



**ERHVERVS- OG
VÆKSTMINISTEREN**

8. april 2015

Besvarelse af spørgsmål 173 alm. del stillet af Erhvervs-, Vækst- Eksportudvalg den 17. marts 2015.

**ERHVERVS- OG
VÆKSTMINISTERIET**

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Tlf. 33 92 33 50
Fax. 33 12 37 78
CVR-nr. 10092485
EAN nr. 5798000026001
evm@evm.dk
www.evm.dk

Spørgsmål:

Vil ministeren oplyse, hvad effekterne forventes at ville være ved at afsætte en pulje på 50 mio. kr. til markedsføring af Danmark som turistdestination? Ministeren bedes angive den umiddelbare provenueffekt, provenueffekten efter tilbageløb og provenueffekten efter adfærd og tilbageløb.

Svar:

Det er vanskeligt at opgøre effekterne af en pulje til markedsføring af Danmark som turistdestination, da det i stor grad afhænger af, hvor og hvordan midlerne anvendes.

Det er i besvarelsen antaget, at der er tale om en ekstraordinær pulje på 50 mio. kr., der skal finansieres inden for eksisterende rammer.

Markedsføringspuljen vil formentlig anvendes til en række markedsføringskampagner i udlandet. Dermed vurderes det automatiske tilbageløb gennem moms og afgifter af kampagnerne at være begrænset.

En markedsføringspulje kan imidlertid være med til at tiltrække flere udenlandske turister til Danmark, hvilket kan føre til et øget forbrug af danske varer og tjenester, og dermed øge provenuet fra moms og afgifter.

Ifølge VisitDenmarks beregninger vil en ekstraordinær markedsføringspulje på 50 mio. kr. betyde, at der kan komme op til 1,7 mio. flere udenlandske overnatninger til Danmark.

Der vil dog altid være en vis usikkerhed forbundet med præcist at opgøre effekten af specifikke kampagner, ligesom en eventuel effekt af en engangsindsats må forventes at aftage over tid.

Endelig bemærkes det, at hvis puljen tages fra eksisterende rammer, kan der være en negativ effekt af finansieringsbortfaldet fra andre erhvervsinitiativer.