

Turismen i tal

Den samfundsmæssige betydning
af turismen i Danmark

VisitDenmark



Indholdsfortegnelse

- 3 Forord
- 4 Turismens betydning for det danske samfund
- 10 Udvikling i dansk turisme
- 20 Forventet udvikling i 2011
- 22 Dansk turisme i internationalt perspektiv
- 28 Turisten i tal
- 30 Turismen skaber arbejdspladser

Forord

Turismen er vigtig for det danske samfund. Turismen skaber omsætning, arbejdspladser og skatteprovenu – både i de store byer og yderområderne i Danmark. Turismen er også et vigtigt eksporterhverv og skaber indtægter til landet i samme størrelsesorden som f.eks. olie og beklædning.

Mange er ikke klar over, hvor stor indflydelse turismen har på dansk økonomi, og hvordan Danmark klarer sig i den internationale konkurrence. Vores ambition med denne publikation er at give større indsigt i turismens betydning og udvikling på en kort og overskuelig måde.

Når turisten opholder sig i Danmark, køber han eller hun en lang række forskellige varer og tjenesteydelser. Størstedelen af forbruget lægger turisten i det traditionelle turismeerhverv som transport, overnatning, restauration og forlystelser. Men også detailhandelen, teleselskaber og andre erhverv tjener på turisterne i Danmark.

VisitDenmark udarbejder et "turismeregnskab", der ud fra internationale retningslinjer opgør turismens økonomiske betydning. Turismeregnskabet er sammen med øvrige analyser fra VisitDenmark kildegrundlaget for denne publikation.

Turismen bidrager dog med langt mere end de økonomiske effekter, som behandles i denne publikation. Turisterne skaber en international atmosfære i Danmark og giver nye impulser og tanker. Når turisterne rejser hjem fra en vellykket ferie eller et succesfuldt møde, er de blevet ambassadører for Danmark og fortæller historien videre til venner, familie og kollegaer i deres eget land. Turismen skaber et stort udvalg af kulturelle tilbud og oplevelser, som danskerne også kan have glæde af.

Turismen forbinder Danmark med det internationale samfund, og især erhvervsturismen skaber tætte relationer mellem danske og udenlandske virksomheder og er med til at cementere danske styrkepositioner inden for eksempelvis klima og energi.

Ønsker du yderligere viden om dansk turisme, er du velkommen til at læse mere på www.visitdenmark.com/danskturisme

God læselyst.

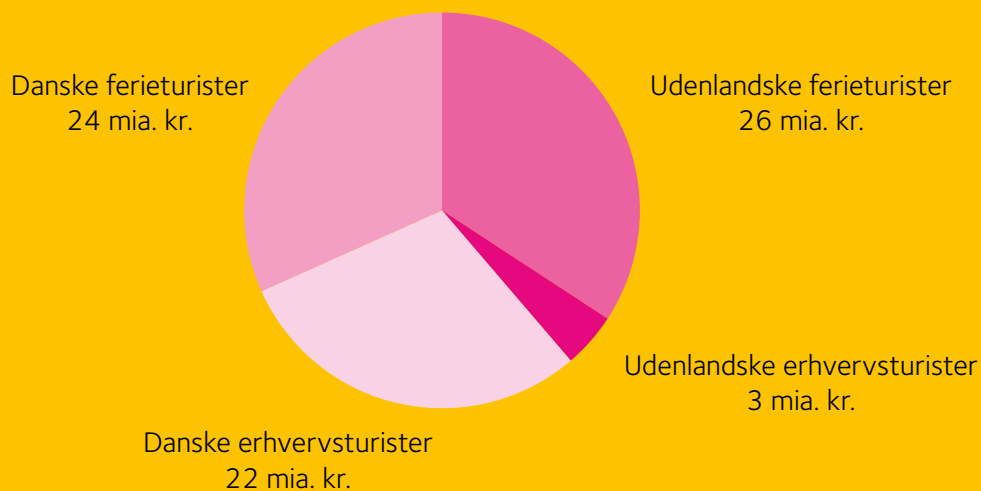
VisitDenmark



Turismens betydning for det danske samfund

Omsætning i dansk turisme

Omsætningen fordelt på danske og udenlandske turister



Turismeomsætningen faldt fra 75 mia. kr. i 2008 til 68 mia. kr. i 2009. Nedgangen er et resultat af både færre turister og lavere priser. Der er beregnet en svag stigning på knap en halv mio. kr. fra 2009 til 2010, og turismeomsætningen forventes at stige fra de 68 mia. kr. i 2010 til 71 mia. kr. i 2011. VisitDenmarks forecast for 2011 vil blive yderligere beskrevet på side 21.

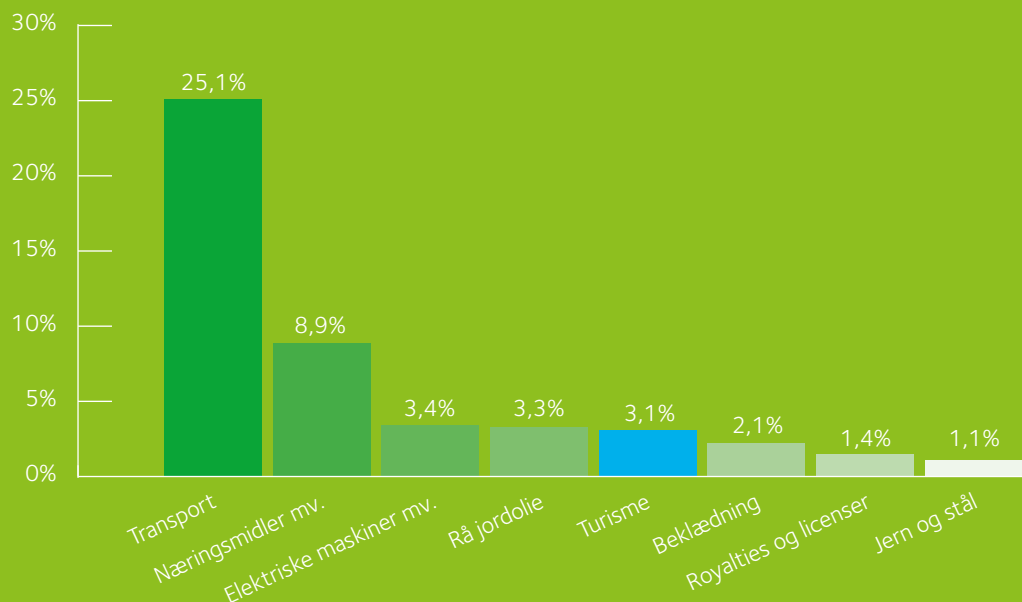
Nøgletal

75 mia. kr. er omsætningen i dansk turisme. Heraf er 29 mia. kr. eksportindtægter. 102.000 arbejdspladser skaber turismen, det svarer til 3,5 pct. af den samlede beskæftigelse i Danmark. Turismen skaber 47 mia. kr. i værditilvækst, svarende til 3,2 pct. af det samlede BNP. Turismen skaber et offentligt provenu i form af skatter, moms og afgifter på 31 mia. kr. svarende til 3,7 pct. af det samlede offentlige provenu. For hver 100 kr. en turist lægger i Danmark ender de 41 kr. i de offentlige kasser. Turismens omsætning svarer til næsten 500.000 danskeres privatforbrug.

Kilde: VisitDenmark - tal fra 2008

Turismen er et vigtigt eksporterhverv

Turismen sammenlignet med udvalgte brancher



De udenlandske turisters forbrug i Danmark kan sidestilles med andre branchers eksportindtægter.

I ovenstående figur er turismeforbruget sammenlignet med udvalgte produkt- og tjeneste-

grupper, som findes på betalingsbalancen.

I alt skaber turismen eksportindtægter for 29 mia. kr. Det svarer til 3,1 pct. af den samlede eksport.

Turismen er altså et større eksporterhverv end f.eks. beklædningsindustrien, og genererer næsten samme indtægter som eksporten af rå jordolie.

Kilde: VisitDenmark og Danmarks Statistik - tal fra 2008

Turismens betydning i regionerne

Region Nordjylland

- 9 mia. kr. i omsætning, svarende til 1,7 pct. af regionens økonomi
- 11.000 job, svarende til 3,6 pct. af beskæftigelsen i regionen

Region Midtjylland

- 12 mia. kr. i omsætning, svarende til 1,1 pct. af regionens økonomi
- 15.000 job, svarende til 2,2 pct. af beskæftigelsen i regionen

Region Syddanmark

- 16 mia. kr. i omsætning, svarende til 1,6 pct. af regionens økonomi
- 21.000 job, svarende til 3,4 pct. af beskæftigelsen i regionen

Region Hovedstaden

- 30 mia. kr. i omsætning, svarende til 1,9 pct. af regionens økonomi
- 44.000 job, svarende til 4,5 pct. af beskæftigelsen i regionen

Region Sjælland

- 8 mia. kr. i omsætning, svarende til 1,6 pct. af regionens økonomi
- 11.000 job, svarende til 3,4 pct. af beskæftigelsen i regionen

Kilde: VisitDenmark - tal fra 2008

Vigtige kommuner

Top 10 kommuner i forhold til turismens omsætning

- 1 København 15,9 mia. kr.
- 2 Aalborg 2,4 mia. kr.
- 3 Århus 2,4 mia. kr.
- 4 Ringkøbing-Skjern 1,9 mia.
- 5 Varde 1,6 mia. kr.
- 6 Bornholm 1,6 mia. kr.
- 7 Odense 1,6 mia. kr.
- 8 Vejle 1,6 mia. kr.
- 9 Frederikshavn 1,4 mia. kr.
- 10 Helsingør 1,4 mia. kr.

Top 10 kommuner i forhold til turismeandel

- 1 Fanø 8,1 pct.
- 2 Odsherred 5,5 pct.
- 3 Gribskov 5,3 pct.
- 4 Syddjurs 4,5 pct.
- 5 Bornholm 4,5 pct.
- 6 Helsingør 4,4 pct.
- 7 Langeland 4,4 pct.
- 8 Jammerbugt 4,1 pct.
- 9 Varde 3,6 pct.
- 10 Frederiksværk-
Hundested 3,6 pct.

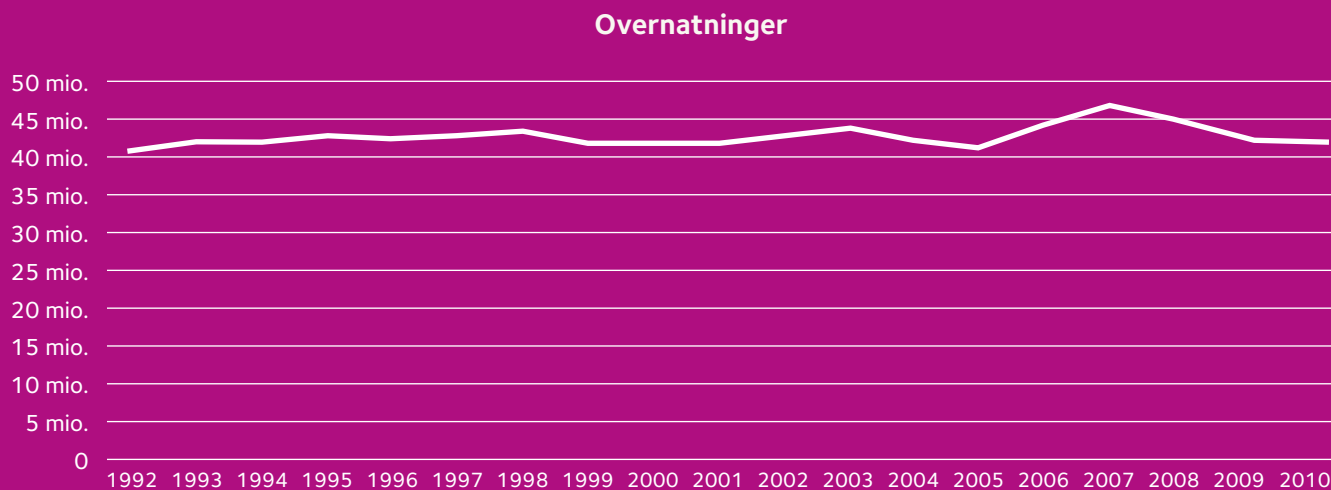
De kommuner, hvor nogle af Danmarks største byer ligger, er samtidig blandt de kommuner med den største turismeomsætning. De kommuner, hvor turismen fylder mest i forhold til kommunens samlede økonomi, er de populære turistdestinationer såsom Fanø og Odsherred.

Bornholm, Varde og Helsingør figurerer på begge lister, og derfor betyder turismen særligt meget for kommunernes økonomi og beskæftigelse.



Udvikling i dansk turisme

Overnatningerne er svagt stigende



Dansk turisme har stort set haft et stabilt antal overnatninger igennem perioden fra 1992 til 2010.

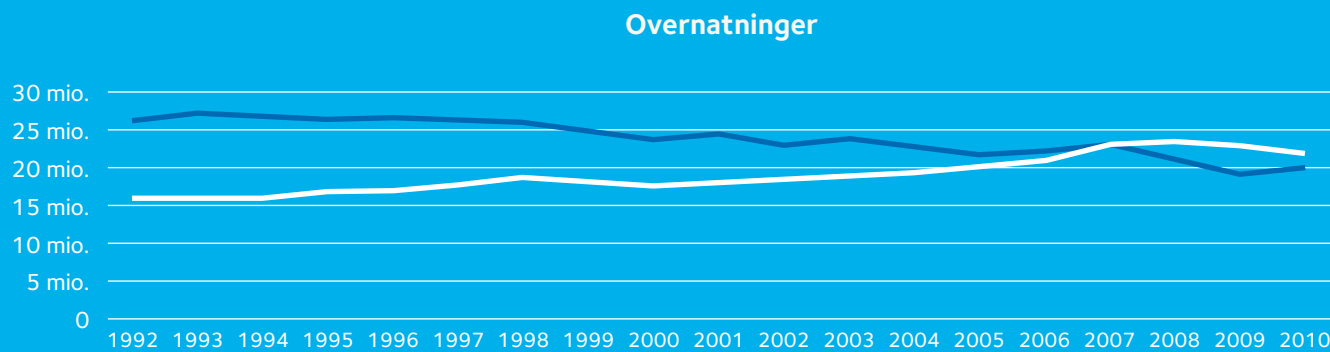
2007 var det bedste år for dansk turisme. Overnatningerne er siden faldet i både 2008 og 2009 som følge af den internationale økonomiske krise, som har ramt turismen markant.

Overnatningerne er gennemsnitligt steget med 0,1 pct. om året i perioden fra 1992-2010. I 1992 havde Danmark 41,7 mio. overnatninger, og i 2010 var niveauet 42 mio. I 2011 forventer VisitDenmark en mindre stigning i antallet af overnatninger.

— Danske og udenlandske overnatninger

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmark

De danske overnatninger stiger - de udenlandske falder



Mens danske overnatninger har været stigende siden 1992, har de udenlandske overnatninger været faldende.

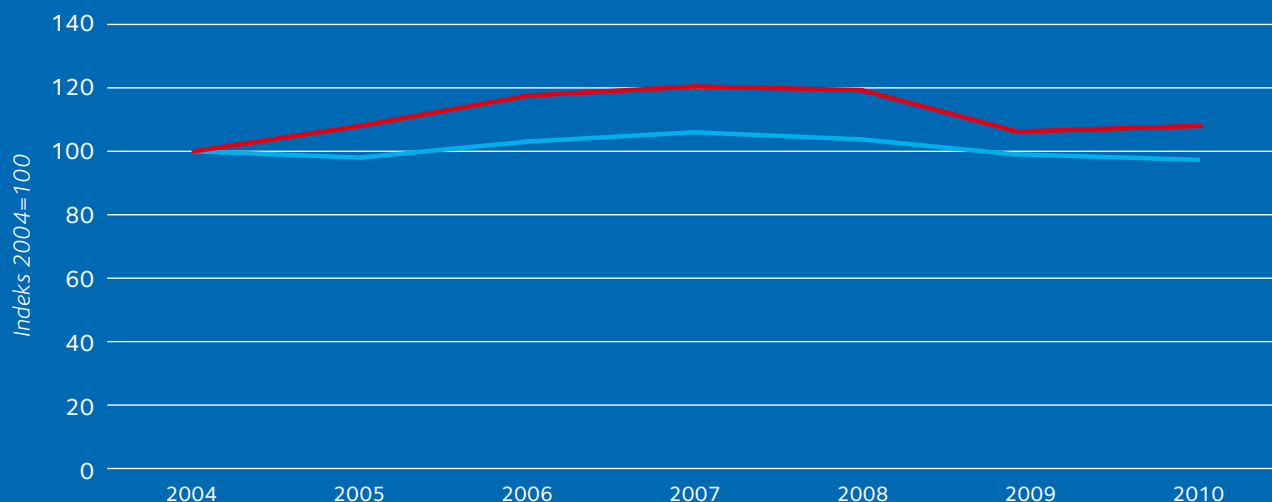
Den markante vækst i de danske overnatninger har kompenseret for faldet i de udenlandske over-

natninger. Denne tendens ser ud til at blive ændret i 2010, og VisitDenmarks forecast for dansk turisme forventer, at udviklingen fortsætter i 2011. Hvis tendensen fortsætter, vil der igen i 2015 være flere udenlandske end danske overnatninger i Danmark.

— Danskere
— Udlændige

Udviklingen i ferie- og erhvervsturismen

Overnatninger



Figuren viser, at erhvervsturisterne er steget med 7 pct. i perioden 2004-2010, og ferieturisterne er faldet med 2 pct. i samme periode. Ferieturisterne har størst volumen med knap 37 mio. overnatninger i

2010, hvor erhvervsturisterne til sammenligning har 5 mio. overnatninger. Til gengæld er erhvervsturisternes døgnforbrug næsten fem gange højere end ferieturisternes. Se også side 29.

— Ferieturister
— Erhvervsturister

Note: Figuren dækker både over udenlandske og danske overnatninger. Alle overnatningsformerne er medtaget i forhold til ferieturisterne, mens det kun er overnatningerne på hoteller og feriecentre, der er medtaget i forhold til erhvervsturisterne.

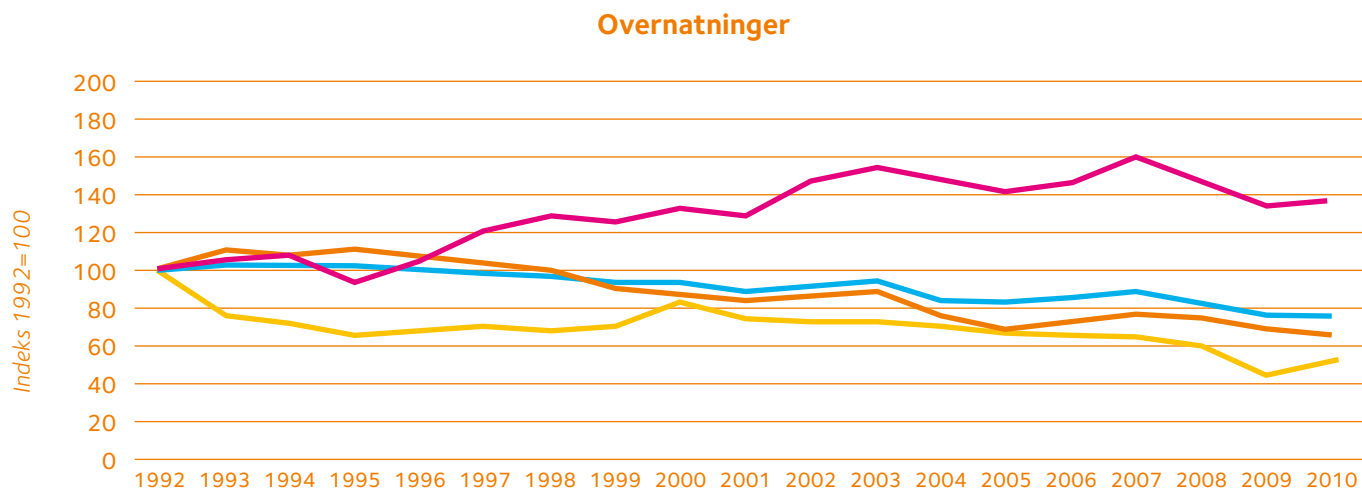
Kilde: Danmarks Statistik

Største markeder for dansk turisme

	Marked	Omsætning 2010	Udvikling i overnatninger 2000-2010
1	Danmark	39 mia. kr.	23 pct.
2	Tyskland	8 mia. kr.	- 23 pct.
3	Sverige	5 mia. kr.	- 39 pct.
4	Norge	5 mia. kr.	4 pct.
5	Storbritannien	1 mia. kr.	7 pct.
6	USA og Canada	1 mia. kr.	6 pct.
7	Holland	845 mio. kr.	13 pct.
8	Frankrig	634 mio. kr.	54 pct.
9	Italien	552 mio. kr.	11 pct.
10	Asien	508 mio. kr.	57 pct.
11	Schweiz og Østrig	333 mio. kr.	47 pct.
12	Spanien	318 mio. kr.	110 pct.
13	Polen	224 mio. kr.	67 pct.

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmark

Udviklingen på de tre største udenlandske markeder



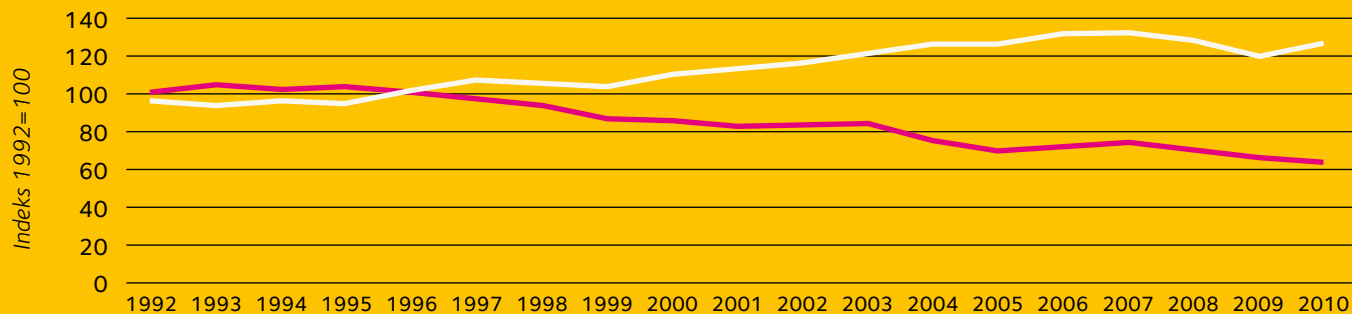
Blandt de tre største udenlandske markeder, som i 2010 fyldte 78 pct. af de samlede overnatninger, har tyskere og svenskere haft en negativ udvikling, mens nordmænd har haft en positiv stigning i overnatninger.

Svenske overnatninger havde en positiv udvikling indtil 2000 og er efterfølgende gået tilbage. Ifølge VisitDenmarks forecast vil denne tendens vende i 2011, hvor de svenske overnatninger forventes at stige.

- Udlændige i alt
- Svenskere
- Tyskere
- Nordmænd

Tyske og svenske overnatninger er faldende

Overnatninger



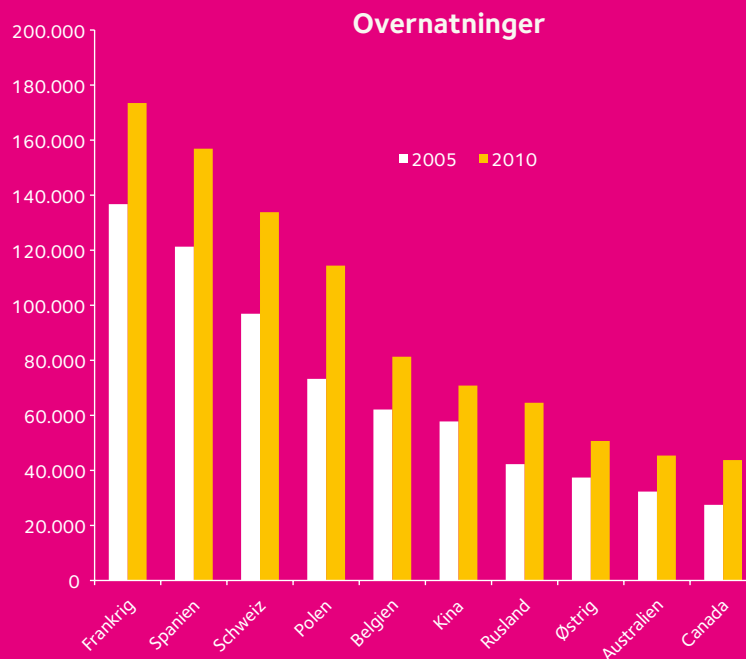
Udviklingen på de to vigtige markeder Tyskland og Sverige har stor betydning for den samlede udvikling i dansk turisme. Figuren viser, at trækker man de svenske og tyske overnatninger fra, har Danmark haft vækst i de udenlandske overnatninger i perioden 1992-2010.

Det er altså turisterne fra de to store nærmarkeder, som ikke i samme grad holder ferie i Danmark som tidligere. På grund af økonomisk vækst i både Tyskland og Sverige forventes overnatningerne fra disse to markeder dog at stige i 2011.

— Tyskere og svenskere
— Uden tyskere og svenskere

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmark

Markeder i vækst



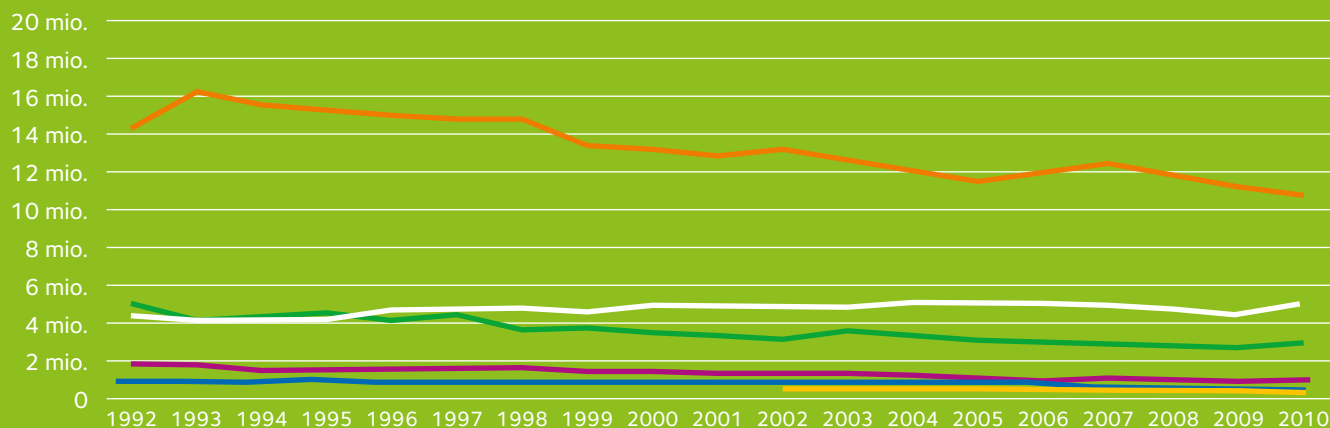
Ovenstående figur viser, på hvilke markeder overnatningerne er vokset mest i perioden 2005-2010. Markederne er endnu ikke så store i volumen, at de kan kom-

pensere for faldet i de tyske og svenske overnatninger – men flere af markederne har potentiale til at få meget større betydning, end de har i dag.

Selv om dansk turisme oplever vækst i overnatningerne fra blandt andet ovenstående markeder, så viser tabellen på side 26, at Danmark ikke nødvendigvis er på niveau med den gennemsnitlige europæiske vækstrate.

Udenlandske overnatninger fordelt på overnatningsformer

Udenlandske overnatninger



De udenlandske gæsters foretrukne overnatningsform er feriehusene. Det er primært de tyske gæster, som benytter feriehusene. De tyske overnatninger stod i 1992 for 85 pct. af feriehusovernatningerne, hvorimod de i 2010 kun stod for 67 pct. af feriehusovernatningerne. Tilbagegangen på det tyske marked er derfor også årsag til det kraftige fald i

feriehusovernatningerne i perioden 1992-2010.

Hoteller er den næstmest anvendte overnatningsform blandt de udenlandske gæster. Hotellerne har siden 1992 oplevet stagnation i de udenlandske overnatninger, men har i 2010 haft en mindre vækst i takt med, at værelsesprisen er faldet.

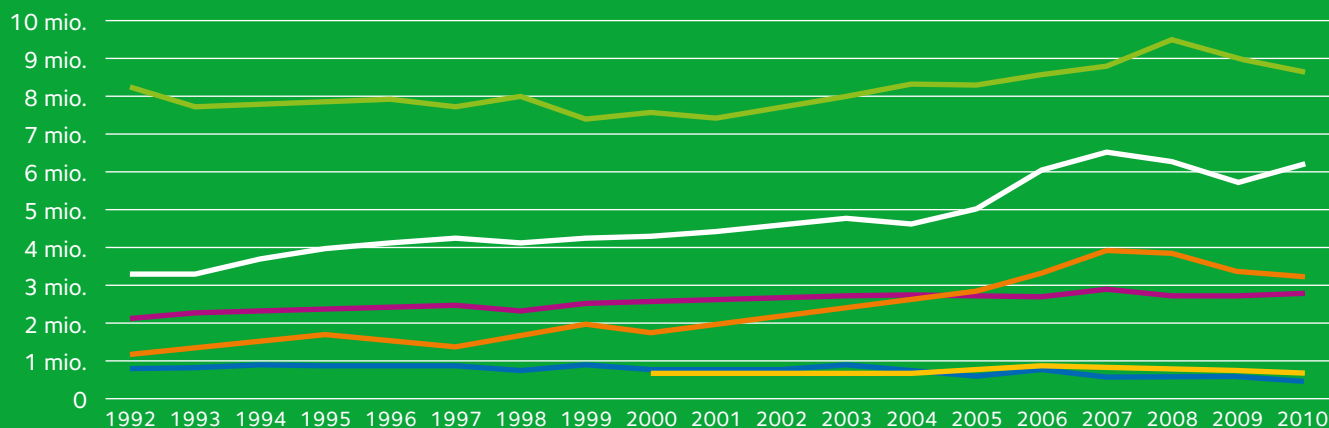
- Hoteller
- Feriecentre
- Camping
- Lystbådehavne
- Feriehuse
- Vandrehjem

Overnatningsformerne feriecentre og camping har oplevet et fald, mens vandrehjemmenes og lystbådehavnes overnatninger er nogenlunde konstant.

Kilde: Danmarks Statistik

Danske overnatninger fordelt på overnatningsformer

Danske overnatninger



De fleste overnatningsformer har oplevet en stigning i danske overnatninger.

Som ovenstående figur viser, er camping danskernes foretrukne overnatningsform. Feriehusene og hotellerne er til gengæld de overnatningsformer, der har oplevet

den største stigning i overnatninger.

Private overnatninger er ikke medtaget. Det er for eksempel overnatning hos familie og venner eller ferie i eget eller lånt sommerhus.

- Hoteller
- Feriecentre
- Camping
- Lystbådehavne
- Feriehuse
- Vandrehjem



Forventet udvikling i 2011

Flere udenlandske turister i 2011

Overnatninger

	2010	2011	Forventet ændring
	1.000		
Danske turister	22.054	22.013	0 pct.
Udenlandske turister	20.240	21.064	4 pct.
I alt	42.294	43.077	2 pct.
Udvalgte markeder			
Tyskland	12.216	12.691	4 pct.
Norge	2.153	2.216	3 pct.
Sverige	1.555	1.668	7 pct.
Holland	1.082	1.113	6 pct.
Storbritannien	538	535	-0,5 pct.
Italien	219	214	-2 pct.
USA	394	394	0 pct.
Japan	98	98	0 pct.
Kina	67	70	6 pct.
Rusland	65	68	5 pct.

VisitDenmarks forecast for 2011 forventer en mindre stigning i antallet af overnatninger på cirka 2 pct. Fremgangen vil blive drevet af flere udenlandske turister, mens antallet af danske forventes at forblive på samme niveau.

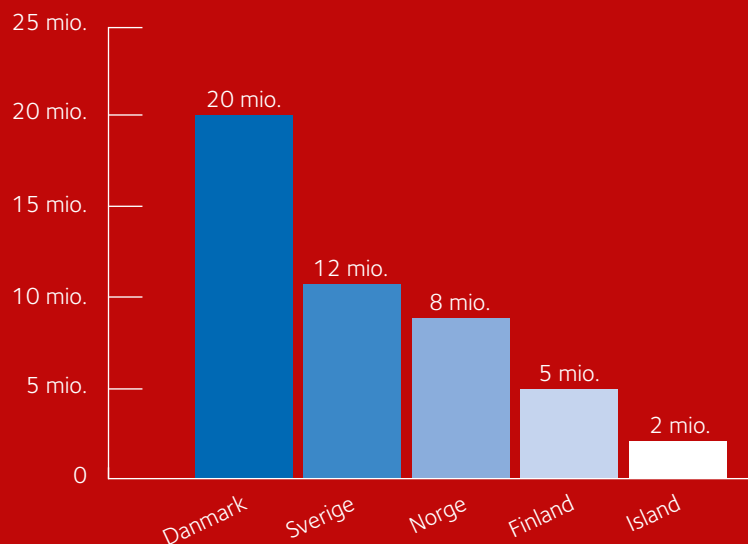
Det er i høj grad de svenske overnatninger, som forventes at stige, især på grund af en høj økonomisk vækst og en høj svensk krone. Også Tyskland forventes at stige med næsten 4 pct., og som det største marked for dansk turisme vil det have den største betydning for det samlede antal overnatninger.



Dansk turisme i internationalt perspektiv

Danmark er et populært rejsemål

Overnatninger



Mens Danmark har oplevet fallende udenlandske overnatninger, har blandt andet Sverige i de sidste år oplevet vækst. Alligevel er Danmark fortsat et langt større rejsemål målt i overnatninger end de øvrige skandinaviske lande.

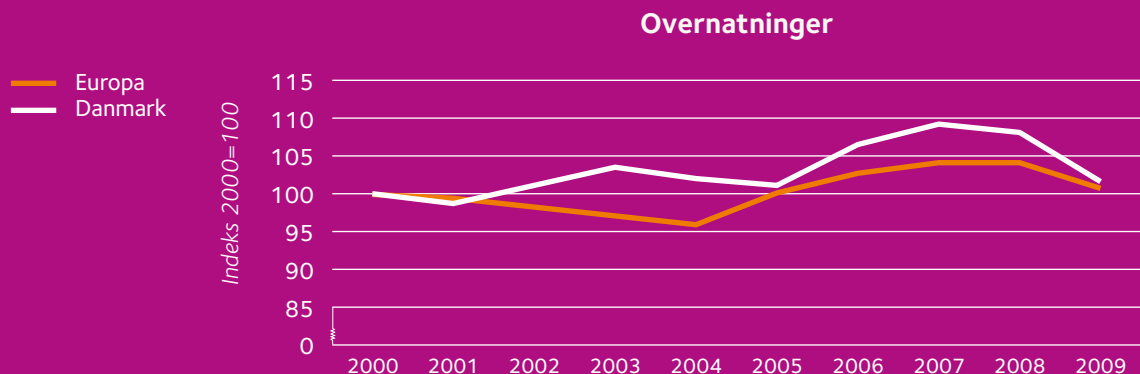
Faktisk har Danmark cirka samme antal udenlandske overnatninger som Sverige og Norge tilsammen.

Note: Tallene for Danmark indeholder, i modsætning til de andre lande, overnatninger i feriehuse udlejet gennem bureau.

Denne overnatningsform bedømmes dog ikke til at være lige så væsentlig i de andre nordiske lande som i Danmark.

Kilde: VisitDenmark - tal fra 2009

Danmark klarer sig samlet set godt

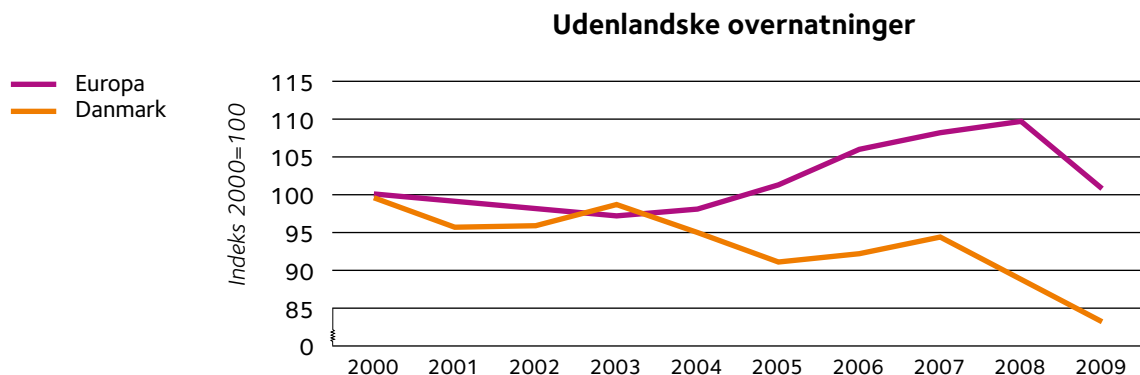


Danmark har i mange år haft flere overnatninger end gennemsnittet i Europa. Danmark er faktisk blandt de lande i Europa med den allerstørste stigning i indenlandske overnatninger. Dansk turisme har altså generelt set klaret sig godt, når man ser samlet på de danske og udenlandske overnatninger.

Sammenligner man udviklingen i de udenlandske overnatninger i Danmark med udviklingen i de udenlandske overnatninger i Europa, er billedet imidlertid et andet.

Kilde: VisitDenmark og Danmarks Statistik

Men taber udenlandske overnatninger



I perioden 2000-2009 er antallet af udenlandske turister i Danmark faldet med 17 pct., samtidig med at antallet af de europæiske overnatninger har været uændret.

Danmark har altså tabt markedsandele i Europa og i følge VisitDenmarks forecast vil Danmark fortsat miste markedsandele, selv om antallet af turister forventes at stige.

Her vinder vi markedsandele - og her taber vi

Markeder	Gennemsnitlig årlig vækstrate 2000-2009	
	Danmark	Europa
Her vinder Danmark markedsandele:		
Spanien	7,3 pct.	6,0 pct.
Frankrig	3,3 pct.	2,3 pct.
Holland	1,7 pct.	0,6 pct.
USA	0,8 pct.	-1,9 pct.
Storbritannien	-0,4 pct.	-2,4 pct.
Japan	-3,5 pct.	-3,7 pct.
Her taber Danmark markedsandele:		
Rusland (2005-2009)	6,2 pct.	9,0 pct.
Polen	6,2 pct.	6,9 pct.
Italien	0,3 pct.	1,2 pct.
Norge	0,1 pct.	2,6 pct.
Kina (2005-2009)	-1,5 pct.*	8,1 pct.
Finland	-1,9 pct.	1,3 pct.
Tyskland	-2,6 pct.	-2,1 pct.
Sverige	-6,5 pct.	-1,6 pct.

* De kinesiske overnatninger i Danmark er steget med 30 pct. i 2010 sammenlignet med 2009.

Kilde: VisitDenmark



2	Mikkeller Votero Wit	45	7	BLACK O	20	
3	Mikkeller YEAST US	50/55	8	Mikkeller 8% USALIVE	20/55	13
4	Mikkeller Brewery	50/55	9	Mikkeller 10% MONK'S ELIXIR	50/55	14
5	Mikkeller PALE ALE	50/55	10	Mikkeller/BREWERY V. HARD	35/65	15



Turisten i tal

54 pct. af ferieturisterne er børnefamilier og 39 pct. er voksne over 40 år, som rejser uden børn. Det gennemsnitlige døgnforbrug for danske og udenlandske ferieturister er 355 kr. Udenlandske ferieturister overnatter i gennemsnit i 5 dage og danske ferieturister i 4 dage. 80 pct. af de udenlandske ferieturister har holdt ferie i Danmark før, og det er også deres tidligere erfaringer, der er den afgørende faktor, når destinationen skal vælges. På en skala fra et til fem, hvor et betyder meget utilfreds og fem betyder meget tilfreds, er den gennemsnitlige tilfredshed på 4,6 for både danske og udenlandske turister. 12 pct. af de udenlandske erhvervsturister kommer til Danmark for at deltage i internationale kongresser og 11 pct. i internationale møder. 10 pct. skal til messer og udstillinger og 6 pct. er på faglige studierejser. De resterende 63 pct. af de udenlandske erhvervsturister er her blandt andet på individuelle forretningsrejser. Det gennemsnitlige døgnforbrug for danske og udenlandske erhvervsturister er 1.760 kr. Erhvervsturisternes ophold er i gennemsnit 2 overnatninger.

Top 10 over de udenlandske turisternes motiver for at holde ferie i Danmark

- | | | |
|--------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1 Natur | 4 Børnevenligt | 8 Shoppingmuligheder |
| 2 Rent land | 5 Befolkningen generelt | 9 Aktivitetsmuligheder |
| 3 Trygt at opholde sig i | 6 Attraktioner og forlystelser | 10 Kulturhistoriske seværdigheder |
| | 7 Dansk mad | |

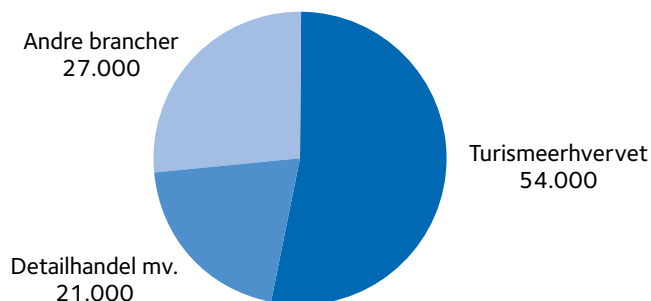
Kilde: Danmarks Statistik - tal fra 2009 og VisitDenmark - tal for 2008



**Turismen skaber
arbejdspladser**

Turismen skaber job i mange brancher

Antal arbejdspladser



Omkring halvdelen af de 102.000 arbejdspladser, som genereres af turisternes forbrug i Danmark, bliver skabt i turismeerhvervet. Men turismen påvirker også andre brancher. Især detailhandelen nyder godt af turisternes forbrug af dagligvarer, tøj, design mv.

Turismeerhvervet omfatter bl.a.:

- Overnatningssteder
- Restauranter
- Transportbrancher
- Rejse-service
- Forlystelsesparker, museer mv.

Medarbejderne i turisme- erhvervet er kendetegnet ved:

- Lavere lønnet (11 pct. lavere indkomst end resten af erhvervslivet)
- Flere kvinder, bortset fra i transportsektoren (59 pct. i overnatsningsbrancherne mod 47 pct. i resten af erhvervslivet)
- Flere ufaglærte (57 pct. mod 35 pct. i resten af erhvervslivet)
- Flere indvandrere (20 pct. mod 5 pct. i resten af erhvervslivet)

VisitDenmark
Islands Brygge 43, 3.
2300 København S
Tlf. +45 32 88 99 00
contact@visitdenmark.com