



TopCamp
- Behov for forbedringer af campingervhervets
rammebetingelser

Marts 2010
Notat udarbejdet af TopCamp



Sammenfatning

Det danske campinghverv omsætter årligt for omkring 5 milliarder kroner, hvoraf mere end 1 milliard kroner kommer fra udenlandske gæster. Erhvervet beskæftiger cirka 8.000 medarbejdere, heraf mange i randområderne af Danmark.

I de forgangne år har det indenlandske turismeerhverv imidlertid kæmpet med en række problematiske faktorer: Dårligt vejr, finanskrise, udbetaling af SP-penge på et for erhvervet forkert tidspunkt, nemlig lige før hovedferien, en stærk krone og ikke mindst manglende opbakning fra regeringen med henblik på at etablere fornuftige konkurrencevilkår. Kig blot på vores naboer, som i øjeblikket nedsætter deres moms, hvilket giver større frihedsgrader og bedre rammer for udvikling af turismeerhvervet.

I dette notat har TopCamp sat en række af disse rammebetingelser i fokus for at gøre partiernes skattepolitiske ordfører opmærksomme på problemerne.

TopCamp dækker 25 luksus campingpladser i Danmark, som sidder på mere end 20 procent af alle overnatninger i Danmark. Igennem de sidste 10 år har TopCamp pladserne investeret massivt i udvikling af pladserne, så de danner rammen om den moderne families ferieoplevelse. I årene 2007 og 2008 har TopCamp pladserne i gennemsnit investeret 11 millioner per plads, hvilket betyder, at vi i Danmark i dag – sammenlignet med andre lande – forholdsomt har flest superpladser, dvs. pladser af højeste standard. TopCamp har således gjort et stort stykke arbejde for at levere en anderledes og mere luksuspræget ferieoplevelse.

Dette notat vedrører bl.a. følgende rammebetingelser:

- Hyttestørrelser – hvor Danmark i forhold til andre lande har sat en række restriktioner på størrelsen af hytten samt det tilladte antal hytter og ikke mindst deres placering
- El-afgift – hvor et svært gennemskueligt regelsystem gør det vanskeligt at konkurrere
- Moms – hvor den høje danske moms gør det vanskeligt at konkurrere med f.eks. Tyskland hvor momsen er væsentligt lavere

Basalt betyder de skæve rammevilkår, at det indenlandske turismeerhverv i øjeblikket lider.

Tabel: Udvikling i dansk camping 2005 – 2009 – antal overnatninger

	2005	2006	2007	2008	2009
I alt	10.831.341	11.214.970	11.191.009	11.618.839	11.216.210
Danmark	7.824.995	8.188.147	8.282.146	8.861.910	8.562.024
Udlandet	3.006.346	3.026.823	2.908.863	2.756.929	2.654.186
- Heraf:					
Holland	414.989	439.616	409.306	374.535	364.632
Norge	252.846	266.636	260.364	244.937	218.003
Sverige	245.111	245.768	218.283	206.843	141.024
Tyskland	1.874.729	1.846.606	1.765.209	1.700.490	1.690.034

Kilde: Danmarks Statistik

Af ovenstående tabel fremgår, at antallet af overnatninger på dansk camping fra 2008 til 2009 er faldet med 7,9 procent, svarende til et tab på 5,9 procent af de danske overnatninger og 10,1 procent af de udenlandske. I denne sammenhæng er den mest bekymrende trend, det fortsatte fald i udenlandske overnatninger, som på trods af markedsføring fra både VisitDenmark og andre ikke har resulteret i flere udenlandske turister i Danmark – tværtimod.

Tabel: Udvikling i forskellige nøgletal for TopCamp-pladser – 2003 – 2008 (2003 = index 100)

	Overnatninger pr. enhed	Campinggeb.	Lønninger	Omkostninger	Renter	Afskrivninger	Resultat før skat	Investeringer
2003	100	100	100	100	100	100	100	100
2004	106	104	101	110	111	143	54	106
2005	99	116	138	130	120	189	24	196
2006	99	129	132	137	148	196	32	235
2007	99	136	143	147	162	239	5	345
2008	101	144	148	171	300	266	-93	310

Kilde: TopCamps brancheanalyse 2008

Igennem både 2007 og 2008 har TopCamp-pladserne investeret store summer i forbedringer af pladserne – i gennemsnit har de investeret 11 millioner per plads - i håbet om at kunne tiltrække nye kunder, men ovenstående tabel viser, at dette ikke er sket. TopCamps brancheanalyse for 2008 viser at TopCamp pladserne i 2008 i gennemsnit gav et underskud på 753.000 kr. før skat.

På trods af massive investeringer er omkostningsbyrden blevet større i form af øgede afskrivninger og renter, som ikke modsvares af større indtjening. Af ovenstående tabel fremgår det, at renter i perioden fra 2003 til 2008 stiger med 200 procent, afskrivningerne er i samme periode steget med 166 procent mens omsætningen – campinggebyret – kun er steget med 44 procent. Disse tal dokumenterer med al ønskelig tydelighed, at de store investeringer som TopCamp har gennemført ikke har resulteret i flere overnatninger.

Kombineres dette med det faktum, at vores nabolande har opstillet andre betingelser for deres indenlandske turismeerhverv, så giver det anledning til, at man fra politisk side bør overveje, hvordan man kan skabe et sæt af rammevilkår, som sikre erhvervet fair konkurrencevilkår. Alternativet er, at det indenlandske turismeerhverv i løbet af kort tid vil opleve en lang række af konkurser, hvilket vil få stor betydning for beskæftigelsen i de områder – primært randområderne hvor der er flere hundrede arbejdspladser forbundet med camping og en omsætning på mange millioner. De områder det især vil blive ramt er store områder på Vestkysten, på Bornholm, i Nordjylland og i Sønderjylland, hvor turismen er med til at give smør på brødet til lokalbefolkningen.

Hvis vi i Danmark havde formået at fastholde de udenlandske overnatninger, så er der ingen tvivl om, at indtjeningen ville have set betydelig bedre ud.

Hyttestørrelse

Ifølge den danske lovgivning - bl.a. Miljøministeriets campingreglement - må man bygge hytter på en campingplads, som maksimalt har en størrelse på 25 kvadratmeter og som er op til fem meter i højden. I den seneste revision af loven er der lagt op til at der kan gives tilladelse til, at man må bygge hytter som har en størrelse på op til 35 kvadratmeter og som er op til 4 meter i højden.

Man taler i dansk turisme meget om at være bedre til at udnytte skuldersonerne – dvs. ydersæsonerne. I disse perioder er hytteproduktet helt ideelt. Tænk eksempelvis på at være en familie på 6 personer - alle hytter er beregnet til 6 personer - som har lejet sig ind i en hytte på 35 kvadratmeter i en uge i september. Umiddelbart er pladsen trang og der er ikke plads til at alle kan sidde og hygge sig med et slag matador foran fjernsynet. Nej pladsforholdene betyder, at alle skal sidde ved spisebordet og faktisk være i det samme rum konstant, da de øvrige rum er for små. Disse forhold kan vi ikke byde vore gæster. Vi beder ikke om hytter på 100 kvadratmeter eller større, men derimod om tålelige og sammenlignelige forhold til vore nabolande.

Som campingpladsejere er vi naturligvis glade for muligheden for at bygge hytter der er lidt større, men ændringen i den tilladte højde på en hytte betyder, at det nu ikke længere er muligt at etablere en hytte med f.eks. en fornuftig hems, og på den måde er vi næsten lige langt.

I sagen omkring hyttestørrelsen er udfordringen, at vores nabolande ikke har en tilsvarende restriktioner, hverken på størrelse eller højde. I disse lande er det tilladt at bygge hytter som er præcist så store og så høje, som man har lyst til, og som kunderne efterspørger. Og det skaber naturligvis en forvriddning af konkurrencevilkårene.

I forbindelse med en revidering af loven blev der også vedtaget en begrænsning på, hvor mange hytter der må være på en campingplads. Hvor det tidligere var den enkelte lokalplan der var afgørende for dette, betyder de nye regler, at det nu kun er tilladt at bygge 60 hytter på en campingplads, selvom pladsen eksempelvis har 800 enheder.

Handlingsanvisning

Som TopCamp-ejere vil vi meget gerne levere et ferieprodukt af høj kvalitet, men det er vanskeligt når de lovgivningsmæssige rammer lægger snærende bånd på vores udfoldelsesmuligheder. Alt hvad vi ønsker og beder om, er vilkår der minder om vores nabolandes, dvs. muligheden for at bygge større hytter, som matcher vores gæsters behov og efterspørgsel.

Moms

Den danske moms udgør en stigende konkurrenceforvridende faktor. I dag er det sådan, at huslejeindtægten for at udleje et sommerhus er fritaget for moms, og beskattningen er også favorabel. Når en campingpladsejer udlejer pladser til campister eller en hytte til en gæst, skal han betale moms af sin lejeindtægt og han betaler normal skat af sit overskud. På den måde opstår der en momsmæssig skævvridning mellem ejeren af et sommerhus og ejeren af en campingplads.

Kigger vi uden for Danmarks grænser, så er situationen den, at flere af vores nabolande opererer med en differentieret moms. F.eks. betaler man i:

- Sverige 12 procent moms på overnatninger
- Norge 8 procent moms på overnatninger
- Tyskland – som lige har sænket sin moms på overnatninger fra 19 procent – til nu kun 7 procent på overnatninger
- Holland 6 procent på overnatninger

Alle de omkringliggende lande har således en væsentlig lavere moms på overnatninger, hvilket betyder, at deres turismeerhverv er i stand til at tilbyde et produkt til en væsentlig mere konkurrencedygtig pris, end vi er her i Danmark.

Tabel: Fordeling af udenlandske overnatninger i procent – 2008

	Sverige	Norge	Holland	Tyskland	Øvrige
Antal overnatninger	7%	9%	13%	62%	9%

Ovenstående tabel viser, at hovedparten af de udenlandske overnatninger kommer fra Tyskland, den markante nedsættelse af momsen på overnatninger i Tyskland, udgør derfor et alvorligt problem for den danske turisme, idet det må antages at antallet af tyske feriegæster i Danmark også i 2009 og 2010 vil være faldende pga. de lavere priser i Tyskland.

Handlingsanvisning

Vi ved godt, at diskussionen om en differentieret moms er vanskelig i Danmark, men som en væsentlig aktør i det indenlandske turismeerhverv tillader vi os alligevel at tale for en tilpasning af momsniveauet på overnatninger, altså ikke en 0 moms, men en moms på niveau med vores nabolande.

Vi er som ansvarlige erhvervsdrivende naturligvis godt klar over, at en nedsættelse af momsen på overnatninger vil betyde et provenutab for Danmark. Hvis vi f.eks. tager udgangspunkt i vores egne TopCamp pladser, så var omsætningen i gennemsnit per plads i 2008 6,3 mio. kr. af dette beløb blev der betalt 1,075 mio. kr. i moms. Hvis vi forestiller os, at momsen på overnatninger sættes ned til 7 procent som i Tyskland, så vil det betyde et provenutab på cirka 1,1 mio. kr. Umiddelbart lyder det måske af mange penge, men dette beløb skal modsvares af, at vi forventer at vi via en momstilpasning vil kunne tiltrække flere gæster og dermed tjene flere penge, så vi igen kommer til at kunne fremvise en positiv skattepligtig indkomst – en positiv effekt vi forventer overstiger provenutabet.

El-afgift

Refusionsmulighederne for energifgifter på campingpladser er en regeljungle, som kan være meget vanskelig for udenforstående at finde rundt i.

I øjeblikket er det sådan at der i forbindelse med el-afgiften er følgende forhold som gør sig gældende:

- Køkkenfaciliteter – fuld refusion af el-afgift, med undtagelse af evt. forbrug i el-radiatorer
- Badefaciliteter/sanitetsbygninger mm: El-afgift vedrørende opvarmning af vand til badeformål, vask og opvarmning af lokaler er ikke godtgørelsesberettiget. El-afgift vedrørende belysning, ventilation, hårtørrer og andre apparater, der ikke anvendes til opvarmning af vand eller lokaler, er refusionsberettiget
- Fælles opholdsrum/fjernsynsstue/information/kontor/pladsbelysning mm.: El-afgift vedrørende disse lokaler er refusionsberettiget med undtagelse af eventuelt forbrug til el-radiatorer og vandvarmere
- Butik/Café mv.: Hvis campingpladsen selv driver butik og café mm. er der fuld refusion af el-afgiften vedrørende belysning, kasseapparater, køle-/frysediske mv. Kun el til opvarmning inkl. varmt vand er ikke refusionsberettiget
- Hytteudlejning og udlejning af campingvogne: El-afgift medgået til drift af komfur, køleskab, belysning mv. er refusionsberettiget. El-afgift til radiatorer, varmtvandsbeholdere mv. kan ikke refunderes
- El-forbrug campister: ingen refusion
- Badeanlæg/swimmingpool: Hvis anlægget karakteriseres som et egentligt badeland så er der ingen refusion. Hvis anlægget karakteriseres som en swimmingpool er el-afgift refusionsberettiget med undtagelse af el medgået til opvarmning

Ovenstående oversigt viser med al ønskelig tydelighed at reglerne for refusion af el-afgiften er svært gennemskuelige for TopCamp pladsejerne.

Derudover er der med vedtagelsen af den nye momslov med virkning fra 1. januar 2010 lagt yderligere el-afgiftsbyrder på bl.a. campingpladserne, det drejer sig om følgende:

- **Afgiften på elektricitet stiger**
I 2009 betales der 55,0 øre/kWh i el-afgift. Denne afgift stiger til 61,3 øre/kWh i 2010, og herefter indeksreguleres satserne med 1,8% pr. år indtil 2015. Desuden indføres en tillægsafgift på el fra 2011. Satsen udgør 6,0 øre/kWh og indeksreguleres med 1,8% pr. år indtil 2015. Campingpladsen vil i perioden 2009 til 2015 få en merudgift på 30,7% for den del af el-afgiften, som ikke tilbagebetales.
- **Nedsættelse af tilbagebetaling på el-afgift**
Den del af elafgiften, der kan refunderes, tilbagebetales efter de nuværende regler normalt 100%. Fra 2010 sker der en reduktion af tilbagebetalingen af el-afgiften på elektricitet med en fast sats på 1,6 øre/kWh. Reduktions-satsen stiger til 6,2 øre/kWh i 2013.
- **Komfortkøling beskattes**
Der indføres beskatning af energi medgået til fremstilling af kulde, der anvendes til såkaldt komfortkøling. I praksis vil det betyde, at der ikke længere tilbagebetales energifgifter af energiforbruget til den nedkøling af lokaler, der sker under hensyn til de ansattes eller kundernes komfort. Airconditionanlæg mv. kører ofte på samme måler som forbrug, der i øvrigt berettiger til tilbagebetaling. Såfremt der ikke sker særskilt måling af elektricitet til airconditionanlæg mv. vil adgangen til godtgørelse af afgifter for forbrug, der berettiger tilbagebetaling, som udgangspunkt bortfalde. Elforbruget til kulde kan dog opgøres efter samme standardmetoder, som gælder for elvarme, eksempelvis som en m2-afgift, men dette vil normalt være en dyr løsning i forhold til måling af forbruget.

Handlingsanvisning

Forvirringen på el-afgiftsområdet er total, og alt hvad vi beder om er, en regelforenkling, der gør det muligt for os at finde hoved og hale i hvad der er tilladt og muligt.

Vi vil anbefale politikerne at sidestille campingpladsejerne med en samlet virksomhed og dermed give os mulighed for at hjemtage energifgifter på alle de delprocesser som indgår i vores samlede virksomhed, alt andet ender i et administrativt kaos, og mindsker vores konkurrencemuligheder. Sagt med andre ord vil vi anbefale, at der kan hjemtages fuld elafgift på salg til campister, hytteudlejning samt at alle badeanlæg placeret på en campingplads bliver omfattet af de almindelige regler og betegnet som en forlystelse.

VisitDenmark

Økonomi- og Erhvervsministeren har netop offentliggjort et lovforslag, der lægger op til en styrkelse af den internationale markedsføring af Danmark, og herunder et mere forretningsorienteret VisitDenmark. Hos TopCamp hilser vi ethvert initiativ velkomment, som kan styrke gennemslagskraften af den internationale markedsføringsindsats og trække flere turister til Danmark.

Ideen om at skabe et mere forretningsorienteret VisitDenmark peger i den rigtige retning, men lader fortsat en del tilbage at ønske på både nationalt og lokalt niveau.

Situationen er den, at vi i de seneste år hos TopCamp – som nævnt ovenfor – har investeret millioner i produktudvikling. Men trods investeringerne har vi ikke oplevet en vækst i antallet af gæster, fordi mange vælger at holde ferie i vores nabolande.

Vi har hos TopCamp i lang tid sat vores lid til VisitDenmark, som er den nationale organisation for markedsføring og udvikling af dansk turisme. Sammen med det turistfremmende system og erhvervet er det således VisitDenmarks opgave at bidrage til at skabe omsætning og beskæftigelse i hele Danmark og styrke kendskabet til Danmark i udlandet.

VisitDenmark definerer selv sin mission som: " Sammen med partnere tiltrækker vi turister og styrker deres oplevelser af Danmark". Og visionen er defineret som: "Vi vil gøre Danmark verdenskendt for nærværende og let tilgængelige oplevelser hele året". På trods af de fine ord og utallige markedsføringsforsøg fra VisitDenmarks side, viser udviklingen skitseret ovenfor, at organisationen ikke i tilstrækkelig grad har formået at markedsføre Danmark som et attraktivt turistmål.

Handlingsanvisning

Vi er hos TopCamp udmærket klar over, at det er en udfordring at markedsføre et land og de mange tilbud vi her i Danmark har at byde på. Men set i lyset af de budgetter som VisitDenmark råder over, så mener vi, at man fra politisk side bør sætte fokus på, at VisitDenmark faktisk anvender ressourcerne der, hvor de gør mest nytte, nemlig i forhold til at arbejde for at få flere turister til at rejse til Danmark.

Ved at nærlæse VisitDenmarks regnskaber fremgår det, at omkring 70 procent af organisationens budget går til administration, it, husleje mm. Hvorfor kun 30 procent af budgettet går til egentlig markedsføring.

Rent markedsføringsmæssigt kunne VisitDenmark lære meget af Star Tours Stig Elling, han sender med stor dygtighed tusindvis af turister ud af landet med fly. Hvis VisitDenmark optrådte med samme overbevisning, ville situationen være en helt anden.

Hos TopCamp vil vi derfor opfordre Økonomi- og Erhvervsministeriet til at tage turismeerhvervet med på råd, når den nye organisering af dansk turisme og VisitDenmark skal forhandles på plads, så vi sikrer os, at de store beløb der bliver afsat til VisitDenmark, faktisk bliver anvendt der hvor de skaber mest gavn.