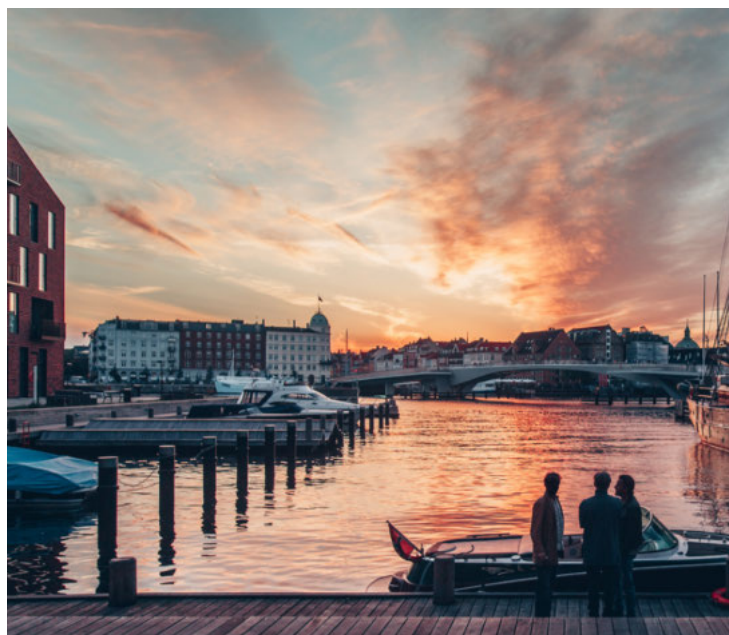
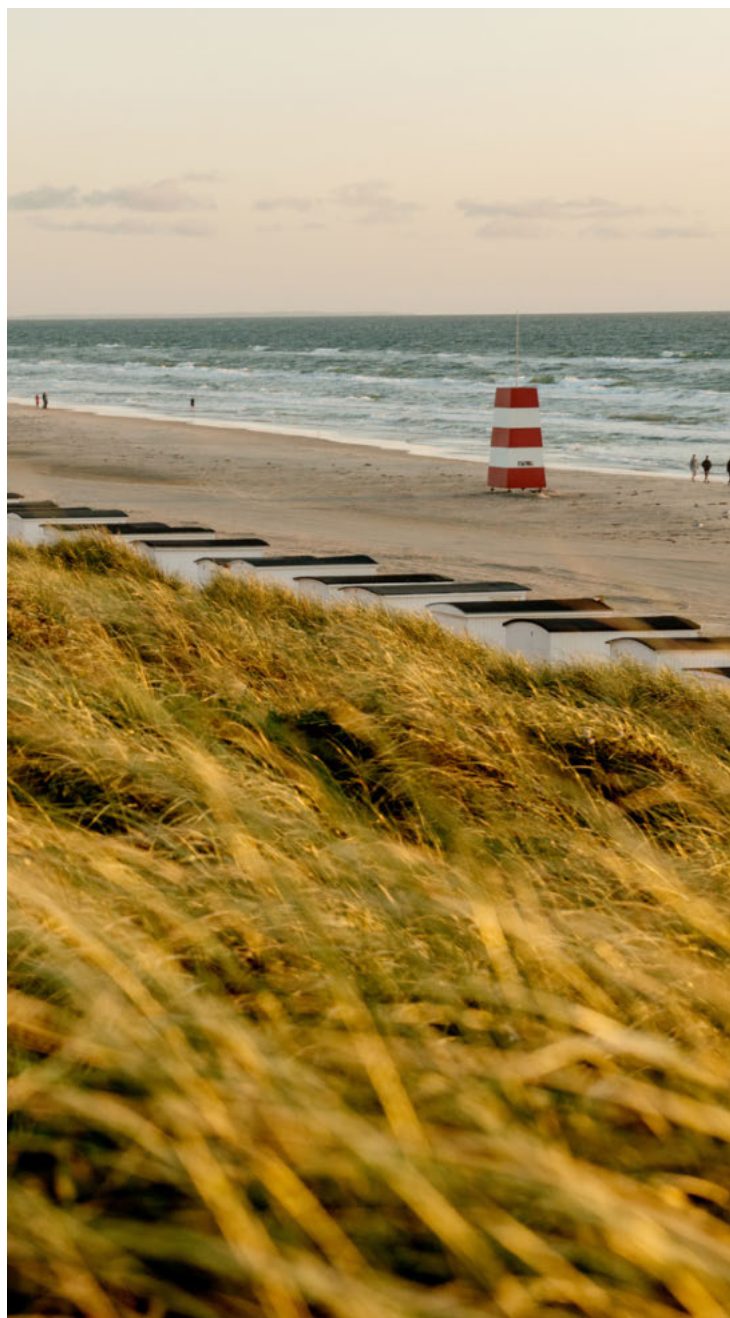




Det Nationale Turismeforum

Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne

November 2019

Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne

Udgivet af

Det Nationale Turismeforum
November 2019

Udarbejdet af

VisitDenmark

Layout

Rosendahls a/s

Billeder

Denmark Media Center

Fotografer:

Dennis Borup Jakobsen: s. 5

Martin Heiberg: forside (øverst til højre) og s. 114

Niclas Jessen: s. 79

Mette Johnsen: forside (nederst til højre), s. 9 og s. 14

Nicolai Perjesi: s. 95

Robin Skjoldborg: s. 86

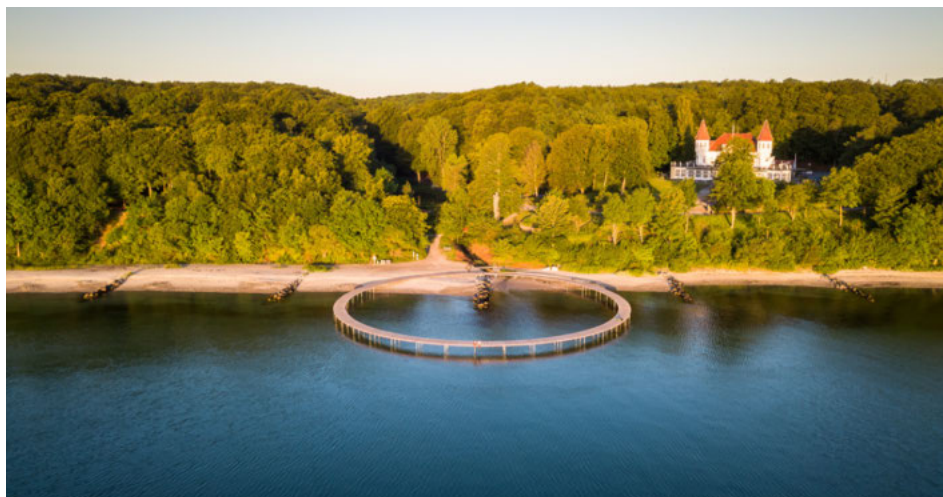
Niels Thye: s. 128

Kim Wyon: forside (til venstre), s. 25, s. 37, s. 66 og s. 108

Indhold

1	Indledning	6
2	Den offentlige turismefremmeindsats	10
2.1	De 18 destinationsselskaber	10
2.1.1	Overnatninger fordelt på destinationsselskaber	11
2.1.2	Turismeomsætning i de 18 destinationsselskaber	13
3	Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne	15
3.1	Dansk turismes markedsposition	16
3.2	Dansk turismes konkurrenceevne	19
3.2.1	Tilfredshed med Danmark som rejsemål	20
3.2.2	Tilgængelighed	21
3.2.3	Forholdet mellem pris og kvalitet	21
3.2.4	Konkurrencedygtigt turismeerhverv	21
3.2.5	Gennemgang af konkurrenceevneindikatorer	22
4	Status for turismeforbruget i Danmark	26
4.1.1	Pejlemærke for turismeomsætningen i 2025	29
4.1.2	Turismeforbrug fordelt på forretningsområder og regioner ..	29
4.1.3	Turismeforbrug fordelt på kommuner	31
4.2	Turismeskabt eksport, værditilvækst og beskæftigelse	33
5	Udvikling og vækst i dansk turisme	38
5.1	Pejlemærket for overnatninger i den nationale strategi for dansk turisme	39
5.2	Udviklingen i dansk turisme fra 2008 til 2018	41
5.2.1	Overnatninger inden for kyst-/natur-, storby- og erhvervs-/mødeturismen	42
5.2.2	Internationale møder og kongresser i Danmark	43
5.2.3	Overnatninger i kommuner	44
5.2.4	Overnatninger fordelt på overnatningsformer	46
5.2.5	Overnatninger fordelt på nationalitet	47
5.2.6	Deleøkonomiske tjenester	48
5.3	Vækst på hoved- og vækstmarkeder	50
5.4	Danmarks markedsandele	52
5.4.1	Storby- og kystturismens markedsandele	54
5.5	Besøg på danske attraktioner	60
5.6	Besøg på de danske turisthjemmesider	62
5.7	Informations- og inspirationssøgning	63
6	Vækstforventninger og kapacitet	67
6.1	Vækstforventninger og kapacitet	67
6.1.1	Vækst kræver kapacitet	69
6.2	Kapacitetsudnyttelse	70
6.2.1	Feriehuse	70
6.2.2	Hoteller	71
6.2.3	Feriecentre	73
6.2.4	Campingpladser	76
7	Kendskab til Danmark som feriedestination	80
7.1	Kendskab til Danmark	81
7.1.1	Kendskab til de fire store byer i Danmark	81
7.1.2	Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer	82
7.2	Rejseintention til nordeuropæiske feriedestinationer	84

8	Tilfredshed med Danmark som rejsemål	87
8.1	Danske og udenlandske turisters tilfredshed med Danmark som rejsemål	87
8.1.1	Turisternes tilfredshed inden for de tre forretningsområder i dansk turisme	90
8.2	Tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa.	92
8.3	Pejlemærket for tilfredshed i den nationale strategi for dansk turisme	94
9	Transport og tilgængelighed.	96
9.1	Transportmuligheder til feriedestinationen	97
9.1.1	Flytrafik	97
9.1.2	Færgetrafik	99
9.1.3	Krydstogter	100
9.2	Mulighed for at opnå turistvisum.	102
9.2.1	Visumansøgninger, afgørelser og sagsbehandlingstid.	102
9.2.2	Ansøgernes nationalitet.	104
9.3	Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark. .	105
10	Forhold mellem pris og kvalitet	109
10.1	Prisniveauet i Danmark.	109
10.2	Turisternes oplevelse af pris og kvalitet	110
10.2.1	Oplevelse af pris og kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet	111
11	Konkurrencedygtigt turismeerhverv	115
11.1	Momssatser og -fradrag	116
11.1.1	Momsfradrag	117
11.2	Elpriser	117
11.3	Omsætning.	118
11.4	Produktivitet	119
11.5	Arbejdsmarked	121
11.6	Overskud og investering	125
11.7	Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder	127
12	Temaanalyse: Turisme og bæredygtighed.	129
12.1	Den globale dagsorden	129
12.2	Monitorering af bæredygtig turisme	131
12.3	Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme	132
12.3.1	Udenlandske turisters syn på bæredygtighed	132
12.3.2	Danske turisters syn på bæredygtighed	133
12.3.3	Københavnerne og turismen i byen	133
Appendiks til kapitel 2:		
	Kommuner i de 18 destinationsselskaber	135
Appendiks til kapitel 11:		
	Branchekoder	136



1. Indledning

1 Indledning

Turisme er et vigtigt væksterhverv både globalt og for Danmark. I Danmark bidrager turismeerhvervet til vækst og jobskabelse i hele landet, og turismen skabte i 2017 en omsætning på 128,0 mia. kr. og 161.000 arbejdspladser. Udenlandske turisters forbrug i Danmark i 2017 svarede således til 4,6 pct. af den samlede danske eksport. Den økonomiske betydning af turismen er stor i blandt andet flere ø-kommuner og kommuner ved den jyske vestkyst.

I 2018 blev der foretaget i alt 53,9 mio. overnatninger i Danmark. Det er femte år i træk, at antallet af overnatninger sætter rekord. Med en stigning på 3,4 pct. i udenlandske overnatninger var det især udlandet, som trak væksten. I 2018 slog antallet af udenlandske overnatninger den tidligere rekord tilbage fra 1993. Set over en længere periode (2008 til 2018) er antallet af udenlandske overnatninger i Danmark vokset med 30 pct. De foreløbige tal for de første otte måneder af 2019 viser desuden, at væksten fortsætter, og at også 2019 bliver et godt turismeår. Det samlede overnatningstal for perioden januar til august 2019 ligger 4,0 pct. over samme periode i 2018.

Selvom turismen i Danmark oplever en markant vækst i disse år, så går det endnu bedre i en række af de lande, som vi normalt sammenligner os med. Ser man på udviklingen over de sidste 10 år, er Danmarks markedsposition i det nordeuropæiske konkurrencefelt (Irland, Sverige, Nederlandene, Tyskland, Norge, Finland og Storbritannien) fastholdt, men Sverige, Holland, Tyskland og Irland har oplevet en højere vækst. Kigger man på væksten fra 2017 til 2018 er den danske vækst også lavere end i Irland, Sverige, Nederlandene og Tyskland. Den internationale konkurrence om turisterne er således hård.

Kyst- og naturturismen er det største forretningsområde i dansk turisme, men det er i høj grad storbyturismen, der er i vækst. Målt i antal overnatninger er storbyturismen vokset med 105 pct. (4,2 mio.) i perioden 2008 til 2018, mens erhvervs- og mødeturismen er vokset med 20 pct. (1,2 mio.) og kyst- og naturturismen med 11 pct. (3,8 mio.) Væksten i kyst- og naturturismen er tiltaget siden 2013, men generelt er billedet, at væksten er markant mindre end hos vigtige konkurrenter som Nederlandene, Tyskland og Sverige.

Overnatningskapacitet og investeringer som grundlag for vækst

Fortsat vækst i antallet af overnatninger kræver kapacitet og plads til turisterne. Hvis kapaciteten er fuldt udnyttet, er der risiko for, at potentielle turister afvises på grund af pladsmangel, hvilket har negative konsekvenser for væksten i turismen.

Mens antallet af turismeovernatninger er steget med gennemsnitligt 1,9 pct. årligt siden 2008, er den samlede årlige kapacitetsvækst på tværs af overnatningsformer kun steget med ca. 1,2 pct. Væksten i kapaciteten har således i en lang periode været lavere end både den realiserede vækst i antal overnatninger og de langsigtede vækstforventninger baseret på efterspørgslen. I 2018 skete der endda et mindre fald i sengekapaciteten (på 0,3 pct.) i forhold til 2017 som følge af, at antallet af feriehuse til udlejning faldt. Udviklingen i den samlede overnatningskapacitet i 2018 er dermed gået i den forkerte retning i forhold til at matche den stigende efterspørgsel.

Der ses i disse år omfattende hotelinvesteringer i de store byer og ikke mindst i hovedstaden, hvilket vil være medvirkende til at skabe grundlag for en fastholdelse af væksten i storby- og erhvervsturismen. I kyst- og naturturismen oplever man imidlertid en opbremsning i forhold til antallet af sommerhuse til udlejning, som ellers har været stigende de seneste år. Kapaciteten og udnyttelsen på landets feriecentre har samtidig været svagt faldende de sidste par år, mens campingpladsernes kapacitet og udnyttelse stort set har været uændret siden 2015. Dermed er der risiko for, at manglende investeringer i kapacitet uden for storbyerne bliver en bremse for væksten.

Pejlemærkerne i den nationale strategi for dansk turisme

I den nationale strategi for dansk turisme fra september 2016 er sat 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.**
Status: Udviklingen er på sporet i forhold til at nå pejlemærket i 2025. Væksten i 2018 var 3,0 pct., og i alt blev der foretaget 53,9 mio. overnatninger. Samlet set betød udviklingen i 2018, at antallet af overnatninger ligger ca. 0,6 mio. over en lineær fremskrivning i forhold til pejlemærket.
- **Turismeomsætningen skal nå 140 mia. kr., svarende til en vækst på ca. 45 mia. kr. i forhold til 2014.**
Status: Udviklingen ligger markant over en lineær fremskrivning i forhold til pejlemærket. I 2017 var turismeomsætningen på 128 mia. kr. Den meget positive udviklingen skyldes, at der er flere turister, og at de har et højere døgnforbrug end tidligere, men også at der er foretaget en opdatering af kilder og data, og at omsætningen forbundet med deleøkonomiske overnatninger er regnet med for første gang i 2017.
- **De udenlandske turister skal være mindst lige så tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark som gennemsnittet for Nordeuropa.**
Status: Danmark scorer – lige som i 2017 – på niveau med gennemsnittet i Nordeuropa, og pejlemærket er dermed aktuelt opfyldt. Der skal fortsat arbejdes for at fastholde positionen.

Deleøkonomiske overnatningstjenester

De deleøkonomiske tjenester er fortsat ikke en del af den officielle overnatningsstatistik, men igen i år anslås omfanget i statusanalysen på baggrund af indsamlet data fra virksomhederne. Deleøkonomiske overnatningstjenester, som fx Airbnb, havde igen i 2017 til 2018 en markant højere vækst i antallet af overnatninger sammenlignet med de traditionelle kommercielle overnatningsformer. I 2018 blev der inden for deleøkonomiske overnatningstjenester foretaget 3,6 mio. overnatninger, svarende til en vækst på 14 pct. i forhold til 2017. Halvdelen af overnatningerne i 2018 fandt sted i København, men væksten er her fladet ud fra 2017 til 2018. Væksten i de deleøkonomiske overnatninger skete således i 2018 primært uden for København. *Læs mere i kapitel 5.*

Turisme og bæredygtighed

Den globale turismevækst har sat bæredygtig turisme højt på den internationale dagsorden. Det gælder også i Danmark, hvor regeringen har en ambitiøs målsætning om 70 pct. reduktion i CO₂-udledningerne i 2030. Også turismeerhvervet skal bidrage til at opfylde denne målsætning.

Internationale indikatorer for måling af bæredygtig turisme er fortsat under udvikling, men i årets statusanalyse er medtaget et temakapitel om turisme og bæredygtig. Kapitlet giver en status på aktuel viden og analyser på området.

Nye danske analyseresultater peger således på, at Danmark opfattes som en bæredygtig destination, men at bæredygtighed ikke aktuelt er et stærk rejsemotiv for udenlandske turister. I fremtiden forventer de udenlandske turister dog, at bæredygtighed i højere grad vil påvirke fremtidige rejsevalg.

Et andet vigtigt element i bæredygtig turismeudvikling er borgernes opbakning til turismen. Dette er særligt i fokus i København, hvor blandt andet koncentrationen af turismen og krydstogtturismen har medført en debat om påvirkningen af miljøet. Analyseresultater for København peger dog generelt på, at otte ud af ti lokale bakker op om, at København fortsat skal promoveres for at tiltrække flere turister. *Læs mere i kapitel 12.*

Den offentlige turismefremmeindsats

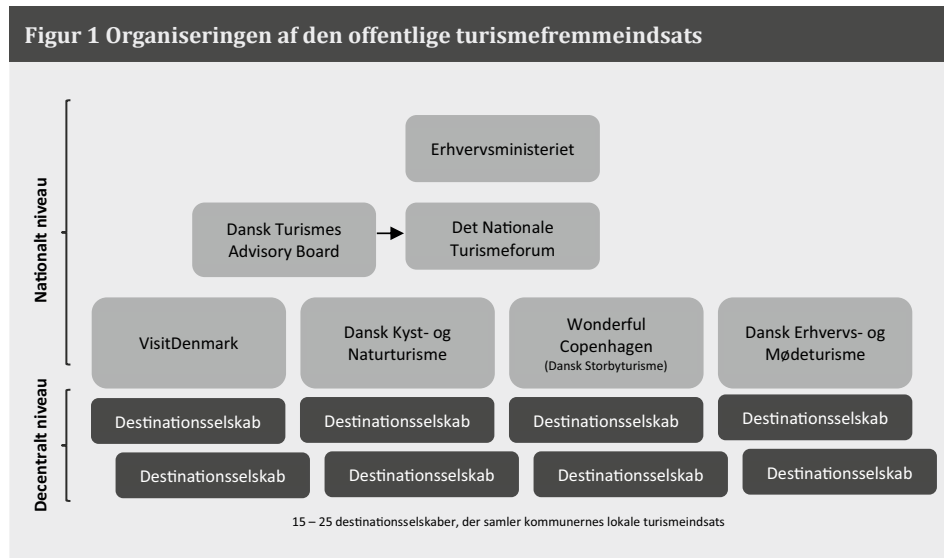
Den offentlige turismefremmeindsats er under forenkling. Blandt andet gennemfører kommunerne frem mod udgangen af 2020 en konsolidering i tværkommunale destinationsselskaber, der skal varetage den lokale turismeindsats. Men henblik på at kunne følge konsolideringen og stille data til rådighed for destinationsselskaberne indledes årets statusanalyse med et kort kapitel om destinationsselskaberne, deres overnatninger og omsætning. *Læs mere i kapitel 2.*



2. Den offentlige turismefremmeindsats

2 Den offentlige turismefremmeindsats

Der er to overordnede niveauer i den offentlige turismefremmeindsats i Danmark: et decentralt og et nationalt niveau (jf. figur 1).



Det decentrale niveau har en stærk kommunal forankring, og indsatsen skal frem mod udgangen af 2020 konsolideres i destinationsselskaber.

I dette kapitel ses nærmere på de destinationsselskaber, der indtil videre er etableret eller er under etablering, deres turismeomsætning og antal overnatninger.

2.1 De 18 destinationsselskaber

Med Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses uddeling af midler fra destinationsudviklingspuljen i juli 2019 tegner der sig et billede af 18 destinationsselskaber, der nu er grundlagt, konsolideret eller under etablering. Kommunerne har frem til udgangen af 2020 til at danne destinationsselskaber, og der er således tale om et øjebliksbillede.

Figur 2 neden for viser, hvordan de 18 destinationsselskaber på baggrund af ansøgningerne til destinationsudviklingspuljen i juli 2019 og eksisterende selskaber aktuelt forventes at dække Danmark.

Figur 2 De forventede 18 destinationsselskaber i Danmark



Pr. 15. oktober 2019 har kommunerne Rebild, Favrskov, Greve, Holbæk, Køge, Lejre, Rebild, Ringsted, Roskilde, Samsø og Solrød endnu ikke tilkendegivet ønske om at indgå i eller danne et tværkommunalt destinationsselskab.

WoCo: Fonden Wonderful Copenhagen fremmer og udvikler erhvervs-, ferie-/fritidsturismen i Region Hovedstaden jf. fondens vedtægter. Kommunerne Fredensborg, Helsingør, Hillerød, Gribskov og Halsnæs er således også omfattet af Wonderful Copenhagen.

2.1.1 Overnatninger fordelt på destinationsselskaber

I 2018 var antallet af overnatninger i de 18 destinationsselskabers geografi 52,8 mio., svarende til 98 pct. af samtlige 53,8 mio. registrerede overnatninger i Danmark.

I tabel 1 er antal registrerede overnatninger i 2018 og udviklingen i pct. i forhold til 2017 vist for de 18 destinationsselskaber.

Målt på overnatninger er Wonderful Copenhagen¹ det største destinationsselskab. Ses der udelukkende på udenlandske overnatninger, er Destination Vesterhavet størst. VisitHerning er det mindste destinationsselskab målt på både antallet af danske og udenlandske overnatninger.

¹ WoCo: Fonden Wonderful Copenhagen fremmer og udvikler erhvervs-, ferie-/fritidsturismen i Region Hovedstaden jf. fondens vedtægter. I nærværende opgørelse over overnatninger og omsætning opgøres resultaterne for Wonderful Copenhagen på baggrund af Region Hovedstadens kommuner fraregnet kommunerne, der indgår i VisitNordsjælland (Fredensborg, Helsingør, Hillerød, Gribskov og Halsnæs) og Destination Bornholm (Bornholms Regionskommune).

I hovedparten, nemlig 12 af de 18 destinationer, steg antallet af overnatninger fra 2017 til 2018. Den største relative vækst i antal overnatninger fandt sted i Wonderful Copenhagen (7,9 pct.) efterfulgt af Destination Fyn (6,0 pct.).

Ses udelukkende på de udenlandske overnatninger, steg disse relativt set mest i Destination Fyn (7,8 pct.) efterfulgt af Wonderful Copenhagen (7,5 pct.). Antallet af danske overnatninger steg relativt set mest i Wonderful Copenhagen (8,5 pct.) efterfulgt af Destination Vesterhavet (6,0 pct.).

Tabel 1 Danske og udenlandske overnatninger i 2018 og udvikling i forhold til 2017

Destinationsselskab	I alt		Danske turister		Udenlandske turister	
	Over- natninger	Udvikling 2017-2018	Over- natninger	Udvikling 2017-2018	Over- natninger	Udvikling 2017-2018
	(1.000)	Pct.	(1.000)	Pct.	(1.000)	Pct.
1 Wonderful Copenhagen	10.286	+7,9 %	3.918	+8,5 %	6.379	+7,5 %
2 Destination Vesterhavet	8.368	+4,8 %	1.703	+6,0 %	6.665	+4,5 %
3 Den Nordjyske Vestkyst	5.509	+2,3 %	2.355	+1,7 %	3.154	+2,7 %
4 VisitAarhus	4.081	-1,2 %	2.847	-0,2 %	1.234	-3,5 %
5 Destination Trekanten	3.599	-0,1 %	2.173	+2,2 %	1.426	-3,5 %
6 Destination Fyn	3.298	+6,0 %	2.244	+5,2 %	1.054	+7,8 %
7 Destination Sydvestjylland	3.068	+2,6 %	1.119	+3,2 %	1.949	+2,3 %
9 Destination North Denmark	2.609	+1,9 %	1.484	+0,7 %	1.125	+3,5 %
8 Destination Sønderjylland	2.360	+3,2 %	1.252	+2,6 %	1.108	+4,0 %
10 Visit Lolland-Falster	1.772	+0,1 %	1.034	+2,3 %	738	-2,8 %
11 Destination Bornholm	1.495	-0,2 %	862	+0,0 %	633	-0,6 %
12 Visit Nordsjælland	1.463	+2,9 %	1.010	+2,7 %	452	+3,3 %
13 Destination Vestkyst Sjælland	1.098	-2,9 %	787	-3,3 %	311	-1,8 %
14 Visit Sydsjælland-Møn	1.044	+0,4 %	733	+0,6 %	311	0,0 %
15 Kystlandet	834	-4,7 %	553	-2,2 %	281	-9,3 %
17 Destination Himmerland	799	-4,8 %	579	-7,1 %	219	+1,9 %
16 Destination Limfjorden	795	+4,2 %	625	+4,2 %	170	+4,3 %
18 Visit Herning	345	+0,2 %	231	-3,0 %	114	+7,4 %
Uden for destinationsselskab	1.009	+0,5 %	764	+1,0 %	245	-1,2 %

Kilde: Danmarks Statistik.

2.1.2 Turismeomsætning i de 18 destinationsselskaber

Tabel 2 viser turismeomsætningen i 2017 i de 18 destinationsselskabers geografi. Wonderful Copenhagen havde en omsætning på 42,9 mia. kr. i 2017 efterfulgt af VisitAarhus med en omsætning på 11,4 mia. kr. og på tredje- og fjerdepladsen Den Nordjyske Vestkyst og Destination Trekanten med henholdsvis 8,2 mia. kr. og 8,1 mia. kr. i turismeomsætning.

Der er stor forskel på antal overnatninger og turismeomsætningen i de 18 destinationsselskaber. Forskellene skyldes blandt andet sammensætningen af turismen i destinationerne. Nogle destinationer er kendetegnet ved mange sommerhusgæster, der har et lavere døgnforbrug, men til gengæld bliver længere, mens andre destinationer er kendetegnet ved mange endagsrejsende med et højt forbrug, men en kort opholdslængde.

Samlet set står de 18 destinationsselskaber for en turismeomsætning på 123,3 mia. kr. Det svarer til 96 pct. af den samlede danske turismeomsætning på 128,0 mia. kr. i 2017. Wonderful Copenhagen står for 34,8 pct. af omsætningen efterfulgt af VisitAarhus med 9,3 pct., Den Nordjyske Vestkyst med 6,6 pct. og Destination Trekanten med 6,5 pct.

Tabel 2 Turismeomsætning i de 18 destinationsselskaber

De 18 destinationsselskaber	Turismeforbrug	Andel af den totale turismeomsætning i Danmark
	Mio. kr.	Pct.
1 Wonderful Copenhagen	42.879	34,8 %
2 VisitAarhus	11.404	9,3 %
3 Den Nordjyske Vestkyst	8.165	6,6 %
4 Destination Trekanten	8.051	6,5 %
5 Destination North Denmark	7.331	5,9 %
6 Destination Vesterhavet	7.118	5,8 %
7 Destination Fyn	6.352	5,2 %
8 VisitNordsjælland	5.697	4,6 %
9 Destination Sydvestjylland	3.864	3,1 %
10 Destination Vestkyst Sjælland	3.861	3,1 %
11 Destination Sønderjylland	3.678	3,0 %
12 Destination Bornholm	2.647	2,1 %
13 Visit Lolland-Falster	2.521	2,0 %
14 VisitSydsjælland-Møn	2.507	2,0 %
15 Kystlandet	2.248	1,8 %
17 Destination Himmerland	1.833	1,5 %
16 VisitHerning	1.742	1,4 %
18 Destination Limfjorden	1.359	1,1 %
Uden for destinationsselskab	4.779	3,7 %

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.



3. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

3 Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

Opsummering

Dansk turismes markedsposition

- Fra 2008 til 2018 er antallet af udenlandske turistovernatninger steget i både Danmark og de lande, som Danmark umiddelbart konkurrerer med.
- Danmarks markedsposition i det nordeuropæiske konkurrentfelt er styrket i forhold til 2017. Det skyldes nedgang i antal overnatninger i Storbritannien samt svagere vækst i Norge og Finland. Danmark tabte markedsandele til Irland, Sverige, Nederlandene og Tyskland.
- Irland og Sverige havde højere vækstrater end Danmark i de ikke-europæiske overnatninger fra 2017 til 2018.

Dansk turismes konkurrenceevne

- **Tilfredshed med Danmark som feriemål:** De udenlandske turisters overordnede tilfredshed med ferieopholdet i Danmark er høj. Danmarks tilfredshedsscore ligger i 2018 på niveau med gennemsnittet for både det nordeuropæiske og nordiske konkurrentfelt.
- **Tilgængelighed:** Samlet set er de udenlandske turister tilfredse med infrastrukturen til og i Danmark. Danmark ligger under gennemsnittet i det nordiske konkurrentfelt på to ud af ti parametre, der omhandler tilgængeligheden til og i Danmark. På en enkelt faktor scorer Danmark under det nordeuropæiske gennemsnit. Det gælder tilgængeligheden til den offentlige transport. Danmark opnår en signifikant højere score end både det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt, når det gælder tilgængelighed til parkering, priser på offentlig transport og transportomkostningerne forbundet med at komme til destinationen.
- **Forholdet mellem pris og kvalitet:** Danmark og Norge er kendetegnet ved at have de højeste prisniveauer i det nordeuropæiske konkurrentfelt. I Danmark ligger turisternes overordnede tilfredshed med værdi for pengene på ferieopholdet under niveauet i Nordeuropa.
- **Konkurrencedygtigt turismeerhverv:** Danmark har generelt høje momssatser i forhold til det nordeuropæiske gennemsnit. Sammenholdt med de nordeuropæiske konkurrenter ligger de danske elpriser for turismevirksomheder i midten af det konkurrentfeltet. 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 og intens. Hvis Danmark skal gøre sig bemærket i konkurrencen om turisterne og fastholde en lukrativ markedsposition, er det vigtigt at kende til og være bevidst om landets styrker og svagheder sammenlignet med konkurrentlandene i Norden og Nordeuropa.

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 fx Sydafrika, Thailand, Australien, Grækenland og Brasilien, når det drejer sig om klima, naturoplevelser, attraktioner og kultur. Mulighederne for at ændre på dette gennem en turismepolitisk indsats er meget begrænsede.

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

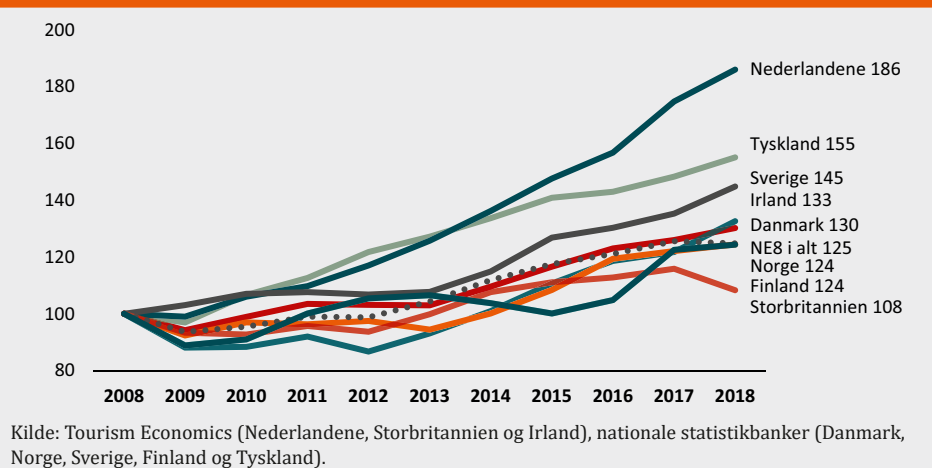
I dette kapitel fokuseres kun på udenlandske turister, da det giver det mest reelle billede af dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne i forhold til det internationale konkurrentfelt. Den indenlandske turisme spiller imidlertid også en central rolle for Danmark, og knap halvdelen af alle turistovernatninger i Danmark i 2018 blev foretaget af danske turister. Betydningen af den indenlandske turisme belyses i de efterfølgende kapitler.

3.1 Dansk turismes markedsposition

Danmarks markedsposition i det nordeuropæiske konkurrentfelt gik frem fra 2017 til 2018. De udenlandske overnatninger i Danmark steg med 3,4 pct., mens det nordeuropæiske konkurrentfelt oplevede et fald på 0,6 pct. Den svage udvikling i Nordeuropa skal ses i lyset af en markant tilbagegang i Storbritannien. Det nordeuropæiske konkurrentfelt gik frem med 5,9 pct., når man ser bort fra Storbritannien. Danmark lå midt i konkurrentfeltet målt på den relative vækst i udenlandske overnatninger. Irland (+8,9 pct.), Sverige (+7,0 pct.), Nederlandene (+6,4 pct.) og Tyskland (+4,5 pct.) havde de højeste vækstrater. Herefter fulgte Danmark (+3,4 pct.), Norge (+1,9 pct.) og Finland (+1,5 pct.). I Storbritannien faldt de udenlandske overnatninger med 6,6 pct.

Figur 3 viser udviklingen fra 2008 til 2018 i udenlandske turistovernatninger i Danmark og det nordeuropæiske konkurrentfelt. Som det fremgår, lå antallet af udenlandske overnatninger i 2018 i Danmark 30 pct. højere end i 2008. De øvrige nordeuropæiske lande har også oplevet fremgang og ligger i 2018 på et højere niveau end i 2008. Udviklingen i Danmark har ligget lidt over gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Nederlandene har haft en vækst i udenlandske overnatninger på 86 pct. fra 2008 til 2018. Tyskland (+55 pct.), Sverige (+45 pct.) og Irland (+33 pct.) har også oplevet højere vækst end Danmark i den betragtede periode.

Figur 3 Udenlandske turisters overnatninger i Danmarks nordeuropæiske konkurrentfelt. Indeks 2008 = 100



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.

Samlet set var væksten i antallet af udenlandske overnatninger i Danmark i 2018 på 3,4 pct. sammenlignet med 2017. Fremgangen skyldtes 2,8 pct. flere europæiske overnatninger og 9,6 pct. flere overnatninger fra resten af verden. Til sammenligning var væksten i de udenlandske overnatninger på -0,6 pct. for det nordeuropæiske konkurrentfelt. Bag denne udvikling lå et fald på 0,5 pct. i de europæiske overnatninger og et fald på 0,6 pct. fra resten af verden. Udviklingen fra 2017 til 2018 i det nordeuropæiske konkurrentfelt var meget påvirket af en markant tilbagegang i Storbritannien. Ser man bort fra Storbritannien, tegner der sig et stærkere billede af væksten i Nordeuropa. Udviklingen fremgår af tabel 3.

Tabel 3 Udvikling i udenlandske overnatninger fra 2017 til 2018, pct.

	Europæiske overnatninger	Ikke-europæiske overnatninger	Udenlandske overnatninger i alt
Irland	+4,4 %	+16,5 %	+8,9 %
Sverige	+5,2 %	+12,9 %	+7,0 %
Nederlandene	+6,9 %	+4,0 %	+6,4 %
Tyskland	+4,6 %	+4,4 %	+4,5 %
Danmark	+2,8 %	+9,6 %	+3,4 %
Norge	+0,9 %	+5,4 %	+1,9 %
Finland	+0,6 %	+3,7 %	+1,5 %
Storbritannien	-6,6 %	-6,4 %	-6,6 %
Nordeuropæiske konkurrentfelt	-0,5 %	-0,7 %	-0,6 %
Nordeuropa ekskl. Storbritannien	+4,9 %	+10,0 %	+4,5 %

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

Som det fremgår af tabel 3, har Danmark vundet markedsandele i forhold til konkurrentfeltet målt på europæiske overnatninger fra 2017 til 2018, hvilket hovedsagelig skyldes nedgang i Storbritannien og lavere vækst i Norge og Finland. Danmark tabte markedsandele i forhold til Irland, Sverige, Nederlandene og Tyskland, hvilket især kan tilskrives, at Danmark havde lavere vækst i de europæiske overnatninger. For de ikke-europæiske overnatninger var det kun Irland og Sverige, der havde højere vækstrater end Danmark.

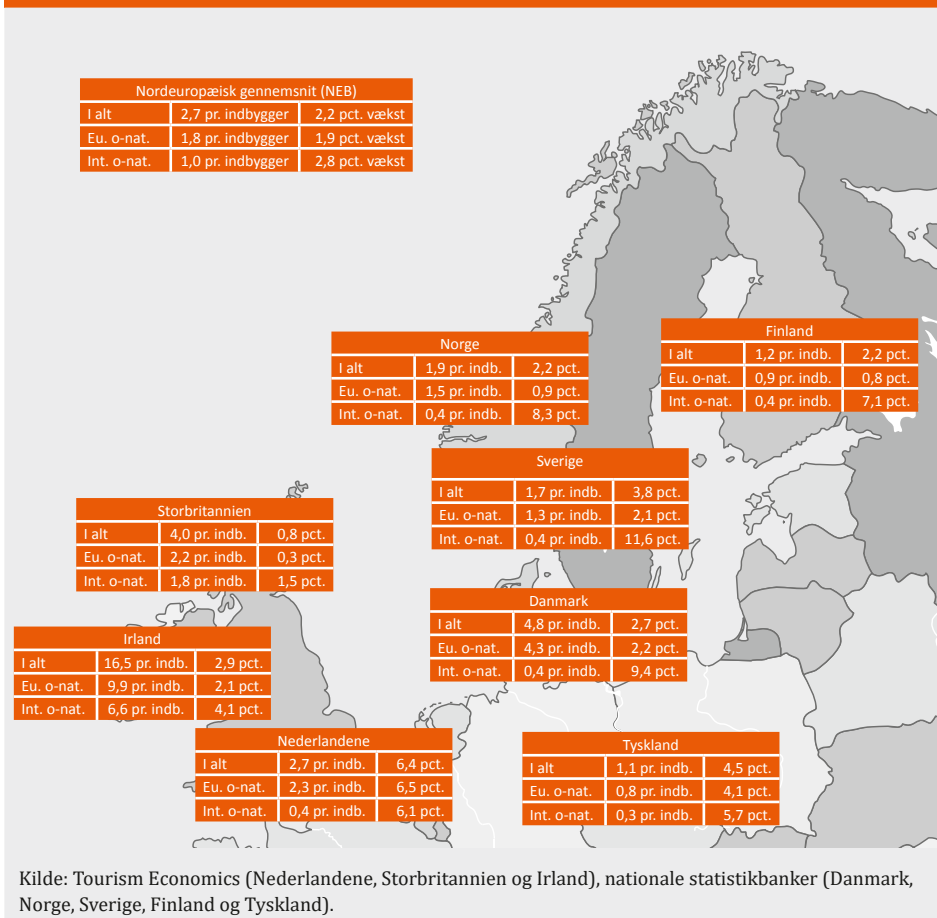
Hvis man ser på antallet af europæiske turistovernatninger, var der i 2018 i gennemsnit 1,8 europæiske overnatninger pr. indbygger i Nordeuropa, mens der i Danmark var 4,3 europæiske overnatninger pr. indbygger. Det viser, at Danmark har en stærk markedsposition og evner at tiltrække mange europæiske turister i forhold til landets befolkningstal. Som den største udenlandske turistgruppe stod tyske turister i 2018 for 57 pct. af samtlige udenlandske overnatninger i Danmark.

Ses på vækstraterne i forhold til europæiske turister siden 2008, ligger Danmark lidt højere end gennemsnittet med en vækst på 2,2 pct. om året mod et nordeuropæisk gennemsnit på 1,9 pct. Kun Nederlandene og Tyskland har oplevet højere vækst end Danmark set over hele perioden. Den danske vækst har i høj grad været trukket af udviklingen på det tyske marked. Antallet af tyske overnatninger i Danmark er steget med 2,9 mio. svarende til 28 pct. siden 2008. 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 2018 var der i Danmark 0,4 ikke-europæiske overnatninger pr. indbygger, hvilket er under det nordeuropæiske gennemsnit på 1,0.

Når der ses på udviklingen i de ikke-europæiske overnatninger, har Danmark i perioden 2008 til 2018 haft en højere vækstrate (9,4 pct.) end det nordeuropæiske gennemsnit (2,8 pct.). Væksten i antallet af ikke-europæiske overnatninger i Danmark har således ligget i toppen af konkurrentfeltet i perioden 2008 til 2018, hvor kun Sverige har oplevet en højere vækst. Det betyder, at Danmark har vundet markedsandele på det internationale marked, men fra et lavt udgangspunkt. Figur 4 viser overnatningstal og vækstrater for det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Figur 4 Overnatningstal pr. indbygger i 2018 og samlede gns. årlige vækstrater i overnatninger fra 2008-2018 i det nordeuropæiske felt



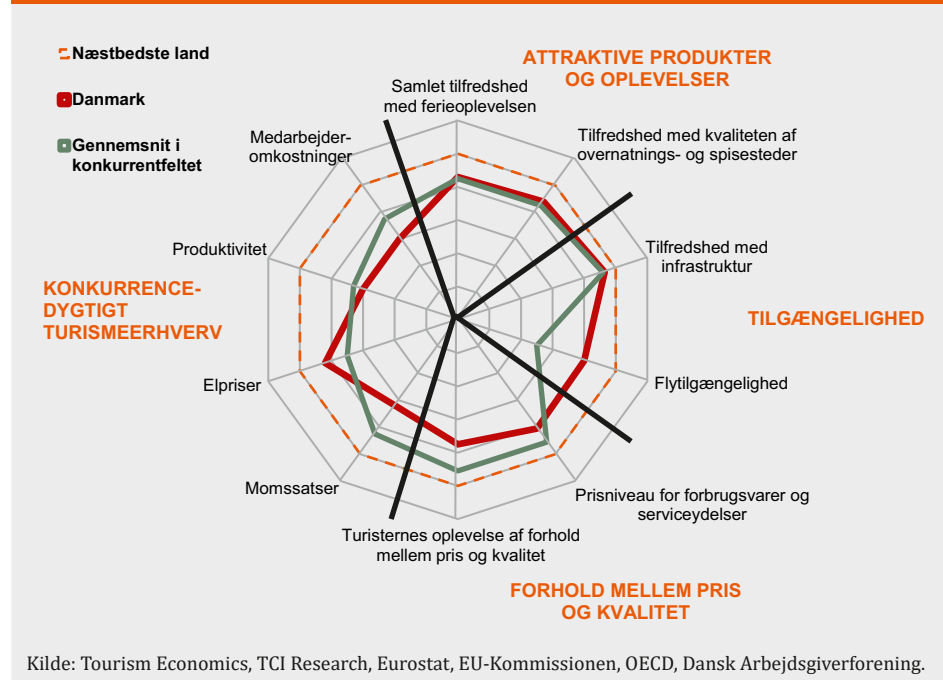
3.2 Dansk turismes konkurrenceevne

Danmarks konkurrenceevne afgør, hvorvidt Danmark kan få del i væksten i den internationale turisme, så der kan skabes øget omsætning. Figur 5 viser 10 indikatorer, som har betydning for dansk turismes konkurrenceevne. Konkurrenceevneindikatorerne er inddelt i fire områder, som sammen tegner et billede af dansk turismes konkurrenceevne.

Diagrammet er konstrueret, så hver indikator viser 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 208, og gennemsnittet for de otte lande er 205. Når det næstbedste land sættes til indeks 100, får Danmark indeksscoren 86, og gennemsnittet får indeksscoren 85. 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 der 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 nordeuropæiske konkurrentfelt.² 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 5 Diagram over dansk turismes konkurrenceevne



3.2.1 Tilfredshed med Danmark som rejsemål

De udenlandske turister er generelt meget tilfredse med deres ferie i Danmark. På en række parametre scorer Danmark dog lavere end gennemsnittet for Norden og Nordeuropa.³ Dette belyses i afsnit 8.2, som viser, at Danmark på den overordnede tilfredshed med ferieopholdet ligger på niveau med både det nordeuropæiske og nordiske konkurrentfelt. Danmark har forbedret sin overordnede tilfredshedsscore signifikant i forhold til sidste år.

På trods af en positiv udvikling i flere af tilfredshedsparametrene scorer Danmark fortsat signifikant under det nordeuropæiske konkurrentfelt på parametrene udvalg af historiske seværdigheder og museer, udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter, udvalg af shopping- og indkøbsmuligheder, flotte landskaber samt service i butikker. På parameteret, der omhandler tilfredsheden med oplevelsen af sikkerhed under opholdet samt forlystelses- og temaparker, scorer Danmark signifikant højere end det nordeuropæiske konkurrentfelt.

² 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.

³ Norden er Danmark, Norge, Sverige og Finland. Nordeuropa er Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

3.2.2 Tilgængelighed

De udenlandske turister er generelt tilfredse med infrastrukturen til og i Danmark. Danmark ligger på niveau med eller over gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt på ni ud af ti parametre. Kun på tilgængelighed til offentlig transport scorer Danmark under 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 samt tilgængeligheden til parkering og skiltning, der gør det nemt at finde rundt. På disse parametre overstiger turisternes oplevelser forventningerne.

Af afsnit 9.3 fremgår det, at Danmark gør sig positivt bemærket på pris for offentlig transport, tilgængelighed til parkering og transportomkostningerne til destinationen, hvor tilfredshedsscoren er signifikant højere end i Norden og Nordeuropa. De udenlandske turisternes tilfredshed med prisen på offentlig transport og tilgængelighed til parkering i Danmark er steget signifikant sammenlignet med sidste år.

3.2.3 Forholdet mellem pris og kvalitet

Prisniveauerne i Norge og Danmark er generelt højere end i de øvrige nordeuropæiske lande. Når man måler de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med værdi for pengene under ferieopholdet, ligger Danmark på niveau med de nordiske lande, men signifikant under det nordeuropæiske konkurrentfelt, jf. afsnit 10.2.1.

Når det drejer sig om prisoplevelsen i forhold til overnatning og spisesteder, ligger Danmark på niveau med det nordeuropæiske og nordiske konkurrentfelt.

3.2.4 Konkurrencedygtigt turismeerhverv

Momssatserne i Danmark er generelt høje sammenlignet med det nordeuropæiske gennemsnit. Indikatoren for momssatser tager dog ikke højde for, at privat feriehusudlejning som udgangspunkt er moms fritaget i Danmark, samt at der er 100 pct. momsfradrag på hotelophold.⁴

Sammenholdt med det nordeuropæiske konkurrentfelt ligger elpriserne for danske turismevirksomheder i midten af feltet med lavere elpriser end i Tyskland, Irland, Storbritannien og Nederlandene, men højere end i de øvrige lande. I Danmark betales der forskellige elafgifter for erhverv og private samt for el anvendt til forskellige formål.⁵

⁴ Jf. afsnit 11.1.

⁵ Jf. afsnit 11.2.

Produktiviteten inden for turismeområdet har gennemgået en relativ flad udvikling det seneste årti. Dertil har Danmark et højere medarbejderomkostningsniveau i turismeerhvervet end det nordeuropæiske gennemsnit.⁶ Danmark ligger under niveauet i Norge, når det kommer til medarbejderomkostninger, mens især Irland og Storbritannien har et lavere omkostningsniveau.

3.2.5 Gennemgang af konkurrenceevneindikatorer

Konkurrenceevneindikatorer		
Tilfredshed med Danmark som rejsemål	Samlet tilfredshed med ferieoplevelsen i 2018 (TCI Research)	Tilfredsheden med ferieoplevelsen er et udtryk for, om ferien lever op til turistens forventninger. Danmark scorer 208 point i tilfredshedsundersøgelsen, mens det nordeuropæiske gennemsnit er 205 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 2018 (TCI Research)	Danmark scorer 212 point på tilfredsheden med overnatningsstedet, hvor gennemsnittet i Nordeuropa er 208. Samtidig scorer Danmark 182 point på tilfredsheden med spisesteder, hvor det nordeuropæiske gennemsnit ligger på 173 point. Scorerne er udtryk for, at turisternes oplevelse overstiger deres forventninger.
Tilfredshed med tilgængelighed	Tilfredshed med fire parametre i 2018 (TCI Research) 1) Adgang til/fra lufthavn 2) Infrastruktur, veje 3) Tilgængelighed med offentlig transport 4) Transportomkostninger til destinationen	Danmark scorer 196 point på tilfredsheden med infrastruktur, hvilket er udtryk for, at oplevelsen overstiger forventningen. Gennemsnittet i Nordeuropa er 184. Danmark er udfordret på tilgængeligheden til offentlig transport, hvor Danmark scorer signifikant lavere end gennemsnittet i Nordeuropa.
Flytilgængelighed	Passagerantal pr. indbygger i 2018 (Eurostat og Tourism Economics)	I 2018 havde Danmark 6,0 udenlandske flypassagerer pr. indbygger. I Nordeuropa var gennemsnittet 3,8 udenlandske flypassagerer pr. indbygger. Flytilgængelighed til og fra Danmark er således god. Københavns Lufthavn har flere passagerer end oplandet tilskrives, og det er nemt at komme til Danmark fra mange internationale destinationer.

⁶ Jf. afsnit 11.5.

Konkurrenceevneindikatorer		
Forhold mellem pris og kvalitet	Prisniveau for forbrugsvarer og serviceydelser i 2018 (Eurostat)	Danmarks prisniveau var i 2018 på indeks 138. Gennemsnittet i Nordeuropa lå på indeks 123. I forhold til det generelle prisniveau for forbrugsvarer og serviceydelser er Danmark og Norge de dyreste lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt.
	Turisternes oplevelse af forhold mellem pris og kvalitet i 2018 (TCI Research)	Danmark scorer 127 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 154 point, og Danmark scorer således signifikant under det nordeuropæiske gennemsnit.
Konkurrence-dygtigt turisme-erhverv	Momssatser for 2019 (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 2019 på 25 pct., når man sammenholder almindelig moms, restaurantmoms og hotelmoms ud fra vægtingen i boksen til venstre. Det vægtede gennemsnit i Nordeuropa er 18,75 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 momsfrataget i Danmark, og at der er 100 pct. momsfradrag på virksomheders hotelophold.
	Elpriser for turismevirksomheder med et forbrug mellem 20-500 MWh, 2018 (Eurostat)	Elprisen inkl. afgifter var i Danmark i 2018 på 0,76 DKK pr. kWh og dermed lavere end det nordeuropæiske gennemsnit på 0,90 DKK pr. kWh. Opgørelsen 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.
	Medarbejderomkostninger inden for overnatnings-faciliteter og restaurations-virksomhed (i danske kr. pr. præsteret time) i 2018 (Dansk Arbejdsgiverforening)	De samlede medarbejderomkostninger pr. præsteret time var i Danmark 208 kr. i 2018. Gennemsnittet i Nordeuropa var 166 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 i analysens kapitel 8: Tilfredshed med Danmark som rejsemål, kapitel 9: Transport og tilgængelighed, kapitel 10: Forhold mellem pris og kvalitet samt kapitel 11: Konkurrencedygtigt turismeerhverv.



4. Status for turismeforbruget i Danmark

4 Status for turismeforbruget i Danmark

I dette kapitel ses der på turismeforbruget i Danmark i 2017, herunder hvordan forbruget fordelte sig på forretningsområder og kommuner. 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.⁷ 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 forretningsområder:

- Storbyturisme: Ferieturisme i København,⁸ 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

Turismens økonomiske betydning opgøres i et turismesatellitregnskab, der følger turisternes forbrug i Danmark og kobler det 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 strukturreport, hvor datakilderne løbende opdateres, og metoden løbende udvikles og forbedres. Turismeforbrugstallene egner sig derfor ikke som konjunkturværktøj til sammenligninger fra år til år. De vigtigste grunde til dette er:

- Nye døgnforbrug fra VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017: Tallene har generelt løftet niveauet i forhold til 2014, hvor sidste undersøgelse blev foretaget. Især turister, der overnatter i lejet feriehus, på hotel eller camping, har øget forbruget. Årsagerne er bl.a. økonomisk fremgang med højere disponible indkomster fra de vigtigste turistmarkeder til følge og en tendens til kortere opholdslængde og mindre rejsegruppe. Herudover kan højere forbrugerpriser have en betydning i forhold til 2014-niveauerne. Samlet skal stigningen i forbrug altså snarere ses over en treårig periode end fra 2016 til 2017.
- Opdaterede MICE-tillæg⁹ fra Mødeplanlæggerundersøgelsen 2017 i forbindelse med analysen af mødeturismens økonomiske betydning 2017: MICE-tillægget afspejler de udgifter, som mødearrangørvirksomheder afholder i forbindelse med konferencer, kongresser, messer, mv. Tillægget, der nu udgør ca. en femtedel af det samlede forbrug, supplerer erhvervsturisternes privatforbrug indsamlet i forbindelse med Turistundersøgelsen 2017.

⁷ Kapitlet bygger på resultater fra rapporten Turismens økonomiske betydning 2017 fra 2019. Rapporten udarbejdes i samarbejde mellem VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning (CRT). Opgørelsen indeholder ikke danske turisternes forbrug på ferie i udlandet og udenlandske turisternes forbrug på vej til Danmark, herunder fx internationale flybilletter.

⁸ 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.

⁹ MICE: Meetings, Events, Conferencing og Exhibitions.

- Inddragelse af deleøkonomiske overnatningsformer: Disse overnatningsformer indgår for første gang i 2017. Derfor kan det samlede turismeforbrug ikke sammenlignes direkte med tidligere års opgørelser, hvor bidraget fra deleøkonomiske overnatninger ikke indgik.

Opsummering

Turismeforbruget i Danmark

- Danske og udenlandske turister brugte samlet set 128,0 mia. kr. i Danmark i 2017. Heraf stammer 5,3 mia. fra deleøkonomiske overnatninger.
- Kyst- og naturturisme: Knap halvdelen (48 pct.) af det samlede turismeforbrug kan henføres til kyst- og naturturismen i Danmark. I alt 61,6 mia. kr. lægges inden for kyst- og naturturismen. 69 pct. af forbruget i 2017 blev lagt vest for Storebælt.
- Storbyturisme: Samlet set blev der i 2017 brugt 32,9 mia. kr. inden for storbyturismen, svarende til 26 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark. I alt 80 pct. blev brugt i København, mens de sidste 20 pct. fordelte sig mellem de tre øvrige storbyer.
- Erhvervs- og mødeturisme: I alt 33,5 mia., svarende til 26 pct. af den totale turismeomsætning i Danmark i 2017, kan henføres til dette forretningsområde. Heraf blev 47 pct. brugt i Region Hovedstaden.
- I 2017 var turismeforbruget 28,3 mia. kr. højere end i 2014. Set i forhold til pejlemærket fra den nationale strategi for dansk turisme på 45 mia. kr. mere i omsætning i 2025 end i 2014 mangler der 12,0 mia. kr. for at nå pejlemærket.
- Det er især et øget døgnforbrug, der har løftet turismeforbruget. Herudover opgøres som noget nyt nu også forbruget fra turister, der benytter sig af deleøkonomiske overnatningsformer. Det skal bemærkes, 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 6,4 pct. eller mere af den samlede produktion af varer og tjenester.

Beskæftigelse og eksport

- I 2017 genererede turismeforbruget i Danmark knap 161.000 arbejdspladser fordelt i hele landet inden for mange forskellige brancher.
- Det samlede udenlandske turismeforbrug på 54,8 mia. kr. i 2017 svarer til 4,6 pct. af den samlede eksport i Danmark.

4.1 Turismeforbruget i Danmark i 2017

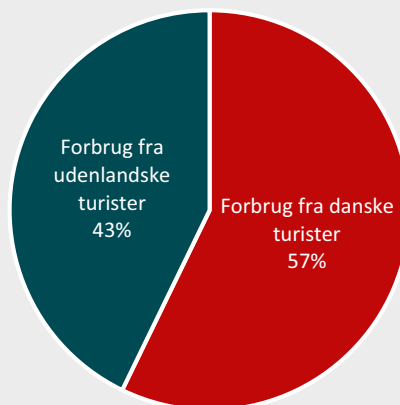
I Danmark var det samlede turismeforbrug i 2017 på i alt 128,0 mia. kr. Tallet omfatter for første gang også turister, der har benyttet deleøkonomiske overnatningsformer.

57 pct. af de 128,0 mia. kr., svarende til 73,2 mia. kr., kan henføres til danske turister, mens de resterende 43 pct., svarende til 54,8 mia. kr., kan henføres til udenlandske turisters forbrug i Danmark (jf. figur 6). 68 pct. af de danske turisters forbrug sker i forbindelse med ferieophold, og 32 pct. kan tilskrives erhvervs- og

mødeturisme. I forhold til forbruget blandt udenlandske turister stammer 82 pct. fra turister på ferie i Danmark.¹⁰

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 et 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 turisters forbrug spiller en væsentlig rolle for Danmark såvel nationalt, regionalt som lokalt.

Figur 6 Turismeomsætningen i Danmark opdelt på danske og udenlandske turister, 2017



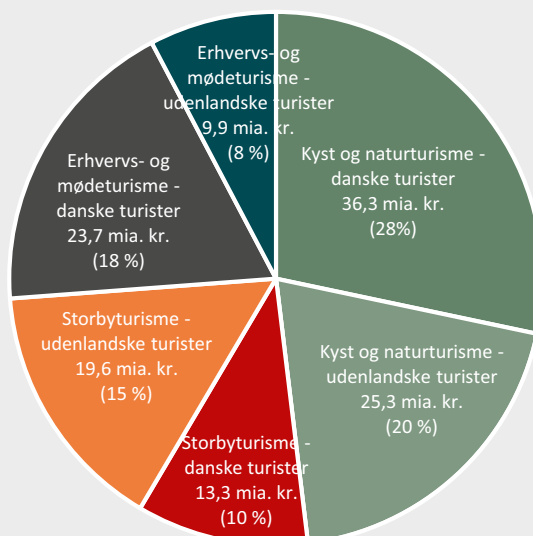
Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Figur 7 viser turismeforbruget i Danmark fordelt på forretningsområder og opdelt på danske og udenlandske turister. Kyst- og naturturisme er med en omsætning på 61,6 mia. kr. det største forretningsområde.

41 pct. af omsætningen inden for kyst- og naturturismen kan henføres til udenlandske turister. Tilsvarende kan 60 pct. af omsætningen inden for storbyturismen henføres til de udenlandske turister, og 29 pct. af omsætningen inden for erhvervs- og mødeturismen kan henføres til de udenlandske turister i Danmark.

¹⁰ VisitDenmark har ikke oplysninger om udenlandske endagsforretningsrejsende (det vil sige uden overnatning) og undervurderer derfor muligvis den udenlandske omsætning.

Figur 7 Turismeomsætningen i Danmark fordelt på forretningsområder, 2017



Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

4.1.1 Pejlemærke for turismeomsætningen i 2025

I den nationale strategi for dansk turisme er et af pejlemærkerne, at turismeomsætningen i 2025 skal nå 140 mia. kr. i forhold til 95 mia. kr. i turismeomsætning i 2014. Når fremdriften i turismeforbruget sammenholdes med det nationale pejlemærke, ligger 2017-omsætningen markant over den forventede udvikling ved en procentvis fremskrivning frem mod 2025.

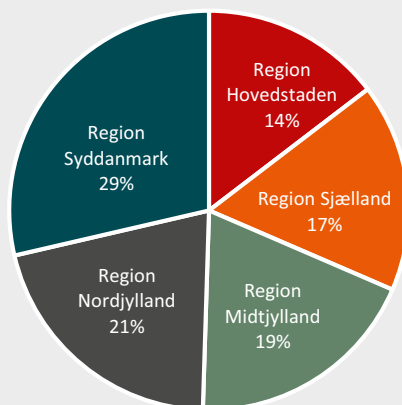
Som nævnt er der en række forbehold knyttet til sammenligningen af turismeomsætningen over tid. I den seneste opgørelse fra 2017 er omsætningen fra deleøkonomiske overnatninger inkluderet. Denne omsætningspost har ikke tidligere været en del af den samlede turismeomsætning.

4.1.2 Turismeforbrug fordelt på forretningsområder og regioner

Ses udelukkende på kyst- og naturturismen, er Region Syddanmark og Region Nordjylland de største med henholdsvis 29 pct. og 21 pct. af turismeforbruget i 2017 (jf. figur 8). Sammenlagt kan 69 pct. af forbruget inden for kyst- og naturturismen henføres til regionerne vest for Storebælt.

Størstedelen (59 pct.) af forbruget inden for kyst- og naturturismen stammer fra danske turister. Danskernes forbrug dominerer inden for alle fem danske regioner. I Region Sjælland tegner danskerne sig for den højeste andel (69 pct.) af forbruget. Det skyldes blandt andet overnatninger i eget feriehus og dansk endagsturisme, som er udtalt i regionen. Region Syddanmark er omvendt den region, der er mest afhængig af udenlandske turister, idet 46 pct. af forbruget i regionen stammer fra udenlandske – særligt tyske - turister.

Figur 8 Kyst- og naturturismens omsætning fordelt på regioner, 2017

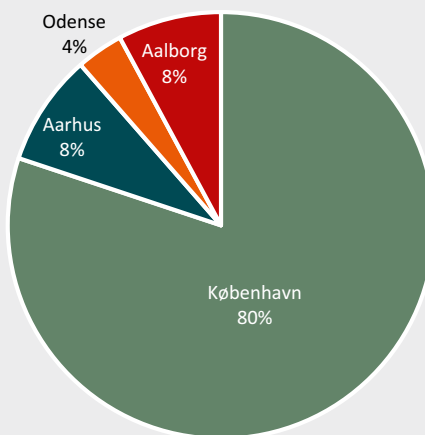


Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

København og omegn dominerer inden for den danske storbyturisme (jf. figur 9). I alt 80 pct. af det totale storbyturismeforbrug på 32,9 mia. kr. kan henføres til turister i hovedstaden. Samlet set står danske storbyturister for 40 pct. af forbruget.

To tredjedele af turismeforbruget i København stammer fra udenlandske rejsende. De danske turisters forbrug fylder mest i de øvrige tre storbyer.

Figur 9 Storbyturismens omsætning fordelt på byer, 2017



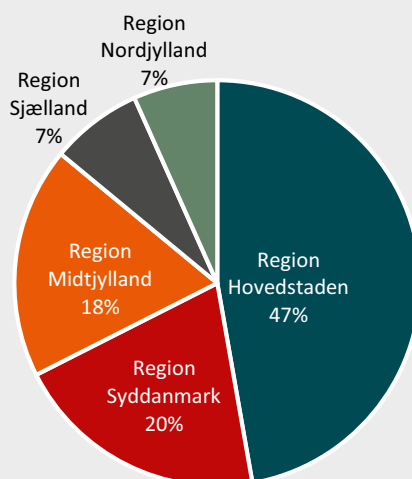
Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Som det fremgår af figur 10, bliver knap halvdelen (47 pct.) af turismeforbruget på 33,5 mia. kr. inden for erhvervs- og mødeturismen lagt i Region Hovedstaden efterfulgt af Region Syddanmark (20 pct.) og Region Midtjylland (18 pct.).

Lidt over halvdelen af den samlede omsætning (55 pct.) stammer fra erhvervs- og mødeturismen, der omfatter overnatninger på hotel, mens den resterende del kan henføres til arrangementer uden overnatning.

Inden for erhvervs- og mødeturismen kan 71 pct. af forbruget henføres til danske turister, mens de resterende 29 pct. stammer fra udenlandske erhvervs- og mødeturister. 67 pct. af det udenlandske forbrug bliver lagt i Region Hovedstaden.¹¹

Figur 10 Erhvervs- og mødeturismens omsætning fordelt på regioner, 2017



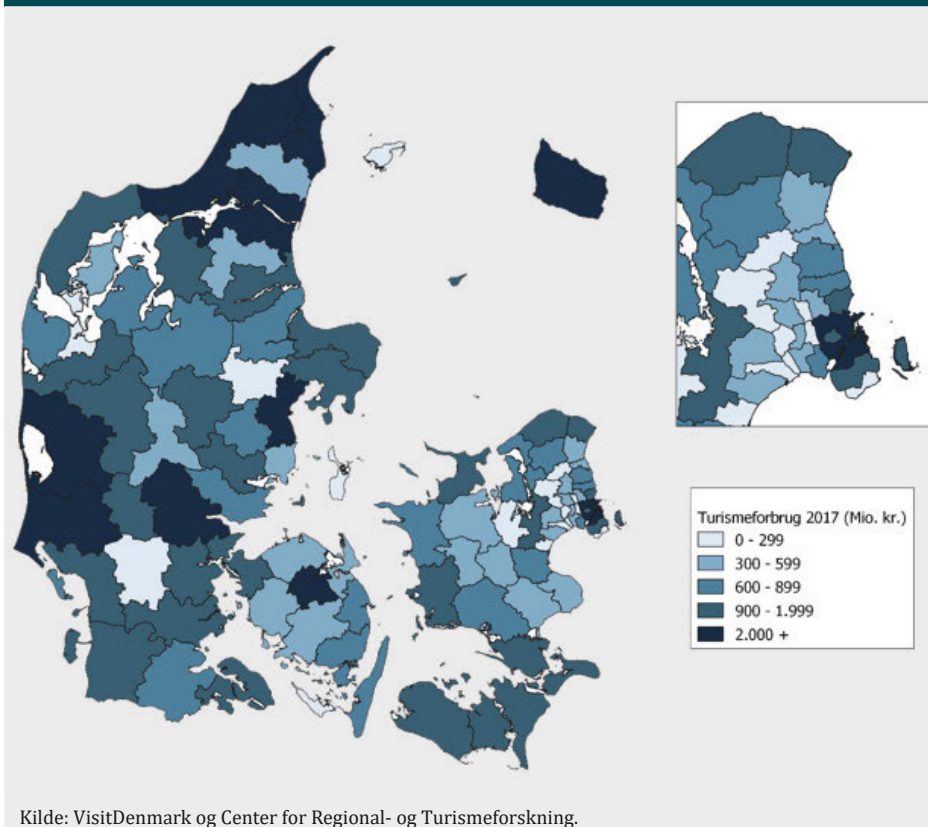
Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

4.1.3 Turismeforbrug fordelt på kommuner

Figur 11 viser, hvordan turismeforbruget i Danmark fordeler sig på kommuner.

¹¹ VisitDenmark har ikke oplysninger om udenlandske endagsforretningsrejsende (det vil sige uden overnatning) og undervurderer derfor muligvis den udenlandske omsætning.

Figur 11 Turismeforbrug fordelt på kommuner, 2017



Tabel 4 viser de ti største turismekommuner 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.

De ti største turismekommuner i Danmark tegner sig for knap halvdelen (47 pct.) af det samlede turismeforbrug i Danmark. Københavns Kommune, Aarhus Kommune, Aalborg Kommune, Varde Kommune og Ringkøbing-Skjern Kommune er de fem største danske kommuner målt på turismeforbrug.

København, Aarhus og Aalborg er henholdsvis nummer et, to og tre på listen over de største danske turismekommuner målt på turismeforbrug. Årsagerne er blandt andet mange højtforbrugende hotelgæster på ferie- og forretningsrejser samt endagsbesøgende. Også nogle af de største kyst- og naturkommuner, som for eksempel Varde og Ringkøbing-Skjern Kommune, er at finde i top 10.¹²

Kommunerne Varde, Jammerbugt og Bornholm optræder alle i top 10 på begge parametre. Fanø Kommune er med en andel på 32,3 pct. den kommune, hvor turismen fylder relativt mest af det samlede udbud af varer og tjenester. Generelt er

¹² 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 overnatningskommunen. Herudover er data fra nationalregnskabet på produktniveau sjældent geografisk opdelt. Derfor fordeler CRT og Danmarks Statistik bl.a. omsætningen på kommuner vha. estimeringsmetoder. En af metoderne er at anvende lønsummen på arbejdsstederne til at fordele en branches omsætning.

der flere ø-kommuner blandt de kommuner, hvor turismeandelen af den samlede omsætning er størst. I de ti kommuner ligger turismeandelen af det samlede udbud af varer og tjenester væsentligt over landsgennemsnittet på 2,3 pct.

Tabel 4 Samlet turismeforbrug og -andele på kommuner, top 10 i 2017 samt placering i forhold til 2016

Top 10 kommuner	Turismeforbrug	Top 10 kommuner	Turismeandel af samlet økonomi
	Mio. kr.		Pct.
1 - København	31.223	1 - Fanø	32,3 %
2 - Aarhus	5.543	2 - Læsø	11,5 %
3 - Aalborg	3.867	3 (+4) Jammerbugt	10,4 %
4 (+1) Varde	3.664	4 (+4) Varde	9,2 %
5 (-1) Ringkøbing-Skjern	3.454	5 (+1) Bornholm	9,0 %
6 (+1) Frederikshavn	2.961	6 (-1) Gribskov	9,0 %
7 (+8) Jammerbugt	2.665	7 (-3) Samsø	8,3 %
8 (+1) Bornholm	2.647	8 (+2) Langeland	7,6 %
9 (+2) Hjørring	2.524	9 (-6) Odsherred	7,1 %
10 (-4) Vejle	2.241	10 (-1) Syddjurs	6,4 %

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

4.2 Turismeskabt eksport, værditilvækst og beskæftigelse

I 2017 svarede udenlandske turisters forbrug i Danmark til 4,6 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 fratrasket forbruget i produktionen. Den samlede årlige værditilvækst i den danske økonomi er bruttonationalproduktet (BNP) eksklusive produktskatter og -subsider.

Turismeerhvervet i Danmark skabte i 2017 en samlet værditilvækst på knap 78,9 mia. kr. inklusiv afledte effekter. Det svarer til 4,2 pct. af den samlede værditilvækst i Danmark.

Turismens andel er størst i overnatningsbranchen med 79 pct. af den samlede værditilvækst, men turismen bidrager også betydeligt inden for blandt andet rejseservice og restauranter. Det er desuden værd at bemærke, at over 60 pct. af den samlede turismeskabte værditilvækst skabes uden for de typiske turismeerhverv.¹³ Med andre ord skaber turismen værdi i store dele af samfundet og inden for mange forskellige brancher.

Sammenligner man forretningsområdernes værdiskabelse (tabel 5), skaber erhvervs- og mødeturismen relativt meget værditilvækst inden for overnatningsstederne i forhold til kyst- og naturturismen, hvor der er mange ikke-kommercielle

¹³ Turismeerhvervene defineres som overnatningssteder, restauranter, transportvirksomheder, kultur og forlystelser m.m.

overnatninger i eksempelvis eget eller lånt feriehus. Herudover skaber erhvervs- og mødeturismen meget værdi inden for transportvirksomheder - især lufttransport i form af indenrigsflyvninger. Inden for kyst- og naturturismen samt storbyturismen skabes i højere grad værditilvækst i detailbranchen samt på restauranter og værtshuse.

Samlet set skaber kyst- og naturturismen 43 pct. af den samlede turismeafledte værditilvækst, erhvervs- og mødeturismen skaber 34 pct., mens storbyturismen skaber 24 pct.

Tabel 5 Turismeskabt værditilvækst fordelt på erhverv og forretningsområde, 2017

	Kystferie	Storby-ferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt værditilvækst, mio. kr.				Pct.
Turismeerhverv	7.702	5.894	16.624	30.221	38 %
Overnatningssteder	1.246	1.239	3.447	5.932	8 %
Restauranter og værtshuse	3.619	2.559	3.260	9.437	12 %
Transportvirksomheder	574	694	8.138	9.406	12 %
Rejseservice	87	188	1.461	1.737	2 %
Kultur, forlystelser og sport	2.176	1.213	320	3.709	5 %
Detailhandel*	8.008	3.618	1.622	13.248	17 %
Andre brancher**	17.871	9.051	8.499	35.421	45 %
Ejendomsmæglere, bolig og husleje	5.831	2.520	1.079	9.429	12 %
Erhvervsservice	2.486	1.477	2.058	6.021	8 %
Øvrige	9.554	5.054	5.363	19.971	25 %
I alt	33.581	18.563	26.745	78.890	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 161.000 arbejdspladser i Danmark i 2017 (jf. tabel 6). Det svarer til 5,5 pct. af det totale antal årsværk. Turismen betyder således relativt mere for beskæftigelse og jobskabelse end for værditilvækst.

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

Tabel 6 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på erhverv og forretningsområde, 2017

	Kystferie	Storby-ferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt beskæftigelse, årsværk				Pct.
Turismeerhverv	28.508	18.221	40.948	87.677	54 %
Overnatningssteder	3.797	2.956	9.603	16.356	10 %
Restauranter og værtshuse	18.643	11.506	15.530	45.679	28 %
Transportvirksomheder	1.083	1.074	12.048	14.205	9 %
Rejseservice	181	373	3.056	3.610	2 %
Kultur, forlystelser og sport	4.804	2.312	711	7.826	5 %
Detailhandel*	20.721	8.831	3.470	33.022	21 %
Andre brancher**	20.949	10.275	9.039	40.263	25 %
Ejendomsmæglere, bolig og husleje	769	454	215	1.438	1 %
Erhvervsservice	4.932	2.283	3.026	10.241	6 %
Øvrige	15.248	7.538	5.797	28.584	18 %
I alt	70.177	37.327	53.457	160.961	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 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".

Som det fremgår af tabel 7, er Region Hovedstaden den største i Danmark målt på turismeskabt beskæftigelse og tegnede sig i 2017 for 38 pct. af den samlede beskæftigelseseffekt i Danmark. Herefter følger Region Syddanmark og Region Midtjylland med henholdsvis 20 pct. og 18 pct. Turismen skaber titusindvis af job i alle landets regioner.

I forhold til regionernes samlede beskæftigelse fyldte den turismeskabte beskæftigelse relativt meget i alle dele af landet, men mest i Region Nordjylland (7,4 pct.) og mindst i Region Midtjylland (4,4 pct.).

Tabel 7 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på regioner, 2017

	Turismeskabt beskæftigelse	Fordeling	Andel af samlet beskæftigelse i regionen
	Fuldtidsjobs	Pct.	Pct.
Region Hovedstaden	60.416	38 %	5,7 %
Region Syddanmark	32.309	20 %	5,5 %
Region Midtjylland	28.883	18 %	4,4 %
Region Nordjylland	21.007	13 %	7,4 %
Region Sjælland	18.346	11 %	5,7 %
Hele landet	160.961	100 %	5,5 %

Kilde: VisitDenmark, Center for Regional- og Turismeforskning, Danmarks Statistik.

Beskæftigelse inklusiv direkte, indirekte og inducerede effekter.

Tabel 8 viser turismens effekt på beskæftigelsen i 2017 fordelt på uddannelsesniveau og branche. Her fremgår det, at turismen især skaber arbejde til personer, der ikke har en videregående uddannelse. Andelen af ufaglærte er særlig høj inden for restaurationsbranchen og detailhandelen.

Samlet set tegnede faglærte sig for 30 pct. af den turismeskabte beskæftigelse efterfulgt af ufaglærte (29 pct.) og personer med studentereksamen som højeste afsluttede uddannelse (17 pct.).

Tabel 8 Turismeskabt beskæftigelse fordelt efter branche og højeste afsluttede uddannelse, 2017

	Ufag- lært	Studenter- eksamen	Fag- lært	Kort videre- gående	Mellemlang videregående	Lang videre- gående	I alt
Pct. af branche							
Turismeerhverv	32 %	21 %	25 %	13 %	5 %	3 %	100 %
Overnatningssteder	29 %	19 %	32 %	13 %	5 %	3 %	100 %
Restauranter og værtshuse	38 %	25 %	20 %	10 %	4 %	4 %	100 %
Transportvirksomheder	20 %	13 %	39 %	21 %	5 %	1 %	100 %
Rejseservice	8 %	21 %	32 %	23 %	14 %	2 %	100 %
Kultur, forlystelser og sport	29 %	18 %	20 %	19 %	12 %	2 %	100 %
Detailhandel	36 %	14 %	36 %	10 %	3 %	1 %	100 %
Andre brancher	18 %	10 %	33 %	23 %	14 %	2 %	100 %
I alt	29 %	17 %	30 %	15 %	7 %	2 %	100 %

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Beskæftigelse er inklusiv direkte, indirekte og inducerede effekter.

Beskæftigelsen er opgjort som antal beskæftigede personer i november 2017. Kun personer bosat i Danmark indgår.

Turismeforbruget skabte, inklusiv afledte effekter, 45,6 mia. kr. i skatteprovenu i 2017. Det svarer til 5,6 pct. af de samlede skatter og afgifter i Danmark. I alt 13,5 mia. kr., svarende til 30 pct. af det turismeskabte skatteprovenu, stammer fra personskatter, mens de resterende knap 32,1 mia. kr. kan tilskrives vareskatter og moms.



5. Udvikling og vækst i dansk turisme

5 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 -portaler. Turisternes overnatninger er opdelt på forskellig vis:

- 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 2018

- 2018 blev der foretaget i alt 53,9 mio. overnatninger i Danmark. Det er 3,0 pct. flere end i 2017.
- Med 27,6 mio. registrerede udenlandske overnatninger i 2018 har Danmark lidt flere udenlandske overnatninger end Norge og Sverige tilsammen (27,5 mio.).
- I 2018 lå antallet af overnatninger i Danmark lidt over niveauet i pejlemærket fra den nationale strategi for dansk turisme om, at antallet af overnatninger skal vokse med en tredjedel flere overnatninger end de 49 mio. overnatninger i 2015, svarende til 17,0 mio. overnatninger. Udviklingen i overnatningerne fra 2017 til 2018 var på linje med, hvad pejlemærket forudsatte.
- Kyst- og naturturismen samt storbyturismen udvikler sig lidt bedre end forudsat i pejlemærket, mens erhvervs- og mødeturismen udvikler sig lidt dårligere.

Overnatninger fordelt på forretningsområder

- Kyst- og naturturismen er med 71 pct. af alle overnatninger i 2018 det største forretningsområde inden for dansk turisme.
- Fra 2008 til 2018 er antallet af overnatninger i kyst- og naturturismen steget med 11 pct.
- Storbyturisternes overnatninger er steget med 105 pct. fra 2008 til 2018.
- Erhvervs- og mødeturisternes overnatninger er steget med 20 pct. fra 2008 til 2018.

Udenlandske turisters overnatninger

- Danmark tegner sig for 45 pct. af alle udenlandske overnatninger i Norge, Sverige, Finland og Danmark samlet set.

- To af hovedmarkederne, Tyskland og Nederlandene, præsterede positiv vækst i
- overnatningerne i Danmark fra 2017 til 2018. De svenske overnatninger stagnerede, mens der var tilbagegang i de norske og britiske turisters overnatninger i Danmark.
- Fra 2008 til 2018 er antallet af kinesiske, franske og amerikanske overnatninger steget med henholdsvis 325 pct., 129 pct. og 127 pct. Trods de høje vækstrater udgør disse vækstmarkeder fortsat en mindre del af de udenlandske overnatninger i Danmark.
- Danmarks andel af udenlandske overnatninger i forhold til de nordiske konkurrenter
- var i 2018 den laveste siden 2009. Tabet af markedsandele til de nordiske konkurrenter skyldes, at Sverige har oplevet en markant fremgang i de udenlandske overnatninger. Danmark har ikke tabt markedsandele til de to øvrige nordiske konkurrenter.

Internationale møder og kongresser afholdt i Danmark

- Danmark rangerer i 2018 som nr. 13 på listen over europæiske lande, hvor der afholdes flest møder. Det er samme placering som i 2017.

Besøg på de danske attraktioner

- Antallet af udenlandske og danske besøg på de 50 mest besøgte danske attraktioner er fra 2017 til 2018 steget med 3,3 pct.

Besøg på turisthjemmesiderne

- I alt genererede VisitDenmarks hjemmeside og de lokale og regionale hjemmesider 40,6 mio. besøg i 2018 mod 40,0 mio. besøg i 2017. Det er en stigning på 1,5 pct.

5.1 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 forudsætter 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.

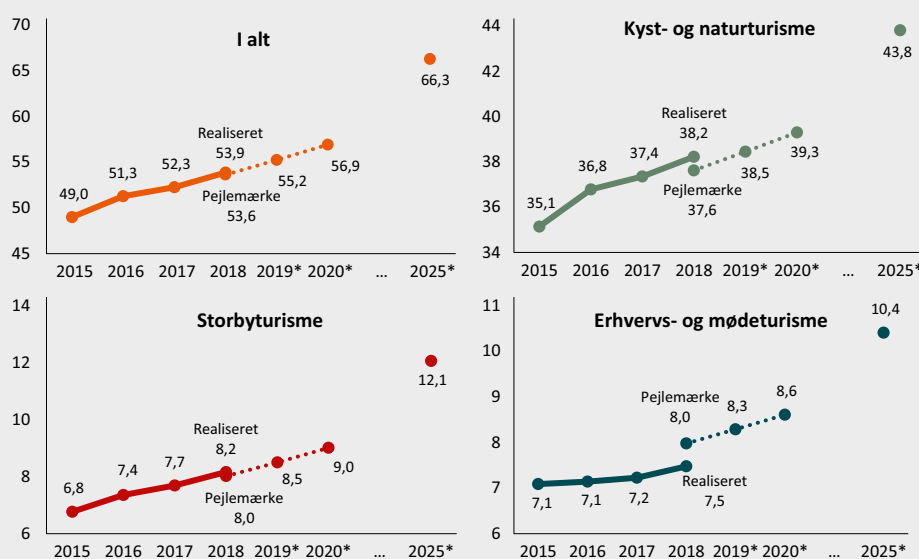
- Kyst- og naturturisme: Der sigtes mod 8,6 mio. flere overnatninger i 2025 end i 2015, svarende til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 2,2 pct.
- Storbyturisme: Der sigtes mod 5,3 mio. flere overnatninger i 2025 sammenlignet med 2015. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 6,0 pct.
- Erhvervs-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

Af figur 12 fremgår det, at dansk turisme i 2018 samlet set ligger lidt over fremskrivningen frem mod pejlemærket i 2025. Niveauet for kyst- og naturturismen lå med 38,2 mio. overnatninger i 2018 i alt 0,6 mio. over fremskrivningen. Storbyturisme lå også lidt (0,2 mio.) højere, hvorimod erhvervs- og mødeturismen lå 0,5 mio. under fremskrivningen.

Udviklingen i det samlede antal overnatninger steg med 3,0 pct. fra 2017 til 2018, hvilket er på linje med den gennemsnitlige vækst, der forudsættes for at nå pejlemærket. Det svarer til 1,6 mio. flere overnatninger i 2018 i forhold til 2017. Fra 2017 til 2018 var der fremgang inden for alle tre forretningsområder. Med en vækst på 2,3 pct. steg antal overnatninger inden for kyst- og naturturismen marginalt mere end de 2,2 pct., der er forudsat i pejlemærket. Det samme gjorde antal overnatninger inden for storbyturismen, der gik frem med 6,1 pct. i forhold til 6,0 pct. forudsat i pejlemærket. Antal overnatninger inden for erhvervs- og mødeturismen gik frem med 3,5 pct., hvilket var mindre end de 3,9 pct., der var forudsat.

Samlet set betød udviklingen i 2018 således, at antallet af overnatninger ligger ca. 0,6 mio. over den lineære fremskrivningskurve i forhold til pejlemærket. Udviklingen er dermed fortsat på sporet i forhold til at nå pejlemærket i 2025.

Figur 12 Udvikling i overnatninger fra 2015 til 2018 sammenholdt med pejlemærker frem mod 2025, mio. overnatninger



Kilde: Tourism Economics og VisitDenmark. Danmarks Statistik for overnatninger 2008-2018.

* Fremskrivning i forhold til pejlemærkerne i den nationale strategi for danske turisme.

Det bemærkes, at overnatningstallene dækker kommercielle overnatninger eksempelvis på hotel eller i lejet feriehus, mens kommercielle overnatninger via deleøkonomiske platforme som fx Airbnb, Booking.com og HomeAway ikke indgår. De seneste års vækst i dette segment indgår derfor ikke i ovenstående tal. Overnatninger via deleøkonomiske platformen beskrives nærmere i afsnit 5.2.6.

5.2 Udviklingen i dansk turisme fra 2008 til 2018

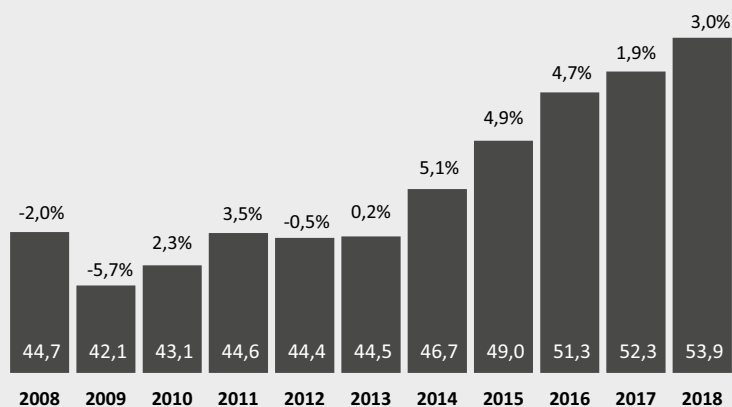
Udviklingen i turisternes overnatninger i Danmark i perioden fra 2008 til 2018 registreres af Danmarks Statistik. Overnatningstallene dækker kommercielle overnatninger eksempelvis på hotel eller i lejet feriehus, men ikke overnatninger, der foregår eksempelvis i eget feriehus eller hos familie og venner. Overnatninger via deleøkonomiske platforme indgår heller ikke.

For at kunne sammenligne med statistikker fra andre lande, er 2008 valgt som basisår. Desuden var 2008 det første år, hvor de danske feriehusovernatningstal blev kommunalt fordelte.¹⁴

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 lavprisifyly, nye digitale bookingmuligheder, deleøkonomiske platforme, nye destinationer i og uden for Europa, mv. Det betyder, at konkurrencesituationen for dansk turisme er skærpet. Et eksempel på dette er faldet i antallet af tyske overnatninger i Danmark fra midten af halvfemserne og en årrække frem. I 1995 stod tyske turister for 19,8 mio. ud af 26,7 mio. udenlandske overnatninger i Danmark. Dette skal ses i forhold til situationen i 2018 med 15,7 mio. tyske overnatninger ud af 27,6 mio. udenlandske overnatninger.

Figur 13 viser udviklingen i registrerede overnatninger i Danmark fra 2008 til 2018. 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 2018 registreret i alt 53,9 mio. overnatninger i Danmark. Det er en stigning på 3,0 pct. i forhold til 2017 og svarer til 1,6 mio. flere overnatninger. 2018 er endnu et rekordår, når det gælder antallet af registrerede overnatninger i Danmark.

Figur 13 Udvikling i alle registrerede overnatninger i Danmark, 2008-2018 (ændring i pct. og mio.)



Kilde: Danmarks Statistik (TURIST).

¹⁴ Til opdeling af storbyturisme og kyst- og naturturisme.

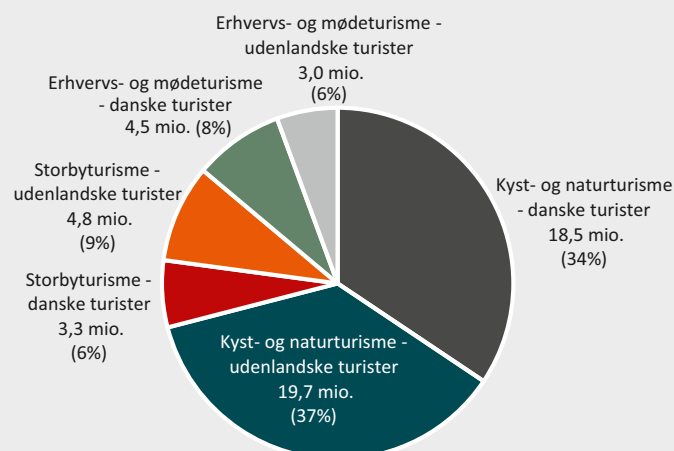
5.2.1 Overnatninger inden for kyst-/natur-, storby- og erhvervs-/mødeturismen

Dansk turisme er organiseret i tre forretningsområder: (1) storbyturisme (ferieturisme i København, Aarhus, Odense og Aalborg)¹⁵, (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).

Målt på overnatninger er kyst- og naturturismen det største forretningsområde i dansk turisme (jf. figur 14). 71 pct., svarende til 38,2 mio. af samtlige 53,9 mio. registrerede overnatninger i Danmark, foretages af danske og udenlandske turister på kyst- og naturferie. Dernæst følger storbyturismen med 8,2 mio. overnatninger og erhvervs- og mødeturismen med 7,5 mio. overnatninger. Storbyturismen bidrager med 15 pct. af det samlede antal overnatninger, mens erhvervs- og mødeturismen står for 14 pct.

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

Figur 14 Fordeling af alle registrerede overnatninger på forretningsområde, 2018 (mio. og pct.)



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.

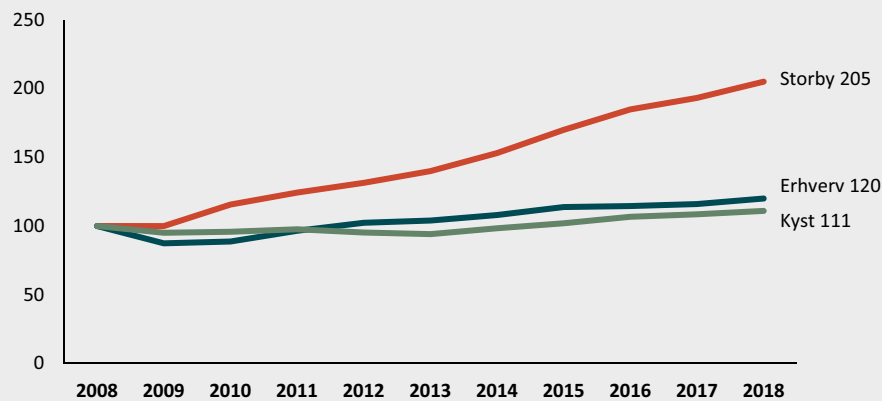
Erhvervs- og mødeturisme: Turisme i forbindelse med erhvervsrelaterede ophold, herunder møder og kongresser i hele landet.

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.

¹⁵ 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.

I 2018 er antallet af overnatninger inden for alle tre forretningsområder højere end i 2008 (jf. figur 15). Fra 2008 til 2018 er storbyturismen i Danmark målt i antal overnatninger steget med 105 pct. (4,2 mio.), erhvervs- og mødeturismen med 20 pct. (1,2 mio.) og kyst- og naturturismen med 11 pct. (3,8 mio.). Antallet af overnatninger er steget for alle tre forretningsområder fra 2017 til 2018. Stigningen fra 2017 til 2018 var på 6,1 pct. for storbyturismen, 3,5 pct. for erhvervs- og mødeturismen og 2,3 pct. for kyst- og naturturismen.

Figur 15 Udvikling i overnatninger pr. forretningsområde, 2008-2018. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Ses på udviklingen i hver af de fire storbyer, har København haft den højeste vækst i antallet af ferieovernatninger på tværs af overnatningsformer på 136 pct. fra 2008 til 2018. Herefter følger Aarhus med en vækst på 80 pct. og Odense med 66 pct. Aalborg har haft en marginal fremgang i antal overnatninger på 2 pct. Udviklingen fra 2017 til 2018 viste en fremgang på 8 pct. i København og 4 pct. i Odense. Antallet af overnatninger i Aarhus og Aalborg var stort set uændret.

Ses der udelukkende på udviklingen i antallet af ferieovernatninger på hotel, har alle fire storbyer præsteret positive vækstrater fra 2008 til 2018. Aarhus topper med en vækst på 144 pct. efterfulgt af København med 126 pct., Odense med 80 pct. og Aalborg med 21 pct. Udviklingen i antal ferieovernatninger på hotel fra 2017 til 2018 viste en vækst på 4 pct. i København, 3 pct. i Aarhus og 1 pct. i Odense. I Aalborg faldt antallet af overnatninger med 3 pct.

5.2.2 Internationale møder og kongresser i Danmark

Af de 7,5 mio. overnatninger, der blev foretaget af erhvervs- og mødeturister i Danmark i 2018, kan nogle henføres til internationale møder og kongresser. International Congress and Convention Association (ICCA) udgiver hvert år en internationalt anerkendt rangliste over steder for afholdelse af internationale foreningsmøder. Danmark rangerer i 2018 som nr. 13 på listen over europæiske lande, hvor der afholdes flest møder (jf. tabel 9). Det er samme placering som i 2017. Antallet af møder afholdt i Danmark er faldet fra 203 i 2017 til 192 i 2018. Af de 192 større møder og kongresser, der er registreret i Danmark i 2018, blev 120 afholdt i København. Det svarer til 63 pct.

Danmarks andel af møder afholdt i Europa var i 2018 på 2,8 pct. Andelen er faldet sammenlignet med 2017, hvor den lå på 3,0 pct.

Tabel 9 Top 20 over europæiske lande med flest internationale foreningsmøder i 2018

	Land	Antal møder	Placering ift. 2017
1	Tyskland	642	-
2	Spanien	595	+1
3	Frankrig	579	+2
4	Storbritannien	574	-2
5	Italien	522	-1
6	Nederlandene	355	-
7	Portugal	306	-
8	Sverige	257	+1
9	Belgien	252	+3
10	Østrig	240	-2
11	Polen	211	-
12	Schweiz	208	-2
13	Danmark	192	-
14	Grækenland	166	+5
15	Tjekkiet	162	-1
16	Norge	161	+2
17	Irland	146	-1
18	Finland	140	-1
19	Ungarn	129	-4
20	Kroatien	108	-

Kilde: ICCA Statistics Report 2017 og 2018, International Congress and Convention Association.

5.2.3 Overnatninger i kommuner

Med 8,3 mio. overnatninger var Københavns Kommune den kommune i Danmark, der havde flest overnatninger i 2018. Vestkystkommunerne Varde og Ringkøbing-Skjern indtog anden- og tredjepladsen med henholdsvis 4,5 mio. og 3,9 mio. overnatninger. Sønderborg rykkede ind på top 10-listen i 2018 på bekostning af Aarhus (jf. tabel 10).

Hvis man ser på udviklingen i top 5 kommunerne, skiller Københavns Kommune sig ud på udviklingen i antallet af overnatninger fra 2008 til 2018. I den pågældende periode har Københavns Kommune oplevet en vækst på 96 pct. I Varde Kommune, Ringkøbing-Skjern Kommune og Tønder Kommune lå overnatningstallet i 2018 henholdsvis 26 pct., 24 pct. og 21 pct. over 2008-niveauet.

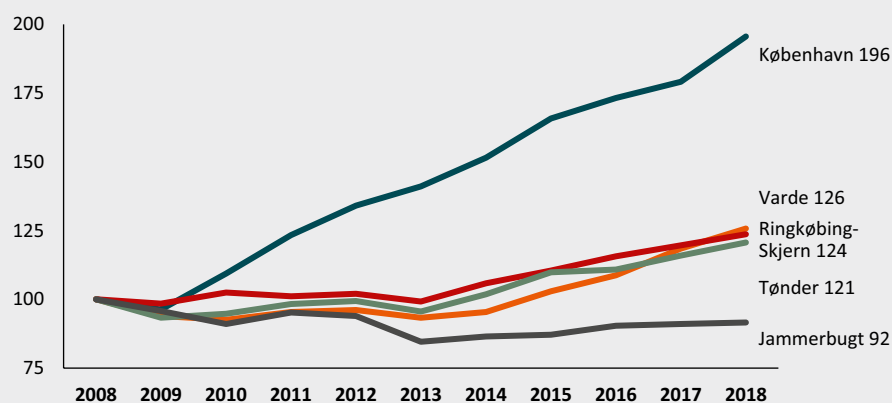
Tabel 10 Top 10 over kommuner med flest overnatninger i 2018 og udvikling i forhold til 2017

Nr.	Kommune	I alt		Danske turister		Udenlandske turister	
		Over- natninger	Udvikling 2017-2018	Over- natninger	Udvikling 2017-2018	Over- natninger	Udvikling 2017-2018
1	- København	8.338.600	+9 %	2.743.546	+10 %	5.595.054	+9 %
2	- Varde	4.513.452	+6 %	1.087.257	+8 %	3.426.195	+6 %
3	- Ringkøbing-Skjern	3.858.626	+3 %	620.055	+4 %	3.238.571	+3 %
4	- Tønder	1.681.822	+4 %	547.266	+3 %	1.134.556	+5 %
5	- Jammerbugt	1.597.893	+1 %	834.090	+1 %	763.804	+0 %
6	- Hjørring	1.580.508	+2 %	684.382	+6 %	896.126	+0 %
7	- Bornholm	1.495.635	-0 %	862.555	+0 %	633.080	-1 %
8	- Frederikshavn	1.425.592	+1 %	764.878	+1 %	660.714	+0 %
9	- Billund	1.377.047	-0 %	700.791	+2 %	676.257	-3 %
10 (+1)	- Sønderborg	1.193.915	+3 %	502.012	+1 %	691.903	+5 %

Kilde: Danmarks Statistik.

Alle kommuner i top 5 har oplevet en positiv vækst i antallet af overnatninger fra 2017 til 2018 (jf. figur 16).

Figur 16 Udvikling i samlede overnatninger i de fem største turismekommuner 2008-2018. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik.

Målt på den relative vækst i antal overnatninger fra 2008 til 2018 ligger følgende fem kommuner i top 5: Billund (+189 pct.), Dragør (+127 pct.), København (+96 pct.), Aarhus (+67 pct.) og Holstebro (+61 pct.).

Den største relative vækst i antal overnatninger fra 2017 til 2018 fandt sted i kommunerne Læsø (+26 pct.), Favrskov (+19 pct.), Ishøj (+14 pct.) og Tårnby (+12 pct.).

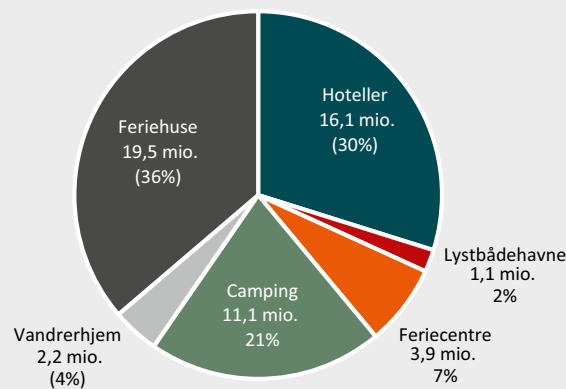
5.2.4 Overnatninger fordelt på overnatningsformer

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

Som det fremgår af figur 17, stod turister i lejet feriehus¹⁶ i 2018 for 36 pct. af alle registrerede overnatninger i Danmark efterfulgt af turister på hotel med 30 pct. og camping¹⁷ med 21 pct. af samtlige overnatninger. Overnatninger på feriecentre, i lystbådehavne og på vandrerhjem udgør de resterende 13 pct.

Hvis man alene ser på danske turister i 2018, er de foretrukne kommercielle overnatningsformer hotel og camping med henholdsvis 34 pct. og 31 pct. af alle danske overnatninger. Herefter fulgte lejede feriehuse med 19 pct. Det er stort set samme fordeling som i 2017. Ser man på de udenlandske turister, foretages 52 pct. af overnatningerne i Danmark i lejede feriehuse efterfulgt af hoteller med 26 pct. og camping med 11 pct. Den eneste ændring for de udenlandske turister fra 2017 til 2018 var, at andelen i lejet feriehus faldt fra 54 pct. i 2017 til 52 pct. i 2018.

Figur 17 Registrerede overnatninger fordelt på overnatningsformer, 2018 (mio. og pct.)



Kilde: Danmarks Statistik (TURIST).

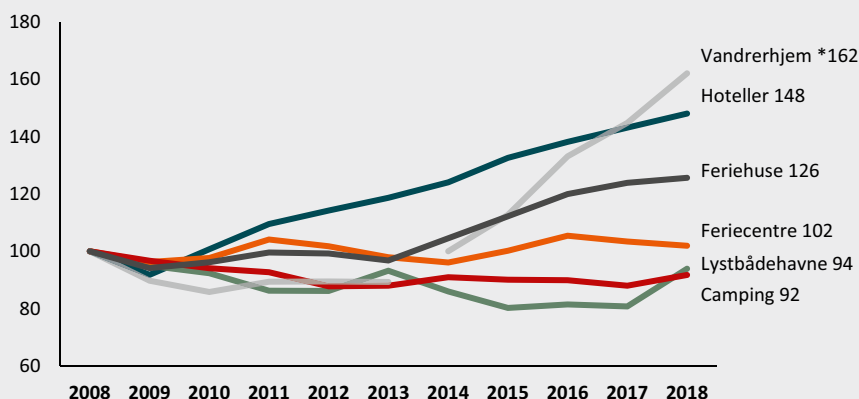
Udviklingen i antallet af overnatninger fra 2008 til 2018 varierer afhængig af overnatningsform. Hotel, som er en vigtig overnatningsform for især storbyturismen samt erhvervs- og mødeturismen, har oplevet kraftig vækst på 48 pct. i antallet af overnatninger i perioden (jf. figur 18).

For kyst- og naturturismen har feriehusovernatninger genvundet momentum. Vandrerhjemovernatningerne er gået markant frem de senere år. Stigningen er dog sket fra et forholdsvist lavt niveau. 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. Feriecenterovernatningerne ligger i 2018 i alt 2 pct. over niveauet i 2008.

¹⁶ Feriehuse er det samme som sommerhuse.

¹⁷ Fastliggende campisters overnatninger indgår i overnatningsstatistikken. Det gør overnatninger i eget feriehus ikke. Derfor underestimerer opgørelsen feriehusenes andel af det samlede antal overnatninger i forhold til camping.

Figur 18 Udvikling i alle registrerede overnatningsformer i Danmark, 2008-2018.
Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik (TURIST).

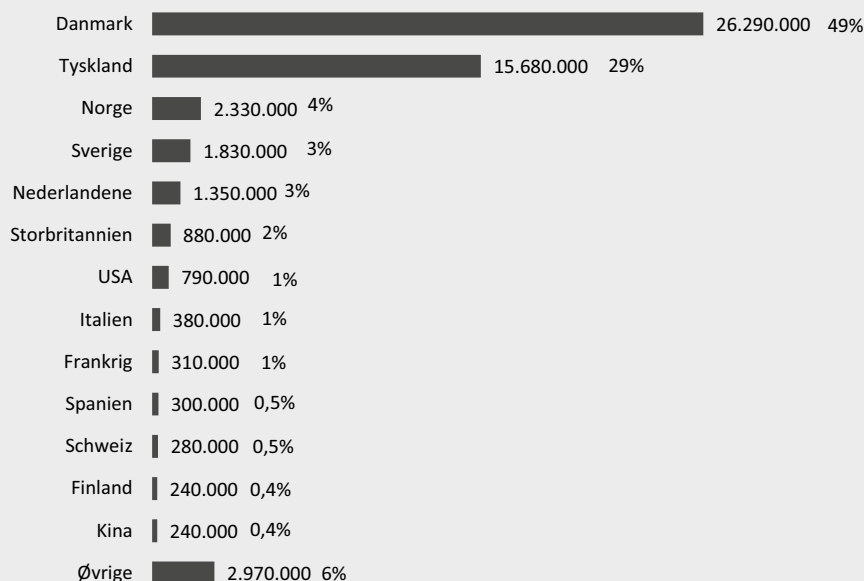
* Der er databrud i 2014 i kategorien vandrerhjem. Det skyldes, at kategoriens population er ændret og nu opgøres mere retvisende. Udviklingen af registrerede overnatninger på vandrerhjem bør derfor ikke sammenlignes før og efter databruddet. I perioden 2008-2013 er indeks 2008=100. I perioden 2014-2018 er indeks 2014=100.

5.2.5 Overnatninger fordelt på nationalitet

Både danske og udenlandske turisters overnatninger er vigtige for dansk turisme. Udenlandske overnatninger udgør 51 pct. af samtlige registrerede overnatninger. Hovedmarkederne (Tyskland, Norge, Sverige, Nederlandene og Storbritannien) tegner sig til sammen for 41 pct. af alle overnatninger. 29 pct. af de registrerede overnatninger blev i 2018 foretaget af tyske turister (jf. figur 19), hvilket svarer til 57 pct. af alle udenlandske overnatninger.

Forholdet mellem danske og udenlandske overnatninger har ændret sig siden starten af 1990'erne, hvor der var omkring 10 mio. flere udenlandske end danske overnatninger i Danmark. Siden har der været høj 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 årene 2016 til 2018 betyder, at disse nu igen overstiger de danske med 1,3 mio. Tallet for udenlandske overnatninger nåede i 2018 op på 27,6 mio., hvilket er det højeste antal nogensinde. Danske overnatninger i Danmark talte i 2018 knap 26,3 mio., hvilket også er rekordhøjt.

Figur 19 Fordeling af registrerede overnatninger på nationalitet, 2018.
Overnatninger og andel



Kilde: Danmarks Statistik (TURIST).

5.2.6 Deleøkonomiske tjenester

Som tidligere nævnt er turister, der benytter deleøkonomiske platforme, for første gang i 2017 medregnet i opgørelsen af turismeomsætningen i Danmark.

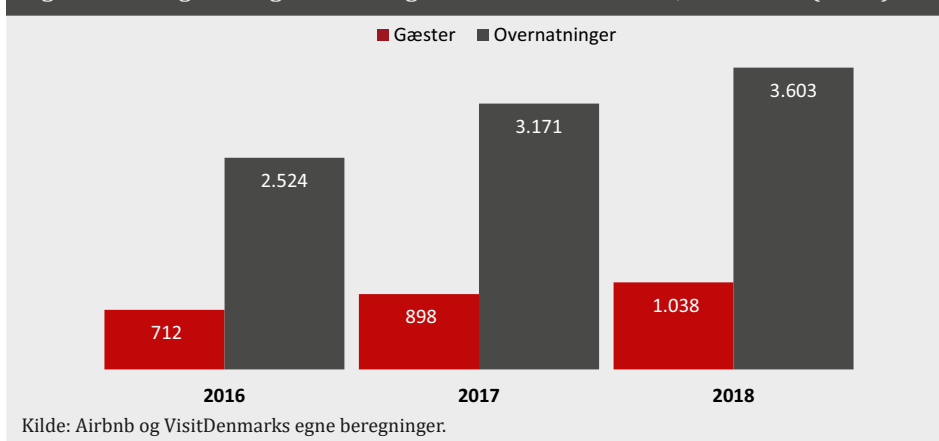
Deleøkonomiske tjenester er i hastig vækst, og privat boligudlejning er den deleøkonomiske forretningsmodel, der er mest kendt i Danmark. Der findes i dag en række forskellige deleøkonomiske platforme inden for privat boligudlejning, hvor den største er Airbnb.

Udviklingen i de kommercielle turistovernatninger registreres løbende af Danmarks Statistik, men Airbnb, HomeAway og andre deleøkonomiske tjenester indgår endnu ikke i statistikken. Med henblik på, at data fra dette segment på sigt kan indarbejdes i de officielle overnatningstal, har VisitDenmark indgået et samarbejde med Airbnb om udveksling af data. VisitDenmark har modtaget data fra Airbnb om antal gæster og gennemsnitlig opholdslængde for årene 2016 til 2018. På den baggrund har VisitDenmark beregnet antal overnatninger i den pågældende periode¹⁸.

Som det fremgår af figur 20, var der i 2018 i alt 1,0 mio. gæster (ferie- og forretningsrejsende), der overnattede via Airbnb i Danmark. Det er 16 pct. flere end i 2017, hvor der var 0,9 mio. gæster. De 1,0 mio. gæster i 2018 foretog godt 3,6 mio. overnatninger, svarende til en vækst på 14 pct. i forhold til 2017. Tallene viser således, at Airbnb havde en markant højere vækst i antallet af overnatninger fra 2017 til 2018 sammenlignet med de traditionelle kommercielle overnatningsformer.

¹⁸ VisitDenmark arbejder løbende på at forbedre og dokumentere kvaliteten af data fra Airbnb herunder også at klarlægge Airbnb's tilgang til at registrere gæsternes antal og opholdslængde. VisitDenmark arbejder også på at identificere omfanget af dobbelttælling i forhold til andre overnatningsstatistikker, herunder især feriehusstatistikken.

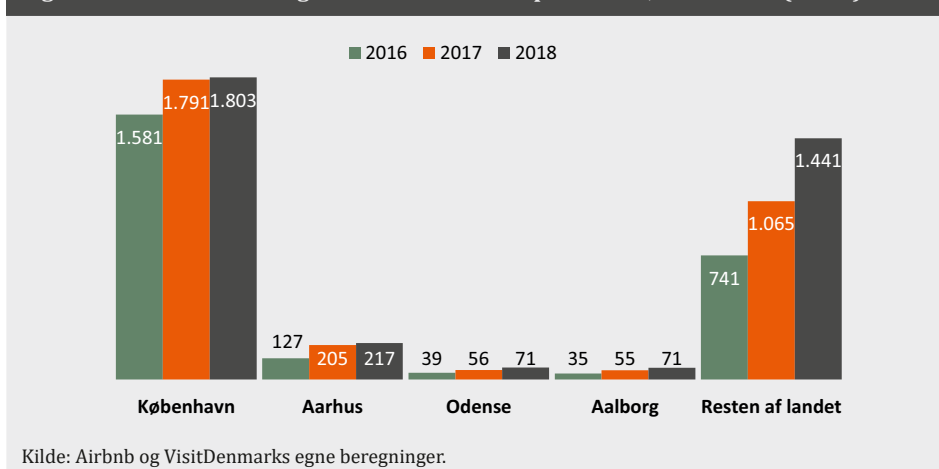
Figur 20 Antal gæster og overnatninger via Airbnb i Danmark, 2016-2018 (1.000)



Tallene fra Airbnb viser, at 60 pct. af overnatningerne i 2018 fandt sted i de fire storbyer. København stod med 50 pct. for hovedparten efterfulgt af Aarhus (6 pct.). Odense og Aalborg tegnede sig hver for 2 pct.

Figur 21 viser, at der de seneste år især har været vækst i antallet af Airbnb overnatninger uden for København. Andelen af overnatninger uden for de fire storbyer steg fra 34 pct. i 2017 til 40 pct. i 2018.

Figur 21 Antal overnatninger via Airbnb fordelt på område, 2016-2018 (1.000)



Som det fremgår af tabel 11, tegnede danske gæster sig i 2018 for 21 pct. af overnatningerne via Airbnb i Danmark. Det er en stigning i forhold til 2017, hvor danskere stod for 18 pct. af overnatningerne. Tyskere udgjorde i 2018 den største udenlandske gruppe (13 pct.) efterfulgt af gæster fra USA (11 pct.), Storbritannien (8 pct.), Frankrig (6 pct.) og Norge (5 pct.). Der var høj vækst i overnatningerne fra Sverige (+23 pct.), Tyskland (+21 pct.), Norge (+14 pct.) og Nederlandene (+10 pct.). Overnatningerne fra Italien og Spanien faldt med henholdsvis 8 pct. og 1 pct.

Tabel 11 Airbnb overnatninger fordelt på nationalitet, 2017 og 2018 samt udvikling fra 2017-2018

	2017	Fordeling af overnatninger 2017	2018	Fordeling af overnatninger 2018	Udvikling i antal overnatninger 2017-2018
Danmark	576.260	18 %	755.220	21 %	+31 %
Tyskland	370.860	12 %	450.540	13 %	+21 %
USA	368.880	12 %	378.330	11 %	+3 %
Storbritannien	286.210	9 %	285.120	8 %	0 %
Frankrig	209.860	7 %	215.290	6 %	+3 %
Norge	155.734	5 %	177.170	5 %	+14 %
Nederlandene	110.376	3 %	121.220	3 %	+10 %
Sverige	93.713	3 %	115.420	3 %	+23 %
Spanien	115.910	4 %	115.270	3 %	-1 %
Italien	117.130	4 %	107.660	3 %	-8 %
Kina	32.759	1 %	37.210	1 %	+14 %
Øvrige lande	733.420	23 %	844.170	23 %	+15 %
I alt	3.171.112	100 %	3.602.620	100 %	+14 %
Udenlandske i alt	2.594.852	82 %	2.847.400	79 %	+10 %

Kilde: Airbnb.

5.3 Vækst på hoved- og vækstmarkeder

Dansk turisme kan inddeles i hoved- og vækstmarkeder. Hovedmarkederne omfatter Danmarks nabolande, hvorfra der gennem mange år i stor stil er kommet turister til Danmark: 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.¹⁹

Der har i perioden 2008 til 2018 været en positiv vækst i antallet af overnatninger fra alle fem hovedmarkeder for dansk turisme. Særligt Storbritannien har vist en markant fremgang på 64 pct. efterfulgt af Tyskland og Nederlandene med vækstrater på henholdsvis 23 pct. og 13 pct. Antallet af overnatninger i Norge og Sverige lå i 2018 på samme niveau som i 2008.

Af tabel 12 fremgår det, at tyske overnatninger har bidraget med knap halvdelen af væksten på 30 pct. fra 2008 til 2018. Storbritannien og Nederlandene har bidraget med henholdsvis 2 pct. og 1 pct. af overnatningerne i den betragtede periode.

¹⁹ VisitDenmark udgiver hvert år en markedsrating. Markedsratingen er et prioriteringsværktøj, der vurderer 44 geografiske markeds indbyrdes attraktivitet og potentiale for dansk turisme på et ensartet grundlag. De 44 markeder bliver overordnet vurderet på tre dimensioner: Danmarks styrke på markedet, Rejsemarkedets attraktivitet og Adgang/tilgængelighed. Se mere her: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsrating>.

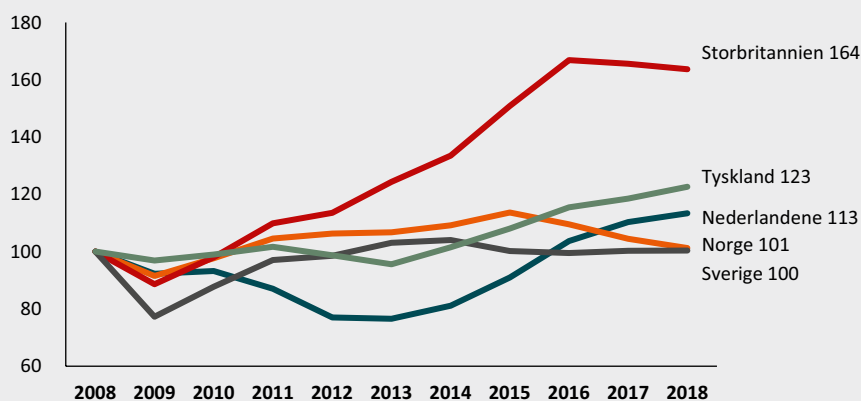
Tabel 12 Udvikling i registrerede overnatninger (mio.) fra udenlandske hoved- og vækstmarkeder, 2008-2018

	2008	2009	2010	...	2016	2017	2018	Vækst 2017-2018	Vækst 2008-2018	Vækstbidrag 2008-2018
Hovedmarkeder										
Tyskland	12,79	12,39	12,66		14,77	15,16	15,68	+3 %	+23 %	+14 %
Norge	2,31	2,11	2,25		2,53	2,41	2,33	-3 %	+1 %	0 %
Sverige	1,82	1,41	1,60		1,81	1,83	1,83	0%	0 %	0 %
Nederlandene	1,19	1,10	1,11		1,23	1,31	1,35	+3 %	+13 %	+1 %
Storbritannien	0,54	0,48	0,53		0,90	0,89	0,88	-1 %	+64 %	+2 %
Vækstmarkeder										
Frankrig	0,13	0,15	0,17		0,24	0,27	0,31	+16 %	+129 %	+1 %
Italien	0,19	0,20	0,22		0,34	0,34	0,38	+9 %	+103 %	+1 %
USA	0,35	0,36	0,38		0,63	0,71	0,79	+11 %	+127 %	+2 %
Kina	0,06	0,05	0,07		0,22	0,23	0,24	+3 %	+325 %	+1 %
Øvrige markeder	1,81	1,70	1,96		3,36	3,52	3,79	+8 %	+110 %	+9 %
Udlandet i alt	21,17	19,95	20,94		26,05	26,67	27,57	+3 %	+30 %	+30 %

Kilde: Danmarks Statistik.

Fra 2017 til 2018 har de fem hovedmarkeder oplevet forskellig udvikling i antallet af overnatninger. To af markederne præsterede positiv vækst. Antallet af overnatninger fra Tyskland og Nederlandene steg således med 3 pct. Det svenske marked stagnerede for tredje år i træk, og der var tilbagegang på to af markederne. De norske turisternes overnatninger faldt med 3 pct., og overnatningerne fra Storbritannien faldt med 1 pct. (jf. figur 22).

Figur 22 Udvikling i registrerede overnatninger fra udenlandske hovedmarkeder, 2008-2018. Indeks 2008 = 100



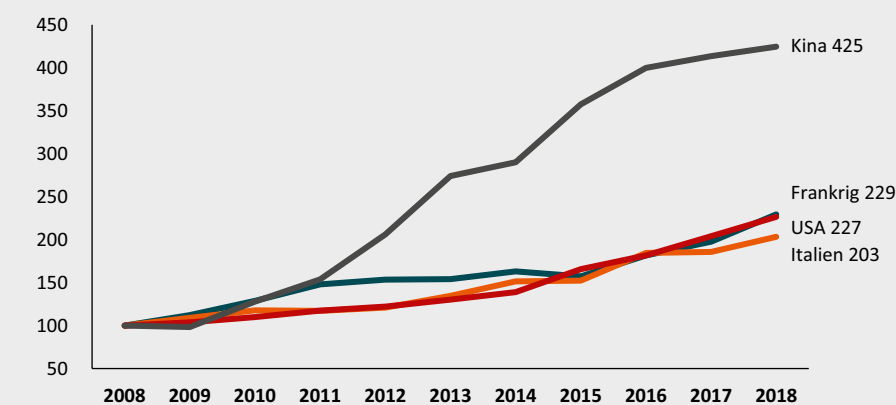
Kilde: Danmarks Statistik (TURIST).

Danmark har i lighed med andre lande oplevet høje vækstrater fra nogle vækstmarkeder (jf. figur 23). Eksempelvis er de kinesiske overnatninger steget med hele 325 pct. i perioden 2008 til 2018. Det skal dog bemærkes, at Kina vokser fra et forholdsvis lavt udgangspunkt målt i antal overnatninger i Danmark.

Markeder med lidt mere volumen i overnatninger, såsom Frankrig, USA og Italien, har også vist høje vækstrater i perioden fra 2008 til 2018 på henholdsvis 129 pct., 127 pct. og 103 pct. Blandt vækstmarkederne bidrager amerikanske turister med den største vækst på 2 pct. til den samlede vækst i antal overnatninger i perioden 2008 til 2018. Den høje vækst fra det franske, italienske og kinesiske marked har bidraget i nogenlunde samme omfang med et vækstbidrag på 1 pct.

Frankrig, USA og Italien har også oplevet høje relative vækstrater fra 2017 til 2018 (jf. tabel 12 og figur 23). Antallet af franske overnatninger steg med 16 pct., og de amerikanske og italienske overnatninger gik frem med henholdsvis 11 pct. og 9 pct. Overnatningerne fra Kina voksede med 3 pct., mens de britiske overnatninger faldt med godt 1 pct. fra 2017 til 2018. Faldet i overnatningerne fra det britiske marked kan formentlig tilskrives usikkerheden omkring Brexit.

Figur 23 Udvikling i registrerede overnatninger fra andre prioriterede markeder, 2008-2018. Indeks 2008 = 100



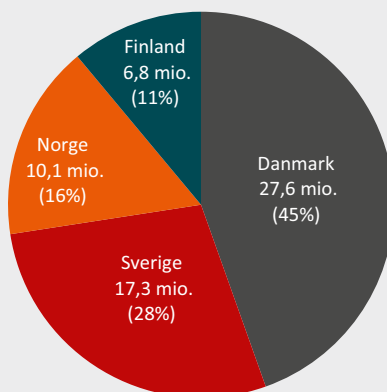
Kilde: Danmarks Statistik (TURIST).

5.4 Danmarks markedsandele

Som det fremgår af figur 24, har Danmark en stærk position i Norden, når det gælder udenlandske overnatninger. Danmark har en markedsandel på 44,6 pct. af samtlige udenlandske overnatninger i Danmark, Sverige, Norge og Finland²⁰. Med 27,6 mio. registrerede udenlandske overnatninger i 2018 har Danmark lidt flere udenlandske overnatninger end Norge og Sverige tilsammen (27,5 mio.).

²⁰ 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 markedsandel af udenlandske overnatninger i forhold til de nordiske konkurrenter, 2018 (mio. og pct.)



Kilde: Nationale statistikbanker.

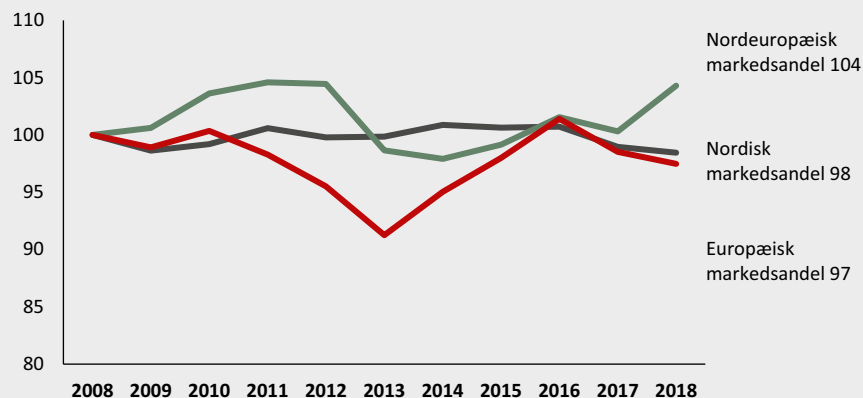
Nordiske konkurrenter: Danmark, Sverige, Norge og Finland.

I 2017 var Danmarks markedsandel på 44,8 pct. Danmark tabte således markedsandele i 2018 sammenlignet med 2017. Danmarks andel af udenlandske overnatninger i forhold til de nordiske konkurrenter var i 2018 den laveste siden 2009. Tabet af markedsandele til de nordiske konkurrenter skyldes, at Sverige har oplevet en markant fremgang på 45 pct. i udenlandske overnatninger fra 2008 til 2018. Danmark har ikke tabt markedsandele til de øvrige nordiske konkurrenter.

Med markedsandele på henholdsvis 5,5 pct. og 1,1 pct. af de udenlandske overnatninger står Danmark ikke tilsvarende stærkt i den nordeuropæiske og europæiske konkurrence. I 2017 var markedsandelene henholdsvis 4,9 pct. og 1,2 pct. Danmark vandt således markedsandele i forhold til de nordeuropæiske konkurrenter, men tabte fra 2017 til 2018 til det samlede europæiske konkurrentfelt.

Figur 25 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.

Figur 25 Danmarks europæiske, nordeuropæiske og nordiske markedsandel af udenlandske overnatninger, 2008-2018. 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.

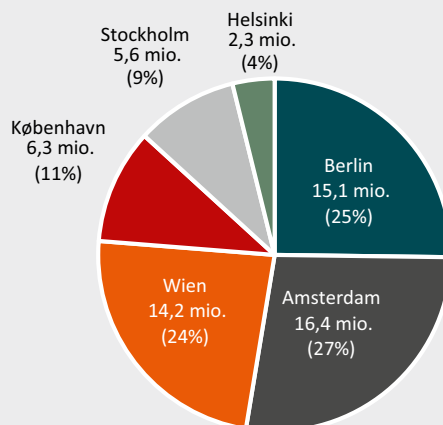
5.4.1 Storby- og kystturismens markedsandele

Afhængig af geografisk placering er der forskellige primære konkurrenter til det danske turismeprodukt. Man kan inddеле Danmarks konkurrentfelt i henholdsvis storbyturisme og kyst-/naturturisme.²¹

Figur 26 viser antallet af udenlandske turisters overnatninger i de seks storbyer, som udgør Københavns konkurrentfelt. Heraf fremgår det, at København med 6,3 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.

²¹ Opdelingen i dette kapitel er udelukkende geografisk, da internationale statistikker ikke inddeler overnatninger efter formål (ferie/forretning).

Figur 26 Hovedstædernes markedsandel af landenes samlede antal udenlandske overnatninger i konkurrentfeltet, 2018 (mio. og pct.)



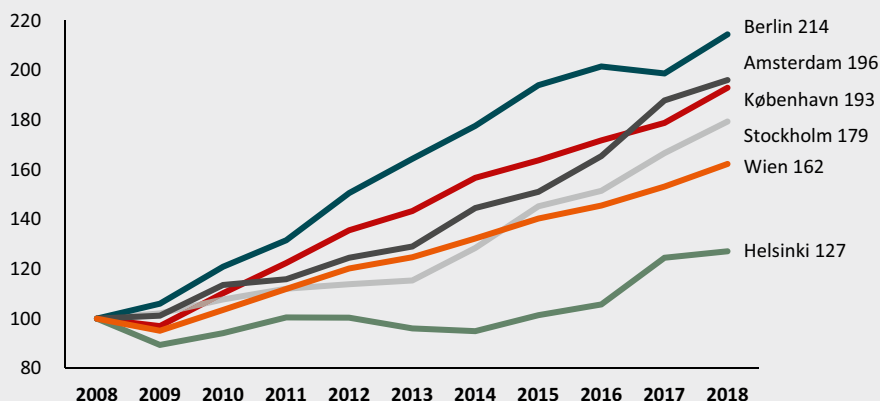
Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

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

Alle seks hovedstæder oplevede fra 2017 til 2018 en vækst i antallet af overnatninger. København, Berlin og Stockholm havde de højeste vækstrater (9 pct.) efterfulgt af Wien (6 pct.), Amsterdam (4 pct.) og Helsinki (2 pct.).

Der har været positiv vækst i antal udenlandske overnatninger i alle seks byer i perioden 2008 til 2018. Væksten i København på 93 pct. fra 2008 til 2018 ligger i den høje ende af konkurrentfeltet. Berlin og Amsterdam har haft højere vækst på henholdsvis 114 pct. og 96 pct. Stockholm (+79 pct.), Wien (+62 pct.) og Helsinki (+27 pct.) har haft lavere vækst (jf. figur 27).

Figur 27 Udenlandske turisters overnatninger i Københavns konkurrentfelt, 2008-2018. Indeks 2008 = 100

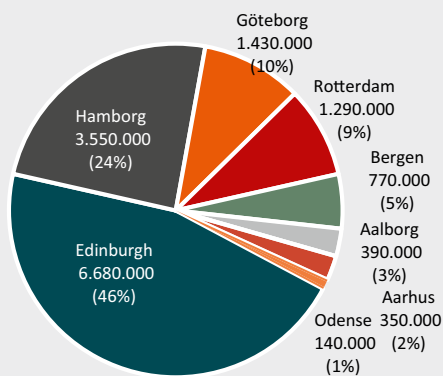


Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

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 6 pct. af de udenlandske overnatninger i "second city"-konkurrentfeltet (jf. figur 28). "Second city"-konkurrentfeltet udgøres af otte storbyer, som ikke er hovedstæder. Af de tre danske storbyer havde Aalborg i 2018 den største markedsandel (3 pct.), fulgt af Aarhus (2 pct.) og Odense (1 pct.).

Figur 28 Aarhus, Aalborg og Odenses markedsandele af udenlandske overnatninger, antal og andel, 2018



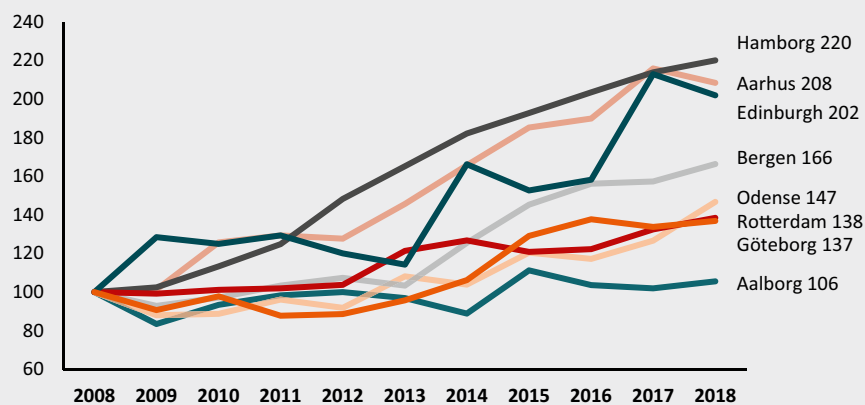
Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

Overnatninger i de tre store byer opgøres som ferie- og erhvervsovernatninger i henholdsvis Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

Seks af byerne oplevede en vækst i antal overnatninger fra 2017 til 2018. Odense havde den højeste vækst (+16 pct.) efterfulgt af Bergen (+6 pct.), Rotterdam (+5 pct.), Aalborg (+4 pct.), Hamborg (+3 pct.) og Göteborg (+2 pct.). Edinburgh og Aarhus oplevede tilbagegang på henholdsvis 5 pct. og 3 pct.

Antallet af udenlandske overnatninger i alle otte storbyer i "second city"-konkurrentfeltet lå i 2018 over niveauet i 2008 (jf. figur 29). Efter en høj vækst i 2017, hvor Aarhus var Europæisk Kulturhovedstad, har Aarhus oplevet tilbagegang. Det betyder, at Hamburg igen overtager pladsen som den "second city", der har haft den højeste relative vækst i perioden 2008 til 2018. Den høje vækst i Odense i 2018 løfter byen op i midterfeltet målt på vækst fra 2008 til 2018. Aalborg har - trods pæn vækst i 2018 - stadig haft den svageste vækst i konkurrentfeltet i den betragtede periode.

Figur 29 Udenlandske turisters overnatninger i Aarhus', Aalborgs og Odenses konkurrentfelt, 2008-2018. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

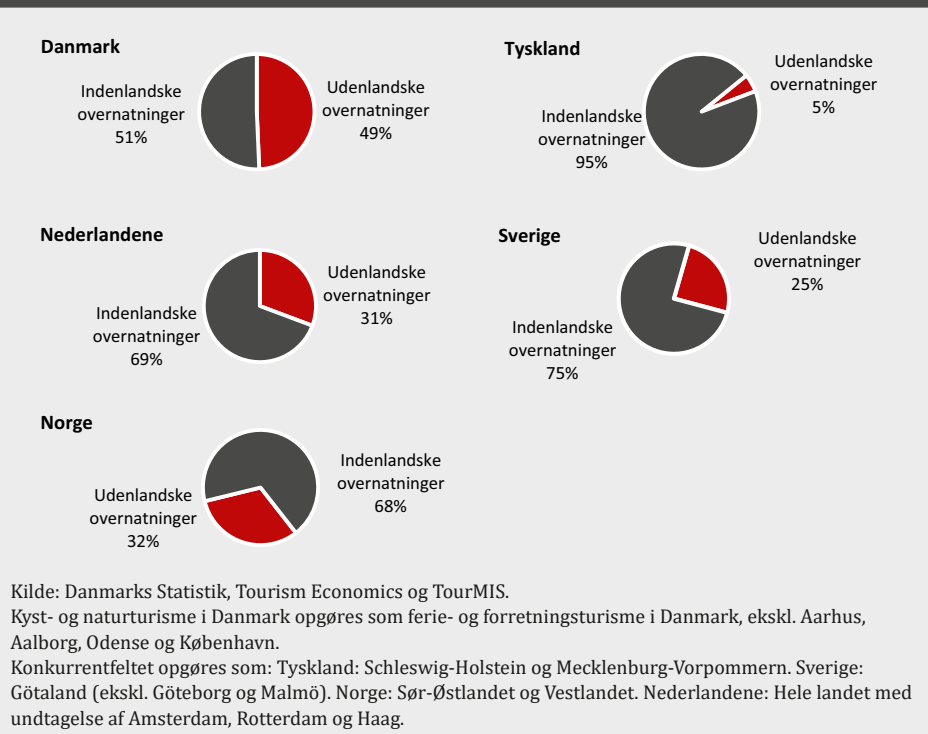
De tre store byer opgøres som ferie- og erhvervsturisme i Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

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 mellem enten Danmark eller Tyskland. Det samme gælder turister fra 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.

Danmark har den største andel af udenlandske overnatninger (jf. figur 30) inden for kyst- og naturturismen sammenlignet med fordelingen i konkurrentfeltet.

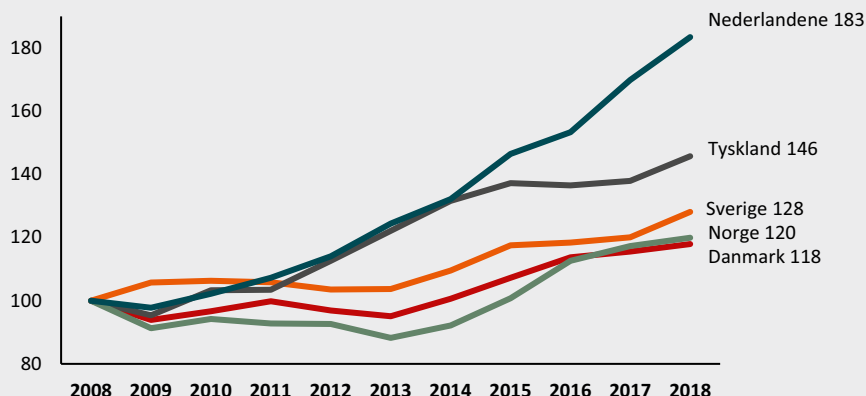
Figur 30 Fordeling af inden- og udenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt, 2018



Fra 2017 til 2018 steg antallet af udenlandske overnatninger inden for kyst- og naturturismen med 8 pct. i Nederlandene, 7 pct. i Sverige, 6 pct. i Tyskland og 2 pct. i Norge og Danmark.

Fælles for konkurrentfeltet er, at kyst- og naturturismen ikke har udviklet sig med lige så høje vækstrater som storbyturismen i perioden 2008 til 2018. Der har dog været betydelig forskel i udviklingen for de forskellige lande (jf. figur 31). Navnlig Nederlandene har oplevet høj vækst, men også Tyskland, Sverige og Norge har haft højere vækstrater for udenlandske kyst- og naturturisters overnatninger end Danmark. Dansk kyst- og naturturisme har oplevet vækst siden 2013, og i 2018 lå antallet af udenlandske overnatninger i Danmark 18 pct. højere end i 2008. Generelt er billedet, at væksten har været mindre end i landene i konkurrentfeltet.

Figur 31 Udenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2008-2018. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og TourMIS.

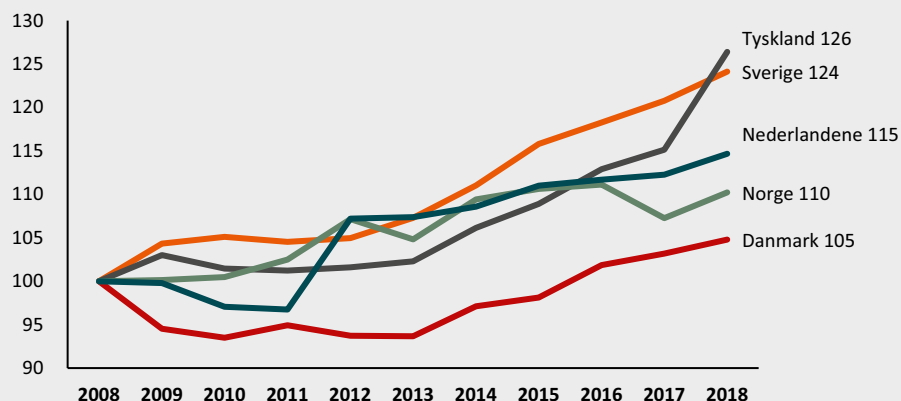
Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København.

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 alle fem lande i konkurrentfeltet oplevet vækst fra 2017 til 2018. I Tyskland steg overnatningerne med 10 pct., og Sverige og Norge begge gik frem med 3 pct. I Nederlandene og Danmark steg overnatningerne med 2 pct.

Alle lande ligger i 2018 over niveauet fra 2008. Danmark har haft pæn vækst i antal indenlandske overnatninger siden 2013 og ligger nu 5 pct. over 2008-niveauet. Danmark har dog haft den laveste vækst i antallet af indenlandske overnatninger i konkurrentfeltet set over hele perioden fra 2008 til 2018 (jf. figur 32).

Figur 32 Indenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2008-2018. 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.

5.5 Besøg på danske attraktioner

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

De 50 mest besøgte attraktioner i Danmark tiltrak i alt 26,5 mio. besøgende i 2018. Det er en stigning på 3,3 pct. i forhold til besøgstallet i 2017.

Som det fremgår af tabel 13, er Tivoli fortsat den klart mest besøgte danske attraktion med godt 4,8 mio. besøgende i 2018, hvilket er 10,9 pct. flere end i 2017. Louisiana har oplevet den største relative fremgang i besøgstallet på 15,0 pct. fra 2017 til 2018.

Tabel 13 Antal besøg og udvikling på de ti mest besøgte attraktioner i Danmark, 2018 (afrundet)

Top 10 attraktioner	Besøg 2018	Udvikling 2017-2018
1 Tivoli	4.854.000	+10,9 %
2 Dyrehavsbakken*	2.400.000	0,0 %
3 Legoland**	1.700.000	0,0 %
4 Zoologisk Have i København	1.219.000	+4,0 %
5 Botanisk Have i København	822.000	-15,3 %
6 Djurs Sommerland	818.000	+1,2 %
7 Louisiana	756.000	+15,0 %
8 Rundetårn	700.000	+3,0 %
9 Aquadome – Lalandia Billund	682.000	+0,1 %
10 Tivoli Friheden	606.000	+7,7 %

Kilde: VisitDenmarks Attraktionsliste 2018. Baseret på besøgstal fra Danmarks Statistik, Foreningen af Forlystelsesparker i Danmark og individuelle indberetninger.

*Besøgstallet er estimeret. ** Fastholder besøgstallet fra år til år.

Tabel 14 viser de ti mest besøgte attraktioner inden for hver af de fem danske regioner. Tabellen omfatter mange forskellige typer af attraktioner, herunder forlystelsesparker, zoologiske haver og dyreparker, museer og oplevelsescentre.

Øst for Storebælt er Tivoli den mest besøgte attraktion i Region Hovedstaden, mens 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, og Faarup Sommerland er den mest besøgte attraktion i Region Nordjylland.

Tabel 14 De ti mest besøgte attraktioner i de fem regioner, 2018

Region Hovedstaden	Region Sjælland	Region Syddanmark	Region Midtjylland	Region Nordjylland
Tivoli	Aquadome - Lalandia Rødby	Legoland**	Djurs Sommer- land	Faarup Sommerland
Dyrehavs- bakken*	Knuthenborg Safaripark	Aquadome - Lalandia Billund	Tivoli Friheden	Aalborg Zoo
Zoologisk Have i København	Sommerland Sjælland	Givskud Zoo	Den Gamle By	Jesperhus Feriepark
Botanisk Have i København	Vikingskibs- museet	Odense Zoo	ARoS, Aarhus Kunstmuseum	Nordsøen Oceanarium
Louisiana	Roskilde Domkirke	Egeskov Slot	Moesgård Mu- seum	Kystmuseet Skagen
Rundetårn	Danmark Borgcenter	Tirpitz	Væksthusene Botanisk Have Aarhus	Skulpturparken Blokhus
Den Blå Planet, Danmarks Akvarium	Danmarks Rockmuseum	Lego House	Randers Regnskov	Skagens Museum
Ny Carlsberg Glyptotek	Vikingeborgen Trelleborg, Nationalmuseet	Kongernes Jelling, Nationalmuseet	Ree Park Safari	KUNSTEN Museum of Modern Art Aalborg
Det Kongelige Christiansborg	Sagnlandet Lejre	Museet på Koldinghus	Kattegatcentret	Kystmuseet Bangsbo
ARKEN Museum for Moderne Kunst	Liselund Gl. Slot, Nationalmuseet	Universe	Museum Østjylland, Ebeltoft	Lille Vildmose- centret

Kilde: VisitDenmarks Attraktionsliste 2018. Baseret på besøgstal fra Danmarks Statistik, Foreningen af Forlystelsesparker i Danmark og individuelle indberetninger.

* Besøgstallet er estimeret.

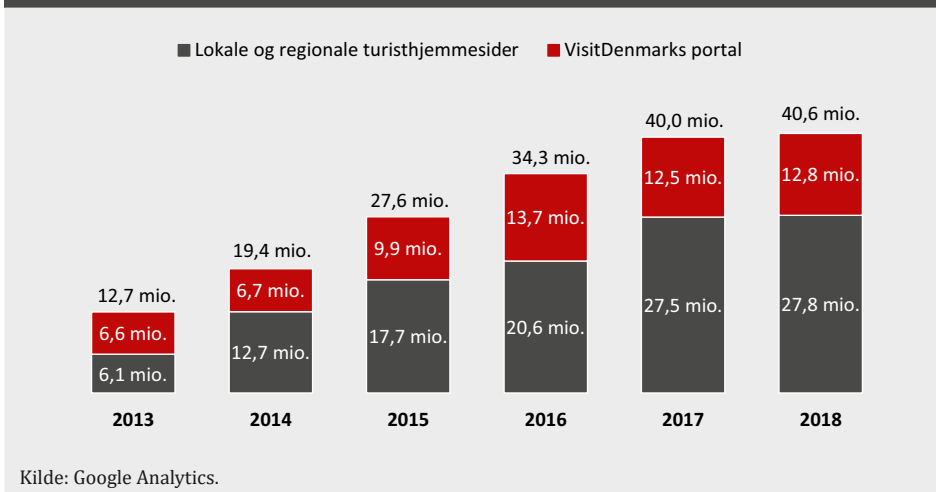
** Fastholder besøgstallet fra år til år.

5.6 Besøg på de danske turisthjemmesider

En indikator for turisternes interesse for at holde ferie i Danmark er efterspørgslen efter turistinformation gennem digitale kanaler. 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 online information.

VisitDenmarks 11 landespecifikke versioner og de 81 lokale og regionale hjemmesider havde i alt 40,6 mio. besøg i 2018 mod 40,0 mio. besøg i 2017 (jf. figur 33). Det er en stigning på 1,5 pct. Væksten er sket inden for en række af VisitDenmarks landespecifikke versioner. Tyskland og Sverige er de markeder, som har oplevet størst fremgang i antallet af besøg på hjemmesiden fra 2017 til 2018. Den norske, italienske, franske og nederlandske version har oplevet tilbagegang i antal besøg.

Figur 33 Besøg på VisitDenmarks portal og lokale og regionale turisthjemmesider, 2013-2018



I 2018 foregik størstedelen af besøgene på VisitDenmarks landespecifikke hjemmesider via en mobiltelefon (jf. tabel 15). 61 pct. af besøgene foregik via mobilen, 27 pct. via desktop og 12 pct. via en tablet. Besøg via en mobiltelefon er steget med 18 pct. siden 2017, mens besøg via desktop og tablet er faldet med henholdsvis 11 pct. og 24 pct. Det understreger, at nutidens turister er blevet mere mobile og digitale i deres adfærd. De søger i stigende grad information gennem mobiltelefoner, hvilket stiller krav om digitale platforme, som er tilpasset dette.

Tabel 15 Besøg på VisitDenmarks portal

	2017 (1.000)	2018 (1.000)	Udvikling 2017-2018
Samlet antal besøg	12.508	12.796	+2 %
Besøg fordelt på devices:			
- tablet	2.065	1.572	-24 %
- mobiltelefon	6.580	7.797	+18 %
- desktop	3.863	3.427	-11 %

Kilde: Google Analytics

5.7 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 søgninger²² på VisitDenmarks sprogversionerede hjemmesider tages som udtryk for vigtigheden af, at VisitDenmark har opdaterede sprogversionerede hjemmesider.

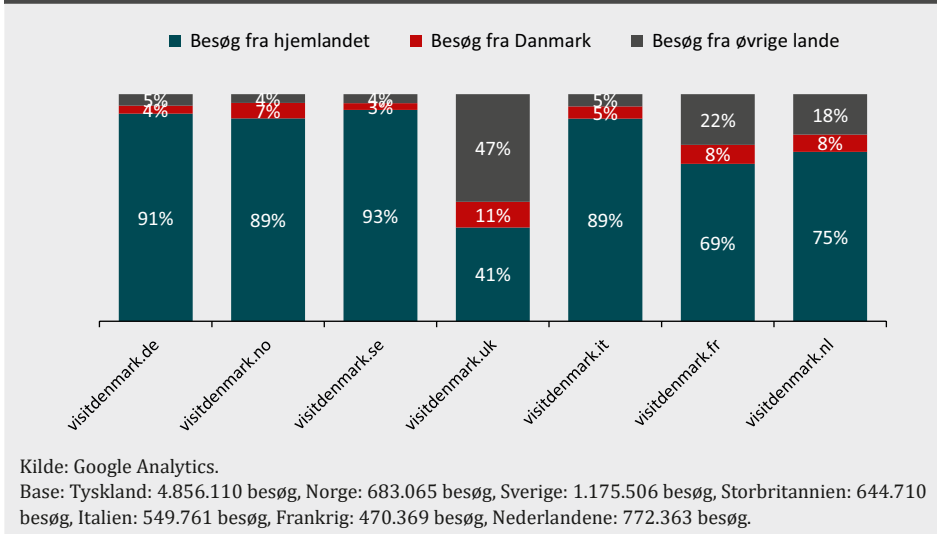
Figur 34 viser, hvor mange der, når de opholder sig i henholdsvis hjemlandet, Danmark og øvrige lande, har besøgt VisitDenmarks forskellige sprogversionerede

²² 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.

hjemmesider i 2018. Som det fremgår af figuren, foregik 91 pct. af i alt 4,8 mio. søgninger på VisitDenmarks tysksprogede hjemmeside (visitdenmark.de) i 2018 fra Tyskland, mens 4 pct. foregik fra Danmark. Dette kan tages som udtryk for, at den tyske hjemmeside hovedsagelig benyttes til inspirationssøgning før besøget i Danmark, da tyskerne kender Danmark godt og ikke har så stort et behov for informationssøgning, efter de er ankommet til landet.

På den britiske version af VisitDenmarks hjemmeside (visitdenmark.uk) foregår 11 pct. af besøgene fra Danmark. 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 ferieopholdet i landet.

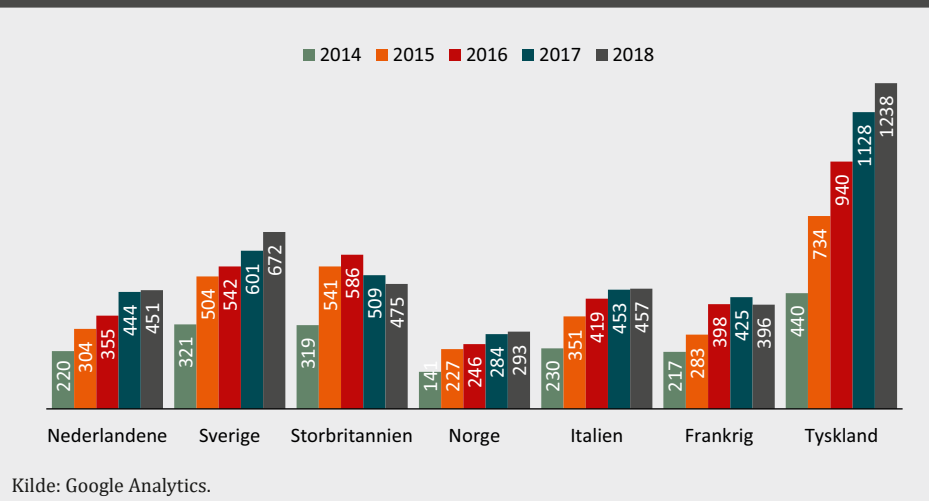
Figur 34 Besøg på VisitDenmarks forskellige sprogversionerede hjemmesider, 2018



Som det fremgår af figur 35, har trafikken i organiske søgninger på VisitDenmarks forskellige sprogversionerede hjemmesider været stigende i perioden 2014 til 2018. Det tyder på en stigende interesse for Danmark.

Den organiske trafik har også været stigende på nærmarkederne. Især på den svenske og tyske hjemmeside er den organiske trafik steget markant fra 2017 til 2018. Antallet af organiske søgninger på den svenske hjemmeside er steget med 11,8 pct. fra 2017 til 2018 og med 109 pct. i perioden 2014 til 2018. Antallet af organiske søgninger på den tyske hjemmeside er steget med 181 pct. i perioden 2014 til 2018. I tilsvarende periode er antallet af tyske overnatninger i Danmark steget fra 13,0 mio. til 15,7 mio. overnatninger, hvilket svarer til en stigning på 20,8 pct.

Figur 35 Organisk trafik på VisitDenmarks sprogversionerede hjemmesider, 2014-2018 (1.000)





6. Vækstforventninger og kapacitet

6 Vækstforventninger og kapacitet

Opsummering

Vækstforventninger mod 2020

- I Danmark forventes en årlig vækst i antallet af overnatninger på 2,1 pct. frem til 2020. Det svarer til en stigning på 2,3 mio. overnatninger fra 2018 til 2020.

Kapacitetsudvikling

- Fra 2008 til 2018 er kapaciteten på hoteller, campingpladser, feriecentre og i feriehuse steget med 11,9 pct. målt i sengepladser. Dette svarer til en gennemsnitlig årlig vækst på 1,1 pct.
- Den årlige kapacitetsvækst på 1,1 pct. i perioden 2008 til 2018 har været lavere end den forventede årlige vækst på 2,1 pct. i antal overnatninger frem mod 2020.
- Trods indførslen af lempeligere udlejningsregler er kapaciteten i feriehuse til udlejning faldet med 500 huse fra 2017 til 2018.
- Det er især på Vestkysten og i sommermånederne, at feriehusene udlejes. De seneste år er sæsonen i feriehusudlejningen blevet mere spredt over året.
- Udviklingen i hotelkapaciteten fortsatte i 2018 den stigende trend. Værelsesudnyttelsen lå i 2018 på samme høje niveau som i 2016 og 2017 (62 pct.). Region Hovedstaden har klart den største hotelkapacitet og -udnyttelse. Kommunerne København, Tårnby og Billund har de højeste belægningsprocenter i højsæsonen, hvor udnyttelsen er over 90 pct.
- Kapaciteten og udnyttelsen på landets feriecentre har været svagt faldende de sidste par år. Med undtagelse af 2015 har faldende kapacitet været tendensen siden 2011. Værelsesudnyttelsen på 36 pct. i 2018 var lidt lavere end i 2016 og 2017. Udnyttelsen dækker over store geografiske forskelle. I Hjørring Kommune og Varde Kommune var henholdsvis 84 pct. og 73 pct. af værelserne udlejet i 2018 mod fx 60 pct. i Tønder Kommune og 66 pct. i Vesthimmerlands Kommune.
- På campingpladserne har kapacitet og udnyttelse stort set været uændret siden 2015. I gennemsnit var 15 pct. belagt i 2018. Hermed er der stadig et stykke op til 2008-niveauet, hvor udnyttelsen lå på 19 pct. Varde Kommune er den største campingkommune målt på antal overnatninger. Det er også i Varde Kommune, at udnyttelsen af campingpladserne er højest (76 pct. i højsæsonen).

6.1 Vækstforventninger og kapacitet

I dette afsnit præsenteres en vækstprognose med en fremskrivning af udviklingen for dansk turisme frem mod 2020 (jf. tabel 16). 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 Economics²³ og tager udgangspunkt i den forventede økonomiske udvikling på en række markeder. De økonomiske faktorer, der vurderes at have størst betydning for efterspørgslen efter overnatninger, 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.²⁴

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

I 2018 satte antallet af overnatninger i Danmark endnu en gang rekord. I alt blev der registreret 53,9 mio. overnatninger, hvilket er 3,0 pct. flere end i 2017. Navnlig udviklingen i udenlandske overnatninger bidrog til den positive vækst.

I kraft af markedets størrelse bidrog en vækst på 3,5 pct. i tyske overnatninger væsentligt til væksten i udenlandske overnatninger på 3,4 pct. samlet set i 2018 sammenlignet med 2017. I 2018 blev der foretaget i alt 27,6 mio. udenlandske overnatninger i Danmark. Dette overstiger det hidtil højeste niveau på 27,0 mio. fra 1993. Forventningerne til antal overnatninger i Danmark i de kommende år vurderes således ud fra et højt udgangspunkt, og væksten ser ud til at fortsætte.

Med afsæt i Tourism Economics' seneste prognose fra juni 2019 forventes de udenlandske overnatninger i Danmark at stige med 2,2 pct. om året fra 2018 til 2020.²⁵ Dette er 1,0 pct. lavere end den 3,2 pct. gennemsnitlige årlige vækstrate, der forventes i udenlandske overnatninger i Europa generelt. De 3,2 pct. afspejler en forventning om 4,7 pct. årlig vækst i antallet af østeuropæiske overnatninger og 2,8 pct. årlig vækst i antallet af vesteuropæiske overnatninger.

Danskernes overnatninger i Danmark forventes at stige med 2,0 pct. om året fra 2018 til 2020. Det er på niveau med de 2,2 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 2,1 pct. fra 2018 til 2020.

²³ En afdeling under forskningsinstituttet Oxford Economics.

²⁴ 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.

²⁵ Prognosen for de udenlandske overnatninger i Danmark er usikker grundet usikkerheden om udviklingen i de europæiske økonomier.

Tabel 16 Samlet overnatningsprognose for Danmark 2019-2020

	Opdateret prognose						Gns. årlig	Samlet vækst 2018-2020
	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*	vækst 2018-2020	
	mio. overnatninger						pct.	
Danske	24,4	25,4	25,7	26,3	26,8	27,3	+2,0 %	+4,0 %
Udenlandske	24,7	26,1	26,7	27,6	28,2	28,8	+2,2 %	+4,4 %
I alt	49,1	51,5	52,4	53,9	55,0	56,1	+2,1 %	+4,2 %

Kilde: Danmarks Statistik, Tourism Economics og VisitDenmark.

VisitDenmarks prognose med udgangspunkt i Tourism Economics' prognose af 27. juni 2019.

* Forventede overnatninger.

6.1.1 Vækst kræver kapacitet

En indfrielse af vækstprognosen kræver kapacitet og dermed plads til de mange turister og overnatninger. I dette afsnit opgøres kapaciteten på de største danske overnatningsformer: feriehuse, hoteller, feriecentre og camping. I alt 94 pct. af de registrerede overnatninger i Danmark i 2018 fandt sted inden for en af disse overnatningsformer. Resten fandt sted på vandrerhjem og i lystbådehavne.

Figur 36 viser udviklingen i den maksimale kapacitet på hoteller, feriecentre og campingpladser målt i antal sengepladser. I 2008 var den maksimale kapacitet målt i sengepladser 202.400. I 2018 var den på 226.500. Den samlede kapacitet for hoteller, feriecentre og campingpladser er således steget med godt 24.100 sengepladser, svarende til en vækst på 11,9 pct. fra 2008 til 2018 eller 1,1 pct. årligt i perioden.

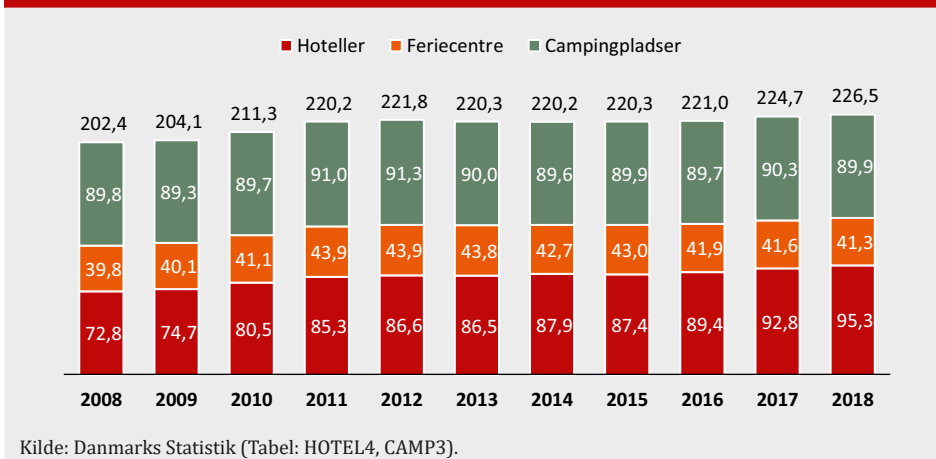
Kapacitetsforøgelsen er i høj grad drevet af hotellerne. Hotellerne har udvidet med 22.500 sengepladser fra 2008 til 2018. Der er kommet 1.500 flere sengepladser inden for feriecentre, mens kapaciteten inden for camping stort set er uændret i 2018 sammenlignet med 2008.

Ifølge feriehusstatistikken²⁶ og oplysninger fra Feriehusudlejernes Brancheforening har der fra 2008 til 2018 været en stigning på ca. 4.700 feriehuse til udlejning. Det svarer til omkring 32.900 flere disponible sengepladser, hvilket afspejler en årlig gennemsnitlig vækst i feriehuskapaciteten på 1,3 pct. sengepladser fra 2008 til 2018.

Samlet er der kommet omkring 57.000 flere sengepladser til siden 2008 således, at der har været en vækst i den samlede sengekapacitet på 1,2 pct. årligt fra 2008 til 2018. Når man sammenholder de 1,2 pct. vækst i sengekapaciteten med den forventede årlige vækst i efterspørgslen efter kapacitet (overnatninger) i Danmark på 2,1 pct., fremgår det, at der vil være behov for at øge kapacitetsvæksten og/eller kapacitetsudnyttelsen, hvis Danmark skal imødekomme vækstforventningerne.

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

Figur 36 Kapacitetsudviklingen i senge på hoteller, feriecentre og campingpladser, maksimalt antal senge og campingenheder (1.000)



6.2 Kapacitetsudnyttelse

6.2.1 Feriehuse

Knap en femtedel (18 pct.) af de danske feriehuse udlejes gennem et bureau.²⁷ I 2018 var der i alt 39.800 feriehuse til rådighed for udlejning (jf. tabel 17). Det er 500 huse færre end i 2017. Sengekapaciteten var på 278.600 senge, idet der antages en gennemsnitlig sengekapacitet på syv pr. feriehus. I 2018 blev der udlejet feriehuse i samlet set 651.130 husuger. Det er det hidtil højeste niveau, der er målt. I gennemsnit svarer det til, at hvert feriehus var udlejet i 16,4 uger.

Tabel 17 Udlejningskapacitet i feriehusene

Kapacitet i feriehusene	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Udlejningskapacitet, huse	36.472	37.079	37.940	38.000	40.028	40.301	39.800
Estimat på antal senge	255.304	259.553	265.580	266.000	280.196	282.107	278.600

Kilde: Danmarks Statistik, Feriehusudlejernes Brancheforening og VisitDenmarks egne beregninger.

Der er store geografiske forskelle på andelen af feriehuse, der stilles rådighed for udlejning og dermed udlejningspotentialer. Procentvis stilles flest sommerhuse til rådighed i Vest- og Sydjylland samt på Bornholm, mens under 10 pct. af husene på Sjælland og Fyn er tilgængelige for udlejning.²⁸ Både husenes stand, kystnærhed og størrelse samt ejernes brug og villighed til at udleje spiller en rolle for udlejningspotentialer.

Højsæsonen for feriehusudlejning er juli og august. Sæsonmønstret kan ændre sig fra år til år og afhænger blandt andet af tyskernes feriekalender. I 2018 var der flest udlejede feriehusuger i uge 29 og 30 med over 30.000 udlejede feriehusuger (jf. figur 37).

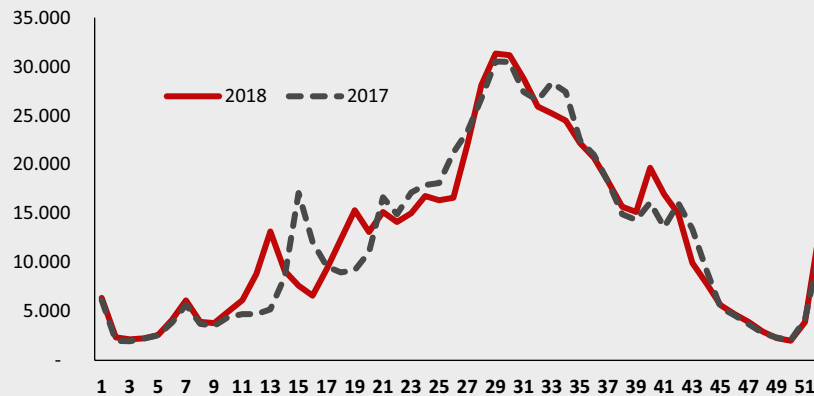
I 2018 blev der i de mest populære uger (uge 27 til uge 35) udlejet 239.000 feriehusuger. Dette er 1,7 pct. færre end i 2017. Resten af året, det vil sige uden for

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

²⁸ Jf. Danmarks Statistiks feriehusstatistik og sommerhusundersøgelse 2014.

højsæsonen, steg udlejningen 1,5 pct. i forhold til 2017. Hermed er feriehusudlejningen spredt mere ud over året, hvilket fortsætter tendensen fra de seneste år. Udviklingen skal blandt andet ses i lyset en generel stigende efterspørgsel efter feriehuse uden for højsæsonen.

Figur 37 Antal udlejede husuger i feriehusene, 2017 og 2018

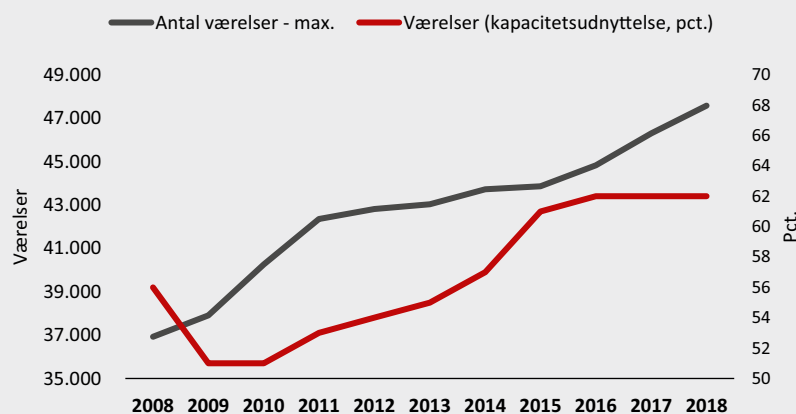


Kilde: Danmarks Statistik (FERIEH4).

6.2.2 Hoteller

På landsplan er den gennemsnitlige værelseskapacitetsudnyttelse²⁹ på hoteller steget hvert år fra 2010 til 2016, hvorefter den har ligget på 62 pct. (jf. figur 38). Dette på trods af, at udbuddet hvert år er øget. Fra 2008 til 2018 er den maksimale kapacitet for hotellerne steget med knap 10.700 værelser, svarende til 23.000 sengepladser.

Figur 38 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på hoteller, 2008-2018

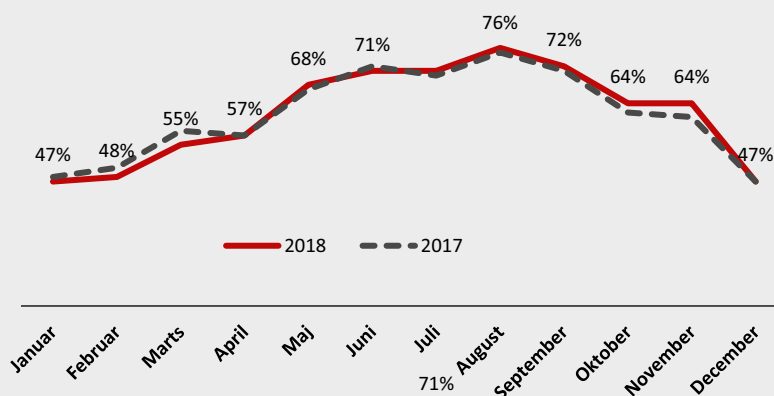


Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL6).

²⁹ Hotellernes nettokapacitetsudnyttelse er beregnet som antal belagte senge/værelser i forhold til senge-/værelseskapaciteten gange antal åbningsdage i perioden.

I juni til september 2018 lå den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse af hotelværelser i Danmark på mellem 71 pct. og 76 pct. (jf. figur 39). Region Hovedstaden var med til at trække den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse op med en udnyttelse i juni til september på 81 pct. til 88 pct. Navnlig Region Sjælland og Region Midtjylland var med til at trække gennemsnittet ned med kapacitetsudnyttelser i perioden juni til september 2018 på 57 pct. til 63 pct. i Region Sjælland og 54 pct. til 65 pct. i Region Midtjylland.

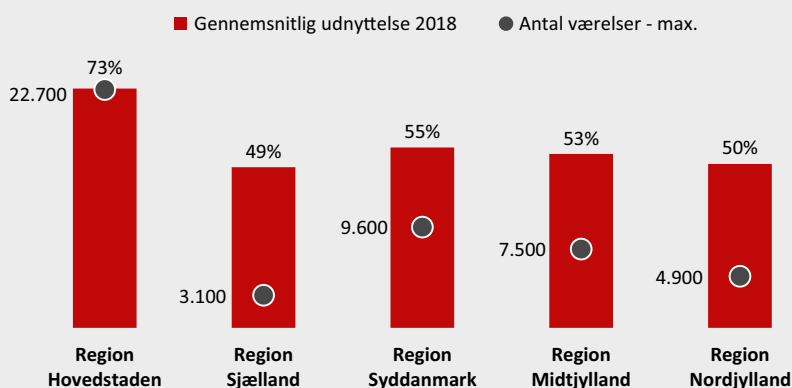
Figur 39 Kapacitetsudnyttelse for hoteller målt i værelser, 2017 og 2018



Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: HOTEL5).

Som det fremgår af figur 40, er Region Hovedstadens hoteller kendetegnet ved både at have flest værelser og højest udnyttelsesprocent i 2018. I de øvrige regioner ses en tilsvarende sammenhæng mellem udnyttelsesprocent og kapacitet målt som det maksimale antal værelser til rådighed.

Figur 40 Gennemsnitlig udnyttelse og maksimalt antal værelser på regionernes hoteller, 2018



Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: HOTEL6).

På hotellerne varierer værelsesudnyttelsen fra kommune til kommune og afhænger af sæsonen. I tabel 18 ses kapacitetsudnyttelsen i højsæsonen for den måned med højest kapacitetsudnyttelse for de ti danske kommuner med flest hotelovernatninger i 2018. Det fremgår, at Tårnby, København og Billund kommuner havde de højeste belægningsprocent på 92 pct. til 93 pct. i 2018. Det er tæt på fuld udnyttelse. I København er der planlagt en omfattende udvidelse af hotelkapaciteten i de kommende år.

Vejle Kommune havde i 2018 den laveste udnyttelsesprocent blandt de ti største hotelkommuner i Danmark. Her var 64 pct. af hotelværelserne udlejet i højsæsonen 2018.

Tabel 18 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæson³⁰ på hoteller for top 10 hotelkommuner målt på antal overnatninger, 2018

Nr.	Kommune	Overnatninger 2018	Udnyttelse, højsæson	Virksomheder
1	København	6.843.000	92 %	86
2	Aarhus	893.000	79 %	23
3	Aalborg	528.000	69 %	19
4	Frederikshavn	409.000	85 %	18
5	Tårnby	398.000	93 %	5
6	Odense	396.000	73 %	17
7	Billund	364.000	92 %	9
8	Vejle	356.000	64 %	13
9	Helsingør	287.000	69 %	11
10	Bornholm	286.000	83 %	29

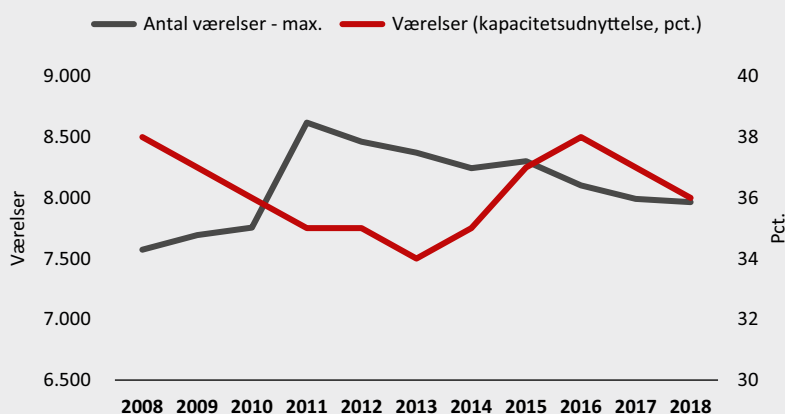
Kilde: Danmarks Statistik.

6.2.3 Feriecentre

På de danske feriecentre var værelseskapacitetsudnyttelsen i 2018 på 36 pct. (jf. figur 41). Udnyttelsen er hermed faldet i forhold til 2016 og 2008, hvor den lå på 38 pct.

³⁰ Måned med højest belægning.

Figur 41 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på feriecentre, 2008-2018



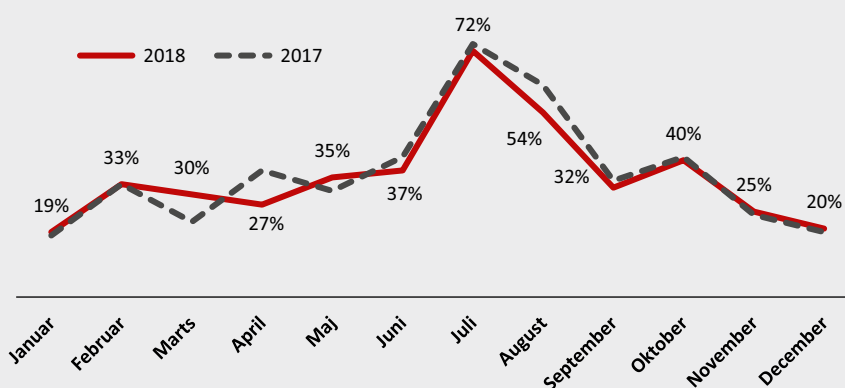
Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL6).

Den maksimale kapacitet på feriecentrene er i perioden 2008 til 2018 steget med 391 værelser, svarende til knap 1.500 sengepladser. Dog er kapaciteten siden 2011 faldet med undtagelse af i 2015.

Kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene er højest i sommermånederne. I juli 2018 var den højest med en udnyttelse på 72 pct. Kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene er noget mere sæsonpræget end kapacitetsudnyttelsen på landets hoteller. Udnyttelsen var i juli 2018 højest i Region Syddanmark (77 pct.) og lavest i Region Sjælland (65 pct.).

Sammenlignet med 2017 ses i 2018 en lidt lavere månedlig udnyttelse af feriecentrene i juni til oktober samt i april. Derimod ses en større månedlig udnyttelse i januar til marts, maj og november til december. Dette fremgår af figur 42 nedenfor.

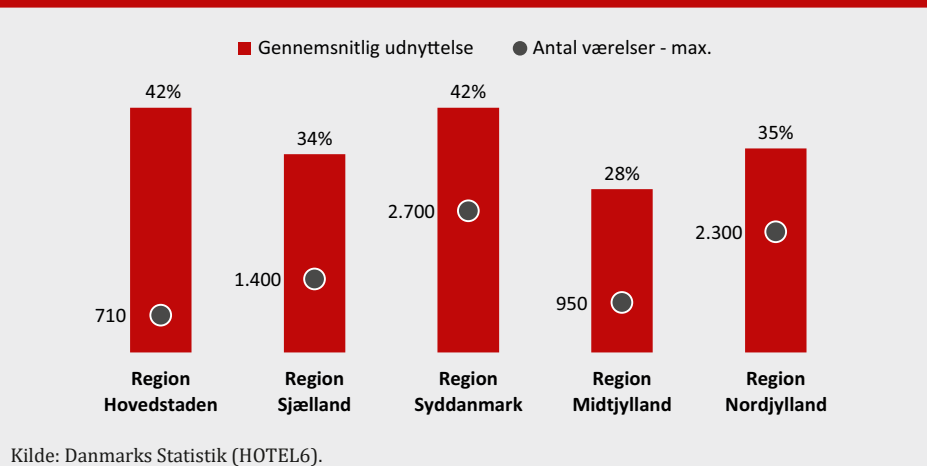
Figur 42 Kapacitetsudnyttelse for feriecentre målt i værelser, 2017 og 2018



Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL5).

Som det fremgår af figur 43, havde Region Syddanmark i 2018 den største kapacitet målt i antal 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, 2018



Nummer 1, 2, 8 og 10 i top 10 over kommuner med flest overnatninger på feriecentre kan ikke vises grundet diskretionshensyn (jf. tabel 19). Af top 10 kommunerne havde Hjørring og Varde de højeste værelseskapacitetsudnyttelser i højsæsonen med henholdsvis 84 pct. og 73 pct. i juli 2018.

På top 10 har Tønder Kommune den laveste udnyttelsesprocent. Her var 60 pct. af værelserne på feriecentrene udlejet i højsæsonen 2018.

Tabel 19 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæson³¹ på feriecentre for top 10 kommuner, 2018

Nr.	Kommune	Overnatninger 2018	Udnyttelse, højsæson	Virksomheder
1	...			1
2	...			2
3	Hjørring	358.000	84 %	5
4	Varde	263.000	73 %	3
5	Tønder	218.000	60 %	6
6	Vesthimmerlands	199.000	66 %	3
7	Jammerbugt	185.000	72 %	4
8	...			1
9	Bornholm	114.000	69 %	7
10	...			1

Kilde: Danmarks Statistik.

Anm.: På grund af virksomhedsfølsomme data kan nr. 1, 2, 8 og 10 på listen ikke vises.

6.2.4 Campingpladser

I perioden 2008 til 2018 har antallet af enheder³² på de danske campingpladser stort set været uændret. Som det fremgår af figur 44, har kapacitetsudnyttelsen³³

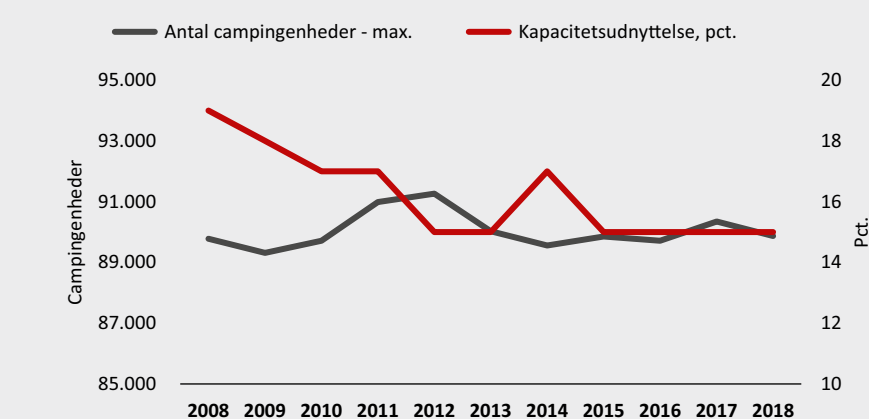
³¹ Måned med højest belægning.

³² En campingenhed svarer til en kapacitet/soveplads til tre personer.

³³ Kapacitetsudnyttelsen beregnes som antal udlejede pladser i forhold til kapaciteten gange antal åbningsdage i perioden. Fastliggere tæller med i overnatningsstatistikken.

været faldende fra 19 pct. i 2008 til 15 pct. i 2015, hvorefter den har været stabil frem til og med 2018.

Figur 44 Udvikling i kapacitet og -udnyttelse på campingenheder³⁵, 2008-2018



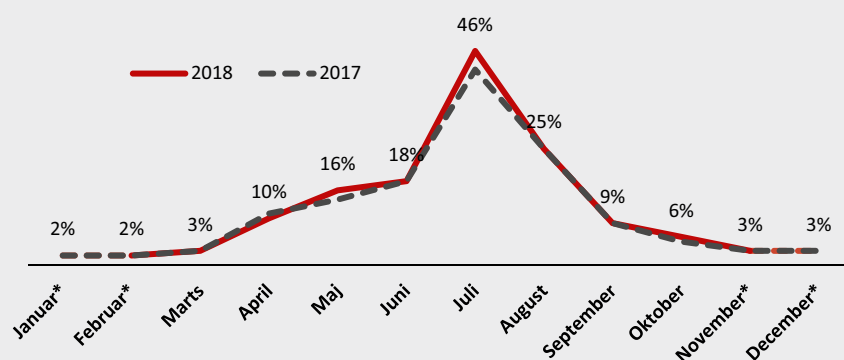
Kilde: Danmarks Statistik (CAMP3).

I campingpladsernes højsæson (juli) var kapacitetsudnyttelsen i 2018 på 46 pct. (jf. figur 45). Kapacitetsudnyttelsen i juli 2018 var højest i Region Syddanmark (51 pct.) og lavest i Region Sjælland (39 pct.).

I 2018 lå campingpladsernes kapacitetsudnyttelse i månederne maj til juli over niveauet i 2017. Kapacitetsudnyttelsen inden for camping er fortsat lav sammenlignet med fx hoteller, og der er dermed plads til endnu flere gæster på de danske campingpladser.

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

Figur 45 Kapacitetsudnyttelse for campingpladser, 2017 og 2018

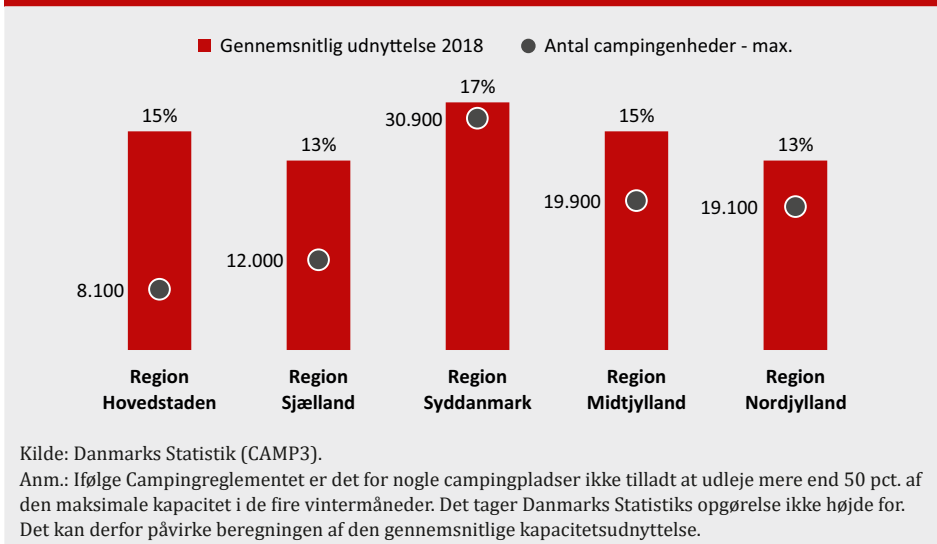


Kilde: Danmarks Statistik (CAMP2).

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.

Som det fremgår af figur 46, tegner Region Syddanmark sig for den højeste kapacitetsudnyttelse på 17 pct. set over hele året. Samtidig er regionen klart størst målt på antal campingenheder.

Figur 46 Gennemsnitlig udnyttelse og maksimalt antal enheder på regionernes campingpladser, 2018



Varde Kommune havde i 2018 flest campingovernatninger og højest belægning i højsæsonen (juli). I alt 76 pct. af campingpladsenhederne i Varde Kommune var udlejet i højsæsonen 2018.

Frederikshavn Kommune er ligeledes en vigtig campingkommune med en relativ høj udnyttelsesprocent på 57 pct. i højsæsonen 2018. Campingpladserne i kommunerne Tønder, Sønderborg og Jammerbugt er ikke i samme grad udnyttet i juli måned. Udnyttelsen for disse kommuner ligger alle på 41 pct. (jf. tabel 20).

Tabel 20 Kapacitetsudnyttelse af campingenheder i højsæson³⁴ for top 10 kommuner, 2018

Nr.	Kommune	Overnatninger 2018	Udnyttelse, højsæson	Virksomheder
1	Varde	766.000	76 %	12
2	Frederikshavn	492.000	57 %	10
3	Jammerbugt	476.000	41 %	16
4	Ringkøbing-Skjern	375.000	54 %	12
5	Haderslev	373.000	45 %	8
6	Tønder	339.000	41 %	11
7	Sønderborg	337.000	41 %	17
8	Aabenraa	318.000	52 %	6
9	Hjørring	287.000	44 %	14
10	Norddjurs	273.000	60 %	9

Kilde: Danmarks Statistik.

³⁴ Måned med højst belægning.



7. Kendskab til Danmark som feriedestination

7 Kendskab til Danmark som feriedestination

Det, at Danmark er kendt i udlandet, er en forudsætning for, at landet kan tiltrække internationale turister og styrke markedspositionen. Dette kapitel handler om kendskabet til Danmark som feriedestination med fokus på de største og vigtigste udenlandske markeder og konkurrenter for dansk turisme: Sverige, Norge, Tyskland, Storbritannien og Nederlandene.

Til sidst i kapitlet vises rejseintentionen til nordeuropæiske feriedestinationer i den danske befolkning og på de fem udenlandske hovedmarkeder, som er nævnt ovenfor.

Opsummering

Kendskab til Danmark

- Andelen, som kender Danmark som feriedestination, er størst i områder tæt på Danmark. Kendskabet falder med stigende rejseafstand.
- Blandt svenskerne kender 64 pct. noget eller meget til Danmark som feriedestination. Blandt nordmændene er den tilsvarende andel på 60 pct., mens den blandt tyskerne ligger på 39 pct. I den britiske og nederlandske befolkning oplyser henholdsvis 27 pct. og 14 pct., at de kender noget eller meget til Danmark som feriedestination.
- Set over en længere periode (2012 til 2019) er trenden i kendskabet til Danmark som feriedestination stigende i Tyskland, Nederlandene og Storbritannien, men faldende i Norge og Sverige.

Kendskab til større byer i Danmark

- I den norske, svenske og britiske befolkning er kendskabet til København højere end kendskabet til Danmark generelt. I Nederlandene er kendskabet til København på niveau med kendskabet til Danmark, mens kendskabet til København i Tyskland ligger under kendskabet til Danmark.
- På alle fem hovedmarkeder er kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense lavere end kendskabet til København og Danmark.
- I den norske befolkning kender en stor andel Aalborg (46 pct.), Aarhus (41 pct.) og Odense (26 pct.).

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 lidt mindre kendt end Norge og Sverige.

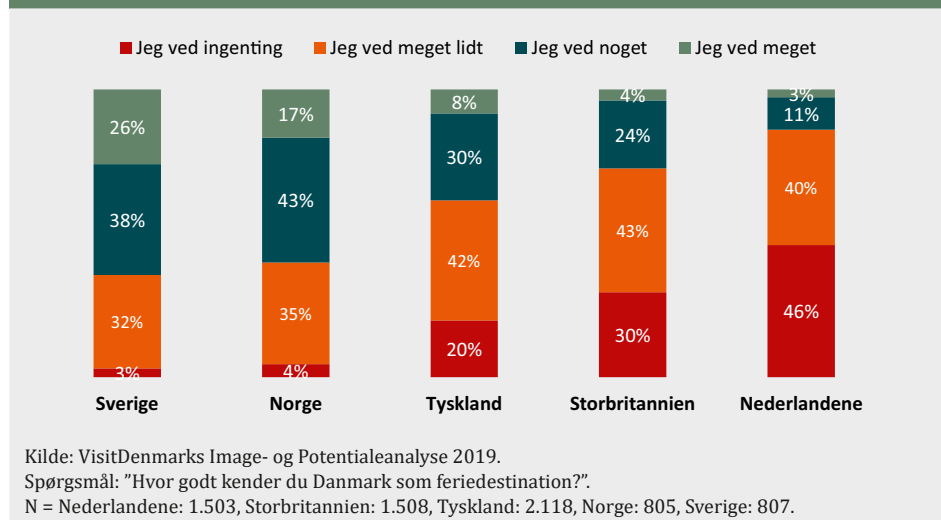
Rejseintention til nordeuropæiske feriedestinationer

- Næst efter hjemlandet er Danmark den mest efterspurgte feriedestination i Nordeuropa i den svenske og norske befolkning.
- Tyskernes rejseintention til Danmark er fortsat høj, men lidt lavere end i 2017 og 2018. Danmark er blevet overhalet af Nederlandene. Danmark er dog fortsat det land i Norden, som tiltrækker flest tyskere.
- Blandt briter og nederlændere er intentionen om at besøge Danmark på niveau med intentionerne om at besøge Norge og Sverige.

7.1 Kendskab til Danmark

Kendskabet til Danmark som feriedestination er mest udbredt i den svenske og norske befolkning, hvor henholdsvis 64 pct. og 60 pct. kender noget eller meget til Danmark som feriedestination (jf. figur 47). I den tyske befolkning er andelen på 39 pct., mens kendskabet er noget mindre i Storbritannien (27 pct.) og Nederlandene (14 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 Vesttyskland og det nordlige Sverige og Norge.³⁵

Figur 47 Kendskab til Danmark som feriedestination på de fem hovedmarkeder, 2019



Belyses de mere landsigtede trends i perioden 2012 til 2019 for udviklingen i landenes kendskab til Danmark som feriedestination, er trenden stigende på det nederlandske, britiske og tyske marked, men faldende på det svenske og norske.

Fra 2012 til 2018 er antallet af nederlandske, britiske og tyske overnatninger i Danmark steget markant med henholdsvis 47 pct., 44 pct. og 24 pct., mens antallet af norske overnatninger er faldet med 5 pct. Svenske overnatninger ligger i 2018 knap 2 pct. over niveauet i 2012.

7.1.1 Kendskab til de fire store byer i Danmark

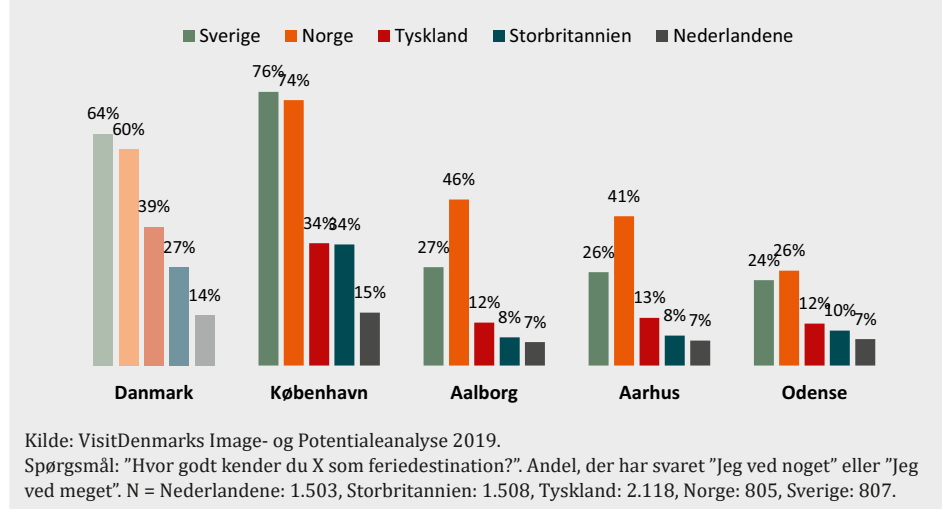
Figur 48 viser andelen af befolkningerne på de fem hovedmarkeder, som kender noget eller meget til de fire største danske byer som feriedestinationer. Kendskabet til de fire byer er højest i Norge og Sverige og lavere i de øvrige tre lande.

Nordmænd, svenskere og briter kender mere til København som feriedestination end Danmark generelt. I den nederlandske befolkning er kendskabet til København på niveau med kendskabet til Danmark, mens kendskabet til København i den tyske befolkning ligger under kendskabet til Danmark.

³⁵ 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.

Kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense er lavere end til København og Danmark samlet set. Resultaterne har ligget nogenlunde stabilt siden 2010.³⁶

Figur 48 Kendskab til de fire store byer på de fem hovedmarkeder, 2019



7.1.2 Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

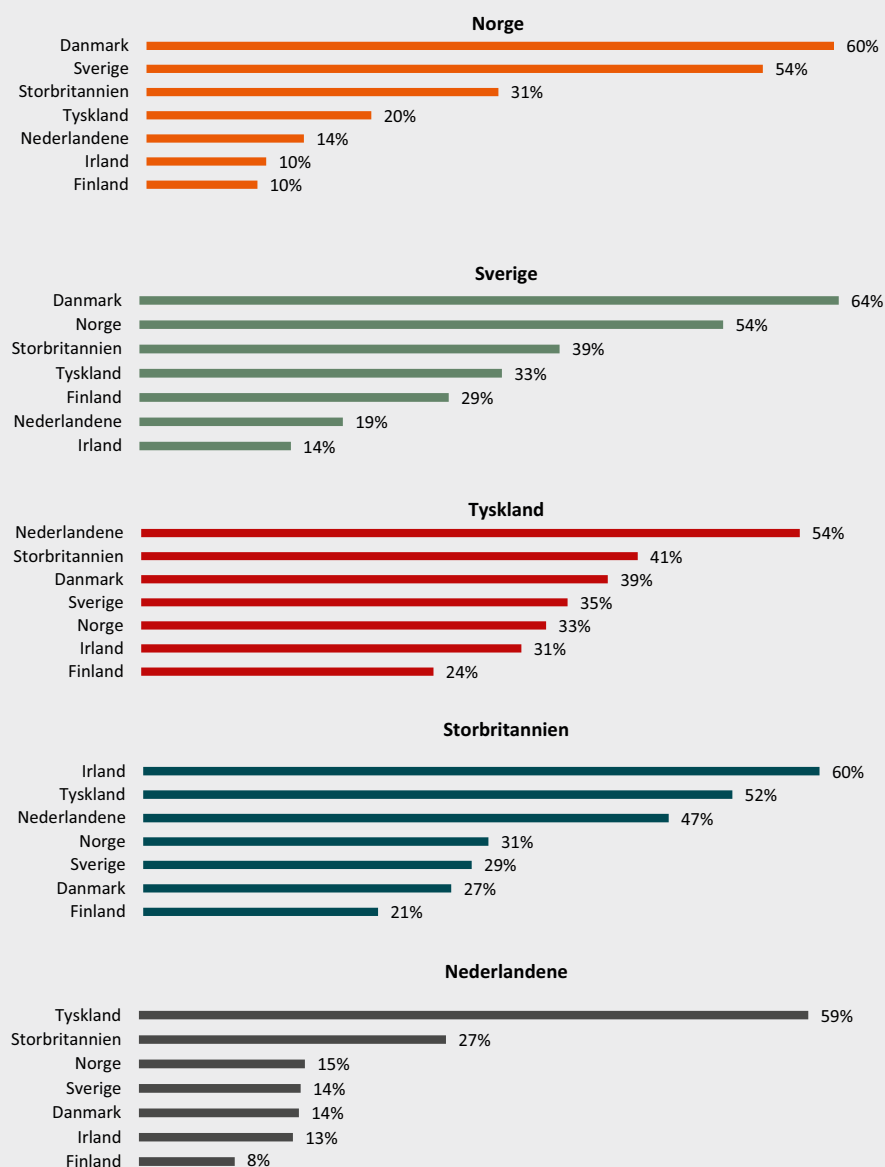
Figur 49 viser, hvor stor en andel af befolkningerne på de fem markeder, som samlet set kender noget eller meget til de nordeuropæiske feriedestinationer i Danmarks konkurrentfelt.

Som det fremgår af figuren, er kendskabet til Danmark som feriedestination udbredt i Skandinavien. Andelen, der kender noget eller meget til Danmark som feriedestination, falder med stigende afstand til Danmark.

Danmark er en kendt feriedestination blandt en stor andel af svenskerne (64 pct.) og nordmændene (60 pct.). I den tyske befolkning er Nederlandene kendt af flest (54 pct.), mens Danmark er kendt af flest i Norden (39 pct.). 27 pct. af briterne kender Danmark som feriedestination. Det er lidt færre end for både Norge (31 pct.) og Sverige (29 pct.). Blandt nederlænderne er Tyskland kendt af flest (59 pct.). Kendskabet til Danmark, Norge og Sverige som feriedestinationer er stort set lige udbredt i Nederlandene.

³⁶ Det bemærkes, at der kræves et massivt markedsføringspres for at øge det generelle landsrepræsentative kendskab.

Figur 49 De fem hovedmarkeders kendskab til nordeuropæiske lande som feriedestinationer, 2019



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2019.

Spørgsmål: "Hvor godt kender du [land] som feriedestination?". Andel, der har svaret "Jeg ved noget" eller "Jeg ved meget". N = N = Nederlandene: 1.503, Storbritannien: 1.508, Tyskland: 2.118, Norge: 805, Sverige: 807.

7.2 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 her defineret som en ferierejse med minimum en overnatning og omfatter således både betalt og privat indkvartering.

Andelen, der forventer at tage på ferie i Danmark inden for de kommende 12 måneder, er størst i Norge og Sverige, hvor henholdsvis 24 pct. og 21 pct. overvejer at rejse på en ferie til Danmark inden for en fremadrettet 12 måneders periode. I Tyskland forventer 5 pct. at tage på en ferie i Danmark. Den tyske befolknings størrelse taget i betragtning, er det fortsat mange, men lidt færre end i 2016 og 2017.

I såvel den britiske som den nederlandske befolkning forventer 2 pct. at tage på ferie til Danmark, hvilket ligeledes er et betydeligt antal personer landenes befolkningstal³⁷ taget i betragtning.

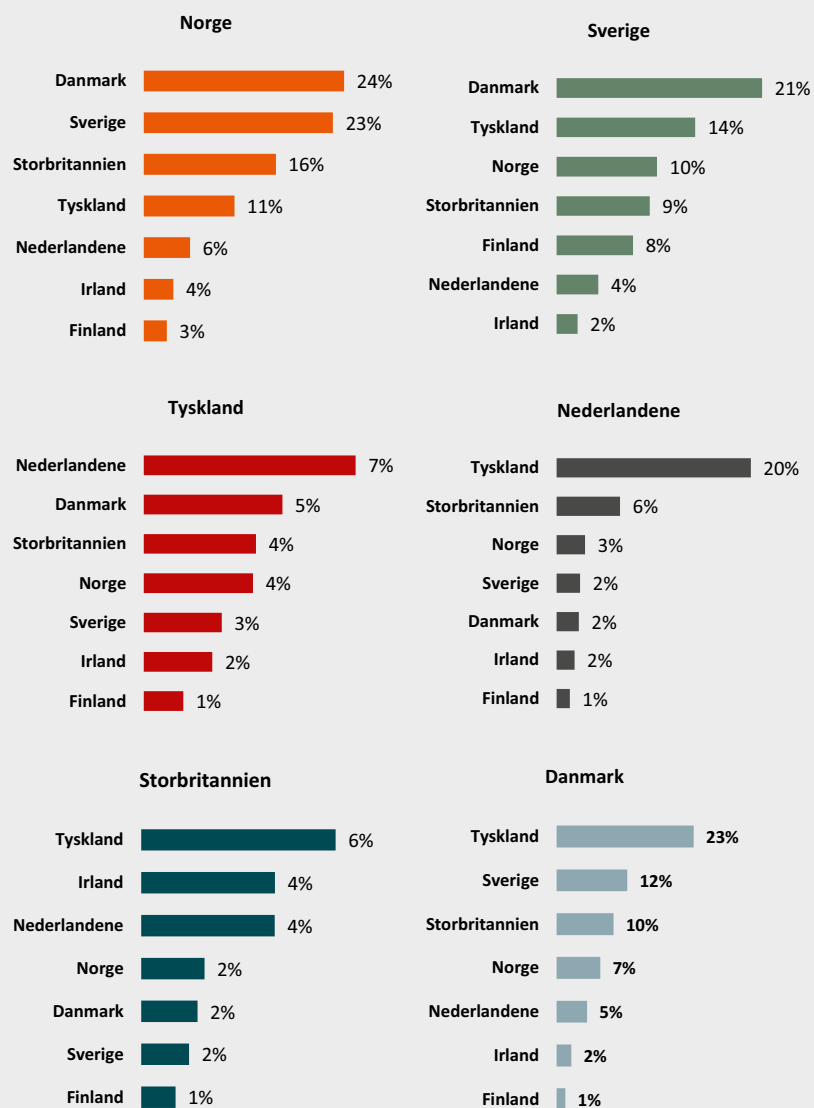
Overvejelserne om at holde ferie i eget hjemland er udbredte. Flest tyskere (42 pct.), briter (38 pct.) og nordmænd (36 pct.) forventer at tage på en ferie i eget land, mens andelen er 30 pct. blandt svenskere og 22 pct. blandt nederlændere.³⁸ Blandt danskerne forventer 43 pct. at holde ferie i Danmark.

Resultaterne for rejseintentionen dækker, ligesom kendskabet til Danmark, over store geografiske forskelle. Intentionen om at tage på ferie til Danmark er således væsentlig højere i regioner tæt på (fx Nordvesttyskland, Syd- og Vestsverige og Sydnorge) end i Sydtyskland og det nordlige Sverige og Norge.

³⁷ Befolkningstal 2017: Norge 5,3 mio., Sverige 10,0 mio., Tyskland 83,0 mio., Storbritannien 66,1 mio., Nederlandene 17,1 mio.

³⁸ Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2019.

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



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2019.

Spørgsmål: "Hvilke(n) af følgende destination(er) forventer du at besøge på en ferie i de kommende 12 måneder? N = Nederlandene: 1.503, Storbritannien: 1.508, Tyskland: 2.118, Norge: 805, Sverige: 807.



8. Tilfredshed med Danmark som rejsemål

8 Tilfredshed med Danmark som rejsemål

Turisternes tilfredshed med Danmark som rejsemål er central. Således sandsynliggør høj tilfredshed, at turisterne kommer igen og anbefaler venner og bekendte at tage på ferie i Danmark. I dette kapitel ses nærmere på tilfredsheden med Danmark som rejsemål, hvor det danske turismeprodukts styrker og udfordringer bliver belyst.

Indledningsvis ses på de danske og udenlandske ferie- og forretningsturisters tilfredshed med Danmark som rejsemål. Herefter 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 fra de foregående år.

Opsummering

Turisternes tilfredshed med Danmark som rejsemål

- Turisterne er overordnet set tilfredse med ferien i Danmark. På en skala fra 1 til 5, hvor 5 er "meget tilfreds", giver såvel danske som udenlandske turister ferien i Danmark en score på 4,5.
- Der er udtalt tilfredshed inden for alle tre forretningsområder i dansk turisme.
- Når det gælder tilfredshed med pris i forhold til kvalitet, er denne steget fra 3,9 i Turistundersøgelsen 2014 til 4,1 i Turistundersøgelsen 2017. Det er danskerne, der trækker scoren op.

Tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa

- De udenlandske turister er tilfredse med ferien i Danmark. Ligesom sidste år ligger Danmark på niveau med gennemsnittet i Nordeuropa.
- Danmark scorer højt på de udenlandske turisters evaluering af de flotte danske strande og landskaber samt oplevelsen af sikkerhed under opholdet.
- Danmark har i forhold til sidste år forbedret sig signifikant på parametrene forlystelses-/ temaparker, service i butikker, smukke strande og – ikke mindst – den overordnede tilfredshed med ferien.
- Danmark scorer fortsat lavere end de nordiske og nordeuropæiske konkurrenter på en række parametre.
 - o I forhold til det nordeuropæiske konkurrentfelt gælder det navnlig parametrene flotte landskaber, udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter, udvalg af historiske seværdigheder og museer, service i butikker samt shopping- og indkøbsmuligheder.
 - o I forhold til det nordiske konkurrentfelt er det især på parametrene flotte strande og landskaber samt service i butikker.

8.1 Danske og udenlandske turisters tilfredshed med Danmark som rejsemål

Tilfredsheden med ferien er et udtryk for turistens forventninger sammenholdt med oplevelsen. Som det ses af tabel 21, oplever såvel danske som udenlandske turister i høj grad, at de får indfriet forventningerne til ferien i Danmark. Generelt

er turisterne 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 4,5.³⁹

Når det gælder overnatningsstedet, 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. Alle parametre opnår relativt høje gennemsnitlige tilfredshedsscore. Der er ikke nævneværdige forskelle mellem danske og udenlandske turisternes tilkendegivelser.

I det ferieområde, som turisterne opholder sig i, scorer især tilfredsheden med befolkningens venlighed og imødekommenhed samt det lokale liv og atmosfæren højt efterfulgt af tilfredsheden med serviceniveauet generelt, udvalg af naturoplevelser, kvalitet af strand og kyst samt områdets vedligeholdelse.

Med turisternes tilfredshed i mente kan turismeproduktet og ferieoplevelsen forbedres på en række områder. Det vurderes, at der er plads til forbedring, når scoren er på omkring 4 på 5-punktsskalaen. Tilfredsheden med udvalg 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 10.

Overordnet set er der ikke sket de store forskydninger i niveauerne for tilfredsheds-scorerne fra Turistundersøgelsen 2014 til Turistundersøgelsen 2017. Turisterne er fortsat tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark.

Der har imidlertid været en signifikant udvikling i tilfredsheden fra 2014 til 2017 inden for nogle specifikke områder. De største stigninger har fundet steder i forhold til turisternes tilfredshed med befolkningens venlighed, det lokale liv og atmosfære, serviceniveauet generelt og pris i forhold til kvalitet, hvor tilfredshedsscorerne er steget med 0,2 procentpoint. Det største fald har fundet sted i forhold til turisternes tilfredshed med kvaliteten af naturoplevelser, hvor scoren er faldet med 0,2 procentpoint.

³⁹ 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 21 Ferieturisternes 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
OVERNATNINGSSTEDET						
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.

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.

8.1.1 Turisternes tilfredshed inden for de tre forretningsområder i dansk turisme

Turisterne har forskellige behov og forventninger til opholdet i Danmark alt efter forretningsområde. Erfaringen med Danmark og formålet med besøget varierer således forretningsområderne imellem.⁴⁰ Eksempelvis er udenlandske kyst- og naturturister typisk mere erfarne med Danmark som feriedestination end udenlandske storbyturister. Som rejsemotiv efterspørger kyst- og naturturisterne udendørsoplevelser og gode overnatningssteder, mens storbyturisterne især efterspørger sightseeing, kultur og historie. Blandt møde- og erhvervsturisterne afspejler forventninger typisk internationale rejseerfaringer.

Den samlede tilfredshed inden for forretningsområderne viser i hvor høj grad, at turisternes oplever, at deres forventninger til opholdet i Danmark bliver indfriet. Tabel 22 viser turisternes tilfredshed med en række faktorer for hvert forretningsområde.

Overordnet set er der høj tilfredshed med opholdet inden for hvert af forretningsområderne. Kyst- og naturturisternes overordnede tilfredshed scorer 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).

Kyst- og naturturisterne er mest tilfredse med overnatningsstedet samt pris i forhold til kvalitet. Blandt møde- og erhvervsturisterne og storbyturisterne scorer tilfredsheden med overnatningsstedet højt (4,4), mens pris i forhold til kvalitet har en lidt lavere tilfredshedsscore (møde- og erhvervsturister: 4,0 og storbyturister: 3,8).

⁴⁰ Baseret på VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017.

Tabel 22 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 erhvervsurister interviewes kun på hoteller.

n/a betyder, at spørgsmålet ikke er blevet stillet.

Antal respondenter: kyst- og naturturister: 2.567 danske og 4.435 udenlandske, storbyturister: 531 danske og 2.571 udenlandske, møde- og erhvervsurister: 1.026 danske og 2.336 udenlandske.

Resultaterne er vægtede for at afspejle fordelingen af danske og udenlandske turister.

8.2 Tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa

I dette afsnit ses på de 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).⁴¹ Data stammer fra Travelsat Competitive Index (TCI), der er en international anerkendt tilfredshedsmåling.

Tabel 23 viser, hvordan Danmark klarer sig på en række parametre, som er vigtige for turisters tilfredshed med ferien. Scorene for Danmark sammenlignes med scorene i henholdsvis det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.

Første kolonne i tabellen lister en række tilfredshedsparametre. Næste kolonne viser, hvilke scorer 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 scorer med gennemsnittene i henholdsvis Norden og Nordeuropa. I tabellen er forskellen mellem Danmarks og konkurrenternes scorer kun vist, hvis scorerne er signifikant forskellige fra hinanden, 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.

Alle scorerne for Danmark ligger i enten Elite- eller Høj-kategorien.

På de to parametre "oplevelse af sikkerhed under opholdet" samt "forlystelses- og temaparker" overstiger Danmarks scorer det nordeuropæiske gennemsnit signifikant. Når det gælder forlystelses- og temaparker, scorer Danmark også signifikant bedre end gennemsnittet af de nordiske lande.

Selv om Danmark generelt opnår pæne scorer, overgås Danmark på en række parametre af landene i Nordeuropa og Norden. På parametrene "flotte landskaber", "udvalg af historiske seværdigheder og museer", "udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter", "service i butikker" samt "udvalg af shopping- og indkøbsmuligheder", scorer Danmark lavere end det nordeuropæiske gennemsnit. I forhold til det nordiske konkurrentfelt er det på parametrene "flotte strande", "flotte landskaber" og "service i butikker", at Danmark scorer lavere end gennemsnittet.

⁴¹ 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 23 Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparemetre i forhold til Norden og Nordeuropa

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Flotte strande	286	Elite score: 250-400: Exceptionel oplevelse	-27	-
Oplevelse af sikkerhed under opholdet	261		-	+24
Forlystelses- og temaparker	261		+36	+24
Flotte landskaber	232	Høj score: 150-250 Oplevelse af, at kvalitet overstiger forventninger	-39	-17
Service, overnatningssteder	224		-	-
Service, historiske seværdigheder/museer	223		-	-
Befolkningens venlighed/imødekommenhed	222		-	-
Udvalg, historiske seværdigheder/ museer	213		-	-36
Overordnet kvalitet, -overnatning	212		-	-
Overordnet tilfredshed med opholdet*	208		-	-
Service, spisesteder	191		-	-
Overordnet kvalitet, – spisesteder	182		-	-
Udvalg, kultur- og fritids-aktiviteter	175		-	-29
Service, butikker	173		-21	-17
Udvalg, shopping og indkøb	151		-	-46

Kilde: Travelsat Competitive Index 2018/2019. Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.

* Stillet som separat spørgsmål i undersøgelsen.

Service er oversat fra "hospitality".

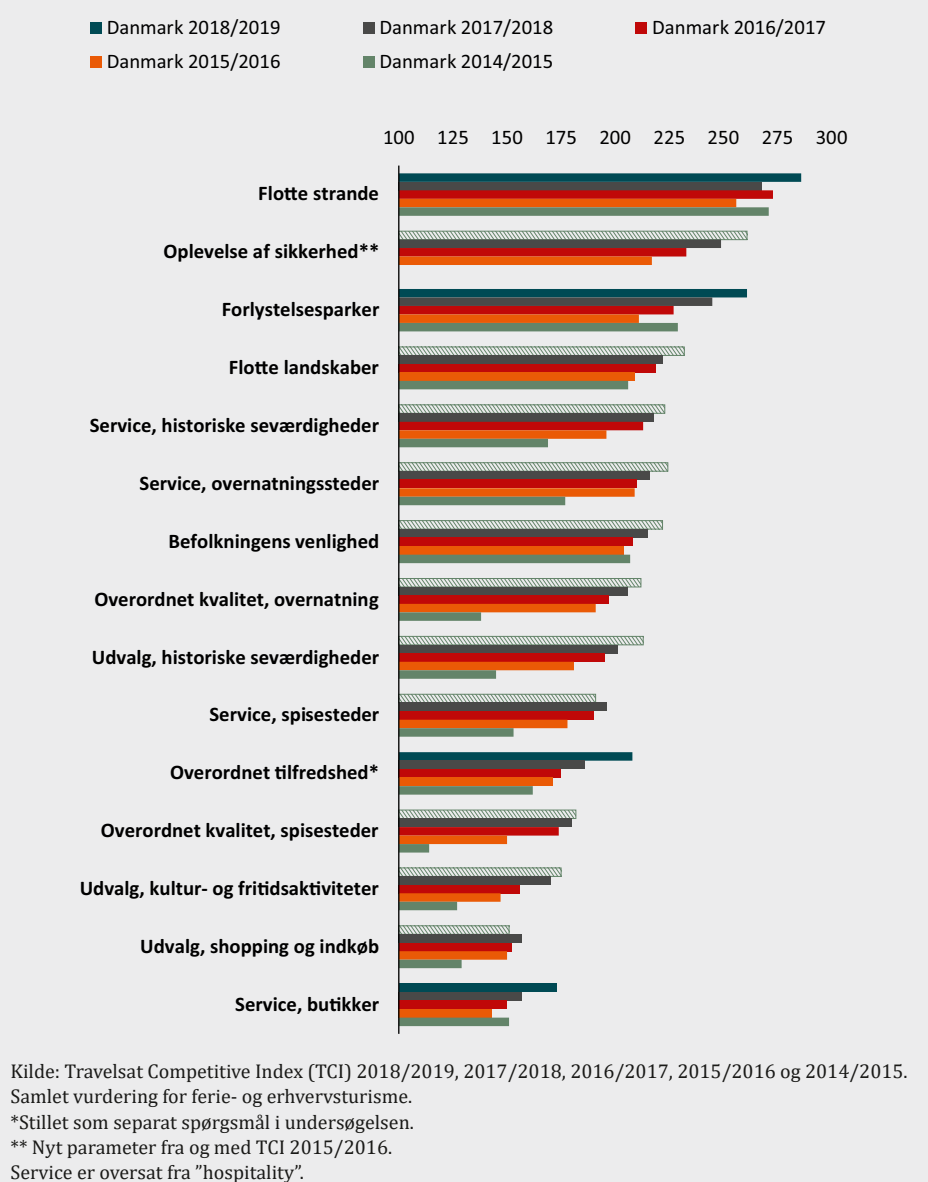
Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

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

Af figur 51 fremgår udviklingen i Danmarks tilfredshedsscorer på en række parametre. Ved sammenligning af scorerne kræves en forskel på mindst 15 point, før forskellen er statistisk signifikant. De øverste bjælker under hvert parameter viser tilfredshedsscorerne i 2018/2019. Hvis scorerne i 2018/2019 er signifikant bedre end i 2017/2018, er bjælkerne fuldt optrukne. Hvis der ikke er signifikant forskel, er bjælkerne skraverede.

På fire af de 14 tilfredshedsparemetre: flotte strande, forlystelsesparker, overordnet tilfredshed og service i butikker ligger scorerne i år signifikant højere end sidste år. På intet parameter er der registreret et signifikant fald i scorerne fra sidste år til i år.

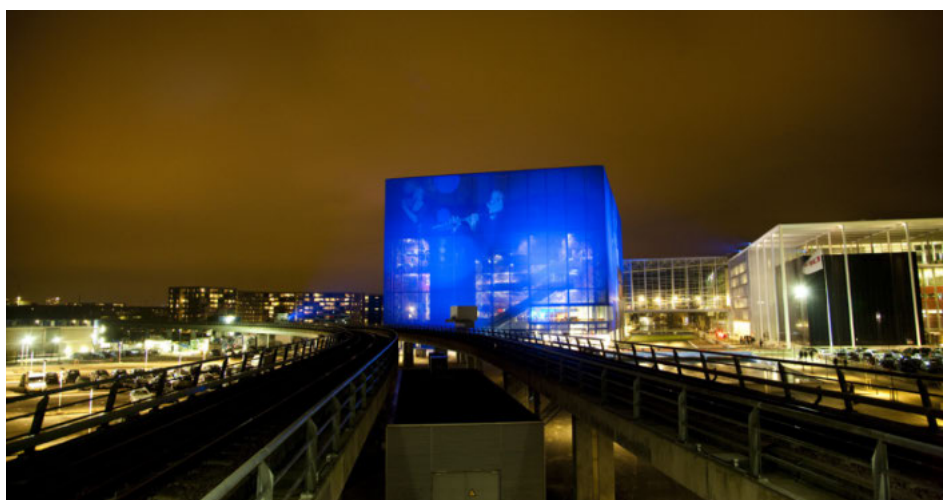
Figur 51 Udviklingen i Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparametre



8.3 Pejlemærket for tilfredshed i den nationale strategi for dansk turisme

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

På den overordnede tilfredshed med opholdet scorer Danmark 208, mens den gennemsnitlige score i Nordeuropa er på 205. Det betyder, at de udenlandske turister i Danmark er lige så tilfredse med ferieoplevelsen som gennemsnittet for Nordeuropa. Dette var også tilfældet sidste år. Fremover skal der arbejdes på at fastholde positionen.



9. Transport og tilgængelighed

9 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 i hjemlandet. Tilsvarende har den danske infrastruktur og tilgængelighed betydning for, hvor nemt det er at rejse rundt og besøge forskellige steder og seværdigheder i Danmark. Tilgængelighed er således et vigtigt konkurrenceparameter, hvis Danmark skal fremstå som et attraktivt rejsemål.

Kapitlet kortlægger Danmarks tilgængelighed i 2018. Hvor det er muligt, afdækkes udviklingen siden 2008. På udvalgte parametre sammenlignes tilgængeligheden i Danmark med tilgængeligheden til landene i Norden og det nordeuropæiske 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 de mest retvisende og nutidige data beskriver Danmarks tilgængelighed i 2018, herunder fly- og færgetrafik, krydstogter, turistvisa og tilfredshed med infrastrukturen i Danmark.

Opsummering

Transportmuligheder

- Fra 2008 til 2018 er antallet af passagerer i de danske lufthavne steget med 39 pct. fra 26,2 mio. til 36,4 mio. Det svarer til en gennemsnitlig årlig stigning på 3 pct. Fra 2017 til 2018 steg antallet med 4 pct.
- Danmark havde i 2018 i alt 6,0 udenrigspassagerer pr. indbygger, hvilket er over niveauet i 2017 (5,8).
- Antallet af indenrigsfærgeruter har ligget mellem 37 og 40 i perioden 2008 til 2018 og lå på 39 i både 2017 og 2018.
- Antallet af udenrigsfærgeruter faldt i perioden 2008 til 2015 fra 28 til 20 ruter. Antallet har været uændret siden 2015.
- I 2018 var der 1.089.000 krydstogtpassagerer i Danmark. I perioden 2008 til 2018 er antallet af krydstogtpassagerer gennemsnitligt steget med 6 pct. årligt. Fra 2017 til 2018 var stigningen på 4 pct.

Mulighed for at opnå turistvisum

- Antallet af visumansøgninger til Danmark er fra 2009 til 2018 steget fra 86.500 til 164.076. Det er en stigning på 90 pct.
- Sagsbehandlingstiden er faldet fra 37 dage i 2009 til 9 dage i 2018.
- Antallet af visumansøgninger til Danmark er i perioden 2014 til 2018 steget med 4 pct. årligt. Det er den højeste årlige vækstrate sammenlignet med Schengenlandene i konkurrentfeltet (Sverige, Norge, Tyskland, Nederlandene og Finland).

- I 2018 gav Danmark afslag på 7 pct. af visumansøgningerne. I 2017 lå afslagsprocenten på 6 pct. Danmarks afslagsprocent ligger lavt sammenlignet med de øvrige Schengenlande i konkurrentfeltet. Kun Finland ligger under med en afslagsprocent på knap 2 pct.

Tilfredshed med infrastruktur

- Turisterne er mest tilfredse med adgang til og fra lufthavne, infrastruktur (veje) og tilgængeligheden til offentlig transport.
- Danmark scorer signifikant over niveauet i såvel det nordiske som det nordeuropæiske konkurrentfelt på tilfredshedsparametre, der vedrører transportomkostninger til destinationen, pris på offentlig transport og tilgængelighed i forhold til parkering.
- På parameteret "tilgængelighed til offentlig transport" scorer Danmark signifikant lavere end de nordeuropæiske og nordiske gennemsnit.

9.1 Transportmuligheder til feriedestinationen

Turisternes valg af transportmiddel til og i Danmark afhænger af såvel turisternes bopælsland som overnatningssted, når de er i Danmark. Bil og fly er de hyppigst benyttede transportformer til Danmark. Otte ud af ti danskere og syv ud af ti udenlandske turister benytter bil, når de skal på ferie i Danmark. Flyruter er nummer to foretrukne transportmiddel til Danmark. Dertil kommer færger, som er vigtige for turismen til de danske øer og for turister fra lande med færgeruter til Danmark.⁴²

9.1.1 Flytrafik

I dette kapitel kortlægges flytilgængeligheden til og i Danmark ved at se på udviklingen i antallet af inden- og udenrigspassagerer i de danske lufthavne. For at muliggøre en sammenligning mellem Danmark og konkurrentfeltet opgøres antallet af udenrigspassagerer pr. indbygger i henholdsvis Danmark og hvert af de nordeuropæiske lande.

Passagerer i de danske lufthavne

Tabel 24 viser, at antallet af passagerer (inden- og udenrigs) i de danske lufthavne er steget fra 2008 til 2018. I perioden er passagerantallet i gennemsnit steget med 3,3 pct. om året. Københavns Lufthavn er suverænt den største i Danmark målt på antal passagerer. I 2018 var der i alt 30,3 mio. passagerer i Københavns Lufthavn, svarende til 83 pct. af alle passagerer i de danske lufthavne.

Fra 2017 til 2018 er antallet af flypassagerer i Danmark steget med 4,1 pct. Både Københavns Lufthavn, Billund Lufthavn, Aalborg Lufthavn og Aarhus Lufthavn har oplevet stigende passagerantal.

⁴² Kilde: Turistundersøgelsen 2017, VisitDenmark.

Tabel 24 Passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs (1.000)

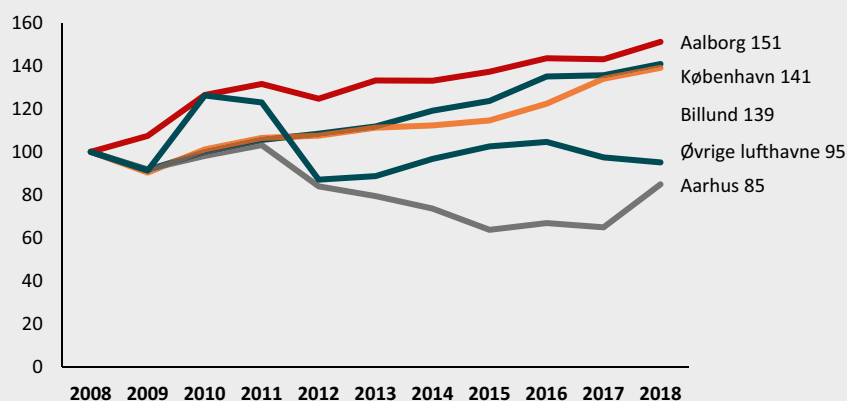
	2008	2009	2010	⋮	2016	2017	2018	Udv. fra 2017-2018	Gns. årlig vækst
I alt	26.200	24.100	26.600		34.600	35.000	36.400	+4,1 %	+3,3 %
København	21.500	19.700	21.500		29.000	29.100	30.300	+3,8 %	+3,5 %
Billund	2.500	2.300	2.500		3.100	3.400	3.500	+3,8 %	+3,4 %
Aalborg	1.000	1.100	1.300		1.500	1.500	1.600	+5,7 %	+4,2 %
Aarhus	570	530	560		380	370	500	+30,6 %	-1,6 %
Øvrige lufthavne*	590	540	740		610	572	600	-0,5 %	-0,3 %

Kilde: Danmarks Statistik, FLYV31.

* Øvrige lufthavne: Karup, Esbjerg, Bornholm, Sønderborg, Roskilde, Thisted og Odense.

Som det fremgår af figur 52, har navnlig Aalborg Lufthavn oplevet en stor relativ stigning i antallet af passagerer fra 2008 til 2018. Aalborg Lufthavn har haft en vækst på 51 pct. Også Københavns Lufthavn og Billund Lufthavn har oplevet pæne vækstrater på henholdsvis 41 pct. og 39 pct. fra 2008 til 2018. Aarhus Lufthavn har samlet set oplevet et fald i antal passagerer på 15 pct. fra 2008 til 2018, men en stor stigning på 31 pct. i antal passagerer fra 2017 til 2018.

Figur 52 Udviklingen i antal passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs, 2008-2018. Indeks 2008 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, FLYV 31.

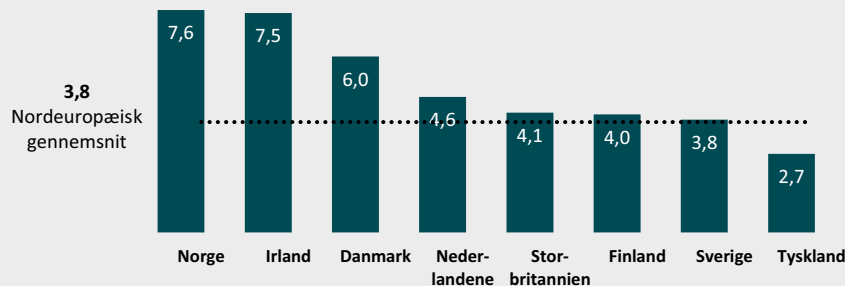
Flytilgængeligheden sammenholdt med konkurrentfeltet

Figur 53 viser antallet af passagerer på udenrigsflyvninger pr. indbygger i 2018. Gennemsnittet for de nordeuropæiske lande er steget fra 3,6 passagerer i 2017 til 3,8 passagerer i 2018. Sammenlignet med de øvrige nordeuropæiske lande er Danmarks placering uændret. Tyskland placerer sig fortsat i bund med 2,7 udenrigspassagerer pr. indbygger. Især Irland, Norge og Danmark ligger over gennemsnittet.

Danmarks høje passagerantal pr. indbygger på 6,0 afspejler landets geografiske placering mellem Norden og resten af Europa, hvor Danmark fungerer som transferhub. Det betyder, at Københavns Lufthavn har flere passagerer, end omlandet umid-

delbart tilskriver. Der er således en del passagerer i Københavns Lufthavn, som fortsætter til andre destinationer uden at have været egentlige turister i Danmark, men som styrker tilgængeligheden fra Danmark til resten af verden og lufthavnens centrale position i Nordeuropa.

Figur 53 Udenrigspassagerer pr. indbygger, 2017



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

9.1.2 Færgetrafik

Færgeruter giver mulighed for transport for både personer og køretøjer og kan afkorte transporttiden mellem danske destinationer. Færgetrafikken er vigtig for tilgængeligheden til og i Danmark. Samtidig er færgetrafikken vigtig for turismen til de danske øer, hvor færgeturen bidrager til ferieoplevelsen. Nogle steder er færgen den eneste transportmulighed til feriedestinationen.

I 2016 blev færgetaksterne for passagerbefordring til og fra de mindre øer i Danmark sænket. Dette skulle både understøtte væksten i turismen og styrke bosætningen på øerne.⁴³

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

Indenrigsfærgetrafik

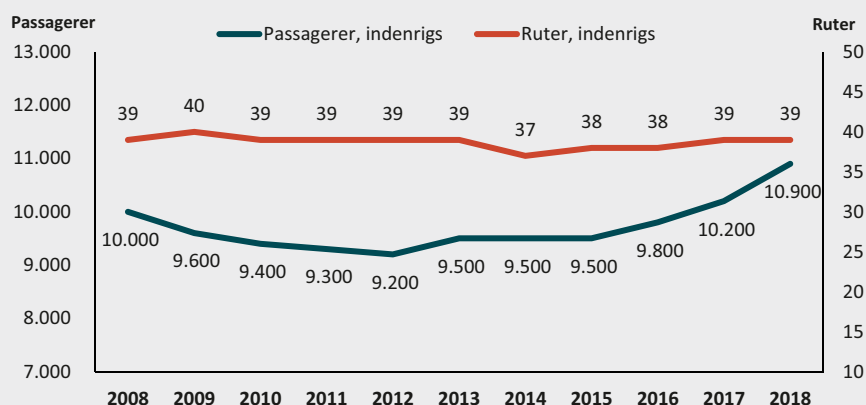
Som det fremgår af figur 54, har antallet af både indenrigsfærgeruter⁴⁴ og -passagerer været ganske stabilt i den betragtede periode fra 2008 til 2018. Antallet af færgeruter har ligget mellem 37 og 40 og på 39 de seneste to år. Antallet af indenrigsfærgepassagerer i 2018 er på det hidtil højeste niveau i den betragtede periode.

Passagerantallet er steget markant de senere år. Dette tyder på, at nedsættelsen af færgetaksterne har haft den ønskede effekt på passagertrafikken.

⁴³ Aftale mellem den daværende regering, Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti om vækst og udvikling i hele Danmark, 2016.

⁴⁴ Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

Figur 54 Indenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000)

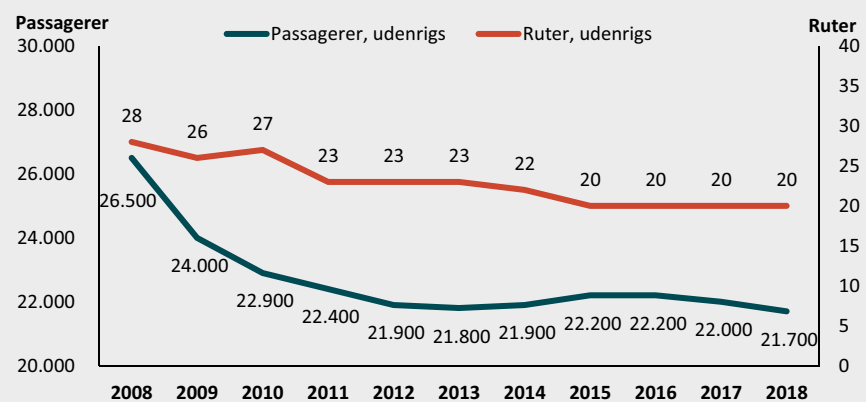


Kilde: Danmarks Statistik, (SKIB 31).

Udenrigsfærgetrafik

Som det fremgår af figur 55, er antallet af udenrigsfærgeruter⁴⁵ og -passagerer faldet i perioden 2008 til 2018. Antallet af færgeruter er faldet fra 28 i 2008 til 20 i 2015 og har ligget stabilt siden. Antallet af færgepassagerer er fra 2008 til 2018 faldet fra 26,5 mio. til 21,7 mio., hvilket svarer til et fald på 2,0 pct. årligt. Fra 2017 til 2018 faldt passagerantallet med 1,4 pct., svarende til 300.000 passagerer.

Figur 55 Udenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000)



Kilde: Danmarks Statistik, (SKIB 32).

9.1.3 Krydstogter

Mange turister ankommer til Danmark med krydstogtskibe. Flere danske destinationer arbejder målrettet for at tiltrække krydstogter til Danmark både i hovedstadsområdet og en række havne rundt omkring i landet.

⁴⁵ Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

Af tabel 25 fremgår det, at der har været fremgang i antallet af krydstogtpassagerer fra 2008 til 2018. I 2018 var der 1.089.000 krydstogtpassagerer i Danmark, svarende til en stigning på 4,1 pct. sammenlignet med 2017.

I 2018 rejste 81 pct. af krydstogtpassagererne i Danmark til eller fra København. Fra 2008 til 2018 er antallet af krydstogtpassagerer, der er ankommet til eller afrejst fra København, i gennemsnit steget med 4,5 pct. årligt. 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 870.000 i 2018 (jf. figur 56).

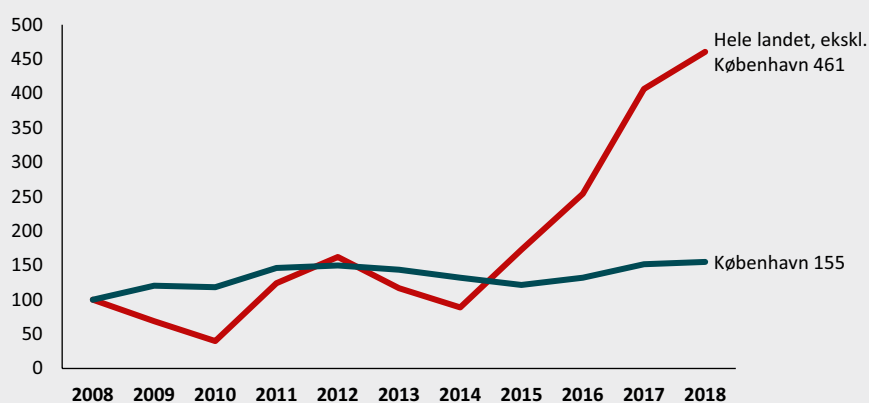
I både Skagen, Aalborg og Aarhus har der fra 2008 til 2018 været en tocifret årlig stigning i antallet af krydstogtpassagerer på henholdsvis 61 pct., 32 pct. og 13 pct.

Tabel 25 Krydstogtpassagerer, inkl. rundrejsepassagerer (1.000)

	2008	2009	2010	...	2016	2017	2018	Udv. fra 2017-2018	Gns. årlig vækst
I alt	627	731	698		862	1.046	1.089	+4,1 %	+5,7 %
København	560	675	662		740	850	870	+2,1 %	+4,5 %
Aarhus	26	22	6		72	90	89	-1,6 %	+13 %
Skagen	1	3	2		11	33	64	+92,0 %	+61 %
Aalborg	2	3	0		18	31	29	-7,0 %	+32 %
Bornholm	19	23	17		10	18	21	+17,6 %	+1,1 %
Øvrige	20	5	10		11	23	19	-20,5 %	-1,1 %

Kilde: Cruise Copenhagen Network.

Figur 56 Udvikling i antal krydstogtpassagerer, 2008-2018. Indeks 2008 = 100



Kilde: Cruise Copenhagen Network.

9.2 Mulighed for at opnå turistvisum

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

Pr. maj 2019 skal statsborgere fra 114 lande⁴⁶ ansøge om visum inden et besøg i Danmark. Heraf er otte lande visumfri, hvis der er udstedt et biometrisk pas⁴⁷. For Serbien afhænger det dog af, hvilken myndighed der har udstedt det biometriske pas. Statsborgere fra Taiwan og Tyrkiet kan være visumfrie under særlige omstændigheder. De visumpligtige lande er inklusive de otte lande, hvorfra statsborgere med biometriske pas er visumfrie, mens statsborgere, der ikke har biometriske pas, skal ansøge om visum.

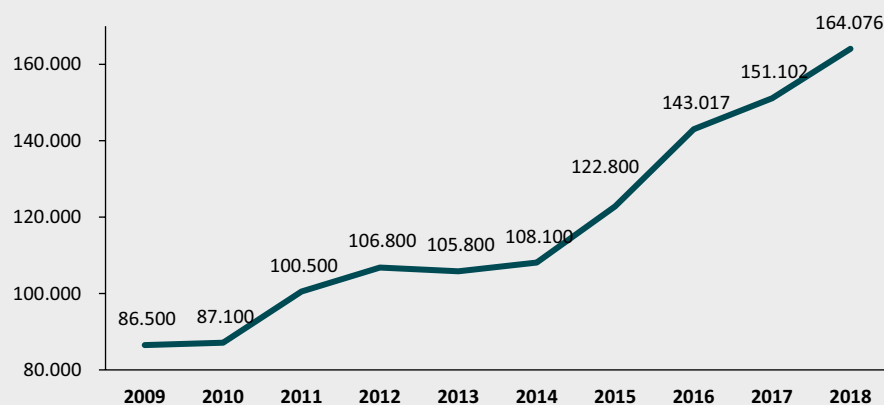
De visumtyper, som er omfattet af dette afsnit, er besøgsvisa, forretningsvisa, turist- og transitvisa, visa til kultur/sport samt visa til andre formål.

9.2.1 Visumansøgninger, afgørelser og sagsbehandlingstid

Antallet af visumansøgninger er i perioden 2009 til 2018 steget fra 86.500 til 164.076 (jf. figur 57). I 2018 blev 93 pct. af visumansøgningerne godkendt.

Sagsbehandlingstiden pr. visumansøgning er faldet fra 37 dage i 2009 til ni dage i 2018. Årsagerne til dette 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 lov til at afgøre udfaldet af ansøgninger. Tidligere var dette forbeholdt Udlændingestyrelsen. Ændringen har medvirket til at nedbringe sagsbehandlingstiden. Fra 2017 til 2018 er sagsbehandlingstiden stort set uændret.

Figur 57 Antal visumansøgninger til Danmark, 2009-2018



Kilde: Statistikteam, Kontoret for Kontrol og Forretningsudvikling, Udlændinge- og Integrationsministeriet.

⁴⁶ Kilde: www.nyidanmark.dk, juni 2019

⁴⁷ Pas, som indeholder digitale fotos, fingeraftryk og underskrift.

ETC opgør og offentliggør antallet af visumansøgninger for en række Schengenlande. Det gør det muligt at sammenligne antallet af visumansøgninger, udviklingen og andelen af afviste ansøgninger siden 2014 (jf. tabel 27, tabel 28 og figur 58).

Som det fremgår af tabel 26, er antallet af visumansøgninger fra 2017 til 2018 steget mest i Nederlandene (9,8 pct.) efterfulgt af Danmark (6,8 pct.). Den gennemsnitlige årlige vækst i perioden 2014 til 2018 har været højest i Danmark (4,1 pct.). Finland og Norge har begge oplevet en negativ gennemsnitlig årlig vækst i antallet af visumansøgninger i perioden 2014 til 2018.

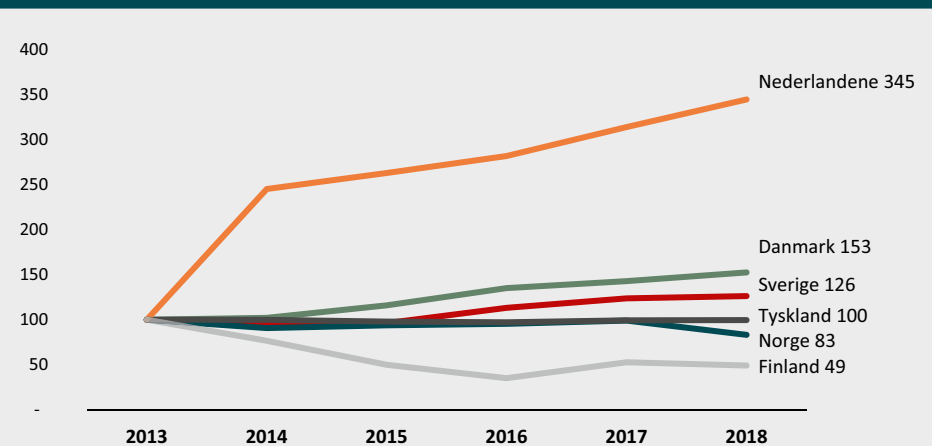
Tabel 26 Antal visumansøgninger i 1.000 i udvalgte Schengenlande, 2014-2018

	2014	2015	2016	2017	2018	Udv. fra 2017-2018	Gns. årlig vækst
Danmark	108	123	143	151	161	+6,8 %	+4,1 %
Sverige	191	193	227	248	253	+2,0 %	+2,9 %
Norge	180	186	189	196	165	-16,1 %	-0,9 %
Tyskland	2.061	2.023	2.004	2.049	2.056	+0,4 %	+0,0 %
Nederlandene	485	521	558	621	682	+9,8 %	+3,5 %
Finland	1.204	784	550	828	769	-7,1 %	-4,4 %

Kilde: European Travel Commission (ETC) og Udlændinge- og Integrationsministeriet.

Som det fremgår af figur 58, er antallet af visumansøgninger til Nederlandene steget mest (245 pct.) i perioden 2013 til 2018. Antallet af visumansøgninger til Danmark er steget med 53 pct., mens antallet af visumansøgninger til Norge og Finland er faldet med henholdsvis 17 pct. og 51 pct. i den betragtede periode.

Figur 58 Udvikling i antal visumansøgninger i udvalgte Schengenlande, 2013-2018, indeks: 2013 = 100



Kilde: European Travel Commission (ETC og Udlændinge- og Integrationsministeriet).

Tabel 27 viser, hvor stor en andel af visumansøgningerne, der blev afslået i perioden 2014 til 2018.

Blandt Schengenlandene i konkurrentfeltet opererer Nederlandene med den højeste afslagsprocent på 12,6 pct. efterfulgt af Sverige med 11,7 pct. Danmark optræder næst nederst på listen med 7,1 pct. Finland gør sig bemærket med at have en meget lav afslagsprocent på 1,7 pct.

Tabel 27 Afslag på visumansøgninger i Schengenlandene i konkurrentfeltet, 2014-2018, pct.

	2014	2015	2016	2017	2018
Nederlandene	6,1 %	7,5 %	8,7 %	10,1 %	+12,6 %
Sverige	10,3 %	10,0 %	9,8 %	9,9 %	+11,7 %
Norge	8,7 %	4,6 %	4,9 %	5,7 %	+9,5 %
Tyskland	5,7 %	5,6 %	6,1 %	7,6 %	+9,1 %
Danmark	4,6 %	5,1 %	5,7 %	6,3 %	+7,1 %
Finland	1,0 %	1,2 %	1,5 %	1,1 %	+1,7 %

Kilde: European Travel Commission (ETC) og Udlændinge- og Integrationsministeriet.

9.2.2 Ansørgernes nationalitet

Kina, Indien og Thailand er fortsat de lande, hvorfra flest ansøger om visum til Danmark (jf. tabel 28). Fra 2017 til 2018 er antallet af visumansøgninger i top 10 steget fra statsborgere i fem ud af ti lande: Kina, Indien, Filippinerne, Rusland og Indonesien. Antallet af ansøgninger fra statsborgere i Ukraine er røget ud af top 10 over ansøgningslande. Pakistan er ny i top 10.

Tabel 28 Ansørgernes nationalitet i 2018 – top 10

Placering 2018	Ansøgers nationalitet	Antal ansøgninger	Udvikling i forhold til 2016	Placering ift. 2017
1	Kina	53.927	+20 %	-
2	Indien	30.295	+23 %	-
3	Thailand	13.207	-11 %	-
4	Filippinerne	9.319	+10 %	-
5	Rusland	8.848	+7 %	-1
6	Tyrkiet	7.923	-5 %	+1
7	Indonesien	5.174	+4 %	-
8	Sydafrika	3.812	-5 %	-
9	Pakistan	3.571	-30 %	+2
10	Iran	3.382	-3 %	-

Kilde: Udlændinge- og Integrationsministeriet, Kontoret for Kontrol og Forretningsudvikling, Statistikteam.

9.3 Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark

Ud over den reelle tilgængelighed til Danmark 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. Indledningsvis kortlægges de udenlandske turisternes tilfredshed med udvalgte parametre i Danmark i 2019 sammenlignet med det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.⁴⁸ Dernæst kortlægges udviklingen i de udenlandske turisternes tilfredshed med Danmark.

Tabel 29 viser de udenlandske 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 seks ud af ti parametre, som beskriver tilfredsheden med transport og infrastruktur, scorer Danmark på niveau med det nordeuropæiske konkurrentfelt. På tre parametre ("tilgængelighed i forhold til parkering", "transportomkostninger til destinationen" og "pris på offentlig transport") ligger Danmark signifikant over niveauet i Nordeuropa, mens Danmark på parameteret "tilgængelighed til offentlig transport" ligger signifikant under gennemsnittet i Nordeuropa.

Når man sammenligner med Norden, vurderes Danmark lavere på parametrene "afgang til/fra lufthavne" og "tilgængelighed til offentlig transport". På parametrene "tilgængelighed i forhold til parkering", "transportomkostninger til destinationen", "pris for offentlig transport" og "taxa-tjenester" scorer Danmark signifikant højere end det nordiske konkurrentfelt.

Danmark opnår de højeste scorer på parametrene "adgang til/fra lufthavne", "infrastruktur (veje)" og "tilgængelighed til offentlig transport".

⁴⁸ Norden: Danmark, Norge, Sverige, Finland. Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Tabel 29 Danmarks resultater på tilfredshedsparametre vedrørende transport og infrastruktur ift. Norden og Nordeuropa, 2019

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Adgang til/fra lufthavne	196	Høj score 150-250 Oplevelse af kvalitet overstiger forventninger	-161	-
Infrastruktur, veje	196		-	-
Tilgængelighed, offentlig transport (bus, metro)	193		-17	-30
Service v. grænseovergange, lufthavne, togstationer m.m.	185		-	-
Skiltning, nemt at finde rundt	180		-	-
Service, offentlig transport	170		-	-
Tilgængelighed, parkering	158	Ok score 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet ift. forventninger	+14	+28
Transportomkostninger til destinationen	129		+19	+29
Taxa-tjenester	117		+24	-
Pris, offentlig transport	105	Lav score 0-100 Inkonsistent	+37	+21

Kilde: Travelsat Competitive Index 2018/2019.

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

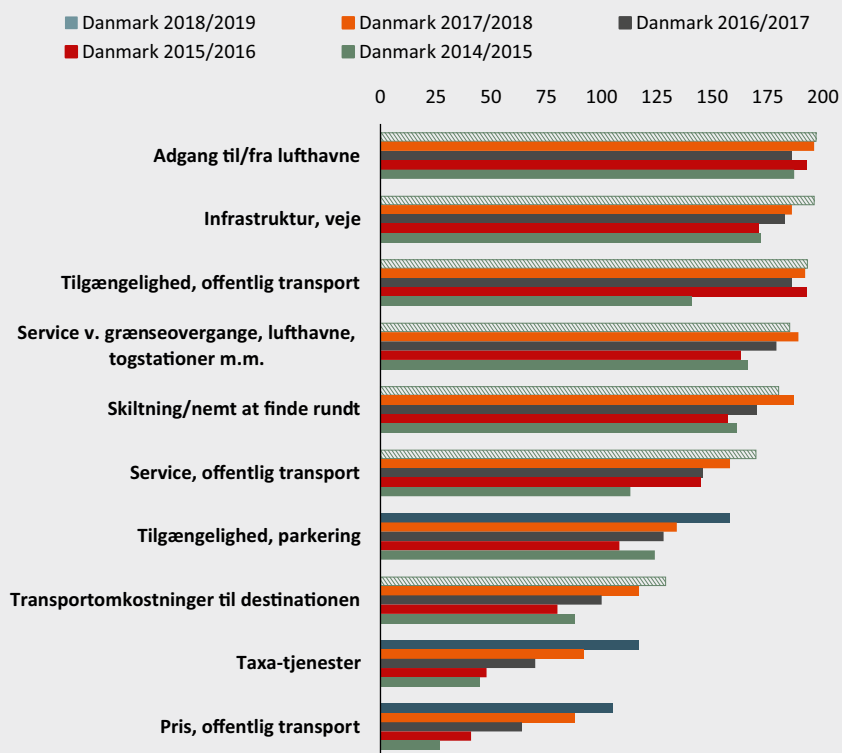
Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

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

Figur 59 neden for viser udviklingen i Danmarks tilfredshedsscorer. Ved sammenligning af scorerne kræves en forskel på 15 point eller mere før forskellen er statistisk signifikant. De øverste bjælker viser tilfredshedsscorerne i 2018/2019. Hvis scorerne i disse år er signifikant bedre end i 2017/2018, er bjælkerne fuldt optrukne. Hvis der ikke er signifikant forskel mellem årene, er bjælkerne skraverede.

Sammenlignes resultaterne i 2018/2019 med 2017/2018, har der flere steder været en positiv udvikling. På tre af de parametre, der beskriver turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur, er der registreret en signifikant positiv udvikling. Turisterne vurderer tilgængelighed til parkering, taxa-tjenester og pris på offentlig transport signifikant højere end sidste år. På ingen af de ti parametre er der registreret et signifikant fald i tilfredsheden.

Figur 59 Danmarks resultater på tilfredshedsparametre vedrørende transport og infrastruktur i 2014/2015 – 2018/2019



Kilde: Travelsat Competitive Index 2018/2019, 2017/2018, 2016/2017, 2015/2016 og 2014/2015. Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.



10. Forhold mellem pris og kvalitet

10 Forhold mellem pris og kvalitet

Et lands markedsposition er blandt andet betinget af landets evne til at levere værdi for pengene. Danmark er et relativt dyrt land at holde ferie i, og det er således afgørende for konkurrencepositionen, at dansk turisme formår at levere et produkt, hvor turisterne oplever, at de får værdi for pengene. I dette kapitel klarlægges turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet.

Kapitlet indledes med en oversigt over prisniveauet på forbrugsvarer og serviceydelser i landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt for at skabe en kontekstforståelse til turisternes oplevelse af pris og kvalitet. Dernæst ses på 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 Nordeuropa og Norden.

Opsummering

Prisniveauet i Danmark

- Danmark havde sammen med Norge det højeste prisniveau for forbrugsvarer og serviceydelser i det nordeuropæiske konkurrentfelt i 2018.

Turisternes oplevelse af pris og kvalitet

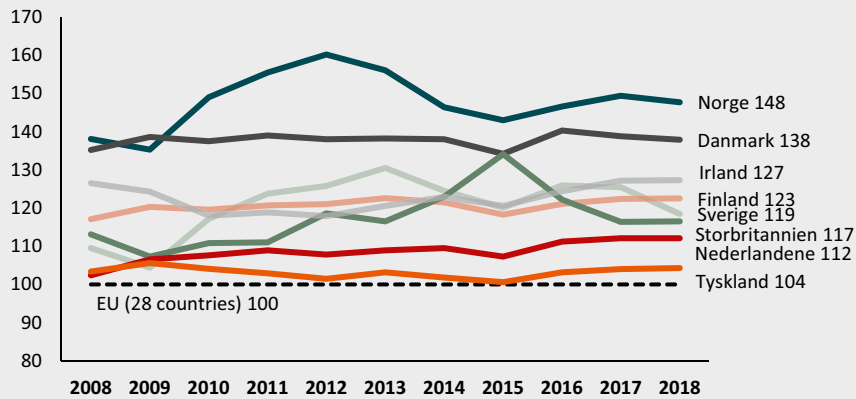
- Turisterne – både de danske og udenlandske - i Danmark er generelt mere tilfredse med den overordnede ferieoplevelse end med feriens pris i forhold til kvalitet.
- Danmark ligger på niveau med Norden, men lavere end Nordeuropa, hvad angår de udenlandske turisternes tilfredshed med den overordnede værdi for pengene.
- Danmark har det seneste år rykket sig positivt på tilfredsheden med parameteret "pris for offentlig transport".
- Danmark evalueres bedre end Norden og Nordeuropa på parametrene "transportomkostninger til destinationen" og "pris for offentlig transport".
- Danmark klarer sig generelt godt i Norden, hvor Danmark scorer på niveau med eller højere end det nordiske konkurrentfelt på samtlige parametre undtagen "værdi for pengene i forbindelse med shopping".
- På parametrene "pris for historiske seværdigheder og museer" samt "værdi for pengene i forbindelse med shopping" scorer Danmark lavere end det nordeuropæiske gennemsnit.

10.1 Prisniveauet i Danmark

Af figur 60 fremgår 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 2018 det højeste prisniveau i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Samtlige nordeuropæiske lande ligger over EU-gennemsnittet.

I forhold til gennemsnittet i EU har Danmarks prisniveau ligget relativt stabilt i den betragtede periode fra 2008 til 2018, mens både Norge og Sverige har oplevet udsving i prisudviklingen.⁴⁹

Figur 60 Sammenligning af udviklingen i prisniveauet i udvalgte nordeuropæiske lande, 2008-2018



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

10.2 Turisternes oplevelse af pris og kvalitet

Såvel danske som udenlandske turister i Danmark er generelt mere tilfredse med den overordnede ferieoplevelse end med feriens pris i forhold til kvalitet (jf. tabel 30). 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 både 2014 og 2017, hvor VisitDenmark har gennemført Turistundersøgelsen blandt danske og udenlandske turister på ferie med overnatning i Danmark.

Tabel 30 Danske og udenlandske ferieturisters tilfredshed, 2014 og 2017

	2014			2017		
	Alle	Danske	Uden-landske	Alle	Danske	Uden-landske
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.

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

10.2.1 Oplevelse af pris og kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet

Tabel 31 viser turisternes oplevelse af balancen mellem pris og kvalitet på forskellige elementer, der vedrører ferien i Danmark, sammenlignet med det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.⁵⁰ Scorene er inddelt i kategorierne Elite, Høj, Ok, Lav og Meget lav.

Første kolonne i tabellen lister en række tilfredshedsparametre. Næste kolonne viser, hvilke scorer Danmark har fået på parametrene, og af indekskolonnen fremgår det, hvilken kategori som scoren ligger indenfor. I de sidste to kolonner sammenlignes Danmarks scorer med gennemsnittet i henholdsvis 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 seks 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 parametre undtaget værdi for pengene i forbindelse med shopping.

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

⁵⁰ Kapitel 8 indeholder flere parametre om turisternes tilfredshed.

Tabel 31 Udenlandske turisters tilfredshed med parametre, som måler prisoplevelsen

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Værdi for pengene, overnatning	145	Ok score: 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	-	-
Transportomkostninger til destinationen	129		+29	+19
Værdi for pengene, hele opholdet	127		-	-27
Pris, historiske seværdigheder og museer	118		-	-16
Værdi for pengene, spisesteder	106		-	-
Pris, offentlig transport	105	Lav score: 0-100 Inkonsistent oplevelser af kvalitet i forhold til forventninger	+37	+21
Pris, fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)	74		+20	-
Værdi for pengene, shopping	45		-15	-58

Kilde: Travelsat Competitive Index 2018/2019.

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.

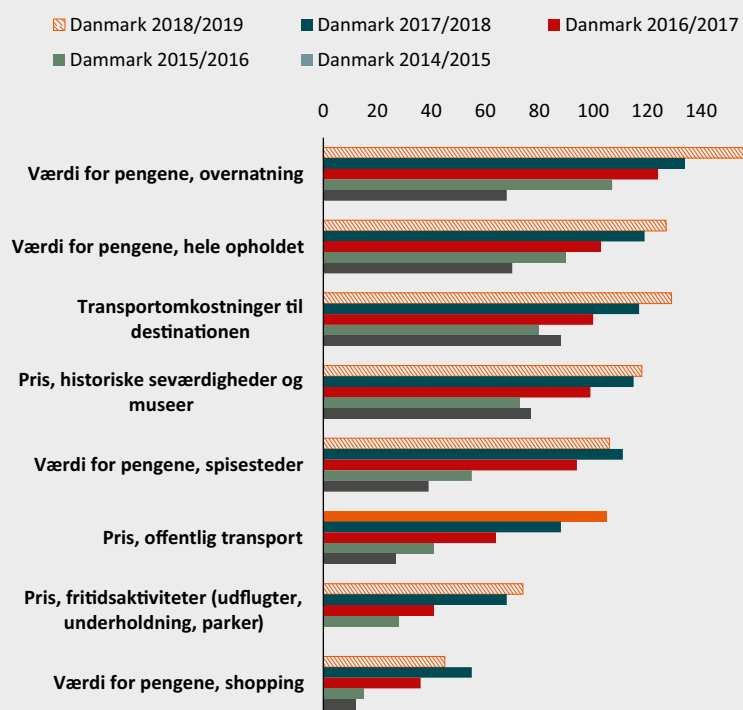
Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Figur 61 viser udviklingen i Danmarks scorer på en række tilfredshedsparemetre. Ved sammenligning af scorerne kræves en forskel på mindst 15 point, før forskellen er statistisk signifikant.

De øverste bjælker viser tilfredshedsscorerne i 2018/2019. Hvis scorerne i 2018/2019 er signifikant forskellige fra scorerne i 2017/2018, er bjælkerne fuldt optrukne. Hvis der ikke er signifikant forskel, er bjælkerne skraverede.

På et af de otte parametre er der sket en signifikant forbedring af den danske score i 2018/2019 sammenlignet med året før. Det drejer sig om parameteret "pris for offentlig transport". På de øvrige parametre er niveauet uændret fra 2017/2018 til 2018/2019.

Figur 61 Udvikling i Danmarks resultater på parametre, som måler prisoplevelsen



Kilde: Travelsat Competitive Index 2018/2019, 2017/2018, 2016/2017, 2015/2016 og 2014/2015. Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.



11. Konkurrencedygtigt turismeerhverv

11 Konkurrencedygtigt turismeerhverv

I den globale konkurrence om at tiltrække turister skal Danmark 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.

I dette kapitel undersøges 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 medarbejderomkostningsniveau, efterspørgsel efter arbejdskraft samt evnen til at investere og generere overskud. Momssatser og -fradrag, elpriser, produktivitet og medarbejderomkostningsniveau sammenlignes med det nordeuropæiske konkurrentfelt bestående af Sverige, Norge, Finland, Storbritannien, Irland, Tyskland og Nederlandene.

Kapitlet indeholder desuden en gennemgang af udviklingen i overskuds- og investeringsgraden inden for de turismerelaterede erhverv. Afslutningsvis er medtaget en oversigt over til- og afgangene 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 restaurationsydelser. Den generelle moms på varer og tjenesteydelser er 25 pct. Dette er en relativ høj sats sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Elpriser

- I 2018 var den samlede elpris for en virksomhed med et elforbrug mellem 20 og 500 MWh i alt 76 øre pr. kWh inklusive elpris og levering samt afgifter.

Omsætning

- Inden for de fleste turismerelaterede brancher er omsætningen målt i løbende priser steget siden 2008.

Produktivitet

- Der er generelt en lav produktivitet inden for turismeerhvervet sammenlignet med det øvrige erhvervsliv. 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.
- I 2018 var den gennemsnitlige timeløn for medarbejdere inden for overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder i Danmark på 208,3 kr. Det er lavere end i det øvrige danske erhvervsliv, men højere end i det nordeuropæiske konkurrentfelt med undtagelse af Norge.

- Turismeerhvervet oplever problemer med at rekruttere arbejdskraft. Inden for hotel og restauration var der i første halvår 2018 i alt 5.230 forgæves rekrutteringer.
- I turismeerhvervet har der været en stigning i antallet af fuldtidsbeskæftigede udlændinge fra godt 11.000 i 2008 til knap 22.000 i 2018.
- Turismeerhvervet har de seneste år oplevet en stabil og positiv udvikling i beskæftigelsen, og der er overordnet set positive forventninger til fremtiden. I turismeerhvervet ser man mere positivt på fremtiden end i det øvrige erhvervsliv. Mere end hver tiende virksomhed oplever dog mangel på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor.

Overskud og investering

- De turismerelaterede brancher havde i 2017 samlet set en overskudsgrad på 7,0 pct. Det er lidt under niveauet for det øvrige erhvervsliv.
- I 2017 havde de turismerelaterede brancher en investeringsgrad på 7,1 pct., hvilket er markant over niveauet i det øvrige erhvervsliv.

Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

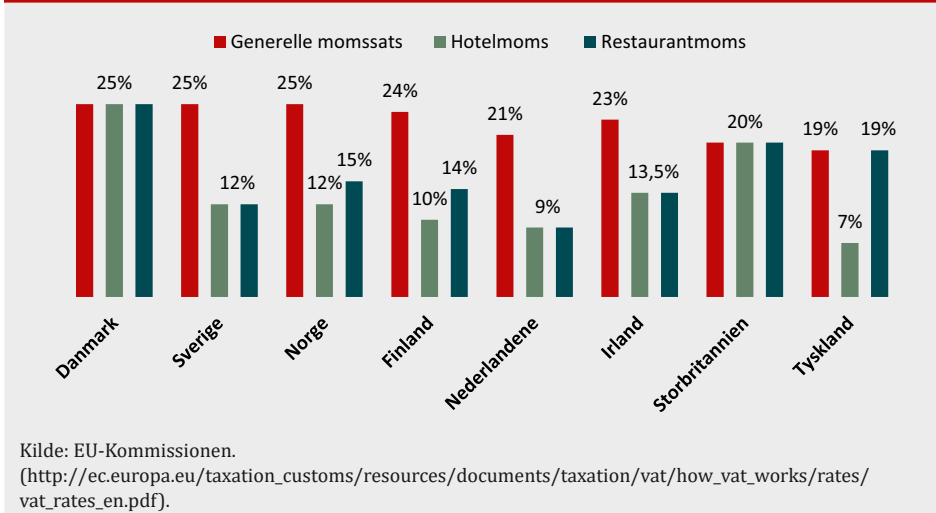
- I 2017 var der lidt flere nystartede end ophørte virksomheder. Således blev der etableret 2.446 nye turismevirksomheder, mens 2.323 ophørte med at eksistere.
- Antallet af konkurser blandt virksomheder inden for turismeerhvervet er steget med 6,9 pct. fra 2017 til 2018. Inden for det øvrige serviceerhverv steg antallet af konkurser med 10,3 pct. i den tilsvarende periode.

11.1 Momssatser og -fradrag

Enhedsmomssatsen på varer og tjenesteydelser i Danmark er 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 62 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 62 Momssatser i Danmark sammenlignet med udvalgte nordeuropæiske lande, 2019



11.1.1 Momsfradrag

I 2015 blev momsfradraget for hotelovernatninger i Danmark forhøjet, så både danske og udenlandske virksomheder fik fuld fradragsret 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.⁵¹

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 momsfritaget. I 2018 blev 36 pct. af de registrerede kommercielle overnatninger i Danmark foretaget i feriehusene.

Momsfradraget for *restaurationsydelser* er 25 pct. i Danmark. I Sverige, Finland, Storbritannien og Tyskland er der 100 pct. momsfradrag på restaurationsydelser, mens Norge, Irland og Nederlandene ikke har momsfradrag for restaurationsydelser.⁵²

Momsreglerne i Danmark gælder for både danske og udenlandske virksomheder.

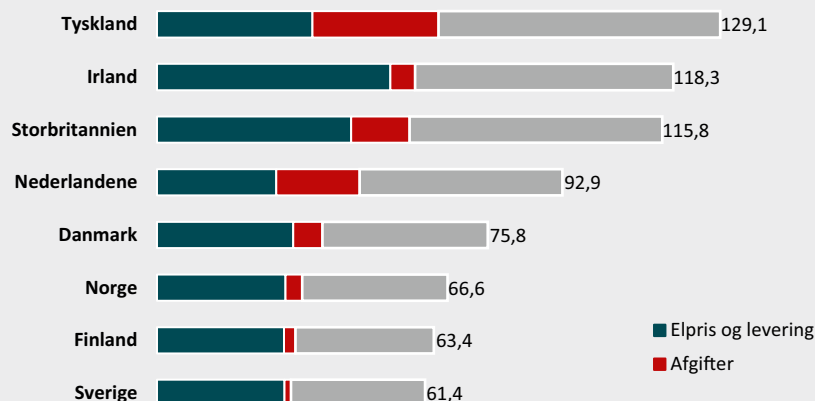
11.2 Elpriser

Figur 63 viser den samlede elpris for en typisk dansk virksomhed med et elforbrug mellem 20 MWh og 500 MWh. Elprisen inklusive afgifter var i 2018 på 76 øre pr. kWh, hvilket er 2 øre højere end i 2017. I Danmark udgør den direkte elpris og levering 62 øre. Hertil kommer tariffer og afgifter på godt 13 øre. Den samlede danske elpris for virksomheder med et elforbrug mellem 20 MWh og 500 MWh er lavere end i Nederlandene, Storbritannien, Irland og Tyskland, men højere end i de øvrige nordeuropæiske lande.

⁵¹ Jf. Deloitte, European VAT Refund Guide 2019.

⁵² Jf. Deloitte, European VAT Refund Guide 2019.

Figur 63 Elpriser for virksomheder med et elforbrug på 20–500 MWh, øre pr. kWh, 2018



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. Elpriserne gælder for momsregistrerede virksomheder med et årligt forbrug mellem 20-500 MWh.

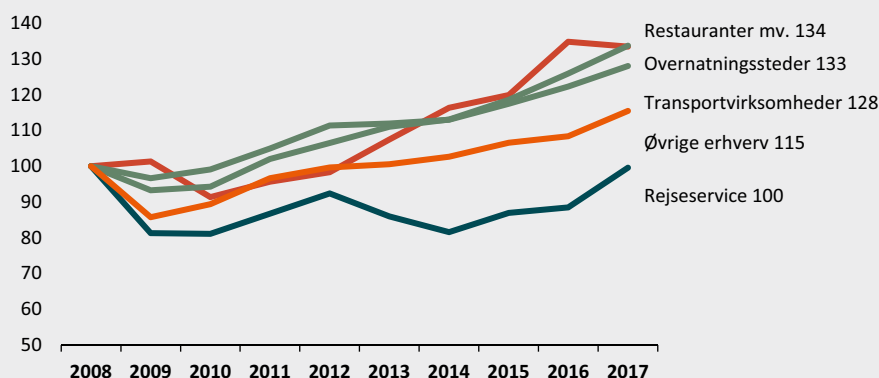
Den angivne elpris er et gennemsnit af virksomhederne inden for forbrugsintervallet, og der kan dermed være forskel på den faktiske elpris virksomhederne imellem. Virksomheder med høje elforbrug har ofte bedre muligheder for at forhandle særlige prisaftaler med sine leverandører end virksomheder med lave elforbrug. Det kan medføre prisforskelle. I Danmark afhænger energiafgifterne desuden af, hvorvidt forbrugeren er momsregistreret, hvordan den brugte energi er produceret, og til hvilke formål energien anvendes.

11.3 Omsætning

Figur 64 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 bidrager med.

Fra 2008 til 2017 har der været en positiv udvikling i omsætningen målt i løbende priser inden for en række turismerelaterede brancher. Rejseservice er med en vækst på 13 pct. den branche, der har oplevet den største stigning i omsætningen fra 2016 til 2017 og er tilbage på niveauet i 2008.

Figur 64 Omsætning fordelt på underbrancher, 2008-2017. Indeks 2008 = 100



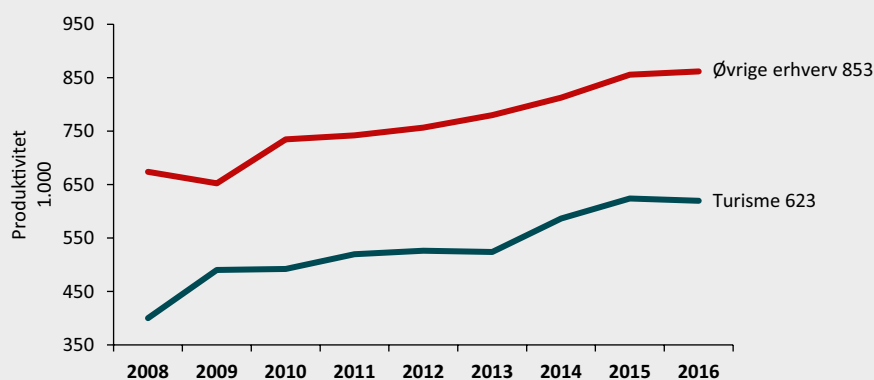
Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2008-2017.

Anm.: Den offentlige sektor er udeladt – både inden for de turismerelaterede brancher og øvrige brancher. Tilsvarende er omsætningen for forlystelsesparker, museer m.v. udeladt, da tallene er behæftet med usikkerhed.

11.4 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 65). Produktiviteten ligger dog fortsat på et noget lavere niveau end i det øvrige erhvervsliv. Det skyldes blandt andet, at de turismerelaterede brancher generelt er meget arbejdskraftintensive og har et forholdsvis lavt kapitalapparat.

Figur 65 Produktivitet (bruttoværditilvækst/fuldtidsbeskæftigede), DKK, 2008-2016*



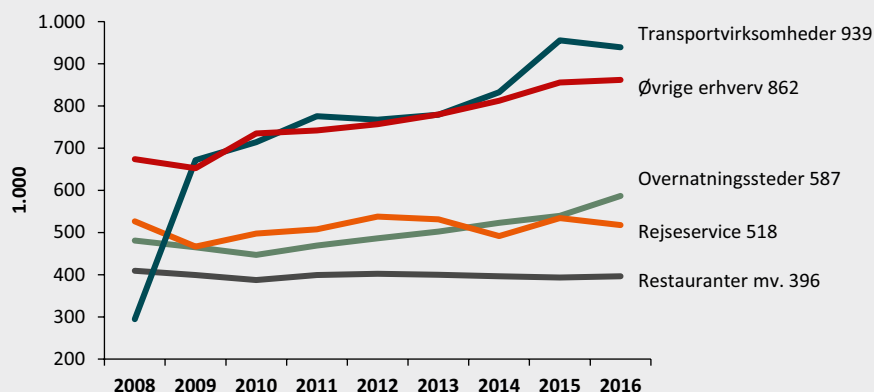
Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2008-2016.

Anm.: Produktivitet beregnes som bruttoværditilvækst pr. årsværk.

* Seneste tal er fra 2016, da 2017-tallene ikke er offentliggjorte pr. 15. oktober 2019.

Udviklingen i produktiviteten inden for en række turismerelaterede brancher har været relativ stabil i perioden 2009 til 2016 (jf. figur 66). I denne periode har den mest positive produktivitetsudvikling fundet sted inden for transportvirksomheder.

Figur 66 Produktivitet fordelt på underbrancher, (værditilvækst/ fuldtidsbeskæftigede), DKK, 2008-2016*



Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2008-2016.

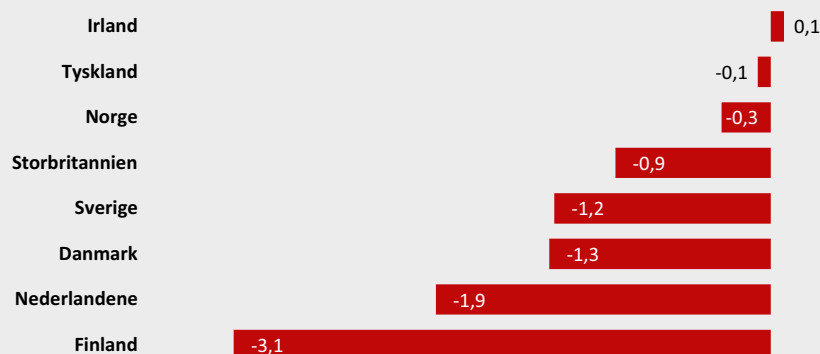
Anm.: Produktivitet beregnes som værditilvækst pr. årsværk.

* Seneste tal er fra 2016, da 2017-tallene ikke er offentliggjorte pr. 15. oktober 2019.

Det er relevant at sammenligne produktiviteten i danske turismevirksomheder med produktiviteten i det nordeuropæiske konkurrentfelt. I figur 67 sammenlignes produktivitetsvæksten, da der er betydelige usikkerheder forbundet med at sammenligne produktiviteten i enkeltbrancher på tværs af lande.

Generelt opgøres produktivitetsvæksten i turismeerhvervet ikke for de respektive lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt, men hvis man sammenligner produktivitetsvæksten i hotel- og restaurationsbranchen, fremgår det, at samtlige lande 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. Udviklingen skal ses i sammenhæng med, at de nordiske lande kommer fra et meget højt niveau med en høj produktivitetstilvækst pr. time.

Figur 67 Produktivitetsvækst, real BVT pr. time, gns. årlig vækst, 2008-2016*, hotel- og restaurationsbranchen



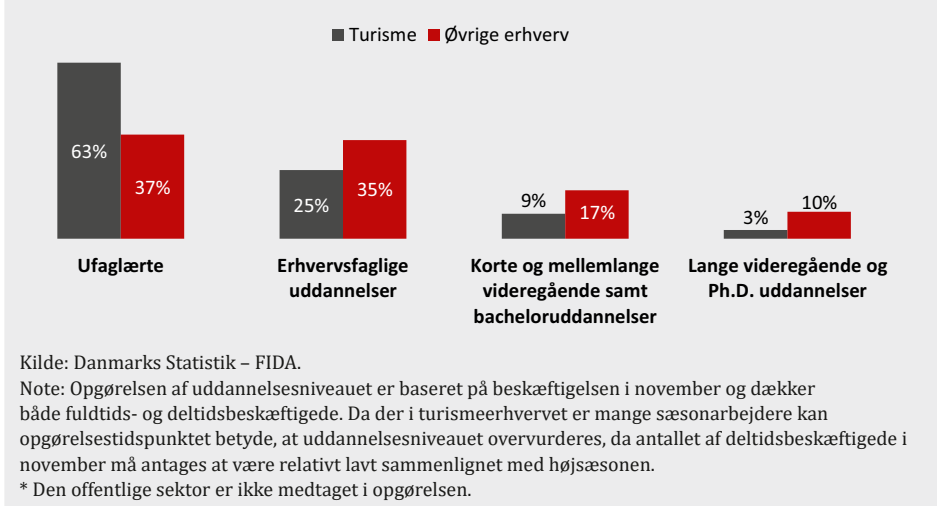
Kilde: Eurostat.

* Seneste tal er fra 2016, da 2017-tallene ikke er offentliggjorte pr. 15. oktober 2019.

11.5 Arbejdsmarked

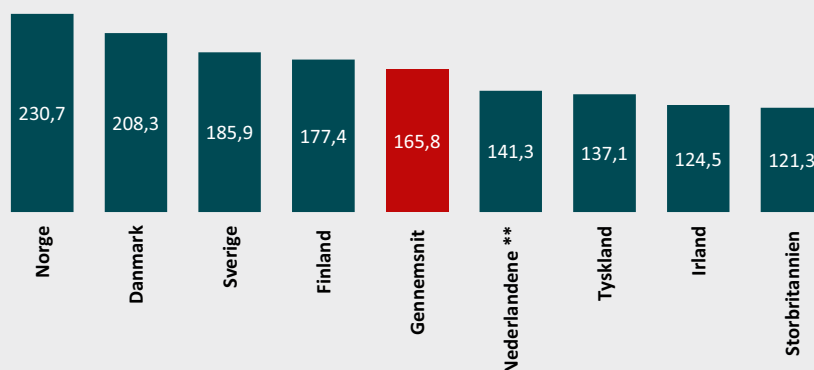
Forskellen i produktivitsniveauet i turismeerhvervet og det øvrige erhvervsliv kan skyldes uddannelsessammensætningen. Således er der en markant højere andel ufaglærte i turismeerhvervet sammenlignet med det øvrige erhvervsliv (jf. figur 68).

Figur 68 Uddannelsesniveau* i turismeerhverv og øvrige erhvervsliv, 2017



I turismeerhvervet udgør udgifterne til lønninger en væsentlig del af de samlede udgifter, hvorfor lønniveauet har stor betydning for erhvervets konkurrenceevne. I Danmark er medarbejderomkostningerne for medarbejdere inden for overnattingsfaciliteter og restaurationsvirksomhed 208,3 kr. pr. arbejdstime (jf. figur 69). Til sammenligning ligger det gennemsnitlige niveau for medarbejderomkostninger i Nordeuropa på 165,8 kr. pr. arbejdstime. Det koster således de danske overnattingsfaciliteter og restaurationsvirksomheder mere at have ansatte end det gennemsnitlige niveau i Nordeuropa.

Figur 69 Medarbejderomkostninger i turismeerhvervet* i Danmark og Danmarks konkurrentfelt, DKK, 2018



Kilde: Dansk Arbejdsgiverforening.

(<http://intstat.da.dk/home/niveauer>).

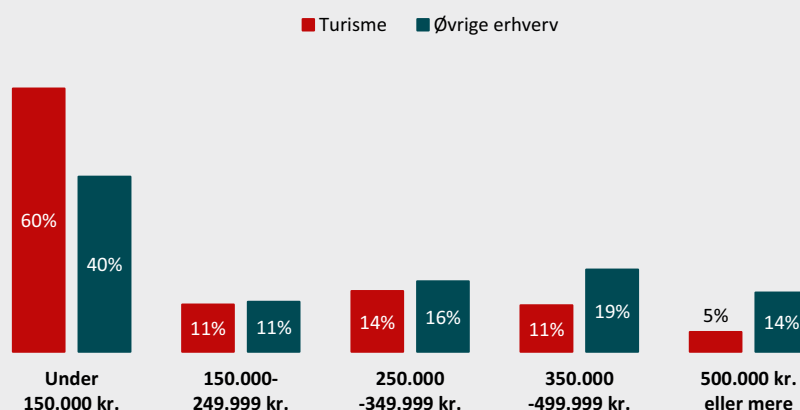
* Turismeerhvervet er her defineret som overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder.

** Tallet er fra 2017. 2018-tallene er ikke offentliggjorte pr. 15. oktober 2019.

Sammenlignet med det øvrige erhvervsliv er det danske turismeerhverv kendetegnet ved en større andel beskæftigede med en årsindkomst på under 150.000 kr. (jf. figur 70). Andelen med en indkomst mellem 150.000 kr. og 249.999 kr. er stort set ens, mens andelen af beskæftigede med en årsindkomst på 250.000 kr. eller mere er større i det øvrige erhvervsliv.

Den høje andel med en årsindkomst under 150.000 kr. inden for turismeerhvervet kan være resultatet af et lavt uddannelsesniveau (jf. figur 68). Samtidig kan en del af forklaringen på den høje andel med et lavt løn- og/eller uddannelsesniveau i turismeerhvervet være, at erhvervet har relativt mange del- og fritidsansatte.

Figur 70 Lønniveau i turismeerhverv* og øvrige erhvervsliv, DKK, 2017



Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2017.

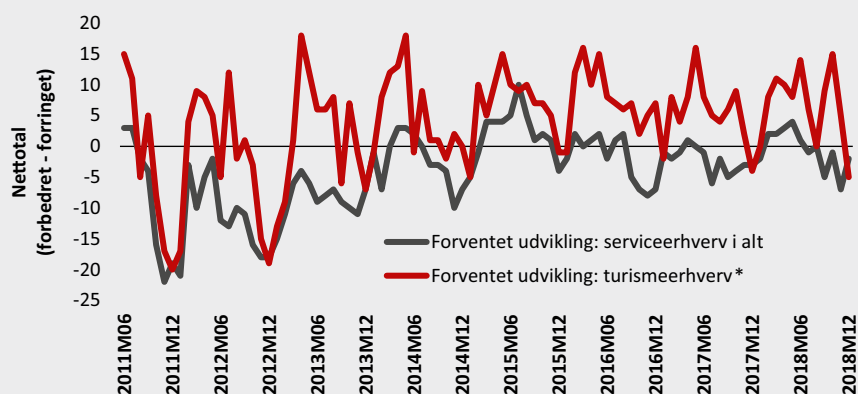
Note: Der indsamles kun data for virksomheder med flere end ni ansatte. Personer, hvis løn udbetales af det, er ikke medtaget.

* Turismeerhverv omfatter overnatningssteder, rejseservice, restauranter mv. samt transportvirksomheder.

Figur 71 og 72 viser de danske virksomheders vurdering af den forventede og faktiske beskæftigelsesudvikling i egen virksomhed inden for en tre måneders periode. Nettotalerne var forholdsvis svingende 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 har forventninger til og oplever stigende beskæftigelse.

Graferne for turismeerhvervet udviser nogle fluktuationer over året, som fortrinsvis kan forklares med sæsonudsving. Det fremgår samtidig, at både den forventede og faktiske beskæftigelsesudvikling generelt ligger højere for turismeerhvervet sammenlignet med hele serviceerhvervet.

Figur 71 Vurdering af den forventede beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, juni 2011 – december 2018

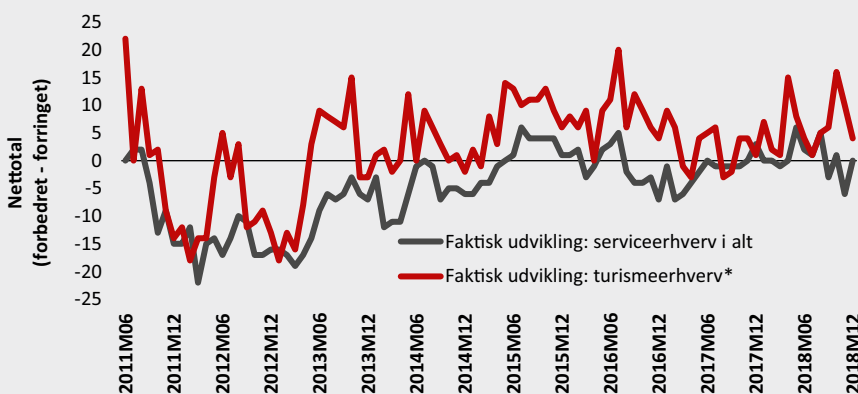


* Turismeerhverv omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer.

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 72 Vurdering af den faktiske beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, juni 2011 – december 2018



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

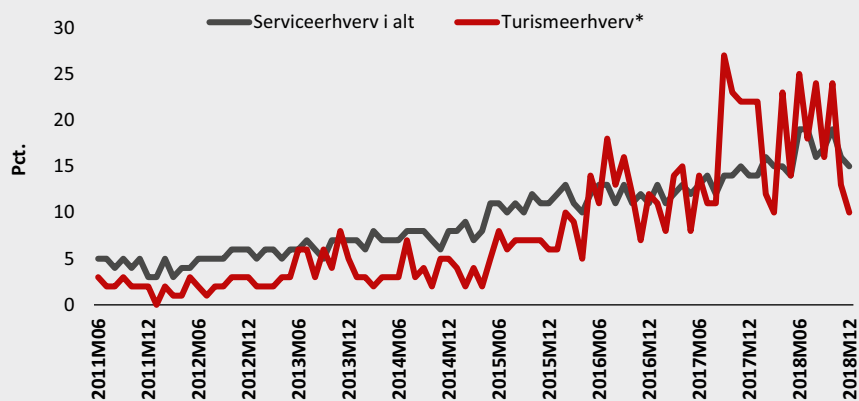
Kilde: Danmarks Statistik.

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.

Overordnet set har virksomhederne 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 73 viser virksomhedernes oplevelse af mangel på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor. Såvel turisme- som serviceerhvervet har siden 2014 i stigende grad oplevet manglen på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor. Niveauet inden for turismeerhvervet fluktuerer noget mere end i serviceerhvervet generelt og afspejler blandt andet sæsonudsvingene i turismeerhvervet.

Figur 73 Vurdering af produktionsbegrænsningerne i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, juni 2011 – december 2018



* 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 for hele servicesektoren. Udvalget er repræsentativt for de enkelte brancher.

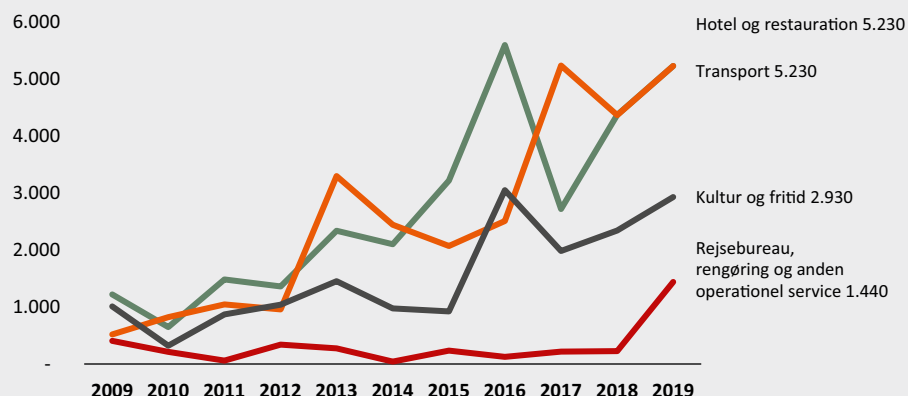
Svarprocenter er ca. 80 pct.

De danske virksomheder har generelt oplevet en stigning i antallet af forgæves rekrutteringer siden 2009. I første halvår 2009 oplevede det samlede erhvervsliv godt 21.000 forgæves rekrutteringer. Antallet er steget til godt 64.000 i første halvår 2019.

Turismeerhvervet har oplevet en tilsvarende udvikling (jf. figur 74). Inden for hotel og restauration var der i første halvår 2019 i alt 5.230 forgæves rekrutteringsforsøg. På samme tidspunkt i 2008 lå antallet på 1.221.⁵³

⁵³ Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering har i efteråret 2018 ændret dataindsamlingsmetode. Der er i den forbindelse ændret i branchedefinitionerne.

Figur 74 Udviklingen i antal forgæves rekrutteringer for udvalgte brancher, første halvår, 2009-2019

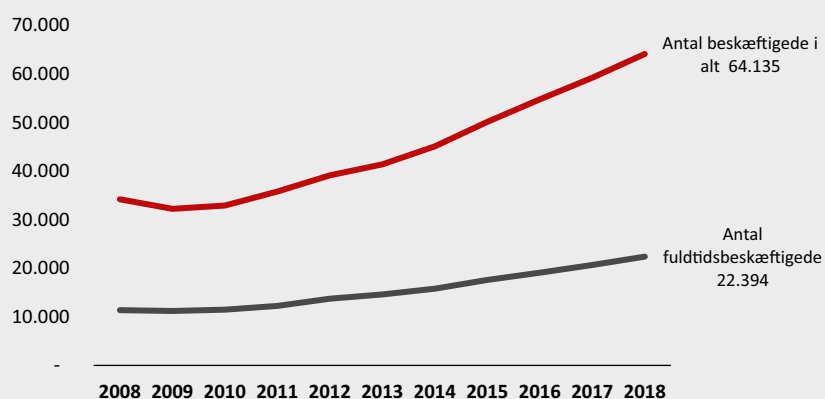


Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR).

Anm.: 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.

De seneste år har det danske arbejdsmarked oplevet faldende ledighed og flere forgæves rekrutteringsforsøg. Det har blandt andet betydet, at virksomhederne i stigende grad benytter udenlandsk arbejdskraft. Fra 2008 til 2018 er antallet af udenlandske statsborgere med arbejde i Danmark steget med 61 pct. fra godt 134.000 i 2008 til knap 216.000 fuldtidsbeskæftigede udlændinge i 2018. Inden for turismeerhvervet er der sket en tilsvarende vækst fra godt 11.000 fuldtidsbeskæftigede udlændinge i 2008 til knap 22.000 fuldtidsbeskæftigede udlændinge i 2018 (jf. figur 75).⁵⁴

Figur 75 Udenlandsk arbejdskraft beskæftiget i dansk turisme, 2008-2018



Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR).

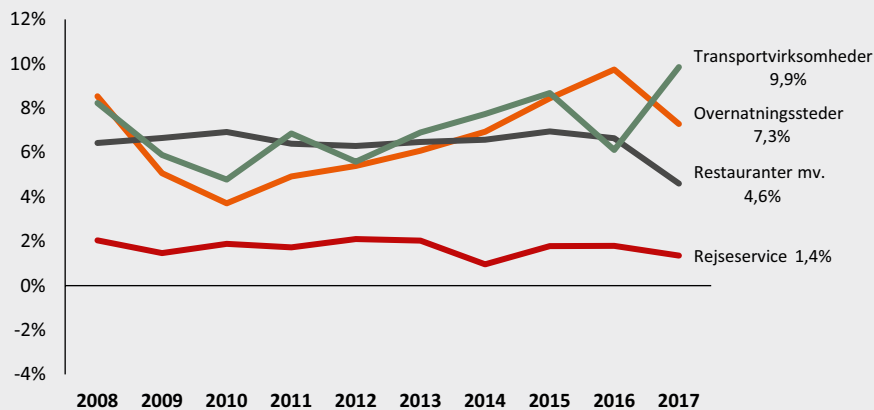
11.6 Overskud og investering

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 2017 på 7,0 pct., hvilket er lidt under niveauet på 7,4 pct. i det øvrige erhvervsliv.

⁵⁴ 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 høj overskudsgrad, der imidlertid faldt i 2017 til 7,3 pct. (jf. figur 76). Transportvirksomhederne har haft en fluktuerende overskudsgrad, som i 2017 steg i forhold til året før. Restauranter mv. har i en årrække haft en stabil overskudsgrad, der dog i 2017 faldt til 4,6 pct. Rejseservice har siden 2008 haft en overskudsgrad på under 2 pct.

Figur 76 Udvikling i turismerelaterede erhvervs overskudsgrad (ordinært resultat/omsætning), 2008-2017

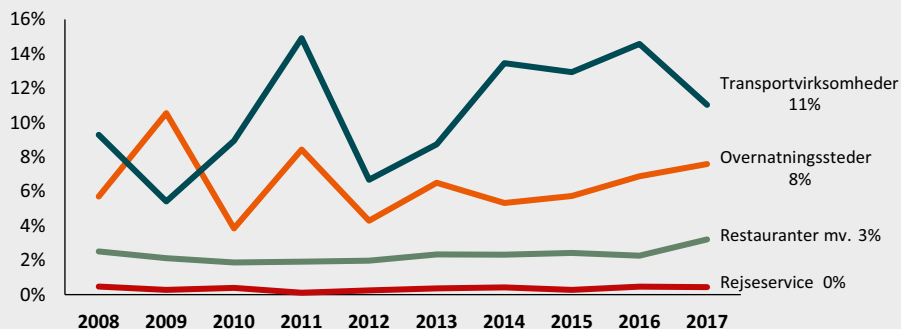


Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2008-2017.

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.

Inden for de turismerelaterede brancher var den gennemsnitlige investeringsgrad samlet set 7,1 pct. i 2017, hvilket fortsat er markant over det øvrige erhvervsliv. Investeringsgraden i turismeerhvervet er faldet lidt i forhold til 2016, hvor den lå på 8,5 pct. Inden for turismen er det fortsat transportvirksomheder, som har den højeste investeringsgrad (jf. figur 77).

Figur 77 Udvikling i turismerelaterede erhvervs investeringsgrad (investeringer/nettoomsætning), 2008-2017



Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2008-2017.

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

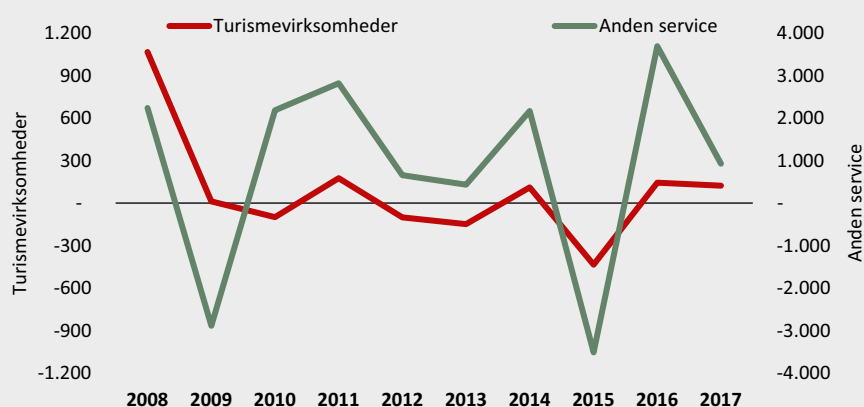
11.7 Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

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 modsat 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. Billedet i både 2009 og 2015 var det modsatte med flere ophørte end nystartede virksomheder.

Figur 78 Difference mellem antal nystartede og ophørte virksomheder, 2008-2017



Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik.

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

Tabel 32 viser antallet af konkurser inden for turismesektoren og de øvrige serviceerhverv samlet set. Antallet af konkurser inden for turismevirksomheder var højest i 2010 og lavest i 2015. Fra 2017 til 2018 steg antallet af konkurser inden for turismesektoren med 6,9 pct., mens den øvrige servicesektor oplevede en stigning på 10,3 pct.

Tabel 32 Antal konkurser*, 2009-2018

	2009	2010	...	2015	2016	2017	2018	Udv. 2017-2018 (pct.)
Turisme- virksomheder	281	289		225	264	245	262	+6,9 %
Øvrige service- virksomheder	1.048	1.040		573	760	774	854	+10,3 %

Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik.

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



12. Temaanalyse: Turisme og bæredygtighed

12 Temaanalyse: Turisme og bæredygtighed

Opsummering

Den globale dagsorden

- FN's 17 verdensmål har sat scenen for den bæredygtige udvikling frem mod 2030. Særligt fem af de 17 verdensmål har relevans for turismen.
- FN's turismeorganisation (UNWTO) anbefaler, at der i arbejdet med bæredygtig turisme fokuseres på både de økonomiske, miljømæssige og sociale aspekter.

Monitorering af bæredygtig turisme

- European Travel Commission (ETC) arbejder hen mod et fælles sæt af internationale indikatorer, som muliggør en sammenligning af den bæredygtige udvikling på tværs af lande.

Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme

- Mellem 20 pct. og 38 pct. af befolkningerne i Tyskland, Norge, Sverige, Storbritannien og Nederlandene forventer, at bæredygtige hensyn vil påvirke deres fremtidige rejsevalg.
- Sammenholdt med andre konkrete rejsemotiver ser bæredygtighed dog ikke ud til at være udslagsgivende for rejsevalget.
- Danmark vurderes generelt som en bæredygtig destination på udvalgte områder.
- Blandt de danske turister svarer 15 pct., at de forventer, at bæredygtige hensyn vil påvirke deres næste rejsevalg.
- Otte ud af 10 beboere i København er overordnet set tilfredse med turismen, om end nogle mener, at den bør spredes ud fra indre by. 67 pct. angiver, at de aldrig oplever problemer relateret til turisme.

12.1 Den globale dagsorden

FN's verdensmål fra 2015 sætter en ambitiøs dagsorden for en bæredygtig udvikling i såvel udviklings- som industrialiserede lande frem mod 2030. Verdensmålene består af 17 konkrete mål og 169 delmål, som forpligter FN's 193 medlemslande til at arbejde mod en mere bæredygtig udvikling.

I løbet af de seneste 20 år er turismen på verdensplan mere end fordoblet til samlet set knap 1,4 mia. internationale turistankomster i 2018⁵⁵, og væksten i den globale turismesektor forventes at fortsætte frem mod 2030 med en gennemsnitlig årlig vækstrate på knap 3,3 pct. Det svarer til 1,8 mia. internationale turistankomster i 2030. De seneste års store fremgang i den globale turisme samt forventningen om fortsat vækst frem mod 2030 skaber øget international og lokal opmærksomhed på turismens negative effekter på miljø og lokalsamfund. Samtidig er turismen verden over en vigtig kilde til både vækst og beskæftigelse. I mange områder udgør turismen den primære indtægtskilde for lokalsamfundet og et væsentlig bidrag til landenes BNP.

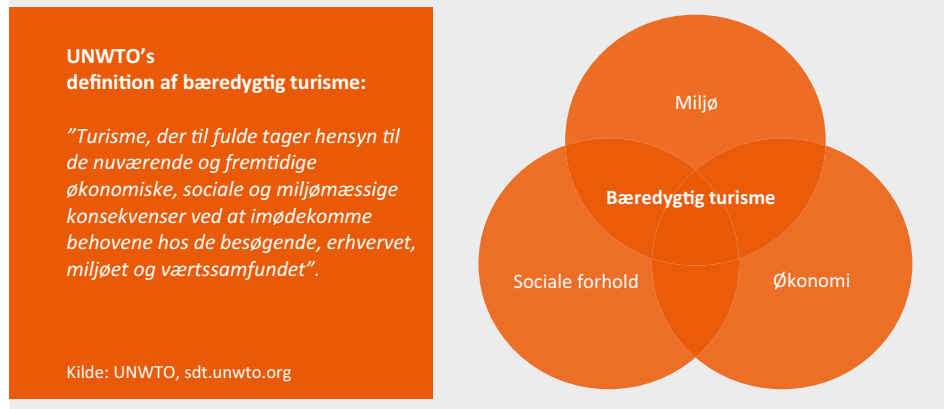
⁵⁵ Kilde: UNWTO

For at favne flere dimensioner i drøftelserne af bæredygtig turisme arbejder FN's internationale turismeorganisation (UNWTO) med en tredobbelt bundlinje ved bæredygtig turisme. Udviklingsdagsordenen fokuserer simultant på turismens økonomiske, miljømæssige og sociale forhold (jf. figur 79).

UNWTO fremhæver turismens store betydning og både de positive og negative effekter heraf. Ved at monitorere og styre turismen kan man maksimere de positive effekter og minimere den negative betydning inden for de tre dimensioner.

- Af økonomiske forhold kan nævnes beskæftigelsen og økonomiske indtægter forbundet med turismen.
- Af væsentlige sociale forhold kan presset på lokalområdet samt lokalbeboernes tilfredshed og glæde ved turismen fremhæves.
- Af miljømæssige forhold fremhæves turismens betydning på vandmiljø, affaldshåndtering og energiforbrug (herunder CO₂-udledning).

Figur 79 De tre dimensioner af bæredygtig turisme



De 17 verdensmål omhandler mange forskellige samfundsforhold, der ikke alle har direkte relevans for turismen. UNWTO har foretaget en undersøgelse blandt sine medlemslande, hvor hovedparten har fremhævet nedenstående verdensmål som særligt relevante for turismens globale bæredygtighedsindsats:



Kilde: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

Der vil naturligt være forskelle i vægtningen af målene land til land, by til by og turismeaktør til turismeaktør. I mindre velstående områder kan der eksempelvis forventes et stort fokus på verdensmål 8: Anstændige jobs og økonomisk vækst, hvor der i områder med sårbare havmiljøer (fx koralrev) kan forventes et stort fokus på verdensmål 14: Livet i havet.

12.2 Monitorering af bæredygtig turisme

For at sikre en forsat værdiskabelse i dansk turisme er der behov for en balanceret og bæredygtig turismeudvikling, som både tager højde for økonomiske, sociale og miljømæssige forhold. Denne tredimensionelle udviklingsdagsorden øger tilsvarende behovet for nye indsigter om bæredygtig turisme og redskaber til monitorering af den bæredygtige turismeudvikling. Vidensindsamling og -deling samt monitorering af udviklingen indgår af samme grund i verdensmål nr. 12: Ansvarligt forbrug og produktion.

Internationale organisationer som OECD, UNWTO og ETC arbejder mod et fælles sæt af internationale indikatorer, som muliggør en sammenligning på tværs af lande. VisitDenmark bidrager til udvikling og identifikation af indikatorer i samarbejde med de ovennævnte organisationer enten i form af dataleverancer og/eller metodeudvikling. Samtidig arbejder flere lande på at udvikle specifikke indikatorer for deres konkrete turismeprodukt. I Metodeudvalget under Det Nationale Turismeforum for dansk turisme arbejdes der på begge spor for både at sikre muligheder for sammenligning og samtidig tage højde for særlige danske forhold.

ETC-indikatorer for monitorering af bæredygtig turisme

ETC har foreløbigt fastsat 12 indikatorer på tværs af de tre dimensioner, som på sigt helt eller delvist forventes at kunne anvendes af organisationens 33 medlemslande, herunder Danmark.

Udviklingen af indikatorerne pågår fortsat, men foreløbig er der fokus på følgende:

- Turismeintensiteten
- Turismetæthed
- Turisternes tilfredshed,
- De lokale beboeres tilfredshed
- Sæson: overnatninger per måned
- Sæson: andel i højsæson
- Kapacitetsudbud (senge) per indbygger
- Døgnforbrug
- Opholdslængde
- Beskæftigelseseffekter
- CO₂-aftryk*
- Certificeringer på overnatningssteder*

* Det bemærkes, at de nærmere definitioner af særlig de miljøtekniske indikatorer såsom CO₂-aftryk og certificeringer fortsat er uafklarede.

Det tilsigtes, at alle indikatorer kan anvendes på både nationalt, regionalt og lokalt niveau. Datagrundlaget vurderes i vid udstrækning at være tilgængeligt for dansk turisme fra overnatningsstatistikken fra Danmarks Statistik, VisitDenmarks Turistundersøgelse og Turismens økonomiske betydning i Danmark samt statistik fra Green Key suppleret med ad hoc-dataindsamlinger blandt lokalbeboere i udvalgte områder i tråd med Wonderful Copenhagens befolkningsundersøgelse i København fra 2018.

Særligt i forhold til dansk turisme har Metodeudvalget under Det Nationale Turismeforum foreslået, at Danmarks image- og konkurrencesituation som bæredygtig destination, indikatorer for tilgængelighed til og mobilitet mellem destinationer samt start ups og konkurser blandt turismevirksomheder medtages for at belyse, om turismeudviklingen er bæredygtig. Metodeudvalget vil bidrage med et konkret forslag til indikatorer til fremtidig monitorering af bæredygtighed i statusanalysen.

12.3 Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme

Der er i 2018 og 2019 gennemført en række analyser, som på forskellig vis belyser elementer af bæredygtig turisme. Som led i den årlige image- og potentialeanalyse i foråret 2019 foretog VisitDenmark en måling med fokus på bæredygtighed blandt godt 7.100 borgere i henholdsvis Tyskland, Norge, Sverige, Nederlandene og Storbritannien. Dansk Kyst- og Naturturisme har i samarbejde med VisitDenmark gennemført en tilsvarende analyse på det danske marked.

Formålet med analyserne var at afdække, hvad turisterne forbinder med bæredygtig turisme, hvilke forventninger de har til egen fremtidig rejseadfærd, deres holdning til bæredygtig rejseadfærd på destinationen samt Danmarks image som bæredygtigt rejsemål på udvalgte parametre. Undersøgelsen tager udgangspunkt i holdninger og forventninger, som kan adskille sig fra faktiske handlinger. Mange kan eksempelvis have intentioner om at gøre noget som er positivt ladet (fx en indsats for bæredygtighed), men reelt aldrig handle på det.

12.3.1 Udenlandske turisters syn på bæredygtighed

VisitDenmarks undersøgelse viser, at de internationale turister især relaterer bæredygtig turisme til miljødimensionen i form af klimaudfordringer og CO₂-udledning. På tværs af de fem lande fremhæves det, at bæredygtig turisme primært består i at undgå CO₂-belastende transportformer til destinationerne og dyrke mere bæredygtige aktiviteter på destinationen (fx vandring og cykling). Der er samtidig en del, som associerer bæredygtighed med økologiske fødevarer og et lokalt fokus på naturbeskyttelse, genanvendelse og affaldssortering.

Analysen viser samtidig, at bæredygtighed kun i mindre grad har været et udslagsgivende rejsemotiv ved den seneste rejse sammenholdt med andre konkrete rejsemotiver. Overordnet set svarer en mindre gruppe, at parameteret "grønne løsninger og bæredygtighed" er afgørende for valget af den seneste feriedestination i udlandet. Parametre som "afslapning og rekreation", "værdi for pengene" og "gæstfrihed og tryghed" er derimod i høj grad udslagsgivende for turisternes seneste valg af ferie i udlandet.

I forhold til fremtidige rejsevalg forventer en større gruppe af turister på tværs af de fem lande, at miljøvenlige og bæredygtige hensyn vil få betydning for deres næste ferie. Denne gruppe har størst tyngde i Tyskland og Sverige, hvor de udgør knap fire ud af ti borgere mod godt to ud af ti i Norge, Nederlandene og Storbritannien. Helt konkret udgør gruppen af 38 pct. af borgerne i Tyskland, svarende til 32 mio. tyskere.

Blandt de udenlandske turister er det i overvejende grad kvinder, unge og veluddannede, der fremadrettet vil prioritere bæredygtighed. De har typisk et højere kendskab til Danmark som feriedestination og anser i højere grad end gennemsnittet landet som et attraktivt rejsemål for en fremtidig ferie.

De turister, der påtænker at prioritere bæredygtighed i forbindelse med deres fremtidige valg af feriedestination, er kendetegnet ved, at de:

- værdsætter et udvalg af økologiske fødevarer på feriedestinationen
- overvejer at rejse mindre udenlands af hensyn til miljøet
- værdsætter, at feriedestinationen er engageret i at beskytte miljøet (fx ved brug af elbiler og cykler)
- mener, at de har et ansvar for at beskytte miljøet på feriedestinationen
- er optagede af ikke at forstyrre det lokale liv.

Analysen viser desuden, at Danmark generelt vurderes til at være en bæredygtig destination. Det gælder i særlig høj grad de turister, der kender meget eller noget til landet. Danmark bliver i høj grad forbundet med parametre som "bæredygtighed og grønne løsninger" og "en ren destination med rent vand og uden skrald". Samtidig forbindes landet med "høj livskvalitet og gode levevilkår" og "en følelse af sikkerhed".

12.3.2 Danske turisters syn på bæredygtighed

Dansk Kyst- og Naturturisme foretog i samarbejde med VisitDenmark i foråret 2019 en undersøgelse af danske turisters syn på bæredygtighed, som led i den årlige image- og potentialeanalyse på det danske marked. Undersøgelsen viser, at danske turister - i lighed med de udenlandske turister - associerer bæredygtig turisme med at undgå flyrejser og vælge miljøvenlige transportformer til destinationen med fokus på at minimere CO₂-udledningen. På destinationen forbindes bæredygtighed med økologi, affaldssortering og cykelture.

I alt 15 pct. af danskerne forventer, at bæredygtige og miljøvenlige hensyn vil påvirke deres fremtidige rejsevalg, mens 48 pct. ikke forventer, at miljøhensyn vil påvirke deres rejsevalg fremadrettet.

Når danskerne besøger udenlandske destinationer, føler næsten to tredjedele et ansvar for at beskytte miljøet i det land, de besøger. Hovedparten mener samtidig, at det er vigtigt, at de penge, der bruges på ferien, gavner lokalsamfundet. 17 pct. af danskerne overvejer at rejse mindre udenlandsk af hensyn til miljøet.

12.3.3 Københavnerne og turismen i byen

Som en del af analyseprojektet 10X Copenhagen, der blev lanceret i marts 2019, har Wonderful Copenhagen gennemført en analyse af københavnernes holdninger til turisme. Analysen er baseret på interview med 1.076 københavnere, og analysens resultater er sammenlignet med 13 andre europæiske storbyer.

Analysen viser, at otte ud af ti lokale bakker op om, at København fortsat skal markedsføres for at tiltrække flere turister. Opbakning til turismen kan forklares med, at 73 pct. af de lokale anerkender, at turismen har en positiv effekt på den lokale økonomi, og 62 pct. anser turismen for at have en positiv effekt på byens kultur- og fritidsudbud. Samtidig er 83 pct. af københavnernes stolte over, at rejsende besøger København.

67 pct. af de lokale angiver, at de aldrig oplever problemer relateret til turisme, mens en tredjedel oplever problemer på visse tidspunkter af året eller (næsten) hele året. Det er især beboere i Indre By, der oplever problemer relateret til turisme.

De lokale, som oplever problemer relateret til turisme, angiver trafik som det største problem efterfulgt af problemer med støj og affald. Omkring en tredjedel af københavnernes udtrykker endvidere bekymring for, hvorvidt deleøkonomiske overnatningsformer er til gavn for byen, og omkring en tredjedel af de lokale i København mener, at turismen har en negativ indflydelse på renheden af det offentlige rum.

29 pct. af de lokale anser turismen for at have en negativ indflydelse på miljøet, og analysen viser, at miljø står højest på de lokales dagsorden for turismeudvikling sammen med et ønske om i højere grad at uddanne turisterne i den danske cykelkultur.

Appendiks til kapitel 2: Kommuner i de 18 destinationsselskaber

	Destinationsselskab	Kommuner
1	Wonderful Copenhagen*	Albertslund, Allerød, Ballerup, Brøndby, Dragør, Egedal, Frederiksberg, Frederikssund, Furesø, Gentofte, Gladsaxe, Glostrup, Herlev, Hvidovre, Høje-Taastrup, Hørsholm, Ishøj, København, Lyngby-Taarbæk, Rudersdal, Rødovre, Tårnby, Vallensbæk
2	Destination Vesterhavet	Ringkøbing-Skjern, Varde
3	Den Nordjyske Vestkyst	Hjørring, Holstebro, Jammerbugt, Lemvig, Thisted
4	VisitAarhus	Aarhus, Norddjurs, Randers, Silkeborg, Skanderborg, Syddjurs, Viborg
5	Destination Trekanten	Billund, Fredericia, Kolding, Middelfart, Vejen, Vejle
6	Destination Fyn	Assens, Faaborg-Midtfyn, Kerteminde, Langeland, Nordfyn, Nyborg, Odense, Svendborg, Ærø
7	Destination Sydvestjylland	Esbjerg, Fanø, Tønder
8	Destination North Denmark	Aalborg, Brønderslev, Frederikshavn, Læsø
9	Destination Sønderjylland	Aabenraa, Haderslev, Sønderborg
10	Visit Lolland-Falster	Guldborgsund, Lolland
11	Destination Bornholm	Bornholm
12	VisitNordsjælland	Fredensborg, Gribskov, Halsnæs, Helsingør, Hillerød
13	Destination Vestkyst Sjælland	Kalundborg, Odsherred, Slagelse, Sorø
14	VisitSydsjælland-Møn	Faxe, Næstved, Stevns, Vordingborg
15	Destination Himmerland	Mariagerfjord, Vesthimmerland
16	Destination Limfjorden	Morsø, Skive, Struer
17	Kystlandet	Hedensted, Horsens, Odder
18	VisitHerning	Herning, Ikast-Brandø

Note: Pr. 15. oktober 2019 har kommunerne Favrskov, Greve, Holbæk, Køge, Lejre, Rebild, Ringsted, Roskilde, Samsø og Solrød endnu ikke tilkendegivet ønske om at indgå i eller danne et tværkommunalt destinationsselskab.

* WoCo: Fonden Wonderful Copenhagen fremmer og udvikler erhvervs-, ferie-/fritidsturismen i Region Hovedstaden jf. fondens vedtægter. Kommunerne Fredensborg, Helsingør, Hillerød, Gribskov og Halsnæs er således også omfattet af Wonderful Copenhagen. I statusanalysen opgøres data for Wonderful Copenhagen på baggrund af Region Hovedstadens kommuner fraregnet kommunerne, der indgår i VisitNordsjælland (Fredensborg, Helsingør, Hillerød, Gribskov og Halsnæs) og Destination Bornholm (Bornholms Regionskommune).

Appendiks til kapitel 11: 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 Konferencecentre 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 fjern tog
- 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 taxifylvning
- 52.21.30 Drift af betalingsveje, -broer og -tunneler
- 77.11.00 Udlejning og leasing af biler og lette motorkøretøjer