

2010





# CAMPING I DANMARK



**CAMPING  
RÅDET**

Camping –  
et stærkt, men  
udfordret,  
erhverv

## 1. Campingrådets politiske ønsker

-  En nedsættelse af den danske moms på overnatninger, så den afspejler niveauet hos vore nærmeste konkurrenter i Holland, Tyskland, Norge og Sverige.
-  Fuld fradragsret for alle energiafgifter på campingpladser.
-  En investeringsordning, der giver de danske campingpladser investeringstilskud til at installere solcelleanlæg.
-  Et markant løft af de offentlige midler til markedsføring af dansk camping i udlandet.

Det er Campingrådets ønsker i prioriteret rækkefølge. I nærværende notat gennemgår vi nærmere, hvordan og hvorfor dansk camping kan og bør have politisk hjælp.

Til sidst giver vi en mere detaljeret gennemgang af Campingrådets ønsker.

## 2. Camping i Danmark

Camping i Danmark udgør i foråret 2010 476 godkendte campingpladser, spredt over hele landet. Det er et erhverv, der har flyttet sig meget langt over de sidste 10-15 år, og fremstår nu både som et professionelt erhverv og danskernes foretrukne ferieform i Danmark<sup>1</sup>.

Dansk camping:

- 11,8 millioner overnatninger i 2009
- En samlet omsætning på 3,9 mia. kroner i 2008<sup>2</sup>
- Heraf 1,4 mia. kroner i udenlandsk valuta i 2008
- Ca. 7.000 skabte fuldtidsjobs i 2008

Det danske campingprodukt har i den ovennævnte periode gennemgået store forandringer. Store investeringer, hårdt arbejde for et bedre brand og et vedvarende arbejde i Campingrådet med at højne standarderne på pladserne, har gjort, at det danske campingprodukt nu er i toppen af den europæiske rangstige.

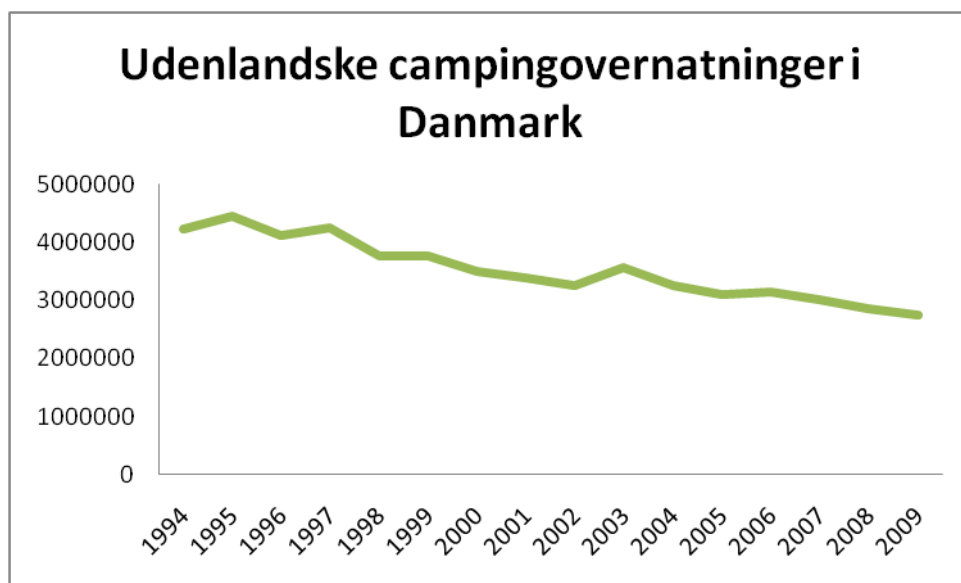
Desværre afspejler antallet af udenlandske overnatninger ikke produktets høje standard. Siden 1995 har Danmark støt mistet

---

<sup>1</sup> I 2009 foregik 41 procent af danskernes overnatninger i Danmark på campingpladserne. Samtidig er der ca. 142.000 indregistrerede campingvogne i Danmark.

<sup>2</sup> Det skal bemærkes, at danskernes førrejseforbrug på campingudstyr ikke er medregnet. Den reelle omsætning er dermed markant større. Tidligere har førrejseforbruget ligget i størrelsesordenen 500 mio. kroner.

udenlandske campingovernatninger. I 2009 var antallet 1,8 millioner lavere end i 1995. Det betyder et tab af store summer i valutaindtægter, år efter år.



Samlet set har dansk turisme haft en udvikling præcis magen til udviklingen i campingovernatninger. Fra 1994 og til i dag, har dansk turisme mistet over 6 millioner årlige udenlandske overnatninger.

### 3. Udfordringen

Når camping er et udfordret erhverv, så er det først og fremmest på grund af de rammevilkår camping opererer indenfor: Rammerne gør det for dyrt for udlændinge at være turist i Danmark.

Siden år 2000 er de danske priser steget 14 procent i forhold til det europæiske gennemsnit (tal fra Eurostat i Mandag Morgen). Det er noget, der har haft en effekt.

#### Eksempel:

Tidligere lejrchef og Master i oplevelsesøkonomi Peter Lützen fortæller i et oplæg til Campingrådets Fremtidsudvalg, at en overnatning på en italiensk campingplads typisk var 20-25 procent dyrere end en sammenlignelig dansk plads i slutningen af 90'erne. Situationen i 2010 er, at overnatningen på den danske plads typisk vil være en smule dyrere end den italienske.

# CAMPING I DANMARK

En rapport fra Tourism Economics, bestilt af VisitDenmark, viser da også, at de høje danske priser forklarer ca. halvdelen af det danske tab af udenlandske overnatninger i perioden 2003 – 2008.

Den tyske udgave af FDM, ADAC, beregner hvert år, hvad en typisk campingferie for en familie med to voksne og to børn koster i forskellige europæiske lande. I Danmark koster en campingferie ca. 25 procent mere end hvad en tilsvarende ferie koster i Tyskland, Sverige, Norge, Holland, Frankrig og Østrig.

Vi kan ganske simpelt ikke længere konkurrere med vores nærmeste konkurrenter.

## Prisen ER vigtig

Hvis man er tilbøjelig til at mene, at priseffekten er overvurderet, så gav 2009 et meget håndgribeligt svar herpå. Førømtalte rapport fra Tourism Economics beskriver således, at langt størstedelen af den svenske fremgang i samme periode skyldes den lave svenske kronekurs og medfølgende lave prisleje.

Og det er en effekt der er til at tage og føle på: Danmark mistede fra 2008 til 2009 32 procent af vores svenske gæster, mens Sverige i 2009 havde 44(!) procent flere danskere på campingferie end året før.



## Signalpriser

Før den potentielle campinggæst begiver sig ud i verden med sin campingvogn, så har han typisk søgt information om steder han kunne tænke sig at besøge – ikke mindst, hvad det vil komme til at koste. Sådan tænker de fleste af os. Hos tyske ADAC vil vedkommende således



kunne se, at el-prisen på de danske campingpladser er ca. 50 procent højere end i andre lande.

De danske el-afgifter og den danske moms samt de medfølgende høje priser er tilpasset danske lønninger. For potentielle campinggæster fra resten af Europa er ADAC's beregninger af ferieprisen og listen med el-priser med til at sende et utvetydigt signal: Ferie i Danmark er dyrt.

### **4. Løsninger**

Campingrådet har på baggrund af de ovenfor beskrevne udfordringer udarbejdet en liste over mulige politiske løsninger på dansk campings problemer.

Først er det dog værd at spørge sig selv, hvad gevinsten ved at hjælpe de danske campingpladser ville være:

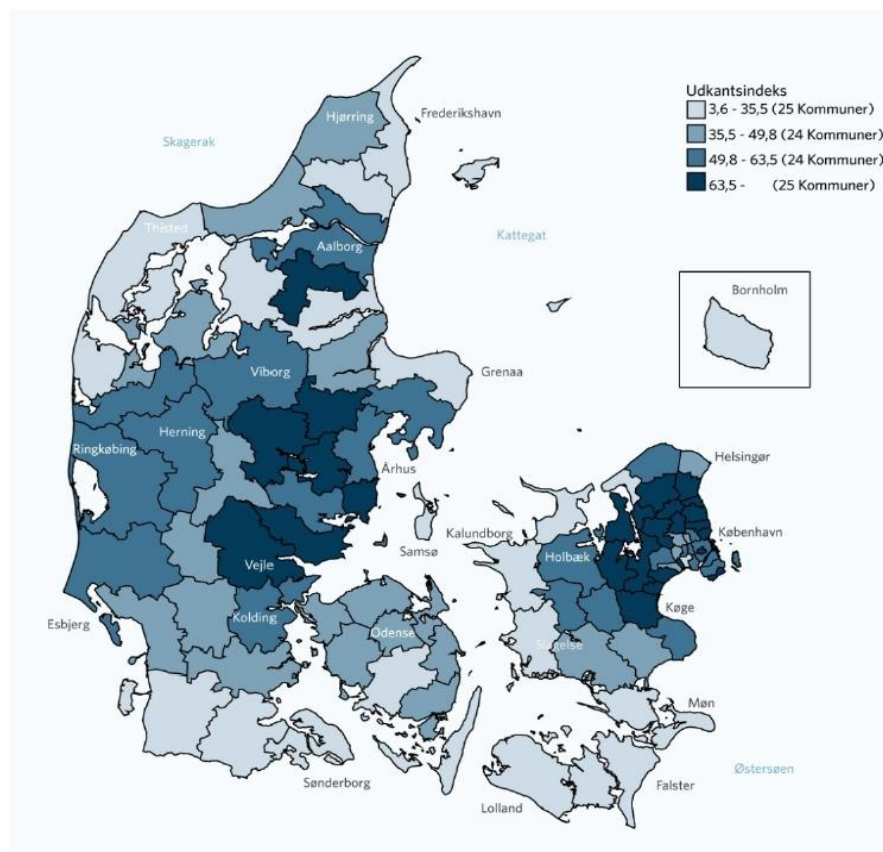
#### **Hvorfor skal problemerne løses?**

1. Camping i Danmark er et eksporterhverv, der hvert år 'eksporterer' danske oplevelser til glade tyskere, hollændere, svenskere, nordmænd osv. Til gengæld får Danmark en betydelig valutaindtægt.
2. Camping i Danmark er et erhverv, der kan beskæftige mennesker med ingen eller meget kort uddannelse. Rundt regnet en tredjedel af de 7.000 skabte jobs i 2008 var direkte på campingpladserne. Af disse, er en stor del ufaglært arbejdskraft. Dem er der ikke så mange andre der kan beskæftige længere.

## CAMPING I DANMARK

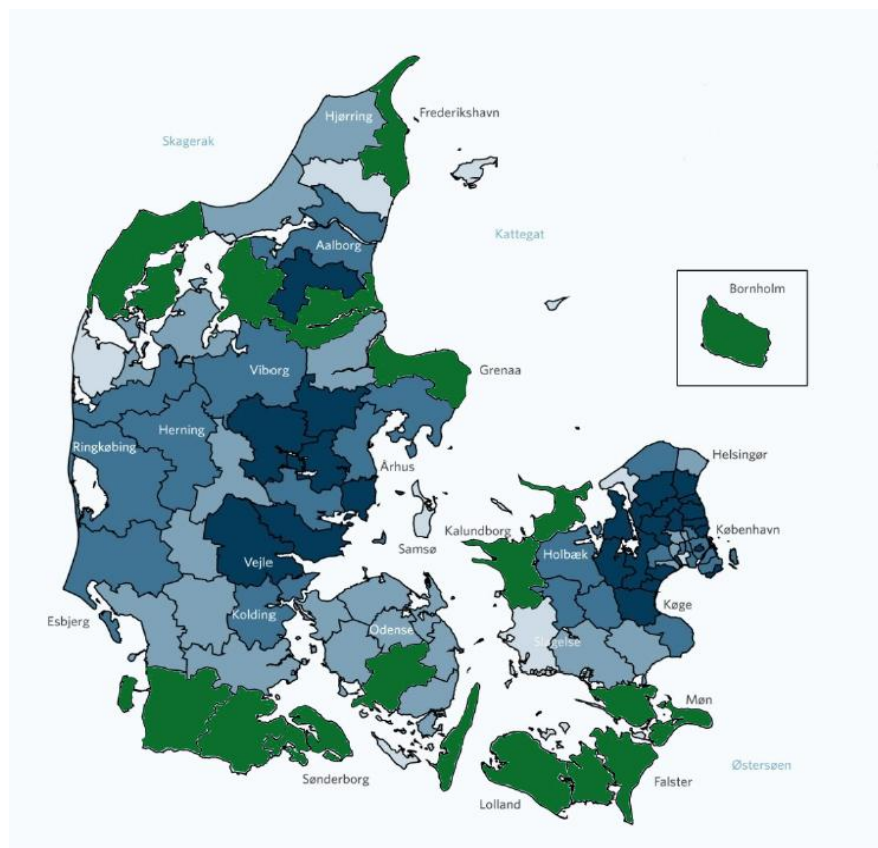
3. Campingpladserne i Danmark har derudover en geografisk placering, der gør deres problemer endnu mere påtrængende.

Nedenfor ses Jyllandspostens kort over de danske kommuner, hvor de er inddelt efter et "Udkantsindeks". De lyse kommuner er der, hvor der er mindst vækst og fremgang.



## CAMPING I DANMARK

På det næste kort har vi prøvet at gennemgå de dårligst stillede kommuner på JP's kort. Har den pågældende kommune over 100.000 campingovernatninger om året (2009-tal), så bliver den 'campinggrøn':



Det er tydeligt, at mange af de i forvejen dårligt stillede kommuner vil have meget svært ved at leve med en yderligere nedgang i turismen. 100.000 campingovernatninger svarer gennemsnitligt til en omsætning på ca. 35 mio. kroner samt en beskæftigelse på ca. 55 fuldtidsjob om året. Nogle af de berørte kommuner har mere end 500.000 campingovernatninger.

4. Turisme, herunder camping, er et erhverv med vækstpotentiale. Forventningen hos eksempelvis UNWTO<sup>3</sup> er, at turisme globalt set vil vedblive med at vokse i årene frem. Skal Danmark tiltrække investeringer og skabe arbejdspladser, så er ordentlige rammevilkår en afgørende forudsætning.

### Nuværende løsninger

Campingrådet vil gerne understrege, at vi er tilfredse med, at den kommende ændring af campingreglementet giver mulighed for at bygge hytter op til 35m<sup>2</sup> på campingpladsen. Dog er Campingrådet ked af, at den maksimale højde er blevet fastsat til fire meter i stedet for fem.

<sup>3</sup> United Nations World Tourism Organisation



Alt i alt er ændringen af campingreglementet et skridt i den rigtige retning. Campingrådet mener dog, at det, der kan vindes ved investeringer efterhånden er vundet. Hvis dansk turisme og Danmark skal have gavn af de mange investeringer, så er der ingen vej udenom en forbedring af dansk campings rammevilkår:

### **Campingrådets forslag til løsninger – prioriteret rækkefølge:**

#### **- Nedsæt momsen på overnatninger til 12 procent**

Momsen på overnatninger er i Danmark 25 procent, uanset om du er dansker eller udenlandsk turist. Det stiller camping som eksporterhverv ganske dårligt. I dag er momsen på overnatninger hos vores nærmeste konkurrenter markant lavere end i Danmark: Sverige 12 procent, Norge 8 procent, Tyskland 7 procent og Holland 6 procent.

Campingrådet har i forbindelse med den tyske momsreduktion regnet på de økonomiske konsekvenser af en sænkning af momsen på overnatninger. Udregningerne er baseret på en undersøgelse Campingrådet har foretaget, der viser, at 13 procent af danskerne og 17 procent af tyskerne ville overveje at ændre feriemål, hvis prisen på overnatningen faldt 10 procent i Tyskland. Et tab af 13 procent af de danske og 17 procent af de tyske overnatninger i tilfælde af lavere priser i Tyskland, vil give et provenutab til staten på ca. 170 mio. kr. En tilsvarende forøgelse af de danske og tyske overnatninger pga. en dansk momssenkelse vil mere end halvere provenutabet.

En sænkelse af momsen vil være den ideelle løsning til at forbedre de danske campingpladsers konkurrenceevne. Campingrådet erkender dog, at det for nuværende er en svær politisk løsning.

#### **- Fuld fradragsret for alle energiugifter på campingpladser**

Udgifterne til energi er ofte den tungeste post på budgettet for en dansk campingplads. Eksempelvis betalte Rødby Lystskov Camping i 2009 over 200.000 kroner i energiaugifter, ud af en samlet omsætning på knapt 900.000 kroner. Samtidig har vi ovenfor beskrevet den signalværdi vi sender til potentielle udenlandske gæster, når vores el-priser er så meget højere end vore nabolandes.

Vil man hjælpe camping, så er energiaugifterne et godt sted at starte.

Campingrådet ønsker fuld fradragsret for alle energiaugifter, og ikke som i dag, hvor noget af energiforbruget er fradragsberettiget mens meget andet ikke er. Campingrådet ønsker, at camping i denne henseende sidestilles med andre eksporterhverv som landbrug eller gartnerier, hvor rammebetingelserne er bedre.



En indførelse af fuld fradragsret for alle energifgifter på danske campingpladser vil umiddelbart medføre et provenutab for staten på ca. 45-50 mio. kroner. På sigt vil det dog medføre en række positive effekter, der vil opveje det mistede provenu.

### **- Støtte til etablering af solcelleanlæg i stor skala på danske campingpladser**

Campingrådet ønsker, at der skabes en investeringsordning der gør, at tilbagebetalingstiden på et solcelleanlæg nedbringes til under 5 år i stedet for de nuværende 12-15 år. Det betyder, at staten skal støtte investeringen i forholdet 2:1.

Et anlæg der producerer 19.136 KWh om året koster 513.000 kroner. En almindelig campingplads betaler 1,74 øre per KW. Dermed sparer anlægget campingpladsen ca. 33.000 kroner om året.

Hvis tilbagebetalingsperioden er under 5 år, så skal staten medfinansiere solcelleanlægget med 348.000 kroner.

En standardstørrelse campingplads anvender ca. 150.000 KWh om året, og anlægget vil således kunne dække ca. 13 procent af pladsens energi.

*Priseksempel leveret af Dansk Solenergi*

For ca. 100 mio. kroner årligt vil man altså kunne hjælpe 200 campingpladser til et anlæg i den ovennævnte størrelsesorden.

Det vil have flere positive effekter:

- Campingpladserne vil få en bedre økonomi pga. færre udgifter til energi.
- Campingpladsens lokalområde vil få direkte gavn af investeringen i form af håndværkerarbejde og knowhow.
- 200 af ovennævnte anlæg vil spare Danmark et CO<sup>2</sup> udslip på 3.700 ton CO<sup>2</sup><sup>4</sup>.
- Det vil gavne Dansk Solenergi, som er Campingrådets partner i denne sag.

### **Dansk Solenergi**

Dansk Solenergi er en dansk højteknologisk virksomhed, der fremstiller og rådgiver om solceller. De har indtil for nylig haft en mindre fabrik på

---

<sup>4</sup> Camping i Danmark er i forvejen et grønt erhverv. 43 procent af de danske campingpladser havde allerede i efteråret 2009 installeret en eller flere former for VE. Er man interesseret i Campingrådets undersøgelse af VE på de danske campingpladser, så eftersender Campingrådet gerne det materiale vi havde med på Dansk Erhvervs stand på COP15.



Nordhavn i København, men har nu også åbnet en fabrik på Lolland. En støtte til camping er altså i denne sag også en støtte til Dansk Solenergi og deres nye satsning på Lolland.

### **El-lovene**

Hvis der virkelig er et seriøst politisk ønske om at få et grønnere erhvervsliv, så er det dog nødvendigt også at se på el-loven og loven om el-afgifter. Som det er nu, er det kun private og offentlige institutioner der har afgiftsfrihed for el produceret af solceller.

Samtidig, er det i øjeblikket ikke muligt for en erhvervsvirksomhed at sælge el produceret af solceller tilbage til el-nettet til en ordentlig pris. Dermed kræves det, at campingpladsen selv forbruger al den strøm som solcelleanlægget kan producere, hvis de skal opnå den ovennævnte besparelse.

### **Bredere aftale**

Campingrådet har med forslaget om solceller, haft et meget konkret fokus. Den tilgang gør det nemmere at udregne præcise tal, men kan samtidig også blokere for videre dialog. Campingrådet vil derfor gerne understrege, at vi er villige til at kigge på støtteinitiativer der indbefatter alle former for vedvarende energi – eksempelvis jordvarme eller biobrændsel.

### **- Markedsføring af dansk camping**

Sidste bud på en løsning af de problemer dansk camping står overfor, er en markant styrkelse af markedsføringen af dansk camping i udlandet. Vi har ikke den samme synlighed som vi kunne ønske, og et markant løft af markedsføringen vil helt sikkert have en positiv effekt på de udenlandske overnatninger i Danmark.

Campingrådet forestiller sig et årligt pristalsreguleret provenu på ca. 50 mio. kroner til markedsføring af dansk camping. Beløbet kan afsættes som en specialbevilling på VisitDenmarks budget og kun effektueres gennem "Erhvervspartnerskabet Camping".