

Problemet i dansk turisme

– Konsekvenser for Danmark

Claus Frelle-Petersen | København | 29. oktober 2010

INFORMED DECISIONS



COPENHAGEN ECONOMICS

Agenda

1. Situationen i dansk turisme
2. Hvad er forklaringerne?
3. Hvad kan vi gøre og skal vi gøre noget?

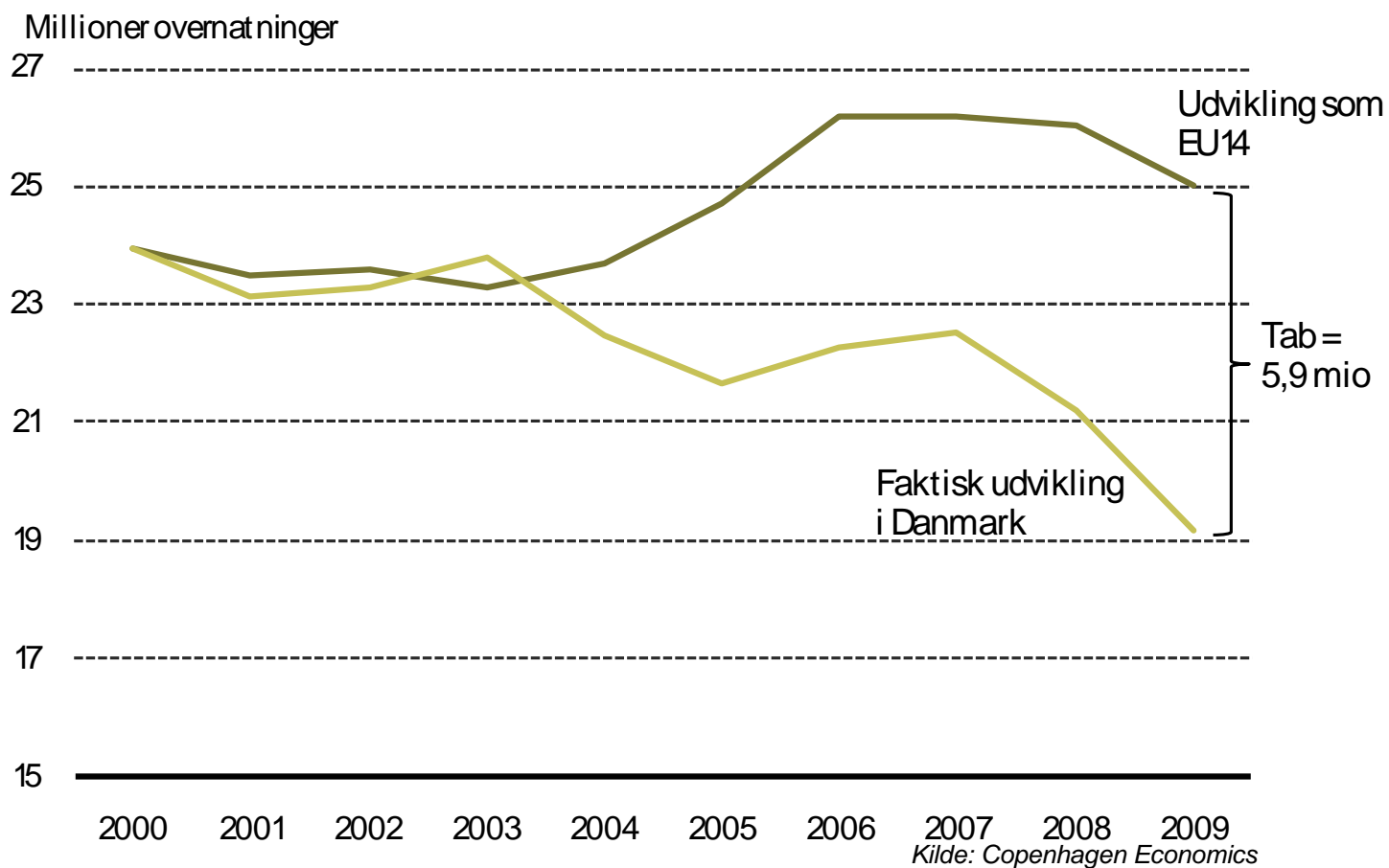
Hvordan går det med dansk turisme?

- Turisterhvervet er et væksterhverv
- Det har stor betydning både i øst- og vestdanmark
- Erhvervet mister international konkurrenceevne
- Erhvervet vokser ikke nok og potentialet udnyttes ikke
- Det koster arbejdspladser, vækst og svækker en balanceret økonomisk udvikling i Danmark

Forandringer, der presser turismen i Danmark

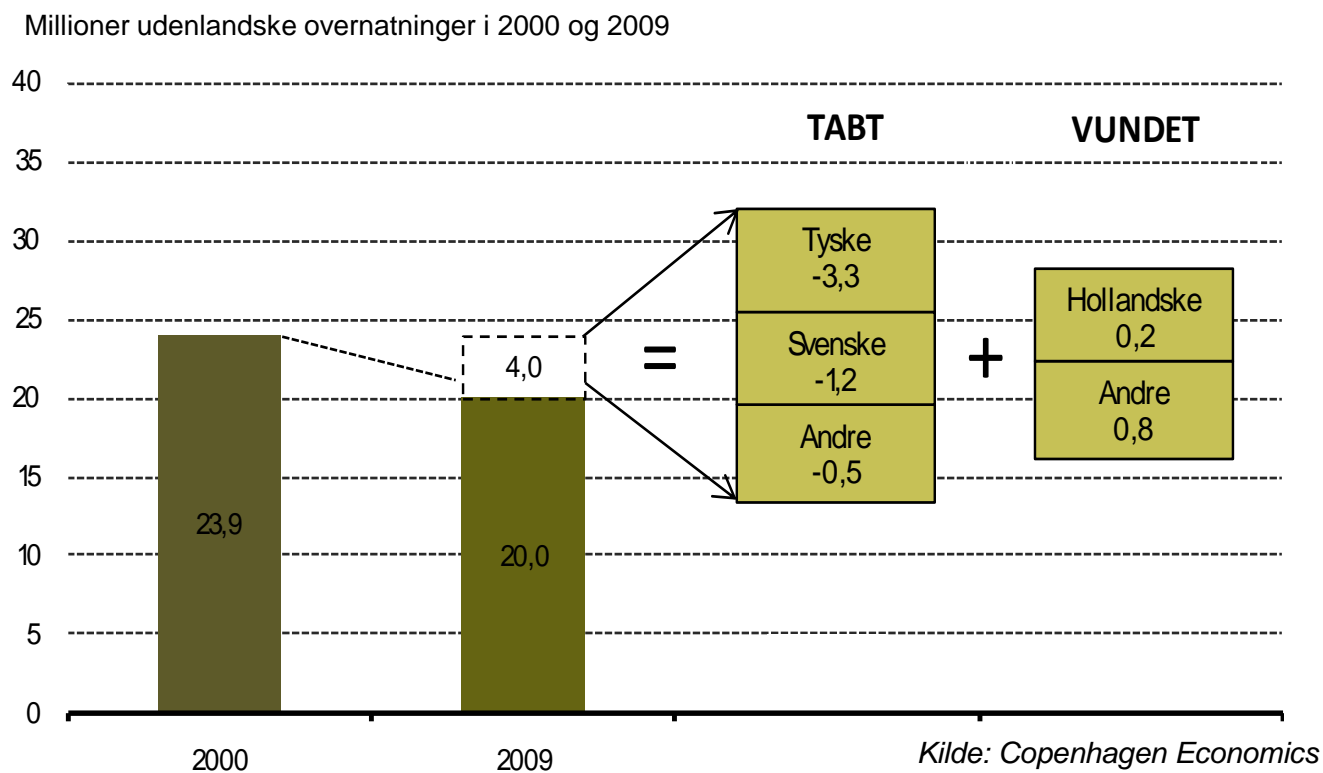
- Det er blevet lettere og billigere at rejse langt væk
- Alligevel kommer der færre udenlandske turister til Danmark!
- Turisterhvervet er et erhverv i skarp international konkurrence

Markant fald i udenlandske overnatninger i Danmark



- Havde vi fulgt med EU-udviklingen ville vi have haft 6 mio. flere overnatninger i 2009
- Det svarer til
 - > Et omsætningstab på 10 mia. kr.
 - > Et tab af 16.000 arbejdspladser

Nedgangen skyldes især færre tyskere og svenskere; vi vinder ikke på andre markeder



Agenda

1. Situationen i dansk turisme
- 2. Hvad er forklaringerne?**
3. Hvad kan vi gøre - og skal vi gøre det?

Tre primære faktorer bag tabet i international konkurrenceevne

1. Makroøkonomiske forhold

- > Pris- og valutakursudviklingen
- > Økonomisk vækst

*Forklarer ca. 50 %
af tilbagegangen*

2. Strukturelle skift i turismen

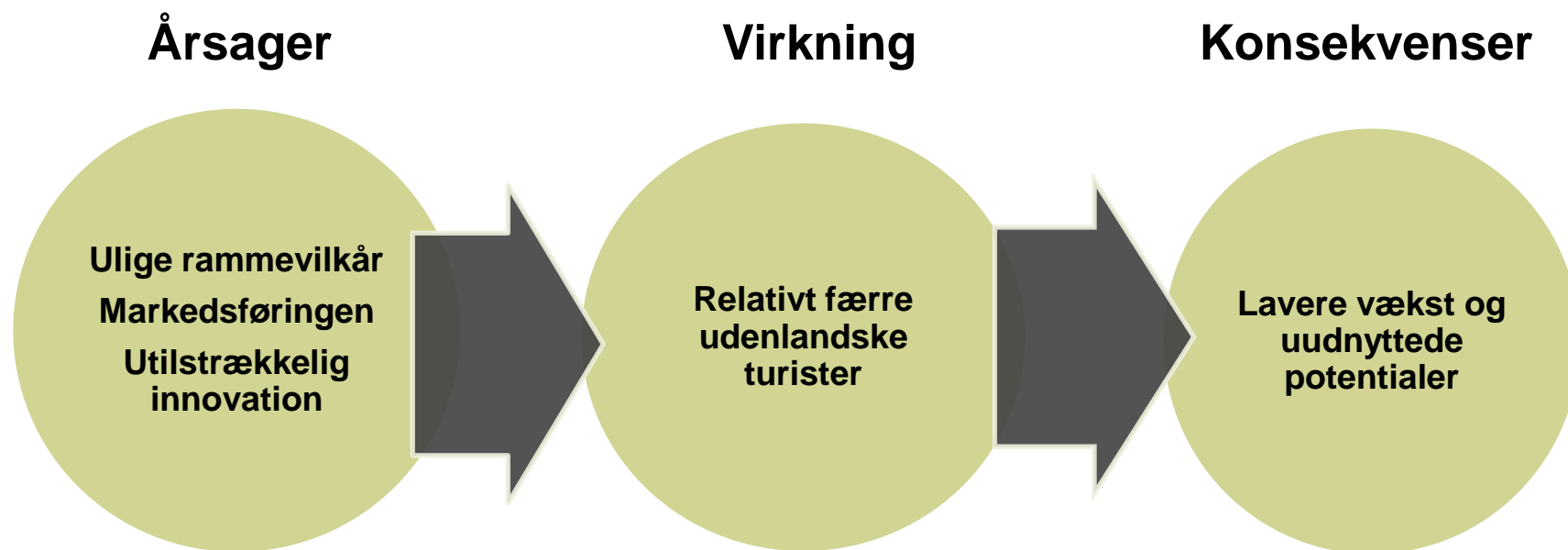
- > Lavere flypriser, øget udbud af attraktive og billige rejsemål, ændrede rejsevaner

*Forklarer resten af
tilbagegangen*

3. Andre, påvirkelige forhold

- > Markedsføringen
- > Produkt- og destinationsudviklingen
- > Øvrige rammevilkår, fx beskatning, tilgængelighed, visaadministration

Udviklingen i dansk turisme går i den gale retning, men vi kan påvirke udviklingen



Ulige rammevilkår: Høj moms er en omkostningsfaktor, der øger prisen og stiller erhvervet ulige i konkurrencen

- Danske overnatningssteder rammes dobbelt:
 - > Den højeste momssats i EU
 - > Manglende fuld momsafløftning for erhvervsmæssig køb af hotel- og restaurationsydelser

Hotelmoms og afløftningssats i udvalgte lande

	Hotelmoms, pct.	Afløftningssats, pct.
DK	25,0	25
Sverige	12,0	100
Norge	8,0	100
Finland	8,0	100
Tyskland	7,0	100
Holland	6,0	100
UK	17,5	100*
Frankrig	5,5	0*

*: Enkelte undtagelser til generel afløftningssats

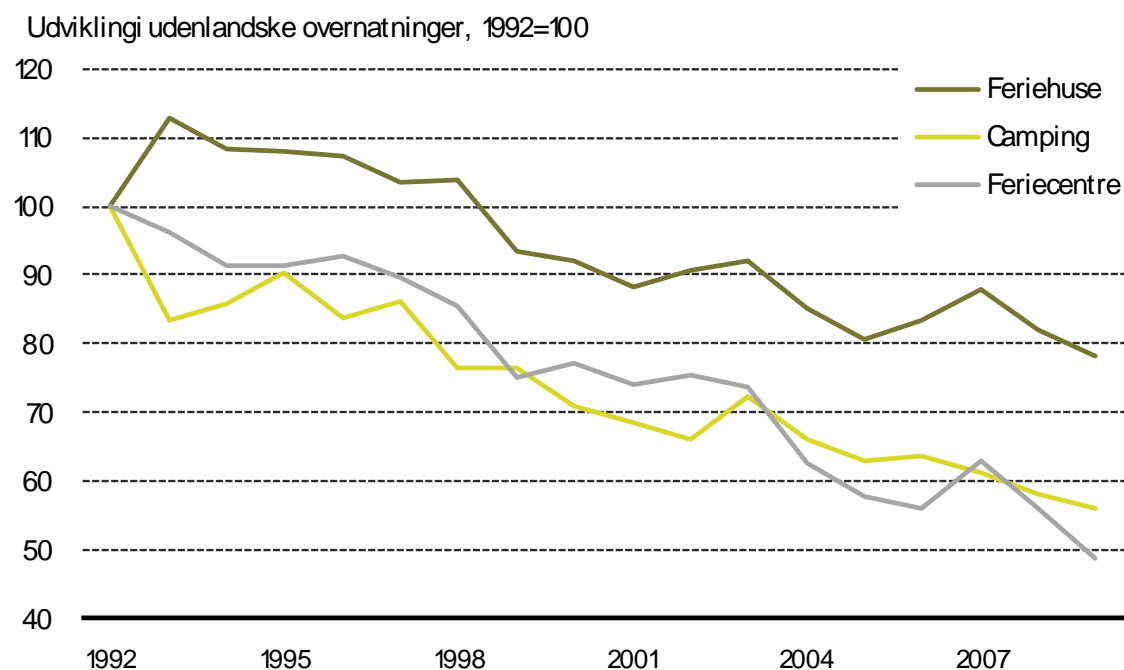
Kilde: HORESTA, Økonomi- og Erhvervsministeriet

Markedsføring: Ineffektiv markedsføring kan være en medvirkende årsag til tilbagegangen for Danmark

- VisitDenmark har haft en meget bred opgaveportefølje
- En mindre del af budgettet har været dedikeret til egentlige markedsføringsaktiviteter
- Markedsføringen ser ud til at have nogen virkning, men har ikke været lige effektiv på alle markeder
- På nogle markeder er markedsføringsomkostningerne høje i forhold til udbyttet
- Der er noget at hente, hvis der sker en effektivisering af markedsføringsindsatsen

Utilstrækkelig innovation: Et eksempel på problemet med fornyelsen fra kystturismen

- Lang nedadgående spiral i kystferien
- Kystferien deler “skæbne” med andre modne turismeområder i Europa
- Ingen synlige effekter af hidtidige bestræbelser på innovation
- Store investeringer og privatdrevne nyskabelser er nødvendige



Kilde: Danmarks Statistik, 2010

Agenda

1. Situationen i dansk turisme
2. Hvad er forklaringerne?
- 3. Hvad kan vi gøre og skal vi gøre noget?**

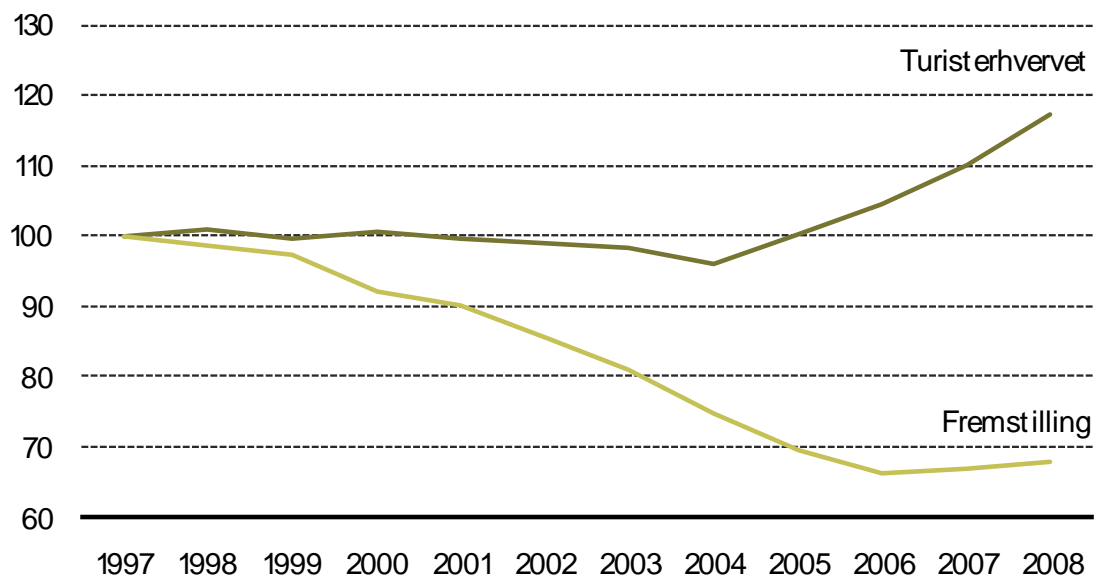
Hvad kan der gøres?

- Uholdbart, at Danmark har dårligere rammevilkår end i landene omkring os
- **Mål: At "genskabe" 10.000 turismejobs**
- Normalisering af hotelmomsen
 - > Kan skabe 2.500 nye jobs og forbedre konkurrenceevnen
- Bedre markedsføring
 - > Målrettet anvendelse af eksisterende midler kan give 1.500 jobs
- Produkt- og destinationsudvikling
 - > Bedre og billigere ydelser i dansk turisme bør kunne give et stort løft sammen med flere direkte ruter til danske lufthavne

Turisterhvervet skaber job til udsatte grupper

Turisterhvervet skaber arbejdsplader til kortuddannede, der bliver ledige i andre erhverv

Udviklingen i kortuddannede beskæftigede

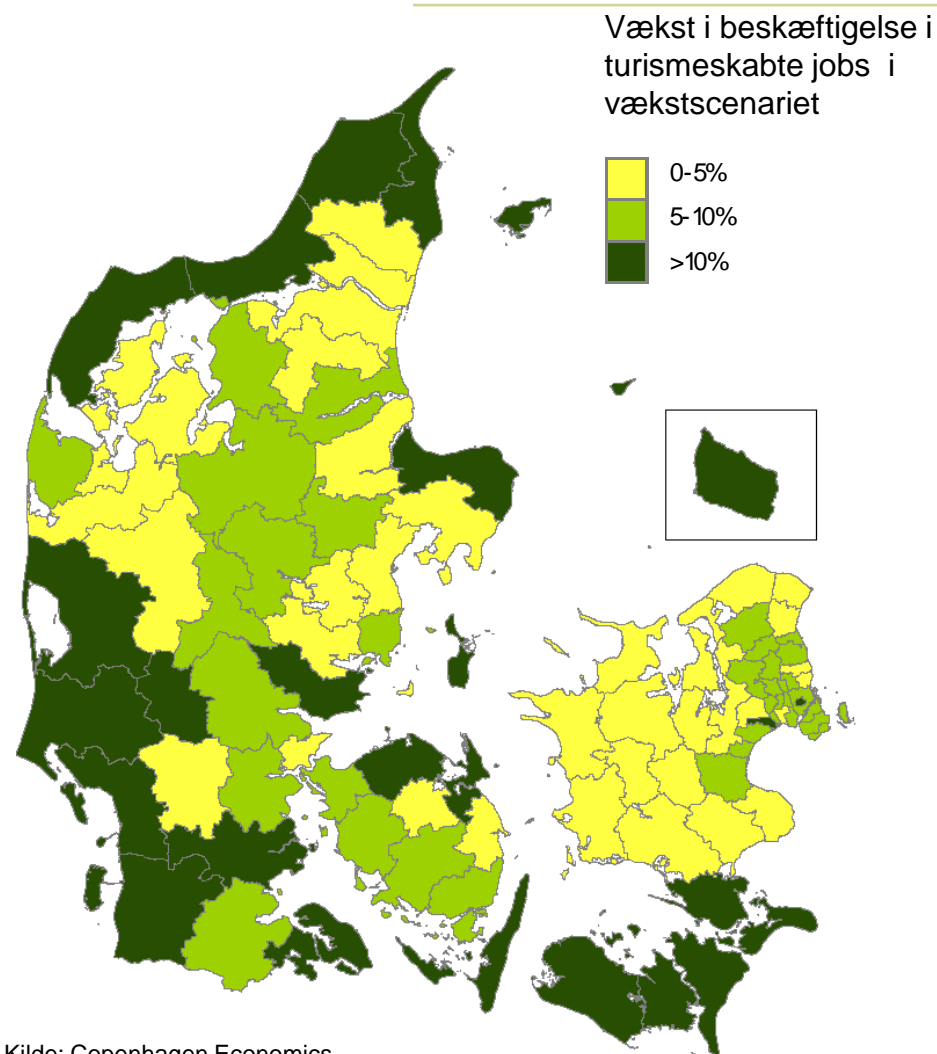


Turisterhvervet beskæftiger sårbare grupper på arbejdsmarkedet

	Andel af de beskæftigede	
	I turisterhvervet	I øvrige erhvervsliv
Personer med anden etnisk herkomst	21 %	7 %
Kortuddannede	48 %	25 %

Udkantsområderne vil vinde, hvis udviklingen i dansk turisme bliver vendt

- Turismen bidrager til at opretholde andre erhverv i udkantsområder
- Udkantsområder har en høj turismebeskæftigelse
- En øget væksten i beskæftigelsen vil slå stærkt igennem
- Mange kommuner i yderområder vil opleve vækst på +10 procent i de turismeskabte jobs



TAK FOR OPMÆRKSOMHEDEN!

Kontakt:

Claus Frelle-Petersen
cfp@copenhageneconomics.com