.

Andelen, der forventer at tage på ferie i Danmark inden for de kommende 12 måneder, er størst i den svenske og norske befolkning. Rejseintentionen er på niveau med i 2017 med undtagelse af i Tyskland. I Tyskland forventer fortsat mange, men dog lidt færre end i 2016, at tage på ferie i Danmark.

I Storbritannien og Nederlandene forventer henholdsvis 3 pct. og 2 pct. at tage på ferie til Danmark. Dette er et betydeligt antal landenes befolkningstal⁴⁰ taget i betragtning.

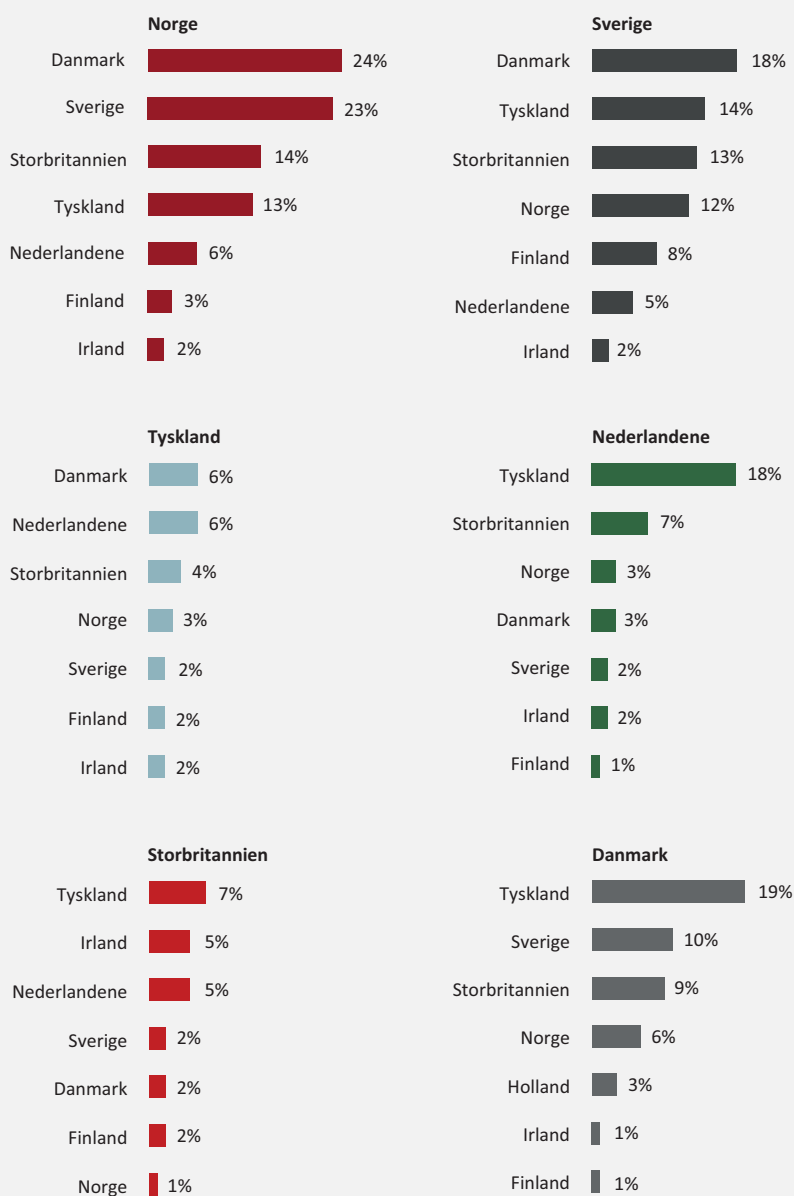
Til sammenligning er intentionen om at besøge eget hjemland udbredt. Flest tyskere (38 pct.), nordmænd (37 pct.) og briter (35 pct.) forventer at tage på en ferie i eget land, mens andelen er 29 pct. blandt svenskere og 24 pct. blandt nederlændere.⁴¹ Blandt danskerne forventer 30 pct. at holde ferie i Danmark. Der er en tendens til, at mange danskere beslutter sig relativt kort tid før ferien. Således var hele 57 pct. af danskerne på ferie i Danmark i 2017, selvom kun 32 pct. i starten af 2017 sagde, at det var intentionen.

Ligesom kendskabet dækker resultaterne for rejseintentionen over store geografiske forskelle. Eksempelvis er intentionen om at tage på ferie til Danmark i regioner tæt på (fx Nordvesttyskland, Syd- og Vestsverige og Sydnorge) væsentlig højere end i Syd-tyskland og det nordlige Sverige og Norge.

40 Befolkningstal 2017: Norge 5,3 mio., Sverige 10,0 mio., Tyskland 83,0 mio., Storbritannien 66,1 mio., Nederlandene 17,1 mio.

41 Kilde: VisitDenmarks Image- og potentialeanalyse 2018.

Figur 50 Rejseintention til nordeuropæiske feriedestinationer i de kommende 12 måneder vist pr. marked, 2018



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2018.

Spørgsmål: "Hvilke(n) af følgende destination(er) forventer du at besøge på en ferie i de kommende 12 måneder? N = Nederlandene: 1.577, Storbritannien: 1.559, Tyskland: 2.148, Norge: 973, Sverige: 857.



7. Tilfredshed med Danmark som rejsemål

7 Tilfredshed med Danmark som rejsemål

Turisternes oplevelse af Danmark som rejsemål er et centralt konkurrenceparameter. Høj tilfredshed sandsynliggør, at turisterne kommer igen og anbefaler venner og bekendte at besøge Danmark. Dette kapitel belyser de danske styrker og udfordringer ved turismeprodukterne ved at se på turisternes vurdering af og tilfredshed med Danmark som rejsemål.

Kapitlet indledes med et indblik i danske og udenlandske ferie- og forretningsturisters tilfredshed med Danmark som rejsemål. Herefter følger en status for to danske forskningsprojekter, der har fokus på at måle visionen for dansk turisme. Efterfølgende præsenteres resultater for udenlandske turisters tilfredshed med ferieoplevelsen i Danmark sammenholdt med tilfredsheden med landene i det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt. Resultaterne sammenlignes med resultaterne de foregående år.

Opsummering

Turisternes tilfredshed med Danmark som rejsemål

- Overordnet set er turisterne tilfredse med ferien i Danmark. På en skala fra 1 til 5, hvor 5 er "meget tilfreds", giver danske og udenlandske turister ferien i Danmark en score på 4,5.
- Tilfredsheden er udtalt inden for alle tre forretningsområder i dansk turisme.
- Tilfredsheden med pris i forhold til kvalitet er steget fra 3,9 i VisitDenmarks Turistundersøgelse 2014 til 4,1 i Turistundersøgelsen 2017. Det er danskerne, der er blevet mere tilfredse.

Måling af visionen for dansk turisme

- I dag er metoderne til måling af gæsternes tilfredshed oftest af kvantitativ karakter og måler ikke "the experiential value".
- For at kunne måle dette kræves udvikling af særlige metoder. Dette er fokus i to danske forskningsprojekter: NICE-projektet og InnoCoast-projektet

Tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa

- Udenlandske turisters tilfredshed med Danmark er høj, og Danmark ligger på niveau med gennemsnittet i Nordeuropa. Det betyder, at Danmark i 2018 har nået pejlemærket for 2025. Der skal dog arbejdes målrettet for at fastholde scoren og positionen.
- Danmark scorer højt på tilfredshed med flotte strande og landskaber, oplevelse af sikkerhed samt tilfredsheden med forlystelses- / temaparker.
- Danmark har i forhold til sidste år forbedret sig signifikant på parametrene oplevelse af sikkerhed samt forlystelses- / temaparker.
- Danmark scorer fortsat lavere end de nordiske og nordeuropæiske konkurrenter på en række parametre.
- I forhold til det nordeuropæiske konkurrentfelt gælder det navnlig parametrene udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter, udvalg af historiske seværdigheder og museer samt udvalg af shopping og indkøbsmuligheder.
- I forhold til det nordiske konkurrentfelt er det især på parametrene flotte strande og landskaber.

7.1 Danske og udenlandske turisternes tilfredshed med Danmark som rejsemål

Tilfredshed er et udtryk for turistens forventninger til ferien sammenholdt med ferieoplevelsen. Som det fremgår af tabel 17, oplever både danske og udenlandske turister i høj grad, at de får indfriet forventningerne til ferien i Danmark. Generelt er turisterne således meget tilfredse med opholdet. På en skala fra 1 til 5, hvor 5 er "meget tilfreds", vurderer turisterne ferien i Danmark i 2017 til en score på 4,5.⁴²

På overnattingsstedet er turisterne mest tilfredse med serviceniveauet blandt personalet. Umiddelbart efter følger tilfredsheden med information om lokale begivenheder, adgang til wi-fi/internet og pris i forhold til kvalitet, der alle opnår relativt høje gennemsnitlige tilfredshedsscore. Der er ikke nævneværdige forskelle mellem danske og udenlandske turisternes tilfredshed.

I turisternes ferieområde er navnlig tilfredsheden med befolkningens venlighed og imødekommenhed samt det lokale liv og atmosfæren i top efterfulgt af tilfredsheden med serviceniveauet generelt, udvalg af naturoplevelser, kvalitet af strand og kyst samt områdets vedligeholdelse.

Der er nogle områder, hvor produktet og oplevelsen kan forbedres for at højne tilfredsheden. Når scoren ligger omkring 4 på 5-punktsskalaen, vurderes det, at der er plads til forbedring. Tilfredsheden med udvalget af spisesteder, mulighed for shopping, kvalitet af outdooraktiviteter og *pris i forhold til kvalitet* ligger nederst på listen. Forholdet mellem pris og kvalitet behandles særskilt i kapitel 9.

Hvis der ses på udviklingen i de tilfredshedsparametre, som både indgik i Turistundersøgelsen 2014 og igen i 2017, er der overordnet set ikke sket de store forskydninger i niveauerne for tilfredshedsscorerne. Turisterne er fortsat tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark.

Der har dog været en signifikant udvikling i tilfredsheden fra 2014 til 2017 inden for nogle områder. De største stigninger i tilfredsheden har fundet sted i forhold til turisternes tilfredshed med befolkningens venlighed, det lokale liv og atmosfære, serviceniveauet generelt og pris i forhold til kvalitet, hvor tilfredshedsscoren er steget med 0,2 procentpoint. Det største fald i tilfredsheden har fundet sted i forhold til turisternes tilfredshed med kvaliteten af naturoplevelser, hvor scoren er faldet med 0,2 procentpoint. Det kan hænge sammen med den kolde og våde sommer i 2014. 2017 bød på noget bedre vejr.

42 Kilde: VisitDenmarks tilfredshedsmåling, som er foretaget i regi af VisitDenmarks landsdækkende Turistundersøgelse 2017. Undersøgelsen består af godt 14.000 personlige interviews med turister rundt omkring i Danmark. Undersøgelsen giver et repræsentativt billede af de danske og udenlandske turisternes tilfredshed på landsplan. Den er gennemført efter en kvoteplan, som afspejler turisternes sammensætning på de kommercielle overnatningsformer. Den statistiske usikkerhed på resultatet af turisternes overordnede tilfredshed er +/- 0,01. Det betyder, at en score på 4,6 (4,58) med 99,9 pct. sandsynlighed ligger i intervallet 4,57-4,59. For danske turister er usikkerheden +/- 0,03, mens den for de udenlandske er +/- 0,01.

Tabel 17 Danske og udenlandske ferieturisters tilfredshed med Danmark, 2017 og udvikling i forhold til 2014

	Alle ferieturister		Danske		Udenlandske	
	2017	Udv.	2017	Udv.	2017	Udv.
Tilfredshed med ferien alt-i-alt*	4,5	-0,1	4,5	-0,1	4,5	-0,1
OVERNATINGSSTEDET						
Tilfredshed alt i alt	4,5	+0,1	4,5	+0,1	4,5	+0,1
Serviceniveauet blandt personalet	4,5		4,5		4,5	
Information om begivenheder	4,3		4,3		4,3	
Adgang til wi-fi/internet	4,2		4,2		4,3	
Pris ift. kvalitet	4,2		4,3		4,1	
FERIEOMRÅDET						
Befolkningens venlighed	4,5	+0,2	4,5	+0,2	4,6	+0,2
Lokale liv og atmosfære	4,5	+0,2	4,4	+0,2	4,5	+0,2
Serviceniveauet generelt	4,4	+0,2	4,4	+0,2	4,4	+0,2
Udvalg af naturoplevelser**	4,4	-0,1	4,3	-0,1	4,4	-0,2
Kvalitet af strand og kyst**	4,4	-0,1	4,4	0,0	4,4	-0,2
Områdets vedligeholdelse	4,4		4,4		4,4	
Kvalitet af infrastruktur	4,3	+0,1	4,2	0,0	4,5	+0,2
Kvalitet af øvrige naturoplevelser**	4,3	-0,2	4,2	-0,2	4,4	-0,2
Kvalitet af seværdigheder**	4,3	+0,1	4,2	0,0	4,3	+0,1
Udvalg af seværdigheder**	4,2	0,0	4,2	0,0	4,3	+0,1
Mobildækning (tale, data, download)	4,2		4,2		4,3	
Information om begivenheder***	4,2	+0,1	4,2	+0,1	4,2	+0,1
Mulighed for dagligvareindkøb****	4,2	+0,1	4,2	+0,1	4,2	+0,1
Kvalitet af spisesteder**	4,2	+0,1	4,1	0,0	4,2	+0,1
Udvalg af spisesteder**	4,1	0,0	4,1	+0,1	4,2	0,0
Mulighed for shopping****	4,1	0,0	4,1	+0,1	4,2	0,0
Pris ift. kvalitet	4,1	+0,2	4,2	+0,2	3,9	0,0

Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017 og Turistundersøgelsen 2014.

*Stilles som separat spørgsmål i undersøgelsen.

** I 2014 var spørgsmålet ikke underopdelt i kvalitet og udvalg, men var et enkelt spørgsmål. Ift. naturoplevelser var spørgsmålet ikke underopdelt i 'strand og kyst' og 'øvrige naturoplevelser', men blot samlet under et ('naturoplevelser').

*** I 2014 blev spurgt til tilfredsheden med information og skiltning.

**** I 2014 blev spurgt til tilfredshed med indkøbsmuligheder og shopping samlet i et spørgsmål.

NA betyder, at spørgsmålet ikke blev stillet i Turistundersøgelsen. 2014.

En forskel på 0,1 i de gennemsnitlige tilfredshedsscorer i 2014 og 2017 er signifikant.

Antal respondenter 2014: danske: 2.355, udenlandske: 7.091. 2017: danske: 3.084, udenlandske: 6.952.

Resultatet for alle ferieturister er vægtet og afspejler fordelingen af danske og udenlandske turister.

7.1.1 Måling af visionen for dansk turisme

I strategien for dansk turisme (2016) står følgende formulering af den fælles vision for dansk turisme: *Danmark skal være en nærværende turistdestination, hvor vi sammen med vores gæster skaber ægte og mangfoldige oplevelser af høj kvalitet og altid i øjenhøjde og tæt på.*

I dag eksisterer der forskellige målinger af gæsternes tilfredshed. Målingerne er ofte af kvantitativ karakter og måler ikke "the experiential value", hvilket er den del af turismeoplevelsen, der omfatter aktiv deltagelse, indlevelse, samskabelse og følelsen af at have haft en mindeværdig oplevelse. For at måle dette kræves udvikling af særlige metoder. Dette er fokus i to danske forskningsprojekter.

FAKTABOKS

NICE-projektet

- I projektet arbejder virksomheder og forskere med at udvikle nye former for værdiskabelse, hvor virksomheder skaber en værdi sammen med turisterne ved at tænke i og arbejde med oplevelse. Der er indtil videre gennemført to pilotundersøgelser og en undersøgelse med 13 deltagende virksomheder (hoteller, attraktioner og detailhandel), hvor der er udført en analyse af oplevelsesværdien baseret på 2.955 besvarelser. Der er en dialog i gang om at udvikle et særligt sæt af spørgsmål, der måler oplevelsesværdien i kundemødet, og som kan indarbejdes i kvantitative tilfredshedsundersøgelser.
- Aktører: Region Hovedstaden, 3F Privat Service, Hotel og Restauration, Horesta, HK Privat, HK Handel, Dansk Erhverv, Cphbusiness, WOCO og Roskilde Universitet.

InnoCoast-projektet

- En del af InnoCoast-projektet beskæftiger sig med collaborative design i turisme ("tourism co-design"). Tourism co-design er en social praksis, hvor deltagerne relaterer sig til den dynamiske og interaktive tilgang til fx en oplevelse i naturen. Co-designmaterialer kan have mange former, fx post its med stikord, fotos, objekter, spil, kort med begrebsdefinitioner, citater, osv., der repræsenterer egne og andres fortællinger. Resultaterne opstår fra fortolkninger og sociale interaktioner mellem de involverede. Metodisk har co-designindsatserne fundet sted på mikroniveau, og resultaterne kan derfor ikke generaliseres. Det vil kræve et nationalt eksperiment.
- Aktører: Syddansk Universitet, Center for Regional- og Turismeforskning, Aalborg Universitet og Nationalpark Vadehavet.

7.1.2 Turisternes tilfredshed inden for de tre forretningsområder i dansk turisme

Turisterne inden for de tre forretningsområder i dansk turisme har differentierede behov og forventninger til opholdet i Danmark, da erfaringen med Danmark og formålet med besøget varierer forretningsområderne imellem.⁴³ Eksempelvis er udenlandske kyst- og naturturister generelt mere erfarne med Danmark som feriedestination end udenlandske storbyturister, som overnatter i København, Aarhus, Aalborg eller Odense. Som rejsemotiv efterspørger kyst- og naturturisterne uden-dørsoplevelser og gode overnatningssteder, mens storbyturisterne i højere grad efterspørger sightseeing, kultur og historie. Blandt møde- og erhvervsturisterne afspejler forventninger ofte internationale rejseerfaringer.

Den samlede tilfredshed inden for de tre forretningsområder viser i hvor høj grad, at turisternes forventninger til opholdet i Danmark blev indfriet. Tabel 18 viser - for hvert af de tre forretningsområder - turisternes (danske og udenlandske) tilfredshed med en række faktorer.

Som tabellen viser, er der overordnet set en høj tilfredshed med opholdet inden for hvert af forretningsområderne. Kyst- og naturturisternes overordnede tilfredshed opnår en score på 4,6 på skalaen fra 1 til 5, hvor 5 er "meget tilfreds". Storbyturisterne og møde- og erhvervsturisternes overordnede tilfredshed ligger lidt lavere (4,4).

Når det gælder overnatningsstedet og pris i forhold til kvalitet, er kyst- og naturturisterne mest tilfredse. Blandt møde- og erhvervsturisterne og storbyturisterne scorer overnatningsstedet højt (4,4), mens pris i forhold til kvalitet scorer lidt lavere (møde- og erhvervsturister: 4,0 og storbyturister: 3,8).

43 Baseret på VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017.

Tabel 18 Turisternes tilfredshed fordelt på forretningsområder, 2017

	Kyst- og naturturister	Storby-turister	Møde- og erhvervs-turister**
Overordnet tilfredshed med ferien/opholdet*	4,6	4,4	4,4
Overnatningsstedet	4,6	4,4	4,4**
Pris i forhold til kvalitet (generelt)	4,2	3,8	4,0
MØDETURISTER			
Information og service	n/a	n/a	4,4
Restauranter og spisesteder	n/a	n/a	4,4
Aktiviteter og events uden for mødestedet	n/a	n/a	4,3
Mødefaciliteterne	n/a	n/a	4,3
STORBY OG KYST-/NATURTURISTER			
OVERNATNINGSTEDET			
Serviceniveauet blandt personalet	4,5	4,4	n/a
Information om begivenheder	4,4	4,2	n/a
Adgang til wi-fi/internet	4,2	4,4	n/a
Pris ift. kvalitet	4,3	4,0	n/a
OMRÅDET			
Befolkningens venlighed	4,6	4,4	n/a
Lokale liv og atmosfære	4,5	4,4	n/a
Serviceniveauet generelt	4,5	4,3	n/a
Udvalg af naturoplevelser	4,5	4,0	n/a
Kvalitet af strand og kyst	4,5	3,9	n/a
Områdets vedligeholdelse	4,5	4,3	n/a
Kvalitet af infrastruktur	4,4	4,2	n/a
Kvalitet af øvrige naturoplevelser	4,4	4,0	n/a
Kvalitet af seværdigheder	4,2	4,3	n/a
Udvalg af seværdigheder	4,2	4,3	n/a
Mobildækning (tale, data, download)	4,2	4,3	n/a
Information om begivenheder	4,2	4,1	n/a
Mulighed for dagligvareindkøb	4,2	4,1	n/a
Udvalg af outdooraktiviteter	4,2	4,0	n/a
Kvalitet af outdooraktiviteter	4,2	3,9	n/a
Kvalitet af spisesteder	4,1	4,3	n/a
Udvalg af spisesteder	4,0	4,3	n/a
Mulighed for shopping	4,0	4,3	n/a

Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017.

*Stilles som separat spørgsmål i undersøgelsen.

** Møde- og erhvervs-turister interviewes kun på hoteller.

Antal respondenter: kyst- og naturturister: 2.567 danske og 4.435 udenlandske, storbyturister: 531 danske og 2.571 udenlandske, møde- og erhvervs-turister: 1.026 danske og 2.336 udenlandske. Resultaterne er vægtede for at afspejle fordelingen af danske og udenlandske turister.

7.2 Tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa

I dette afsnit ses på udenlandske turisters tilfredshed med Danmark som rejsemål og det generelle tilfredshedsniveau blandt udenlandske turister i Danmarks konkurrentfelt i Norden (Danmark, Norge, Sverige og Finland) og Nordeuropa (Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene).⁴⁴ Sammenligningen er baseret på Travelsat Competitive Index (TCI), der er en international anerkendt tilfredshedsmåling.

Tabel 19 viser, hvordan Danmark klarer sig sammenlignet med det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt på udvalgte tilfredshedsparametre, som er vigtige for turisters tilfredshed med ferien. Scorerne er inddelt i kategorierne Elite, Høj, Ok, Lav og Meget lav.

Første kolonne i tabellen lister en række tilfredshedsparametre. Næste kolonne viser, hvilken score Danmark har fået på parametrene, og af indeksskolonnen fremgår det, om scoren ligger inden for kategorien Elite, Høj, Ok, Lav eller Meget lav. I de sidste to kolonner sammenlignes Danmarks score med henholdsvis gennemsnittet i Norden og Nordeuropa. I tabellen er forskellen mellem Danmarks og konkurrenternes scorer kun vist, hvis scorerne er signifikant forskellige, det vil sige, hvis forskellen på scorerne er 15 point eller mere. Der, hvor Danmarks resultater statistisk set er signifikant højere end henholdsvis Nordens og Nordeuropas, er scoren fremhævet med grøn, og der, hvor scoren er signifikant lavere, er den fremhævet med rød.

På parameteret oplevelse af sikkerhed under opholdet overstiger Danmarks score det nordeuropæiske gennemsnit signifikant. Når det gælder forlystelses- og tema-parker, scorer Danmark signifikant bedre end gennemsnittet i Norden.

Selv om Danmark generelt opnår pæne scores, overgås Danmark på en række parametre af landene i Nordeuropa og Norden. Navnlig på parametrene om udvalg af historiske seværdigheder og museer, udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter og udvalg af shopping og indkøb, scorer Danmark lavere end det nordeuropæiske gennemsnit. Sammenlignet med det nordiske felt er det navnlig på parametrene om strande og landskaber, at Danmark scorer lavere end gennemsnittet.

⁴⁴ I Nordeuropa består undersøgelsen af i alt 5.277 interviews med udenlandske turister, hvoraf der er 568 interviews for Danmark og 2.712 for Norden. Indekset for tilfredshed opdeles i fem niveauer: -50-0 er meget lav, 0-100 er lav, 100-150 er ok, 150-250 er høj, og 250-400 er eliteniveau.

Tabel 19 Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparametre i forhold til Norden og Nordeuropa

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Flotte strande	268	Elite score: 250-400: Exceptionel oplevelse	-52	-
Oplevelse af sikkerhed under opholdet	249	Høj score: 150-250 Oplevelse af, at kvalitet overstiger forventninger	-	+16
Forlystelses- og temaparker	245		+15	-
Flotte landskaber	222		-54	-19
Service, historiske seværdigheder/museer	218		-19	-
Service, overnatningssteder	216		-21	-
Befolkningens venlighed/imødekommenhed	215		-	-
Overordnet kvalitet, -overnatning	206		-21	-
Udvalg, historiske seværdigheder/ museer	201		-	-39
Service, spisesteder	196		-	-
Overordnet tilfredshed med opholdet*	186			-26
Overordnet kvalitet, – spisesteder	180		-	-
Udvalg, kultur- og fritidsaktiviteter	170		-	-39
Udvalg, shopping og indkøb	157		-	-37
Service, butikker	157	Ok score: 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	-21	-17

Kilde: Travelsat Competitive Index 2017/2018. Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.

*Stillet som separat spørgsmål i undersøgelsen.

Service er oversat fra "hospitality".

Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

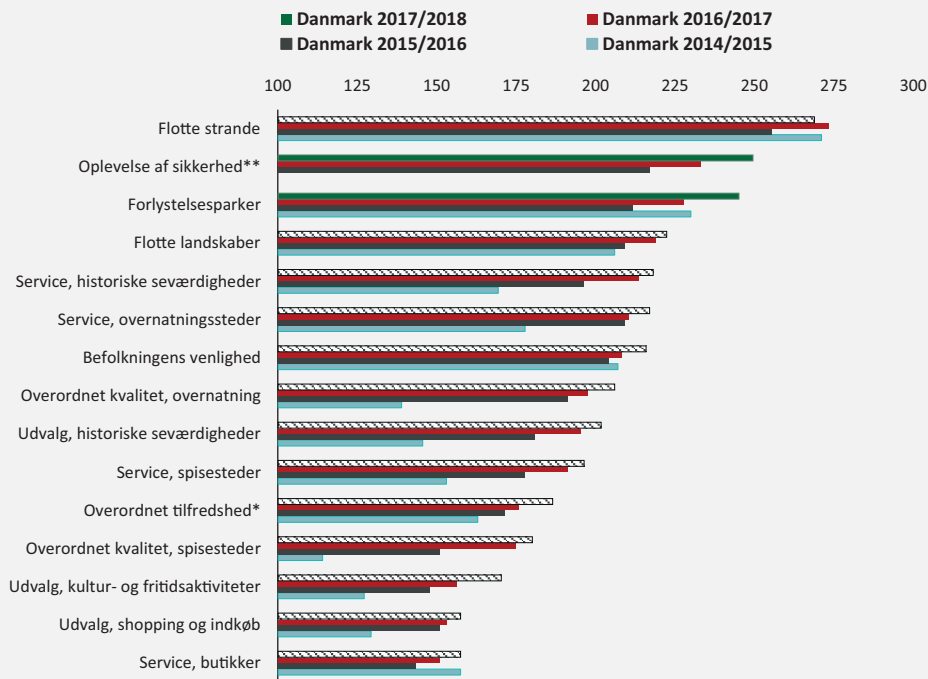
Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Figur 51 viser udviklingen i Danmarks tilfredshedsscore. Ved sammenligning af scorer kræves en forskel på mindst 15 point, før forskellen er statistisk signifikant. De øverste bjælker under hvert parameter viser tilfredshedsscorerne i 2017-2018. Hvis scoreerne i 2017-2018 er signifikant bedre end i 2016-2017, er bjælkerne fuldt optrukne. Hvis der ikke er signifikant forskel, er bjælkerne skraverede.

Generelt er tilfredsheden med mange parametrene steget, og alle parametre ligger nu i kategorien Høj. Flotte strande fastholder sin position i kategorien 'Elite'.

På parametrene *oplevelse af sikkerhed* og *forlystelsesparker* ligger scorerne i år signifikant højere end sidste år. På intet parameter er der registreret et signifikant fald i scoren fra sidste år til i år.

Figur 51 Udviklingen i Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparametre



Kilde: Travelsat Competitive Index (TCI) 2017/2018, 2016/2017, 2015/2016 og 2014/2015.

Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.

*Stillet som separat spørgsmål i undersøgelsen.

** Nyt parameter fra og med TCI 2015/2016.

Service er oversat fra 'hospitality'.

7.3 Pejlemærket for tilfredshed i den nationale strategi for dansk turisme

Det er et pejlemærke i den nationale strategi for dansk turisme, at de udenlandske turister i 2025 skal være lige så tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark som gennemsnittet for Nordeuropa.

Danmark opnår ganske pæne tilfredshedsscorer på en række parametre. På den overordnede tilfredshed med opholdet scorer Danmark 186, mens den gennemsnitlige score i Nordeuropa er på 200. Forskellen mellem den danske og den nord-europæiske score er mindre end 15 point og er dermed ikke signifikant. Det betyder, at de udenlandske turister i Danmark er lige så tilfredse med ferieoplevelsen som gennemsnittet for Nordeuropa. Fremadrettet skal der arbejdes på at fastholde positionen.



8. Transport og tilgængelighed

8 Transport og tilgængelighed

Tilgængeligheden til forskellige dele af Danmark har betydning for, om udenlandske turister rejser til landet, og om danskere vælger at holde ferie hjemme. Tilsvarende har infrastruktur og tilgængelighed betydning for, hvor nemt det er at rejse rundt og besøge forskellige steder og seværdigheder i Danmark. Tilgængelighed er således et væsentligt konkurrenceparameter, hvis Danmark skal fremstå som et attraktivt rejsemål.

I dette kapitel kortlægges Danmarks tilgængelighed i 2017. Hvor det er muligt, afdækkes udviklingen siden 2008. På udvalgte parametre sammenlignes tilgængeligheden i Danmark med tilgængeligheden til de nordiske nabolande og det nord-europæiske konkurrentfelt.

Forhold af betydning for tilgængeligheden er i kapitlet afgrænset til:

- Transportmuligheder
- Muligheden for at opnå turistvisum
- Infrastruktur forstået som tilgængelighed til aktiviteter og oplevelser

Kapitlet giver en status på de områder, som med afsæt i det mest retvisende og nutidige data beskriver Danmarks tilgængelighed i 2017, herunder fly- og færgetrafik, krydstogter, turistvisa og tilfredshed med infrastrukturen i Danmark.

Opsummering

Transportmuligheder

- I perioden 2008 til 2017 er antallet af passagerer i de danske lufthavne steget fra 26,2 mio. til 35,0 mio., svarende til en stigning på knap 34 pct. Fra 2016 til 2017 steg antallet med 9 pct.
- I 2017 havde Danmark 5,8 udenrigspassagerer pr. indbygger, hvilket er lidt over niveauet i 2016 (5,7).
- Antallet af indenrigsfærgeruter har ligget mellem 37 og 40 i perioden 2008 til 2017.
- Antallet af udenrigsfærgeruter er i perioden 2008 til 2017 faldet fra 28 til 20 ruter.
- I 2017 var der i alt 1.046.000 krydstogtpassagerer i Danmark. Fra 2008 til 2017 er antallet af krydstogtpassagerer i gennemsnit steget med 6 pct. om året. Fra 2016 til 2017 var stigningen på 21 pct.

Mulighed for at opnå turistvisum

- Antallet af visumansøgninger til Danmark er i perioden 2009 til 2017 steget fra 86.500 til 151.102. Det svarer til en stigning på 75 pct.
- Sagsbehandlingstiden er faldet fra 37 dage i 2009 til 8 dage i 2017.

Tilfredshed med infrastruktur

- Turisterne er mest tilfredse med adgang til og fra lufthavne og tilgængeligheden til offentlig transport.

- Danmark scorer signifikant over niveauet i såvel det nordiske som det nordeuropæiske konkurrencefelt på tilfredshedsparametre, der vedrører transportomkostninger til destinationen og pris på offentlig transport.
- På parameteret tilgængelighed til offentlig transport scorer Danmark signifikant lavere end de nordeuropæiske og nordiske gennemsnit.

8.1 Transportmuligheder til feriedestinationen

Turisternes transportmiddel til og i Danmark afhænger af både turisternes bopælsland og overnatningssted, mens de er i Danmark. Bil og fly er de hyppigst benyttede transportmidler til Danmark. Otte ud af ti danskere tager bilen på ferie, og syv ud af ti udenlandske turister benytter bil, når de skal på ferie i Danmark. Flyruter er næst hyppigst benyttede blandt udenlandske turister til Danmark. Dertil kommer færgeruterne, som er vigtige for turismen til de danske øer og for turister fra lande med udenrigsfærgeruter til Danmark.⁴⁵

8.1.1 Flytrafik

Flytilgængeligheden til og i Danmark kortlægges i kapitlet ved at se på udviklingen i antallet af inden- og udenrigspassagerer i de danske lufthavne. For at kunne sammenligne Danmark med konkurrencefeltet opgøres antallet af udenrigspassagerer pr. indbygger i henholdsvis Danmark og de nordeuropæiske lande.

Passagerer i de danske lufthavne

Som det fremgår af tabel 20, er antallet af passagerer (inden- og udenrigs) steget i de danske lufthavne siden 2010. Fra 2008 til 2017 er passagerantallet i gennemsnit steget med 3 pct. om året. Københavns Lufthavn er suverænt landets største. I 2017 var der i alt 29,1 mio. passagerer i Københavns Lufthavn, svarende til 83 pct. af det samlede passagerantal i de danske lufthavne.

Ser man på udviklingen fra 2016 til 2017, er antallet af flypassagerer i Danmark steget med 1 pct. Fra 2016 til 2017 var antallet af passagerer i Københavns Lufthavn stort set uændret. Antallet af passagerer i Billund og Aalborg lufthavne steg med henholdsvis 9 pct. og 4 pct., mens antallet af passagerer i Aarhus Lufthavn faldt med 5 pct.

⁴⁵ Kilde: Turistundersøgelsen 2017, VisitDenmark.

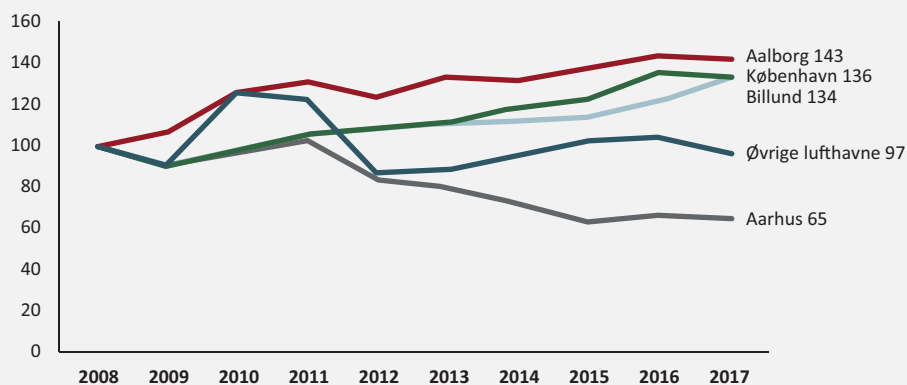
Tabel 20 Passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs (1.000)

	2008	2009	2010	∴	2015	2016	2017	Udv. fra 2016-2017	Gns. årlig vækst
I alt	26.200	24.100	26.600		31.900	34.600	35.000	1 %	3 %
København	21.500	19.700	21.500		26.600	29.000	29.100	0 %	3 %
Billund	2.500	2.300	2.500		2.900	3.100	3.400	9 %	3 %
Aalborg	1.000	1.100	1.300		1.400	1.500	1.500	4 %	4 %
Aarhus	570	530	560		370	380	370	-5 %	-5 %
Øvrige lufthavne	590	540	740		600	610	572	-7 %	-0,3 %

Kilde: Danmarks Statistik, FLYV31.

Figur 52 viser, at Aalborg Lufthavn har oplevet den relativt største stigning i antallet af passagerer fra 2008 til 2017. Aalborg Lufthavn har haft en vækst på 43 pct. København og Billund lufthavne har også oplevet pæne vækstrater på henholdsvis 36 pct. og 34 pct. fra 2008 til 2017. Aarhus Lufthavn har samlet set oplevet et fald i antal passagerer på 35 pct. fra 2008 til 2017.

Figur 52 Udviklingen i antal passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



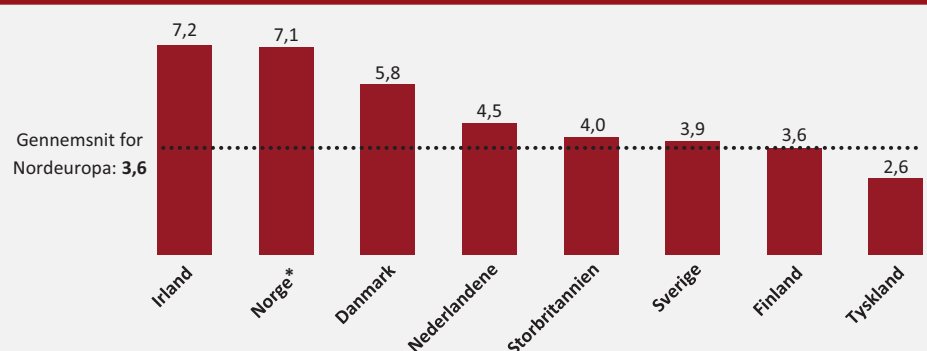
Kilde: Danmarks Statistik, FLYV 31.

Flytilgængeligheden sammenholdt med konkurrentfeltet

I figur 53 er vist antallet af passagerer på udenrigsflyvninger pr. indbygger i 2017. Det nordeuropæiske gennemsnit er steget fra 3,5 i 2016 til 3,6 i 2017. I forhold til de øvrige nordeuropæiske lande er Danmarks placering uændret. Tyskland placerer sig fortsat i bund med 2,6 udenrigspassagerer pr. indbygger. Irland, Norge, Danmark, Nederlandene, Storbritannien og Sverige ligger alle over gennemsnittet.

Danmarks høje passagerantal pr. indbygger på 5,8 afspejler landets fordelagtige geografiske placering mellem Norden og resten af Europa, hvor Danmark fungerer som transferhub. De mange transferpassagerer betyder, at Københavns Lufthavn har flere passagerer, end oplandet umiddelbart tilskrives. Der er således en del passagerer i Københavns Lufthavn, som rejser videre til andre destinationer uden at have været egentlige turister i Danmark.

Figur 53 Udenrigspassagerer pr. indbygger, 2017



Kilde: Eurostat, Air passenger transport by reporting country (avia_paoc) og Tourism Economics (indbyggertal).

* Tallene for Norge er for 2016. 2017-tallene er ikke offentliggjorte i skrivende stund.

8.1.2 Færgetrafik

Færgeruter tilbyder transportmuligheder for både person- og biltrafik og kan afkorte transporttiden mellem de danske destinationer. Færgetrafikken er således vigtig for tilgængeligheden til og i Danmark. Samtidig er færgetrafikken vigtig for turismen til de danske øer. Her bidrager færgeturen til ferieoplevelsen og er desuden nogle steder den eneste vej til feriedestinationen.

I 2016 blev færgetaksterne for passagerbefordring til og fra de mindre øer i Danmark sænket. Dette skulle understøtte væksten i turismen og styrke bosætningen på øerne.⁴⁶

Afdækningen af tilgængeligheden til Danmark sker gennem en opgørelse af udviklingen i færgetrafikken i Danmark målt på passagerantal og antal ruter. Der skelnes mellem inden- og udenrigsfærgetrafik for både at belyse tilgængeligheden fra udlandet til Danmark ad vandvejen og tilgængeligheden til de danske destinationer, når turisterne er i landet.

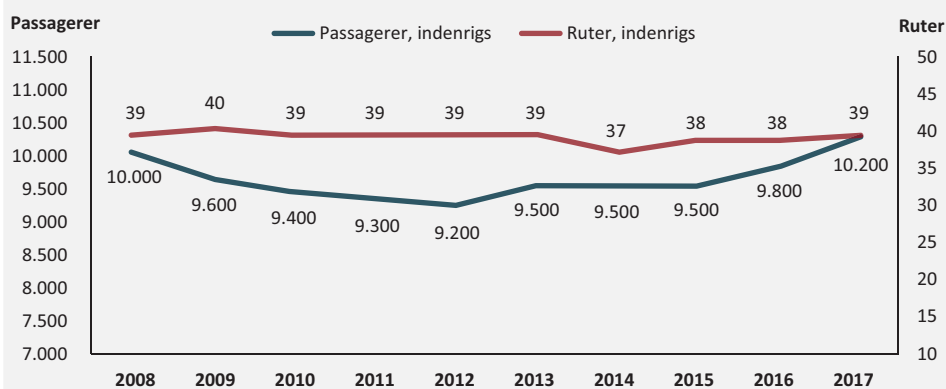
Indenrigsfærgetrafik

Som det fremgår af figur 54, har antallet af indenrigsfærgeruter⁴⁷ og -passagerer været forholdsvis stabilt i den betragtede periode fra 2008 til 2017. Antallet af færgeruter har ligget mellem 37 og 40. Antallet af indenrigsfærgepassagerer i 2017 er på det hidtil højeste niveau i perioden. Passagerantallet steg markant med 400.000 fra 2016 til 2017. Dette tyder på, at nedsættelsen af færgetaksterne har haft den ønskede effekt.

46 Aftale mellem regeringen, Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti om vækst og udvikling i hele Danmark, 2016.

47 Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

Figur 54 Indenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000)

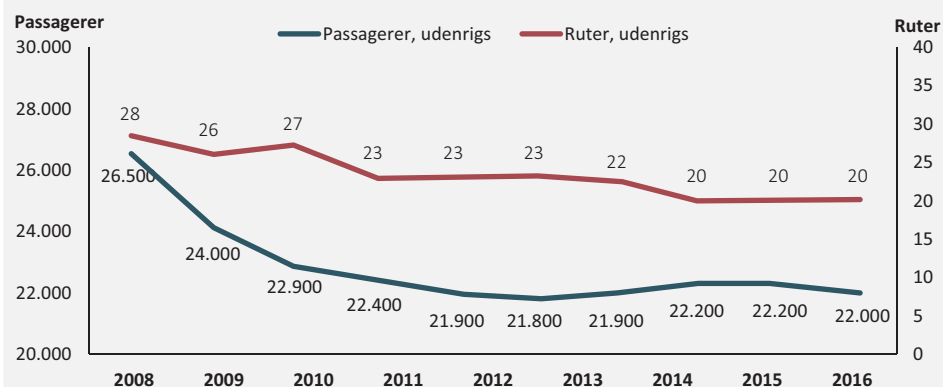


Kilde: Danmarks Statistik, SKIB 31.

Udenrigsfærgetrafik

Som det fremgår af figur 55, har antallet af udenrigsfærgeruter⁴⁸ og -passagerer været faldende i perioden 2008 til 2017. Antallet af færgeruter er faldet fra 28 i 2008 til 20 i 2017. Antallet af færgepassagerer er i perioden 2008 til 2017 faldet fra 26,5 mio. til 22,0 mio., hvilket svarer til et fald på 1,9 pct. årligt. Fra 2016 til 2017 er passagerantallet faldet med 0,9 pct., svarende til 200.000 passagerer.

Figur 55 Udenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000)



Kilde: Danmarks Statistik, SKIB 32.

8.1.3 Krydstogter

Ud over passagerer, der ankommer med færge og fly, ankommer mange turister til Danmark med krydstogtskibe. Flere danske destinationer arbejder for at tiltrække krydstogter til Danmark både i hovedstadsområdet og en række havne rundt omkring i landet.

Som det fremgår af tabel 21, har der været fremgang i antallet af krydstogtpassagerer fra 2008 til 2017. I 2017 var der i alt 1.046.000 krydstogtpassagerer i Danmark. Antallet af krydstogtpassagerer steg med 21 pct. fra 2016 til 2017.

⁴⁸ Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

I alt 81 pct. af krydstogtpassagererne i Danmark i 2017 rejste til eller fra København. Fra 2008 til 2017 er antallet af krydstogtpassagerer, der er ankommet til eller afrejst fra København, i gennemsnit steget med 5 pct. om året. Der har i perioden været nogle udsving i antallet af krydstogtpassagerer fra det laveste niveau på 560.000 i 2008 til det højeste niveau på 850.000 i 2017.

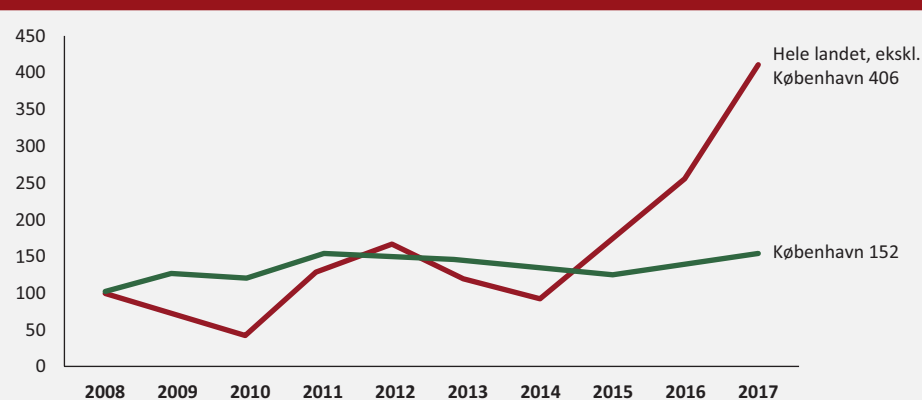
I både Skagen, Aalborg og Aarhus har der i perioden fra 2008 til 2017 været en to-cifret årlig stigning i antallet af krydstogtpassagerer på henholdsvis 58 pct., 37 pct. og 15 pct. I 2017 ligger antallet af krydstogtpassagerer i de tre havne på det hidtil højeste niveau i den betragtede periode.

Tabel 21 Krydstogtpassagerer, inkl. rundrejsepassagerer (1.000)

	2008	2009	2010	⋮	2015	2016	2017	Udv. fra 2016-2017	Gns. årlig vækst
I alt	627	731	698		766	862	1.046	21 %	6 %
København	560	675	662		677	740	850	15 %	5 %
Aarhus	26	22	6		30	72	90	25 %	15 %
Skagen	1	3	2		22	11	33	206 %	58 %
Aalborg	2	3	0		13	18	31	71 %	37 %
Bornholm	19	23	17		13	10	18	81 %	-1 %
Øvrige	20	5	10		12	11	23	112 %	2 %

Kilde: Cruise Copenhagen Network.

Figur 56 Udvikling i antal krydstogtpassagerer, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



Kilde: Cruise Copenhagen Network.

8.2 Mulighed for at opnå turistvisum

Størstedelen af de udenlandske turister, der besøger Danmark, kommer fra lande, hvorfra der ikke er krav om visum, herunder EU-lande og USA. Der stilles dog krav om visum fra en række andre lande, herunder flere af de nye vækstmarkeder. For disse markeder har adgangen til visum og sagsbehandlingen for visumansøgninger stor betydning for tilgængeligheden til Danmark.

Når en turist fra et visumpligtigt land ønsker at rejse til Danmark, skal der søges om visum.⁴⁹ Pr. marts 2018 skal statsborgere fra 124 lande ansøge om visum inden et besøg i Danmark. Heraf er seks lande visumfri, hvis der er udstedt et biometrisk pas⁵⁰ (for Serbien afhænger det dog også af, hvilken myndighed der har udstedt det biometriske pas). Statsborgere fra Taiwan og Tyrkiet kan være visumfrie under særlige omstændigheder. De 124 visumpligtige lande er inkl. syv lande, hvorfra statsborgere med biometriske pas er visumfrie, mens statsborgere, der ikke har biometriske pas, skal ansøge om visum.

De visumtyper, som er omfattet af dette afsnit, er besøgsvisa, forretningsvisa, turist- og transitvisa, visa til kultur/sport samt visa til andre formål.

8.2.1 Visumansøgninger, afgørelser og sagsbehandlingstid

Antallet af visumansøgninger er steget fra 86.500 i 2009 til 151.102 i 2017. I 2017 blev 94 pct. af visumansøgningerne godkendt.

Den gennemsnitlige sagsbehandlingstid pr. visumansøgning er faldet fra 37 dage i 2009 til otte dage i 2017. Årsagen er blandt andet en ændret ansøgningsprocedure med en gradvis implementering af biometriske data i visumansøgninger samt et fokus på nedbringelse af sagsbehandlingstiden. Siden 1. maj 2015 har ambassader og konsulater haft kompetence til at afgøre udfaldet af ansøgninger. Tidligere var denne kompetence forbeholdt Udlændingestyrelsen. Ændringen har medvirket til at nedbringe sagsbehandlingstiden. Fra 2016 til 2017 er sagsbehandlingstiden uændret.

Figur 57 Antal visumansøgninger, 2009-2017



8.2.2 Ansøgnernes nationalitet

Kina, Indien og Thailand er stadig de lande, hvorfra flest statsborgere ansøger om visum til Danmark. Fra 2016 til 2017 er antallet af ansøgninger i top 10 steget fra statsborgere i ni af ti lande: Kina, Indien, Thailand, Filippinerne, Tyrkiet, Rusland,

⁴⁹ Et visum giver ikke ret til at arbejde, men kan bruges til at besøge Danmark og/eller de andre Schengenlande i max. 90 dage. EU/EØS-statsborgere, udlændinge med opholdskort udstedt i et Schengenland efter EU-reglerne om fri bevægelighed, udlændinge, der har opholdstilladelse i et andet Schengenland samt statsborgere fra visumfrie lande behøver ikke visum for at indrejse og opholde sig i Danmark.

⁵⁰ Pas, som indeholder digitale fotos, fingeraftryk og underskrift.

Indonesien, Sydafrika og Iran. Antallet af ansøgninger fra statsborgere i Ukraine er faldet.

Tabel 22 Ansørgernes nationalitet i 2017 – top 10

Placering 2017	Ansørgers nationalitet	Antal ansøgninger	Udvikling i forhold til 2016
1	Kina	44.946	4 %
2	Indien	24.591	25 %
3	Thailand	14.759	10 %
4	Filippinerne	8.504	27 %
5	Tyrkiet	8.368	7 %
6	Rusland	8.288	7 %
7	Indonesien	4.993	21 %
8	Sydafrika	4.011	48 %
9	Ukraine	3.893	-49 %
10	Iran	3.848	8 %

Kilde: Statistikenheden, Kontoret for Økonomi og Indkvartering, Udlændingestyrelsen 2017.

8.3 Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark

Ud over den reelle tilgængelighed til landet i form af transport- og visummuligheder er turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur vigtige at belyse i forhold til Danmarks tilgængelighed som feriedestination. I dette afsnit ses på turisternes oplevelse af tilgængelighed, information og service i forbindelse med transport på ferien i Danmark. Først kortlægges turisternes tilfredshed med udvalgte parametre i Danmark i 2017 sammenlignet med det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.⁵¹ Dernæst kortlægges udviklingen i turisternes tilfredshed med Danmark.

Tabel 23 viser turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark sammenholdt med tilfredsheden i henholdsvis Norden og Nordeuropa baseret på Travelsat Competitive Index (TCI). I første kolonne i tabellen er listet en række tilfredshedsparametre. Næste kolonne viser, hvilke scorer Danmark opnår på de respektive parametre. Af indeksskolonnen fremgår det, om scoren ligger inden for kategorien Elite, Høj, Ok, Lav eller Meget lav. I de sidste to kolonner sammenlignes Danmarks scorer med gennemsnittene i henholdsvis Norden og Nordeuropa. Hvor Danmark scorer signifikant højere, er scoren farvet grøn, og hvor scoren er signifikant lavere, er denne farvet rød. Når der ikke er anført et tal i feltet, ligger Danmarks score på niveau med konkurrentfeltet. Turisterne svarer kun på de parametre, der er relevante for dem.

På syv ud af ti parametre, som beskriver tilfredsheden med transport og infrastruktur, scorer Danmark på niveau med det nordeuropæiske konkurrentfelt. På to parametre (transportomkostninger til destinationen og pris for offentlig transport)

⁵¹ Norden: Danmark, Norge, Sverige, Finland. Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

ligger Danmark signifikant over niveauet i Nordeuropa, mens Danmark på det sidste parameter (tilgængelighed til offentlig transport) ligger signifikant under gennemsnittet i Nordeuropa.

Når man sammenligner med Norden, vurderes Danmark lavere på parametrene adgang til/fra lufthavne, *tilgængelighed til offentlig transport*, *service inden for offentlig transport* og *tilgængelighed i forbindelse med parkering*. På parametrene *pris for offentlig transport* og transportomkostninger til destinationen scorer Danmark signifikant højere end det nordiske konkurrencefelt.

Danmark opnår de højeste scorer på parametrene (1) *adgang til/fra lufthavne*, (2) *tilgængelighed til offentlig transport*, (3) *service ved grænseovergange, lufthavne, togstationer m.m.*, (4) *skiltning og oplevelsen af, at det er nemt at finde rundt*, (5) infrastruktur, veje og (6) service i forbindelse med offentlig transport.

Tabel 23 Danmarks resultater på tilfredshedsparametre vedrørende transport og infrastruktur ift. Norden og Nordeuropa, 2018

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Adgang til/fra lufthavne	196	Høj score 150-250 Oplevelse af kvalitet overstiger forventninger	-21	-
Tilgængelighed, offentlig transport (bus, metro)	192		-26	-36
Service v. grænseovergange, lufthavne, togstationer m.m.	189		-	-
Skiltning, nemt at finde rundt	187		-	-
Infrastruktur, veje	186		-	-
Service, offentlig transport	158		-17	-
Tilgængelighed, parkering	134	Ok score 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet ift. forventninger	-15	-
Transportomkostninger til destinationen	117		+15	+15
Taxa-tjenester	92	Lav score 0-100 Inkonsistent	-	-
Pris, offentlig transport	88		+19	+15

Kilde: Travelsat Competitive Index 2017/2018.

Ferie- og erhvervsturisme samlet. Service er oversat fra "hospitality".

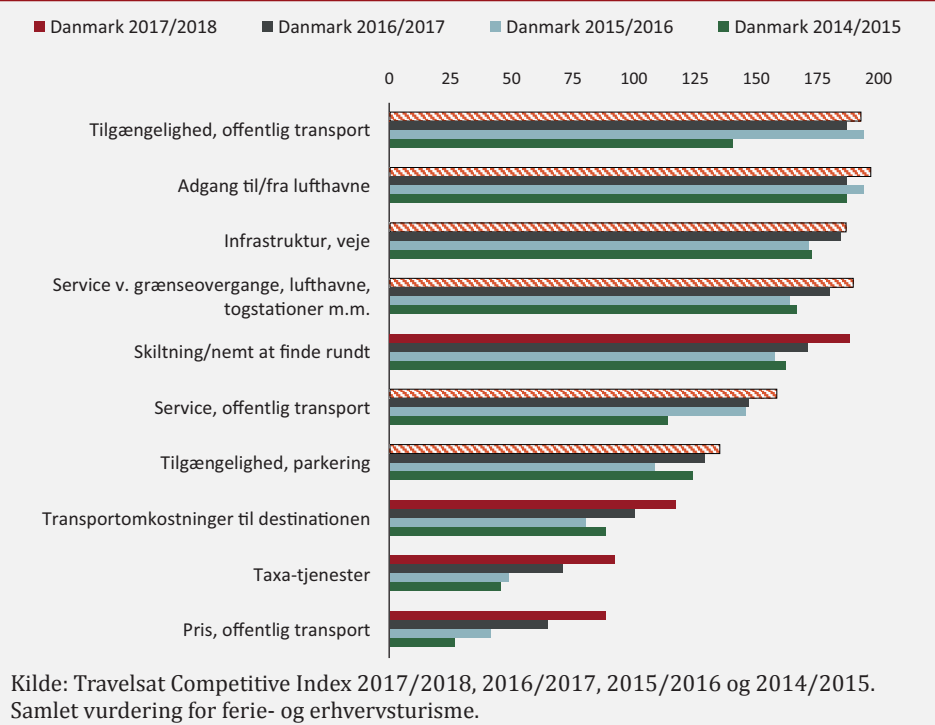
Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, UK, Irland og Nederlandene.

Figur 58 viser udviklingen i Danmarks tilfredshedsscore. Ved sammenligning af scorerne kræves en forskel på 15 point eller mere før forskellen er statistisk signifikant. De øverste bjælker viser tilfredshedsscorerne i 2017-2018. Hvis scorerne i disse år er signifikant bedre end i 2016-2017, er bjælkerne fuldt optrukne. Hvis der ikke er signifikant forskel mellem årene, er bjælkerne skraverede.

Sammenlignes resultaterne i 2017-2018 med 2016-2017, er der sket en række positive ændringer. På fire af de udvalgte parametre, der beskriver turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur, er der registreret en signifikant positiv udvikling. Turisterne vurderer *skiltning/nemt at finde rundt*, *transportomkostninger til destinationen*, *taxa-tjenester* og *pris på offentlig transport* signifikant højere end sidste år. På ingen af de ti parametre er der registreret fald i tilfredsheden.

Figur 58 Danmarks resultater på tilfredshedsparametre vedrørende transport og infrastruktur i 2015 - 2018





9. Forhold mellem pris og kvalitet

9 Forhold mellem pris og kvalitet

En stærk markedsposition er blandt andet betinget af et lands formåen i forhold til at levere værdi for pengene. Danmark er et forholdsvis dyrt land at holde ferie i. Det har således stor betydning for landets konkurrenceposition, at dansk turisme formår at levere et produkt, hvor de besøgende oplever, at de får kvalitet og dermed værdi for pengene. I dette kapitel klarlægges turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet.

For at bidrage til en kontekstforståelse til turistens oplevelse af pris og kvalitet indledes kapitlet med en oversigt over prisniveauet på forbrugsvarer og serviceydelser i landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Dernæst afdækkes danske og udenlandske turisternes vurdering af forholdet mellem pris og kvalitet i Danmark. Afslutningsvis præsenteres resultater for de udenlandske turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet i Danmark sammenholdt med konkurrentlandene i Norden og Nordeuropa. Resultaterne sammenlignes med de foregående års resultater.

Opsummering

Prisniveauet i Danmark

- Danmark og Norge havde i 2017 det højeste prisniveau for forbrugsvarer og serviceydelser i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Turisternes oplevelse af pris og kvalitet

- Danske og udenlandske turister i Danmark er generelt mere tilfredse med den overordnede ferieoplevelse end med feriens pris i forhold til kvalitet.
- Danmark ligger på niveau med Norden, men lavere end Nordeuropa, hvad angår turisternes tilfredshed med den overordnede værdi for pengene.
- Danmark har det seneste år rykket sig positivt på syv ud af otte parametre, der måler turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet. Navnlig på parametrene pris på fritidsaktiviteter og pris på offentlig transport er Danmarks scorer steget.
- Danmark evalueres bedre end Norden og Nordeuropa på parametrene pris for offentlig transport og transportomkostninger til destinationen.

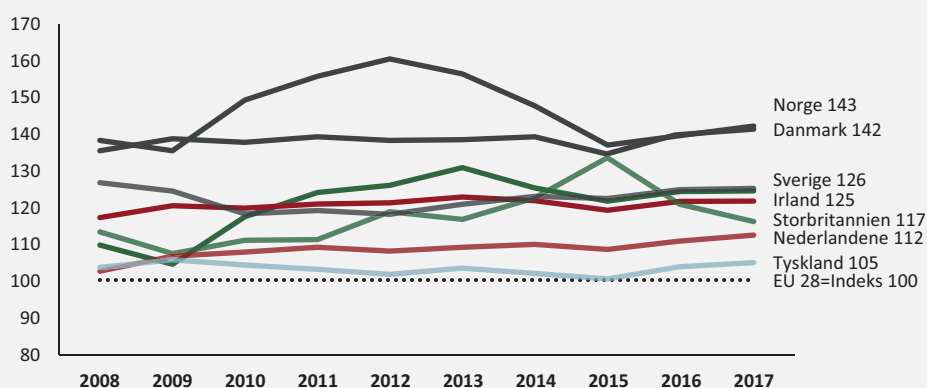
9.1 Prisniveauet i Danmark

I figur 59 er vist udviklingen i det danske prisniveau sammenlignet med den gennemsnitlige prisudvikling i EU (indeks 100) og de otte lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Danmark og Norge havde i 2017 det højeste prisniveau i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Samtlige nordeuropæiske lande ligger i 2017 over EU-gennemsnittet.

Sammenlignet med EU-gennemsnittet har Danmarks prisniveau ligget relativt stabilt i den betragtede periode fra 2008 til 2017, mens både Norge og Sverige har oplevet betydelige fluktuationer i prisudviklingen.⁵² I 2017 ligger Norge og Danmark stort set på samme prisniveau. Det svenske prisniveau er siden 2009 kommet noget tættere på det danske. Storbritannien har oplevet et fald i prisniveauet fra 2015 til 2017.

⁵² De relative prisændringer for Sverige og Norge skyldes i vid udstrækning ændringer i landenes valutakurser i forhold til euroen.

Figur 59 Sammenligning af udviklingen i priseniveauet i udvalgte nordeuropæiske lande, 2008-2017



Kilde: Eurostat. Priseniveauer for husholdningernes endelige forbrug af forbrugsvarer og serviceydelser, inkl. indirekte skatter.

9.2 Turisternes oplevelse af pris og kvalitet

Som det fremgår af tabel 24, er både danske og udenlandske turister i Danmark mere tilfredse med den overordnede ferieoplevelse end med feriens pris i forhold til kvalitet. Tilsvarende er de mere tilfredse med overnatningsstedet generelt end med pris i forhold til kvalitet på overnatningsstedet. Dette gør sig gældende inden for både kyst-/naturturismen og storbyturismen og i såvel 2014 som 2017.

Tabel 24 Danske og udenlandske ferieturisters tilfredshed, 2014 og 2017

	2014			2017		
	Alle	Danske	Udenlandske	Alle	Danske	Udenlandske
Overordnet tilfredshed med ferien	4,6	4,6	4,6	4,5	4,5	4,5
Pris i forhold til kvalitet generelt	3,9	4,0	3,9	4,1	4,2	4,0
Overnatningsstedet*	4,4	4,4	4,4	4,5	4,5	4,5
Pris i forhold til kvalitet på overnatningssted	4,2	4,2	4,2	4,2	4,3	4,1

Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse 2014 og 2017.

Tilfredsheden er målt på en skala fra 1 til 5, hvor 1 = meget utilfreds og 5 = meget tilfreds.

Overnatningsformer: hotel, feriecenter, lejet feriehus, camping og vandrerhjem.

Antal respondenter 2014: 2.355 danske og 7.091 udenlandske, 2017: danske: 3.053 og udenlandske: 6.786.

* I 2017 er spurgt til serviceniveauet blandt personalet på overnatningsstedet/udlejningsbureauet.

9.2.1 Turisternes oplevelse af pris i forhold til kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet

Tabel 25 viser, hvordan turisterne oplever balancen mellem pris og kvalitet på forskellige elementer, der vedrører ferien i Danmark, sammenlignet med det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.⁵³ Scorene er inddelt i kategorierne Elite, Høj, Ok, Lav og Meget lav.

⁵³ Kapitel 7 indeholder flere parametre om turisternes tilfredshed.

Første kolonne i tabellen lister en række tilfredshedsparametre. Næste kolonne viser, hvilke scorer Danmark har fået på parametrene, og af indeksskolonnen fremgår det, hvilken kategori som scoren ligger indenfor. I de sidste to kolonner sammenlignes Danmarks scorer med henholdsvis gennemsnittet i Norden og Nordeuropa. Der, hvor Danmarks resultater statistisk set er signifikant højere, er scoren farvet grøn, og der, hvor scoren er signifikant lavere, er den farvet rød.

Danmark opnår scorer i kategorien Ok på fem af otte tilfredshedsparametre, som omhandler sammenhængen mellem pris og kvalitet. Danmark klarer sig generelt godt i Norden, hvor Danmark scorer på niveau med eller højere end det nordiske konkurrentfelt på samtlige tilfredshedsparametre.

Danmark scorer signifikant lavere end Nordeuropa på to af de otte parametre, på niveau på fire parametre og signifikant over niveauet på to parametre: transportomkostninger til destinationen og pris på offentlig transport.

Tabel 25 Udenlandske turisters tilfredshed med parametre, som måler prisoplevelsen

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Værdi for pengene, overnatning	134		-	-
Værdi for pengene, hele opholdet	119	Ok score: 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	-	-29
Transportomkostninger til destinationen	117		+15	+15
Pris, historiske seværdigheder og museer	115		-	-
Værdi for pengene, spisesteder	111		-	-
Pris, offentlig transport	88	Lav score: 0-100 Inkonsistent oplevelser af kvalitet i forhold til forventninger	+19	+15
Pris, fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)	68		-	-
Værdi for pengene, shopping	55		-	-41

Kilde: Travelsat Competitive Index 2017/2018.

Ferie- og erhvervsturisme samlet. De grønne og røde scorer markerer, hvor Danmark scorer henholdsvis signifikant bedre eller signifikant dårligere end henholdsvis Norden og Nordeuropa.

Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

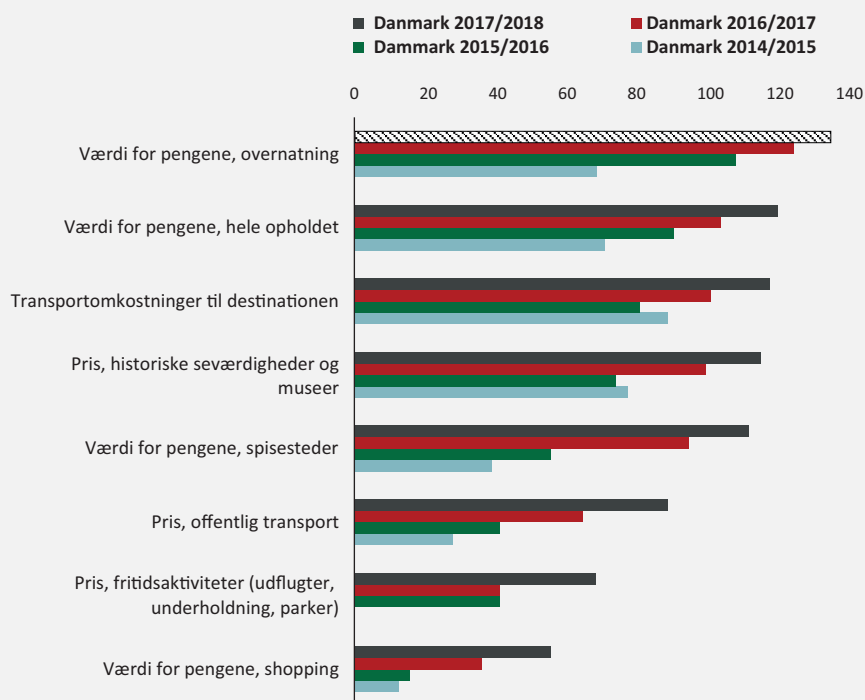
Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Figur 60 viser udviklingen i Danmarks score. Ved sammenligning af scores kræves en forskel på mindst 15 point, før forskellen er statistisk signifikant.

De øverste bjælker viser tilfredshedsscorerne i 2018-2017. Hvis scorene i 2018-2017 er signifikant forskellige fra scorene i 2017-2016, er bjælkerne fuldt optrukne. Hvis der ikke er signifikant forskel, er bjælkerne skraverede.

På syv ud af otte parametre er sket en signifikant forbedring af de danske scorer i 2018-2017 sammenlignet med året før. Den positive ændring er størst for priser på fritidsaktiviteter og priser på offentlig transport. Kun på et parameter har det ikke været en signifikant positiv udvikling. Det drejer sig om værdi for pengene på overnatning.

Figur 60 Udvikling i Danmarks resultater på parametre, som måler prisoplevelsen



Kilde: Travelsat Competitive Index 2017/2018, 2016/2017, 2015/2016 og 2014/2015. Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.



10. Konkurrencedygtigt turismeerhverv

10 Konkurrencedygtigt turismeerhverv

I den globale konkurrence om at tiltrække turister skal Danmark kunne tilbyde attraktive produkter og oplevelser, hvor turisterne oplever, at de får kvalitet og værdi for pengene. I den forbindelse er det afgørende, at det danske turismeerhverv er konkurrencedygtigt på flere parametre.

Dette kapitel undersøger turismeerhvervets momssatser og -fradrag samt elpriser. Det er eksterne rammevilkår, der har betydning for det danske turismeerhvervs konkurrenceevne. Desuden ses på omsætning, produktivitet, uddannelses- og lønniveau, efterspørgsel efter arbejdskraft samt evnen til at investere og generere overskud. Momssatser og -fradrag, elpriser, produktivitet og lønniveau sammenlignes med det nordeuropæiske konkurrentfelt bestående af Sverige, Norge, Finland, Storbritannien, Irland, Tyskland og Nederlandene.

Kapitlet afsluttes med en gennemgang af de offentlige investeringer i turismen i Danmark. Der ses ligeledes på innovation i virksomhederne inden for turismeerhvervet. Slutteligt fremgår til- og afgang af virksomheder inden for erhvervet i form af antal konkurser samt ophørte og nye virksomheder.

Opsummering

Momssatser og -fradrag

- I Danmark er der 100 pct. momsfradrag på hotelophold og 25 pct. momsfradrag på restaurationsydelse. Den generelle moms på varer og tjenesteydelse er 25 pct. Dette er en relativ høj sats sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Elpriser

- I 2016 havde en virksomhed i dansk turisme et gennemsnitligt elforbrug på ca. 78 MWh årligt. Den samlede elpris for en virksomhed med et elforbrug mellem 20 og 500 MWh var i 2016 i alt 74 øre pr. kWh, inkl. elpris og levering, netomkostning og afgifter (inkl. PSO).

Omsætning

- Inden for de fleste turismerelaterede brancher har omsætningen målt i løbende priser været stigende siden 2008 – eneste undtagelse er rejseservice.

Produktivitet

- I forhold til det øvrige erhvervsliv er der generelt lav produktivitet inden for turismeerhvervet. Fra 2008 til 2016 har der dog været en positiv udvikling i produktiviteten både generelt og i turismeerhvervet.

Arbejdsmarked

- I turismeerhvervet er andelen af ufaglærte markant højere end i det øvrige erhvervsliv. Den gennemsnitlige timeløn for medarbejdere, der arbejder inden for overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder, var i Danmark 206,3 kr. i 2017. Dette er lavere end i det øvrige danske erhvervsliv, men højere end i det nordeuropæiske konkurrentfelt (undtaget Norge).

- Turismeerhvervet oplever problemer med at rekruttere arbejdskraft. Inden for hotel og restauration var der i 2017 i alt 1.780 forgæves rekrutteringer.
- I turismeerhvervet er der sket en stigning i antallet af fuldtidsbeskæftigede udlændinge fra godt 11.000 i 2008 til knap 21.000 i 2017.
- Turismeerhvervet har de seneste år oplevet en stabil og positiv udvikling i beskæftigelsen. Samtidig er der overordnet set positive forventninger til fremtiden – turismeerhvervet er mere optimistisk end det øvrige erhvervsliv. Omkring 10 pct. af virksomhederne oplever dog mangel på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor.

Overskud og investering

- De turismerelaterede brancher havde i 2016 samlet set en overskudsgrad på godt 6 pct., hvilket er lidt under niveauet for det øvrige erhvervsliv.
- I 2016 havde de turismerelaterede brancher en investeringsgrad på 8,5 pct., hvilket er det højeste niveau i fem år og markant over niveauet i det øvrige erhvervsliv.

Innovative virksomheder i turismeerhvervet

- I 2016 gennemførte knap 30 pct. af turismevirksomhederne markedsførings- og organisatorisk innovation, og omkring 20 pct. gennemførte produkt- og procesinnovation.

Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

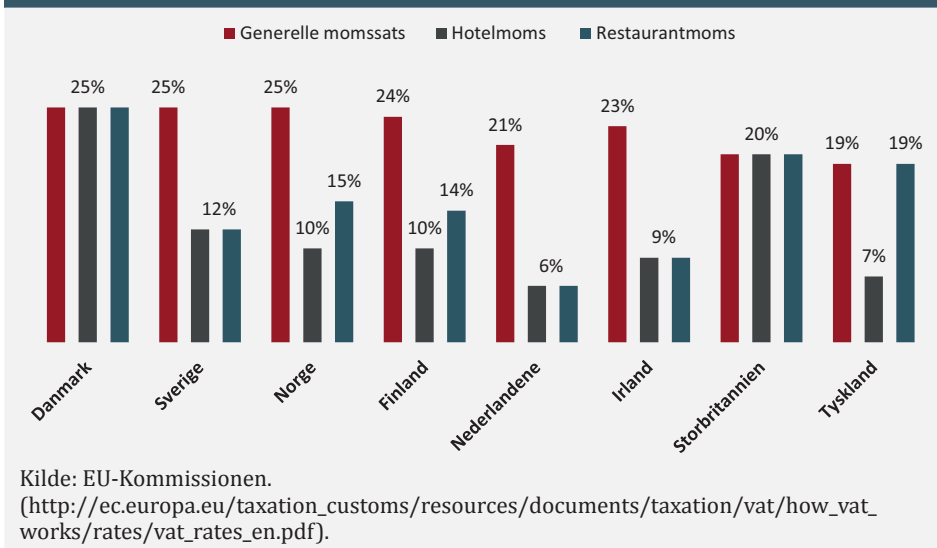
- I 2008 var turismeerhvervet kendetegnet ved flere nystartede end ophørte virksomheder. Efter en række hårde år er der i 2016 igen flere nystartede end ophørte virksomheder. Således blev der i 2016 etableret 2.282 nye turismevirksomheder, mens 2.140 ophørte med at eksistere.
- Antallet af konkurer blandt virksomheder inden for turismeerhvervet er faldet med 7,2 pct. fra 2016 til 2017. Inden for det øvrige serviceerhverv steg antallet af konkurer med 1,8 pct. i den tilsvarende periode.

10.1 Momssatser og -fradrag

I Danmark er enhedsmomssatsen på varer og tjenesteydelser på 25 pct. Det er en høj sats sammenlignet med de øvrige lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Samtidig adskiller Danmark sig fra hovedparten af de nordeuropæiske lande ved ikke at have differentieret moms på hotel- og restaurationsydelser.

Figur 61 viser, at Danmark sammen med Sverige og Norge har de højeste generelle momssatser i Nordeuropa. I såvel Sverige som Norge opereres med differentieret moms og dermed med lavere momssatser inden for hotel- og restaurationsbranchen.

Figur 61 Momssatser i Danmark sammenlignet med udvalgte nordeuropæiske lande, 2018



10.1.1 Momsfradrag

I 2015 blev momsfradraget for hotelovernatninger i Danmark forhøjet, så både danske og udenlandske virksomheder fra dette år fik fuld fradragetsret for sine momsudgifter til hotelovernatninger. Hermed blev der sikret lige konkurrencevilkår i syv af de otte lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt: Danmark, Sverige, Norge, Finland, Storbritannien, Nederlandene og Tyskland. Kun i Irland er der på nuværende tidspunkt intet momsfradrag på hotelophold.⁵⁴

Feriehuse er den mest udbredte kommercielle overnatningsform i Danmark, og det har således betydning for erhvervets konkurrenceevne, at udlejning af privatejede feriehusene i udgangspunktet er momsfrifaget. I 2017 blev 37 pct. af de registrerede kommercielle overnatninger i Danmark foretaget i feriehusene.

Momsfradraget for *restaurationsydelser* er 25 pct. i Danmark. Virksomhederne har således ret til at fradrage 25 pct. af momsen på restaurationsydelser. I Sverige, Finland, Storbritannien og Tyskland er der 100 pct. momsfradrag på restaurationsydelser, mens Norge, Irland og Nederlandene ikke har momsfradrag på dette område.⁵⁵

Momsreglerne i Danmark gælder for både danske og udenlandske virksomheder.

10.2 Elpriser

I 2016 fordelte turismeerhvervets samlede energiforbrug sig på ca. 44 pct. fjernvarme, 41 pct. elektricitet, 7 pct. olieprodukter, inkl. til transport, og 6 pct. naturgas. Fjernvarme og elektricitet er således de energiformer, som har størst betydning for turismeerhvervet.

Da landene i dansk turismes nordeuropæiske konkurrentfelt har meget forskelligartede energiproduktionssystemer og energifgifts- og tilskudssystemer, er det ikke

⁵⁴ Jf. Deloitte, European VAT Refund Guide 2018.

⁵⁵ Jf. Deloitte, European VAT Refund Guide 2018.

muligt at lave en sammenligning af en gennemsnitlig fjernvarmepris på tværs af konkurrencefeltet. I 2015 var den samlede fjernvarmepris for hoteller- og restauranter i Danmark i gennemsnit på ca. 496 kr. pr. MWh.

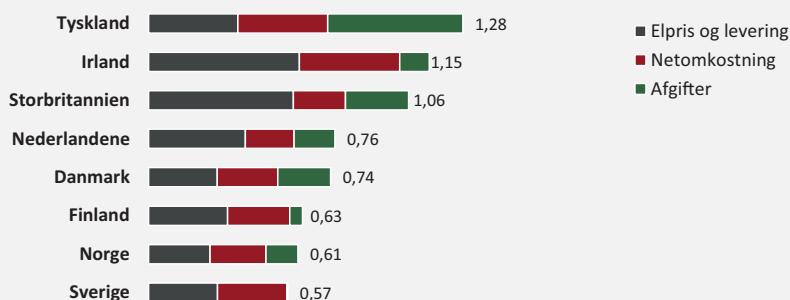
For at kunne vurdere betydningen af elomkostninger for turismeerhvervet i det nordeuropæiske konkurrencefelt tager figur 62 udgangspunkt i de samlede elpriser for momsregistrerede virksomheder med et årligt forbrug på 20 til 500 MWh. Intervallet er valgt, da mange turismevirksomheder har et elforbrug, som ligger i dette interval.

Det fremgår af figur 62, at den samlede elpris for en typisk dansk virksomhed med et elforbrug mellem 20 og 500 MWh i 2016 var på 74 øre pr. kWh, hvilket er 2 øre højere end i 2015. I Danmark udgør den direkte elpris og levering 28 øre, tariffer og PSO 25 øre og afgifter 22 øre. Den samlede danske elpris for virksomheder med et elforbrug mellem 20 og 500 MWh er dermed lavere end i Nederlandene, Storbritannien, Irland og Tyskland, men højere end de øvrige skandinaviske lande. Fra 2015 til 2016 steg elprisen for virksomheder i Danmark, Norge, Finland og Sverige, mens den faldt i Irland, Storbritannien og Nederlandene. I Tyskland var elprisen stort set uændret fra 2015 til 2016. I Tyskland omfatter afgifter også PSO, mens PSO-afgiften i Danmark er indeholdt i netomkostning. De danske priser på el og levering samt nettatarifferne er fortsat blandt de laveste i Europa, mens afgifterne ligger blandt de højeste kun overgået af Tyskland og Storbritannien.

Den angivne elpris er et gennemsnit for gruppen af virksomheder inden for forbrugsintervallet, og der kan dermed være forskel på den faktiske elpris virksomhederne imellem. Virksomheder med høje elforbrug har ofte bedre muligheder for at forhandle særlige pris aftaler med sine leverandører end virksomheder med lave elforbrug, hvilket kan medføre prisforskelle. I Danmark afhænger energiafgifterne endvidere af, hvorvidt forbrugeren er momsregistreret, hvordan den brugte energi er produceret, og til hvilke formål energien anvendes. For elafgiften sondres mellem privat- og erhvervsmæssig anvendelse, samt hvorvidt den anvendes til proces eller rumvarme. I 2017 er afgiftssatserne for el anvendt til rumopvarmning 40,5 øre pr. kWh for momsregistrerede virksomheder og 91,0 øre pr. kWh for ikke-momsregistrerede virksomheder, mens afgiftssatsen for el anvendt til proces fortsat ligger på EU's minimumsniveau på 0,4 øre pr. kWh. Grundet de forskellige afgiftssatser vil turismevirksomhedernes elpris variere afhængig af, hvordan elforbruget fordeles sig mellem proces og rumopvarmning. Turismevirksomheder, som primært anvender el til proces (fx drift af maskiner, produktionsanlæg, it-udstyr, belysning og ventilation), vil typisk betale en lavere pris end 74 øre pr. kWh, mens turismevirksomheder, som primært anvender el til opvarmning, typisk vil betale en højere pris. I november 2017 er der indgået politisk aftale om at igangsætte en dialog med EU-Kommissionen om mulighederne for en målrettet lempelse af rumvarmeafgiften for hoteller.⁵⁶

⁵⁶ Aftale mellem regeringen, Dansk Folkeparti og Radikale Venstre om erhvervs- og iværksætterinitiativer fra november 2017

Figur 62 Elpriser for virksomheder med et elforbrug på 20–500 MWh, kr.*, DKK pr. kWh, 2016**



Kilde: Eurostat (<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu>).

* Der ses på branchen hoteller og restauranter i Danmarks Statistiks brancheopdeling, da der ikke findes en fast defineret branchegruppe for turisme. Det gennemsnitlige elforbrug for en virksomhed i denne branche er omkring 78 MWh årligt. Elpriserne gælder for momsregistrerede virksomheder med et årligt forbrug mellem 20-500 MWh.

** I skrivende stund er data for 2017 endnu ikke offentliggjorte.

Private feriehusejere betaler ligesom private husholdninger i 2017 den fulde elafgift på 91,0 øre pr. kWh. I 2016 var den samlede elpris, det vil sige elmarkedspris, afgifter, PSO og tariffer for en privat feriehusejer med et gennemsnitligt forbrug lidt under 2,5 kr. pr. kWh.⁵⁷ Prisen på Sjælland og Lolland-Falster er typisk lidt højere end landsgennemsnittet, mens prisen i Jylland og på Fyn er lidt lavere. Da private feriehuslejere betaler den højere elafgift, vil de samlede elomkostninger være højere end for en gennemsnitlig dansk turismevirksomhed. Private feriehusudlejere får dog et fradrag i forhold til lejeindtægterne. Fradraget skal delvist kompensere for den høje elafgift.

De almindelige regler om høj energif afgift på rumvarme/varmt vand og lav energif afgift på energi til procesformål gælder også campingpladser. Den el, som en campingplads bruger fx til lys i kontorer eller på fællesarealer, pålægges elafgift med 0,4 øre/kWh (procesafgift). Den el, som en campingplads bruger til rum-opvarmning af fx egne lokaler, pålægges en elafgift på ca. 40 øre/kWh (elvarmeafgift).

El, som en campingplads køber og leverer videre til gæsternes egne campingvogne, har hidtil været pålagt den almindelige, høje elafgift på ca. 90 øre/kWh, uanset hvad den bruges til. Dette er dog ændret i 2018 som følge af aftalen om erhvervs- og iværksætterinitiativer mellem regeringen, Dansk Folkeparti og Radikale Venstre fra november 2017, hvor elafgiften for campingpladser lempes. Lempelsen vil betyde, at campingpladser og lystbåde i havn skal betale henholdsvis procesafgift på 0,4 øre pr. kWh og rumvarmeafgift på ca. 40 øre pr. kWh for el, som campingpladsens gæster benytter, i stedet for den nuværende høje sats på ca. 90 øre pr. kWh. Reglerne er ændret sådan, at når prisen på el indgår som en integreret del af prisen for den samlede ydelse til campinggæster i egen campingvogn, vil el til private campingvogne kunne anses som forbrugt af campingpladsen.

⁵⁷ Energitilsynets beregninger. En privat feriehusudlejer vurderes til at have et gennemsnitligt elforbrug på mellem ca. 1.200 til 2.500 kWh om året.

Fra 1. januar 2017 blev elafgiften for forlystelsesparker sat ned til afgiftssatsen for produktionserhverv på 0,4 øre pr. kWh. Dette initiativ forventes at reducere forlystelsesparkernes elpris og dermed omkostninger mærkbart. Dertil vil PSO-afgiften frem mod 2022 blive udfaset, så elprisen for både turismevirksomheder og private feriehusudlejere bliver reduceret, ligesom der med aftalen om erhvervs- og iværksætterinitiativerne mellem regeringen, Dansk Folkeparti og Radikale Venstre fra november 2017 er gennemført en sænkelse af elvarmeafgiften.

Nedsættelse af elvarmeafgiften og den almindelige elafgift

Den 1. februar 2018 blev der indgået aftale om udmøntning af successionsmidler. I den forbindelse blev der blandt andet afsat 150 mio. kr. til at fremrykke nedsættelsen af elvarmeafgiften med 15 øre pr. kWh til d. 1. maj 2018 i stedet for d. 1. januar 2019. Der er i forvejen afsat 300 mio. kr. til at nedsætte elvarmeafgiften fra 2019.

Med Energiaftalen af juni 2018 blev parterne enige om en gradvis lempelse af elvarmeafgiften, der vil falde til 15,5 øre/kWh fra 2021 og frem målt i 2018-priser. Derudover vil den almindelige elafgift blive lempet med først 4 øre pr. kWh, hvilket gradvist vil stige op til 14 øre pr. kWh i 2025. Lempelserne af afgifterne på el og elvarme vil tilsammen være på ca. 2 mia. kr. i 2025.

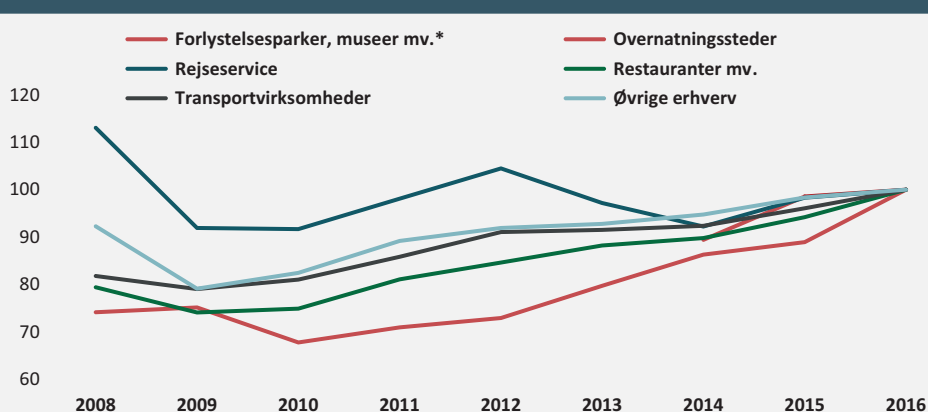
Med Finanslovsforslaget for 2019 foreslås endvidere en nedsættelse af elvarmeafgiften specifikt for sommerhuse. Afgiften foreslås nedsat fra ca. 61 øre pr. kWh til ca. 26 øre pr. kWh på det elforbrug, der overstiger 4.000 kWh. Formålet med nedsættelsen er delvist at fremme eldrevne teknologier som eksempelvis varmepumper, samt gøre det mere attraktivt at udleje sommerhuse i de koldere måneder.

10.3 Omsætning

Figur 63 viser udviklingen i omsætningen inden for en række turismerelaterede brancher sammenlignet med det øvrige erhvervsliv. Det er vigtigt at være opmærksom på, at de turismerelaterede brancher ikke kun medregner den omsætning, som turisterne genererer, men også den omsætning som for eksempel fastboende ikke-turister bidrager med.

Der har i perioden 2008 til 2016 samlet set været en positiv udvikling i omsætningen målt i løbende priser inden for en række turismerelaterede brancher. Især inden for forlystelsesparker, museer mv. har der siden 2014 været en meget positiv udvikling i omsætningen. Overnatningssteder er med en vækst på 12 pct. det område, der har oplevet den største stigning i omsætningen fra 2015 til 2016.

Figur 63 Omsætning fordelt på underbrancher, 2008-2016. Indeks 2008 = 100



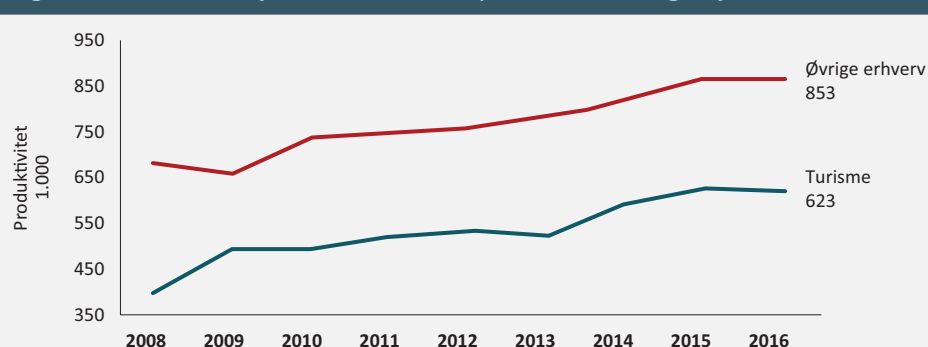
Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2008-2016.

Anm.: Den offentlige sektor er udeladt – både inden for de turismerelaterede brancher og øvrige brancher.

10.4 Produktivitet

I perioden 2008 til 2016 har der været en positiv udvikling i produktiviteten beregnet som værditilvækst pr. årsværk i de turismerelaterede brancher, jf. figur 64. Produktiviteten ligger dog fortsat på et noget lavere niveau end i det øvrige erhvervs-liv. Det skyldes blandt andet, at de turismerelaterede brancher generelt er meget arbejdskraftintensive og har et forholdsvist lavt kapitalapparat.

Figur 64 Produktivitet (bruttoværditilvækst/fuldtidsbeskæftigede), DKK, 2008-2016

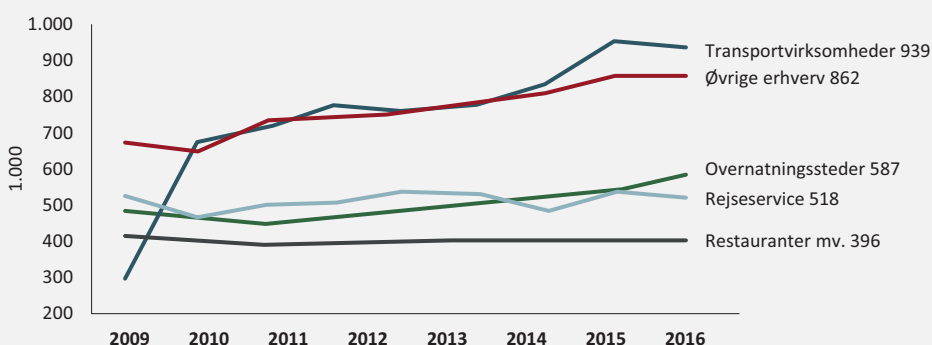


Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2008-2016.

Anm.: Produktivitet beregnes som bruttoværditilvækst pr. årsværk.

Figur 65 viser, at udviklingen i produktiviteten inden for en række turismerelaterede brancher har været relativ stabil i perioden 2009 til 2016. Branchen *transportvirksomheder* har oplevet den mest positive udvikling i produktiviteten i den betragtede periode.

Figur 65 Produktivitet fordelt på underbrancher, (værditilvækst/ fuldtidsbeskæftigede), DKK, 2009-2016

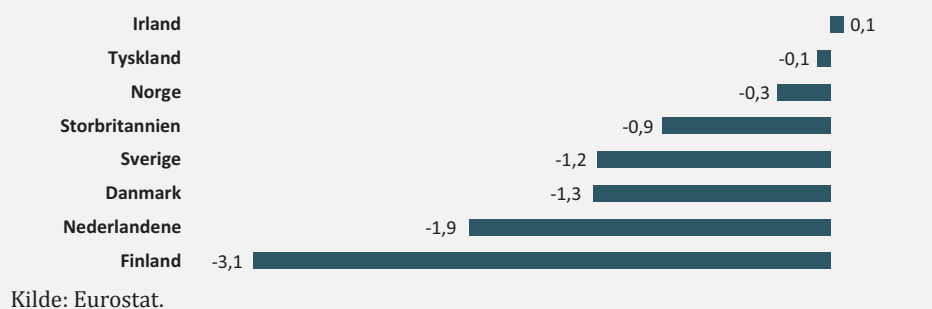


Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2009-2016.
Anm.: Produktivitet beregnes som værditilvækst pr. årsværk.

Det er relevant at sammenligne produktiviteten i danske turismevirksomheder med produktiviteten i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Da der er betydelige usikkerheder forbundet med at sammenligne produktiviteten i enkeltbrancher på tværs af lande, ses i figur 66 på produktivitetsvæksten.

Produktivitetsvæksten i turismeerhvervet bredt set opgøres ikke for de respektive lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt, men hvis man sammenligner produktivitetsvæksten i hotel- og restaurationsbranchen, fremgår det, at alle landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt, med undtagelse af Irland, har haft negativ vækst fra 2008 til 2016. Danmark har oplevet en negativ vækst i perioden på gennemsnitlig 1,3 pct. årligt, hvilket er en forværring i forhold til sidste år. Udviklingen skal ses i sammenhæng med, at de nordiske lande kommer fra et meget højt niveau med en høj produktivitetstilvækst pr. time.

Figur 66 Produktivitetsvækst, real BVT pr. time, gns. årlig vækst, 2008-2016, hotel- og restaurationsbranchen

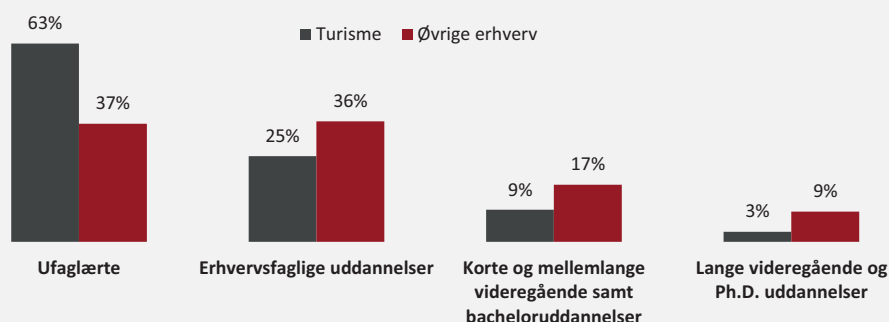


Kilde: Eurostat.

10.5 Arbejdsmarked

Den forskel, der er i produktivetsniveauet i turismeerhvervet og det øvrige erhvervsliv, kan skyldes uddannelsessammensætningen. Der er således en markant højere andel ufaglærte i turismeerhvervet sammenlignet med det øvrige erhvervsliv.

Figur 67 Uddannelsesniveaue* i turismeerhverv og øvrige erhvervsliv, 2016



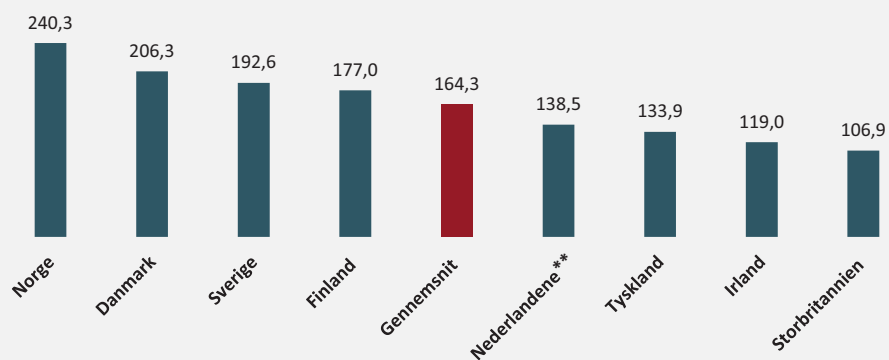
Kilde: Danmarks Statistik – FIDA.

Note: Opgørelsen af uddannelsesniveaue er baseret på beskæftigelsen i november og dækker både fuldtids- og deltidsbeskæftigede. Da der i turismeerhvervet er mange sæsonarbejdere, kan opgørelsetidspunktet betyde, at uddannelsesniveaue overvurderes, da antallet af deltidsbeskæftigede i november må antages at være relativt lavt sammenlignet med højsæsonen.

* Den offentlige sektor er ikke medtaget i opgørelsen.

Lønniveaue har betydning for turismeerhvervet konkurrenceevne, da en stor del af udgifterne i erhvervet udgøres af lønningerne. I Danmark er gennemsnitslønnen for medarbejdere inden for overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomhed 206,3 kr. pr. arbejdstime. Til sammenligning ligger det gennemsnitlige lønniveau i Nordeuropa på 164,3 kr. pr. arbejdstime. Det koster således de danske overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder mere at have ansatte end det gennemsnitlige niveau for Nordeuropa.

Figur 68 Lønniveau i turismeerhvervet* i Danmarks konkurrentfelt, DKK, 2017



Kilde: Danmarks Statisti Kilde: Dansk Arbejdsgiverforening. (<http://intstat.da.dk/Home/Niveauer>).

Note: Lønniveau måles som medarbejderomkostning.

* Turismeerhvervet er her defineret som overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder.

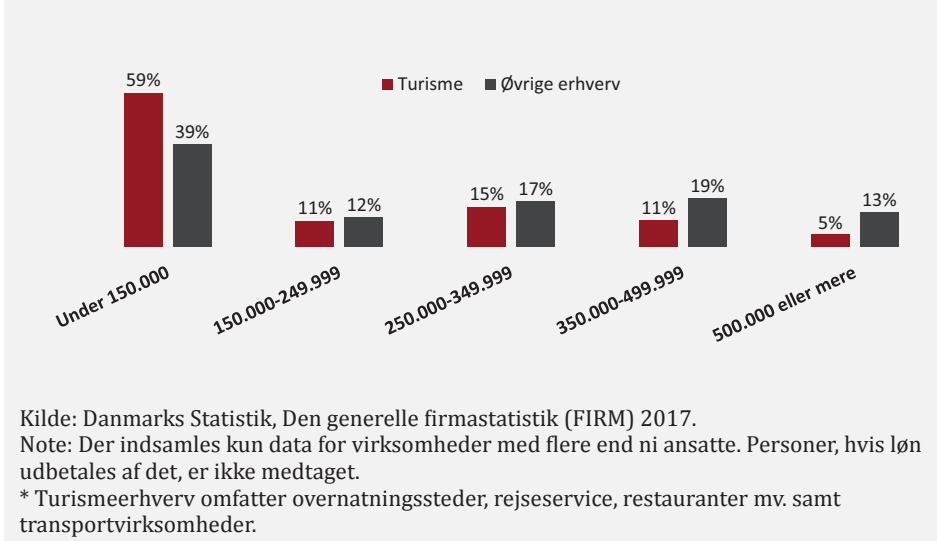
** Tallet er fra 2016. 2017-tallene er ikke offentliggjorte i skrivende stund.

Inden for det danske turismeerhverv er der en større andel beskæftigede med en årsindkomst på under 150.000 kr. sammenlignet med det øvrige erhvervsliv, jf. figur 69. Andelen med en indkomst mellem 150.000 og 249.999 kr. er stort set ens

for de to erhvervsgrupper, mens andelen af beskæftigede med en årsindkomst på 250.000 kr. eller mere er større i det øvrige erhvervsliv.

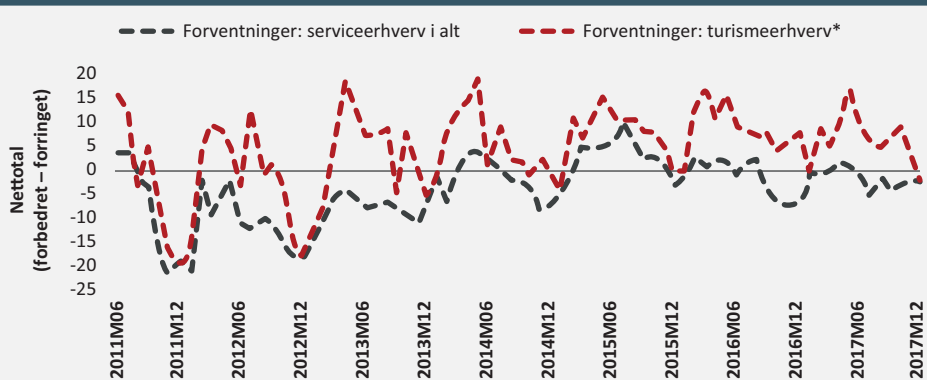
Den høje andel inden for turismeerhvervet med en årsindkomst under 150.000 kr. kan være resultatet af et lavt uddannelsesniveau, jf. figur 67. Samtidig kan en del af forklaringen på den høje andel med et lavt løn- og uddannelsesniveau i turismeerhvervet være, at erhvervet har en relativt høj andel af del- og fritidsansatte.

Figur 69 Lønniveau i turismeerhverv* og øvrige erhvervsliv, DKK, 2016



Figur 70A og 70B viser de danske virksomheders vurdering af henholdsvis den forventede og faktiske beskæftigelsesudvikling i egen virksomhed inden for en tre måneders periode. Nettotallene var forholdsvis ustabile frem til 2015, men har siden været ganske stabile og positive. Siden 2015 har tallene ligget på et højt niveau, hvilket betyder, at såvel turisme- som serviceerhvervet generelt oplever og har forventninger til stigende beskæftigelse. Graferne for turismeerhvervet udviser nogle fluktuationer over året, som fortrinsvis kan forklares med sæsonudsving.

Figur 70A Vurdering af den forventede beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, juni 2011 - december 2017



* Turismeerhverv omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer.

Kilde: Danmarks Statistik.

Der spørges til den forventede vurdering af beskæftigelsesudviklingen i egen virksomhed inden for en tre måneders periode. Basis: Ca. 3.000 interview inden for hele servicesektoren. Udvalget er repræsentativt for de enkelte brancher. Svarprocenter er omkring 80 pct.

Figur 70B Vurdering af den faktiske beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, juni 2011 - december 2017



* Turismeerhverv omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer.

Kilde: Danmarks Statistik.

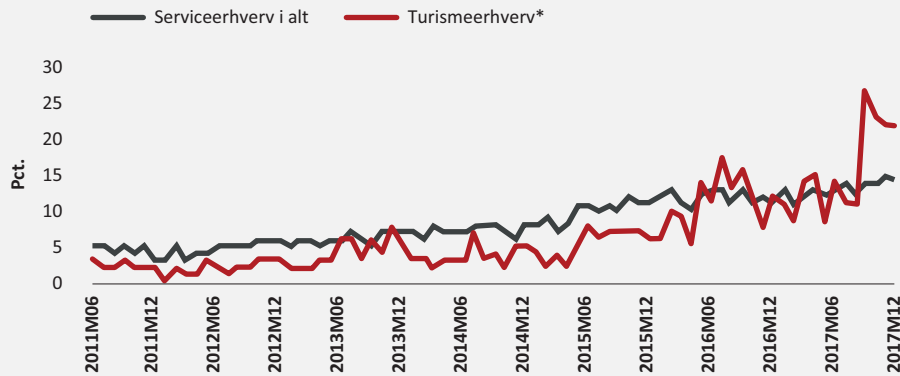
Der spørges til den faktiske vurdering af beskæftigelsesudviklingen i egen virksomhed inden for en tre måneders periode. Basis: Ca. 3.000 interview inden for hele servicesektoren. Udvalget er repræsentativt for de enkelte brancher. Svarprocenter er omkring 80 pct.

Virksomhederne har overordnet set positive forventninger til beskæftigelsesudviklingen i egen virksomhed. En fortsat positiv udvikling i beskæftigelsen er dog betinget af, at virksomhederne kan skaffe den nødvendige kvalificerede arbejdskraft.

Figur 71 viser virksomhedernes oplevelse af mangel på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor. Som det fremgår, har såvel turisme- som serviceerhvervet generelt oplevet manglen på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor. Niveaulet inden for turismeerhvervet fluktuerer noget mere end i serviceerhvervet generelt og afspejler blandt andet sæsonudsvingene i turismeerhvervet.

I november 2017 indgik regeringen en aftale med arbejdsmarkedets parter om at opkvalificere danskerne. Aftalen lyder på 2,7 mia. kr. og omfatter blandt andet et kompetenceløft i dansk turisme gennem AMU-kurser inden for eksempelvis madlavning og servering.

Figur 71 Vurdering af produktionsbegrænsningerne i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, juni 2011 – december 2017



* Turismeerhverv omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer.

Kilde: Danmarks Statistik.

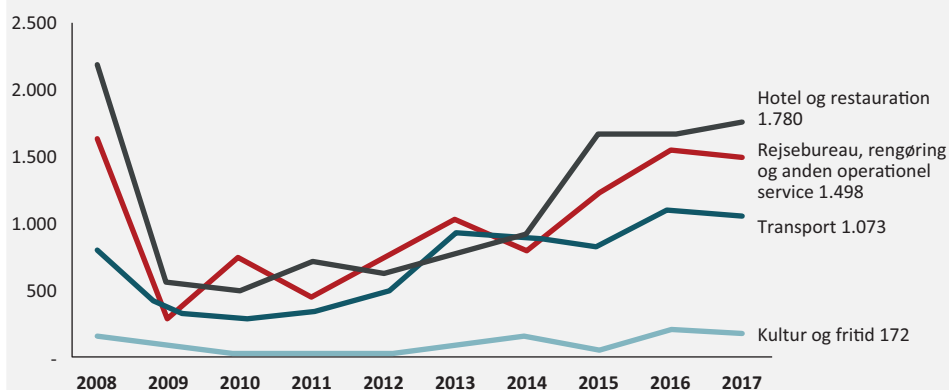
Der spørges til øjeblikkelige produktionsbegrænsninger. Det er muligt at afkrydse ingen begrænsninger.

Basis: Ca. 3.000 interview inden for hele servicesektoren. Udvalget er repræsentativt for de enkelte brancher. Svarprocenter er omkring 80 pct.

Generelt har de danske virksomheder oplevet en gradvis stigning i antallet af forgæves rekrutteringer siden 2009, hvor det danske arbejdsmarked i høj grad var præget af finanskrisen. I efteråret 2009 oplevede det samlede erhvervsliv godt 7.000 forgæves rekrutteringer. Antallet er efterfølgende steget til godt 20.000 forgæves rekrutteringer i efteråret 2017.

Turismeerhvervet har oplevet en tilsvarende udvikling, jf. figur 72. Inden for hotel og restauration var der i efteråret 2017 i alt 1.780 forgæves rekrutteringsforsøg. På samme tidspunkt i 2008 lå antallet på 540.

Figur 72: Udviklingen i antal forgæves rekrutteringer for udvalgte brancher, data for efteråret 2008-2017

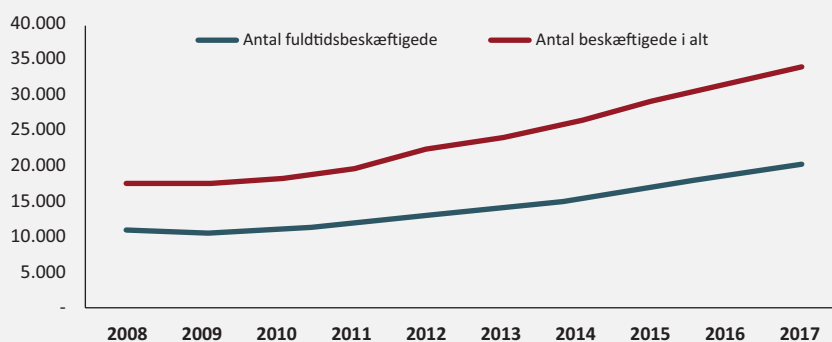


Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR), Rekrutteringsundersøgelsen for efteråret.

Anm.: Virksomheder, der i en survey har svaret, at de i løbet af de sidste to måneder har oplevet forgæves rekrutteringsforsøg af nye medarbejdere. En forgæves rekruttering er, hvis virksomheden ikke fik ansat en person til den pågældende stilling, eller hvis stillingen efterfølgende er blevet besat af en medarbejder, der ikke havde de ønskede kvalifikationer.

Det danske arbejdsmarked har de senere år oplevet faldende ledighed og flere forgæves rekrutteringsforsøg. Det har blandt andet betydet, at virksomhederne i stigende grad benytter udenlandsk arbejdskraft. Fra 2008 til 2017 er antallet af udenlandske statsborgere med arbejde i Danmark steget med 82 pct. fra godt 136.000 i 2008 til knap 250.000 fuldtidsbeskæftigede udlændinge i 2017. Inden for turismeerhvervet er der sket en tilsvarende udvikling fra godt 11.000 fuldtidsbeskæftigede udlændinge i 2008 til knap 21.000 fuldtidsbeskæftigede udlændinge i 2017.⁵⁸

Figur 73 Udenlandsk arbejdskraft beskæftiget i dansk turisme



Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR).

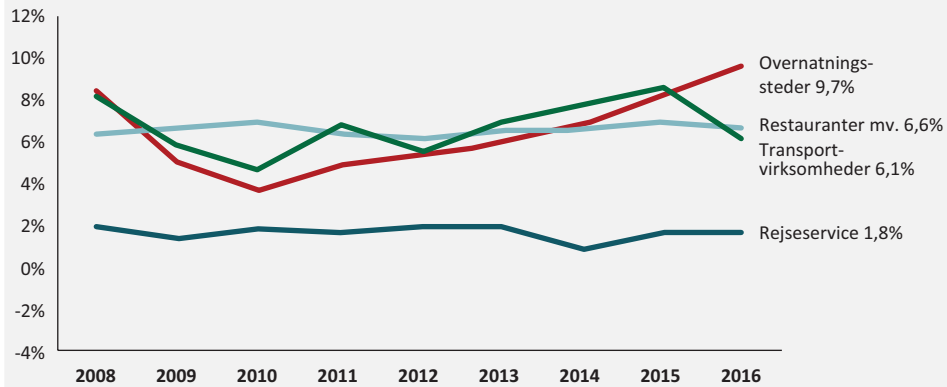
10.6 Overskud og investering

En virksomheds overskudsgrad er udtryk for, hvor stor en andel af virksomhedens omsætning der omsættes til overskud og kan anvendes til investeringer. Samlet set lå overskudsgraden inden for de turismerelaterede brancher i 2016 på 6,2 pct., hvilket er lidt under niveauet på 7,5 pct. i det øvrige erhvervsliv.

⁵⁸ Antallet af udlændinge beskæftiget i turismeerhvervet kan ikke sammenlignes med opgørelse i kapitel 3. Beskæftigelsen i kapitel 3 dækker alle brancher inkl. de afledte beskæftigelseseffekter.

Overnatningsstederne har de seneste år oplevet en pæn og tiltagende overskudsgrad. I 2016 lå den på 9,7 pct. Transportvirksomhederne har haft en fluktuerende overskudsgrad, som i 2016 tog et dyk nedad i forhold til året før. Restauranterne ligger stabilt med en overskudsgrad omkring 6,6 pct. Rejseservice har siden 2008 haft en overskudsgrad på knap 2 pct.

Figur 74 Udvikling i turismerelaterede erhvervs overskudsgrad (ordinært resultat/omsætning), 2008-2016

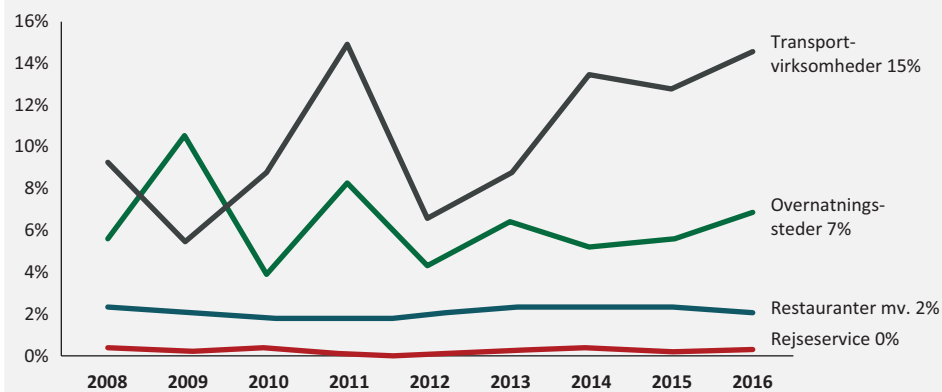


Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2008-2016.

Note: Overskudsgraden kan dække over variationer mellem virksomhederne i de respektive underbrancher. Det antages, at variationen følger en almindelig normalfordeling, hvorfor den angivne overskudsgrad vil være udtryk for, hvad der er almindeligt for virksomhederne i branchen.

Den gennemsnitlige investeringsgrad inden for de turismerelaterede brancher var samlet set 8,5 pct. i 2016, hvilket er det højeste niveau i fem år og markant over det øvrige erhvervsliv. Inden for turismen er det fortsat transportvirksomhederne, som har den højeste investeringsgrad.

Figur 75 Udvikling i turismerelaterede erhvervs investeringsgrad (investeringer/nettoomsætning), 2008-2016



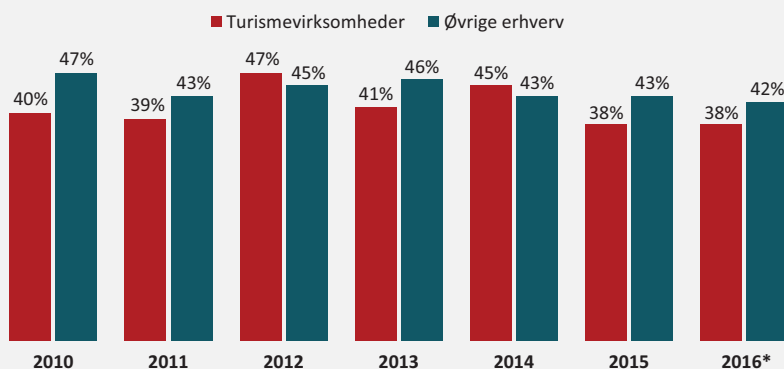
Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2008-2016.

Anm.: Investeringsgraden beregnes som investeringer i forhold til nettoomsætningen.

10.7 Innovative virksomheder i turismeerhvervet

Figur 76 viser, at 38 pct. af de danske turismevirksomheder gennemførte innovationer i 2016, hvilket er på niveau med året før.⁵⁹ Sammenlignet med det øvrige erhvervsliv viser resultaterne, at de danske turistvirksomheder ligger relativt lavt. Andelen af innovative virksomheder i det øvrige erhverv ligger på 42 pct.

Figur 76 Andel af innovative danske virksomheder fordelt på turisme- og andre erhverv, 2010-2016*



Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik på samme branchekoder, som er anvendt i Turismens økonomiske betydning.

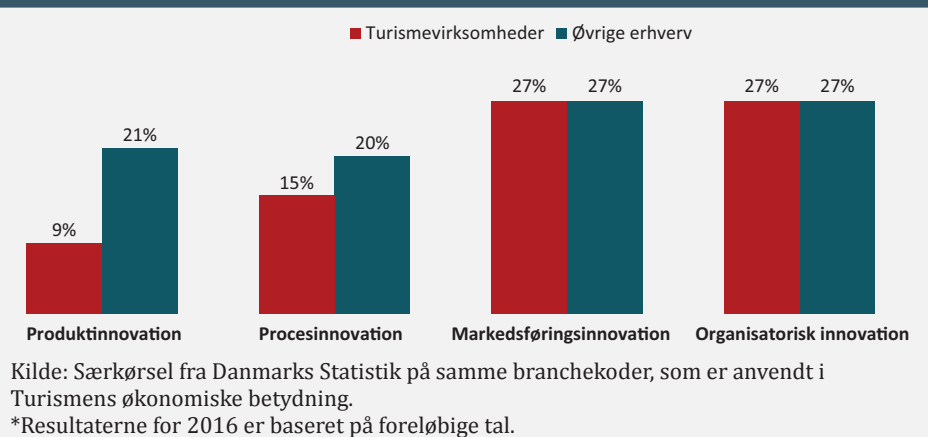
*Resultaterne for 2016 er baseret på foreløbige tal.

Der er forskel på, hvilke innovationstyper der er mest udbredte i turismeerhvervet. Her skelnes der mellem fire typer innovation: produktinnovation, procesinnovation, markedsføringsinnovation og organisatorisk innovation.

27 pct. af turismevirksomhederne har i 2016 gennemført markedsførings- og organisatorisk innovation, 15 pct. har gennemført procesinnovation, og 9 pct. har gennemført produktinnovation. De danske turismevirksomheder udfører i mindre grad produkt- og procesinnovation end andre brancher, men ligger på niveau, når det gælder de andre to typer af innovation.

59 Jf. Danmarks Statistiks seneste innovationsundersøgelse, som belyser omfanget og arten af innovation i dansk erhvervsliv. Resultaterne er baseret på en særkørsel på turismevirksomheder i Danmark sammenholdt med andre brancher. Der tages forbehold for, at innovationsundersøgelsen er foretaget som en stikprøve, og at det endvidere er vanskeligt at vurdere innovationsresultater ud fra et spørgeskema. Undersøgelsen kan anvendes som indikator for udviklingen i innovationsniveau, men med forbehold for de til undersøgelsen relaterede usikkerheder.

Figur 77 Andel af innovationsaktiviteter i danske virksomheder fordelt på turisme- og andre erhverv, 2016*



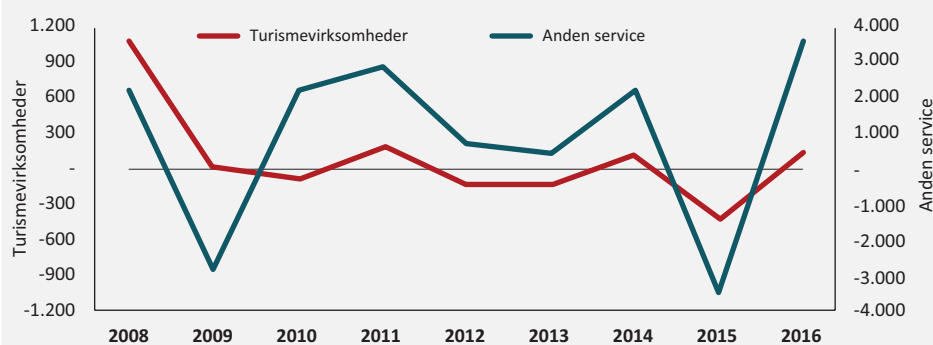
10.8 Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

Figur 78 viser forskellen mellem antallet af nystartede og ophørte virksomheder inden for turismeerhvervet og den øvrige servicesektor. Når værdierne i graferne er negative, betyder det, at der i det pågældende år var flere ophørte end nystartede virksomheder.

Som det fremgår af figuren, var der navnlig i 2008 flere nystartede end ophørte turismevirksomheder, mens 2015 var kendetegnet ved markant flere ophørte end nystartede turismevirksomheder.

Inden for servicesektoren i øvrigt var der særligt i 2016 en positiv tilgang af virksomheder med færre ophørte end nystartede. I 2009 og 2015 var billedet det modsatte med flere ophørte end nystartede virksomheder.

Figur 78 Difference mellem antal nystartede og ophørte virksomheder, 2008-2016



Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik.

Anm.: Turismevirksomheder omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer. Anden service omfatter øvrige servicevirksomheder udover turismevirksomheder.

Tabel 26 viser antallet af konkurser inden for turismesektoren og de øvrige serviceerhverv set under ét, der viser at antallet af konkurser inden for turismevirksomhederne var højest i 2010 og lavest i 2015. Fra 2016 til 2017 faldt antallet af konkurser inden for turismesektoren med 7,2 pct., mens den øvrige servicesektor oplevede en stigning på 1,8 pct.

Tabel 26 Antal konkurser*, 2009-2017

	2009	2010	:	2015	2016	2017	Udv. 2016-2017 (pct.)
Turisme- virksomheder	281	289		225	264	245	-7,2 %
Øvrige service- virksomheder	1.048	1.040		1.104	1.065	1.084	+1,8 %

Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik.

* Tabellen omfatter antal konkurser blandt aktive virksomheder, det vil sige virksomheder med beskæftigelse og/eller omsætning > 1 mio. kr.

Appendiks til kapitel 10: Branchekoder

Forlystelsesparker, museer mv.

- 91.01.10 Biblioteker
- 91.01.20 Arkiver
- 91.02.00 Museer
- 91.03.00 Historiske monumenter og bygninger og lignende attraktioner
- 91.04.00 Botaniske og zoologiske haver samt naturreservater
- 92.00.00 Lotteri- og anden spillevirksomhed
- 93.11.00 Drift af sportsanlæg
- 93.12.00 Sportsklubber
- 93.13.00 Fitnesscentre
- 93.19.00 Andre sportsaktiviteter
- 93.21.00 Forlystelsesparker o.l.
- 93.29.10 Lystbådehavne
- 93.29.90 Andre forlystelser og fritidsaktiviteter

Overnatningssteder

- 55.10.10 Hoteller
- 55.10.20 Konferencetre og kursusjendomme
- 55.20.00 Ferieboliger og andre indlogeringsfaciliteter til kortvarige ophold
- 55.30.00 Campingpladser
- 55.90.00 Andre overnatningsfaciliteter
- 68.31.20 Boliganvisning, ferieboligudlejning mv.

Rejse-service

- 79.11.00 Rejsebureauer
- 79.12.00 Rejsearrangører
- 79.90.00 Andre reservationstjenesteydelser og tjenesteydelser i forbindelse hermed

Restauranter mv.

- 56.10.10 Restauranter
- 56.10.20 Pizzeriaer, grillbarer, isbarer mv.
- 56.21.00 Event catering
- 56.29.00 Anden restaurationsvirksomhed
- 56.30.00 Caféer, værtshuse, diskoteker mv.

Transportvirksomheder

- 49.10.00 Passagertransport med regional- eller fjerntog
- 49.31.10 Rutebuskørsel, by- og nærtrafik
- 49.31.20 S-togstrafik, metro og andre nærbaner
- 49.32.00 Taxikørsel
- 49.39.20 Turistkørsel og anden landpassagertransport
- 50.10.00 Sø- og kysttransport af passagerer
- 50.30.00 Transport af passagerer ad indre vandveje
- 51.10.10 Ruteflyvning
- 51.10.20 Charter- og taxifyvning
- 52.21.30 Drift af betalingsveje, -broer og -tunneler
- 77.11.00 Udlejning og leasing af biler og lette motorkøretøjer