

### Hvad beskriver bedst dit tilhørsforhold?

1. VisitDenmark, WoCo, andre reg. turismeselskaber	20%
2. Turisme, hotelverdenen	29%
3. Attraktioner	2%
4. Forskningsverdenen	1%
5. Private selskaber inden for turismeområdet (ikke hoteller)	21%
6. Undervisning/studerende	3%
7. Andet	23%

### Hvad skal VisitDenmark satse mest på?

- |                      |     |
|----------------------|-----|
| 1. Nærmarkederne     | 47% |
| 2. Det fjerne udland | 6%  |
| 3. Begge dele        | 47% |

### Hvad er den største udfordring for dansk turisme?

- |                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 1. Høje priser                      | 71% |
| 2. Lav service                      | 7%  |
| 3. For ringe variation i tilbuddene | 9%  |
| 4. Dårligt vejr                     | 6%  |
| 5. Andet                            | 6%  |

### Hvad er turismebranchens største problem?

- |   |     |
|---|-----|
| 1. Rammevilkår, som gør det vanskeligt at konkurrere med udlandet | 54% |
| 2. Manglende samarbejde på tværs af branchen                      | 14% |
| 3. For begrænset og/eller ineffektiv markedsføring af Danmark     | 27% |
| 4. Fravær af støtte fra regionernes side                          | 1%  |
| 5. Andre problemer  | 4%  |

### Forventer du, at den nye VisitDenmark lov styrker markedsføringen af Danmark?

- |  |     |
|--|-----|
| 1. Ja, i høj grad                              | 18% |
| 2. Ja, i et vist omfang                        | 58% |
| 3. Nej, den nye lov vil ikke gøre en forskel   | 21% |
| 4. Nej, den nye lov vil svække markedsføringen | 2%  |

Er der tilstrækkeligt med samarbejde på tværs af  
turismebranchen?

- |        |     |
|--------|-----|
| 1. Ja  | 15% |
| 2. Nej | 85% |

Har VisitDenmark for mange eller for få kontorer i  
udlandet?

- |  |     |
|--|-----|
| 1. For mange kontorer i udlandet         | 33% |
| 2. For få kontorer i udlandet            | 33% |
| 3. Et passende antal kontorer i udlandet | 34% |

### Er fokus i den danske turismebranche tilstrækkeligt afbalanceret mellem kyst- og storbyturisme?

- |   |     |
|---|-----|
| 1. Ja   | 29% |
| 2. Nej, der er ikke nok fokus på kystturismen   | 51% |
| 3. Nej, der er ikke nok fokus på storbyturismen | 21% |

### Hvordan har regionerne hidtil klaret opgaven med at løfte udviklingen af dansk turisme?

- |   |     |
|---|-----|
| 1. Regionerne har i høj grad løftet opgaven                 | 2%  |
| 2. Regionerne har i nogen grad løftet opgaven               | 29% |
| 3. Regionerne har i mindre grad løftet opgaven              | 30% |
| 4. Regionerne har i helt utilstrækkelig grad løftet opgaven | 40% |

### På hvilket område har Danmark det største uudnyttede potentiale?

1. Citybreaks	11%
2. Kystturisme	30%
3. Mødeturisme	22%
4. Grøn turisme	10%
5. Aktiv ferie	20%
6. Andet	6%

### Hvor i landet er manglen på internationalt attraktive fyrtårne størst?

1. Nordjylland	6%
2. Midtjylland	30%
3. Syd- og Sønderjylland	12%
4. Fyn	6%
5. Hovedstadsområdet	12%
6. Øvrige Sjælland	33%