



TURISMEPOLITISK REDEGØRELSE

2021

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. Sammenfatning	3
2. Status i dansk turisme i lyset af COVID-19	4
2.1 Udvikling i dansk turisme	4
2.2 Initiativer målrettet turismeerhvervet i lyset af COVID-19	7
3. Turismens økonomiske betydning og konkurrenceevne	9
3.1 Turismens økonomiske betydning i Danmark	9
4. Trends, muligheder og udfordringer for dansk turisme	12
4.1 Bæredygtig turismeudvikling i Danmark.....	12
4.2 Kapacitet, planlægning og investeringer	13
4.3 Digitalisering og innovation	14
4.4 Balance med samfundet	14
4.5 Konkurrenceevne.....	14
4.6 Arbejdskraft.....	15
4.7 Konsolidering af den offentlige turismefremmeindsats.....	15

1. SAMMENFATNING

Turismen er et internationalt væksterhverv med stor betydning for vækst og beskæftigelse i mange dele af Danmark. Før COVID-19 var dansk turisme i kraftig vækst, og i 2019 satte antallet af turistovernatninger rekord for 6. år i træk med 56,1 mio. overnatninger. Samme år skabte turisternes forbrug en omsætning på ca. 139,1 mia. kr. og finansierede 171.400 fuldtidsarbejdspladser.

Udbruddet af COVID-19 i starten af 2020 betød dog en brat afslutning på fremgangen i dansk turisme, og det er fortsat usikkert, hvordan pandemien vil påvirke turismeerhvervet de kommende år. Selvom flere danske turister rejste rundt i landet, opvejede det langt fra tabet af udenlandske turistovernatninger og -omsætning. Samlet set faldt antallet af turistovernatningerne i Danmark med 20,5 pct. fra 2019 til 2020, og et estimat for omsætningen peger på et tab på 40,6 mia. kr. i 2020, svarende til et fald på 29 pct. i forhold til 2019.¹

Særligt storby- og erhvervsturismen oplevede store fald i antallet af overnatninger og omsætning i 2020 og 2021, hvorimod kyst- og naturturismen er kommet bedre gennem krisen, blandt andet takket være en god højsæson med flere danske besøgende.

Selvom dansk turisme igen er inde i en positiv udvikling, er den internationale konkurrence om turisterne hård. Det peger på et fortsat behov for at udvikle turismeproduktet, herunder at skabe stærke og attraktive destinationer og sikre en stærk international markedsføring.

Som led i håndteringen af COVID-19 har regeringen sammen med Folketingets partier og arbejdsmarkedets parter etableret en række hjælpepakker, hvorunder der er udbetalt over 16 mia. kr. til turismeerhvervet. Endvidere har der været iværksat en lang række stimultiltag målrettet blandt andet turismeerhvervet.

Efter genåbningen er der kommet godt gang i turismen i store dele af Danmark. Især hovedstadsområdet er dog fortsat ramt af langt færre internationale turister. Derfor er der igangsat arbejde med en plan for genopretning og udvikling af hovedstadens turisme i 2022-2023. Planen udarbejdes i samarbejde med hovedstadens turismeaktører.

Herudover har regeringen igangsat arbejdet med en ny national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, som er godt i gang i regi af det Det Nationale Turisめforum.

¹ Turismens økonomiske betydning opgøres i et turismesatellitregnskab, der følger turisternes forbrug i Danmark og kobler forbruget til nationalregnskabet. Metoden følger internationale retningslinjer for turismesatellitregnskaber. Således opgøres omsætningen med udgangspunkt i efterspørgselssiden, dvs. køberne af produktet. Kilde: VisitDenmark.

2. STATUS I DANSK TURISME I LYSET AF COVID-19

I det følgende kapitel beskrives udviklingen i dansk turisme i perioden fra 2019 til og med de senest tilgængelige data. Det bemærkes, at seneste fulde dataår er 2020, og at der fortsat ikke foreligger endelige data for 2021. Derudover sammenholdes den danske markedsandel af 2020's internationale turismeovernatninger med konkurrenterne i Nordeuropa.

2.1 UDVIKLING I DANSK TURISME

Turisme har stor betydning for vækst og beskæftigelse i mange dele af Danmark. Før COVID-19 var dansk turisme i kraftig vækst, og i 2019 satte antallet af turistovernatninger rekord for 6. år i træk med 56,1 mio. overnatninger. Samme år skabte turisternes forbrug en omsætning på ca. 139,1 mia. kr. i 2019 og 171.400 fuldtidsarbejdspladser.

COVID-19-pandemien har i 2020 og 2021 imidlertid haft meget betydelige konsekvenser for turismen både i Danmark og globalt. I Danmark faldt antallet af overnatninger således med 11,5 mio. til 44,6 mio., svarende til et tab på 20,5 pct. i forhold til 2019. Først i 2023 forventes Danmark at nå niveauet for antallet af overnatninger i rekordåret 2019.²

Udviklingen i overnatninger fordelt på forretningsområder

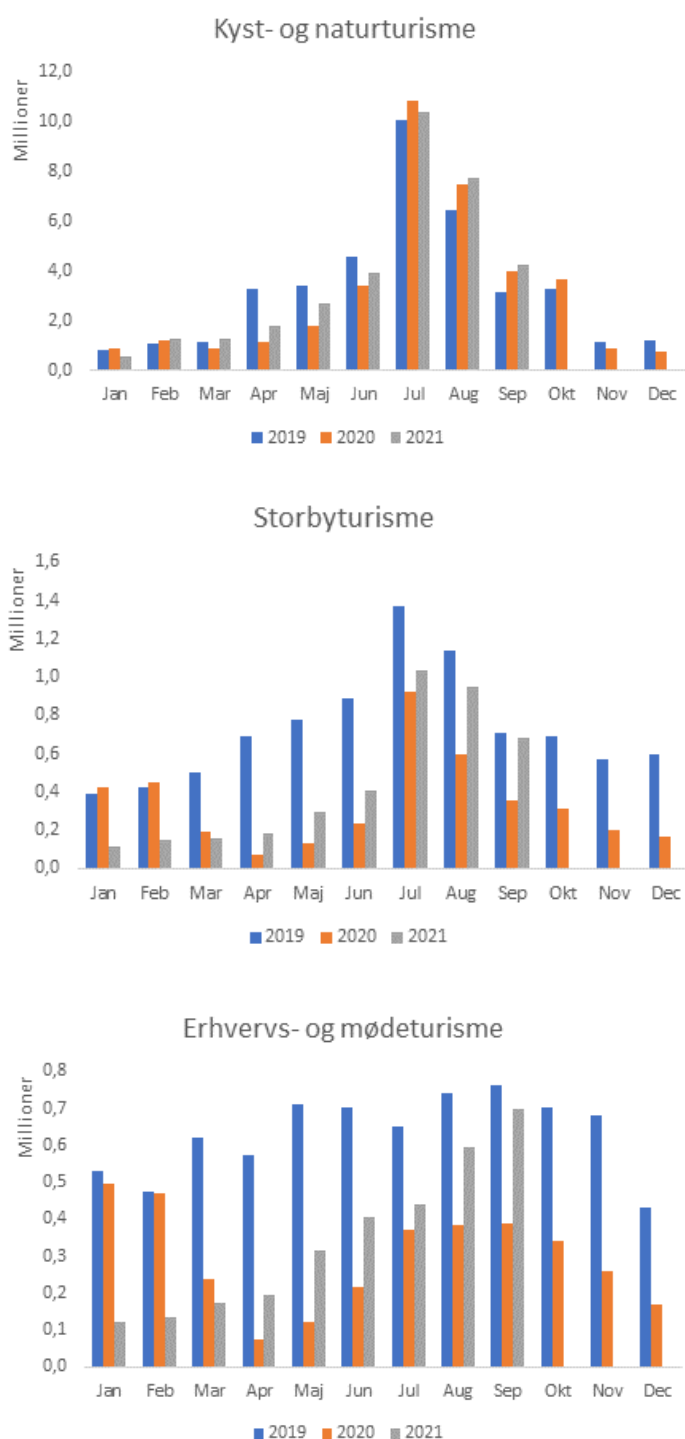
Figur 1 viser udviklingen i registrerede overnatninger på månedsbasis fra 2019-2021 fordelt på forretningsområder. Fra 2019 til 2020 faldt antallet af overnatninger inden for alle tre forretningsområder. Tabet var mindst for kyst- og naturturisme, hvor antallet af overnatninger faldt med 7 pct., mens både storbyturisme og erhvervs- og mødeturisme tabte 54 pct. af overnatningerne i forhold til året før. Det skyldes blandt andet, at flere danske turister valgte kyst- og naturferier, mens der var færre storbyturister og erhvervsbesøgende grundet rejserestriktioner mv.

Målt på overnatninger er kyst- og naturturismen således fortsat det største forretningsområde i dansk turisme. I 2020 blev i alt 83 pct., svarende til 37 mio. af alle registrerede overnatninger, foretaget af turister på kyst- og naturferier. Dernæst fulgte storbyturister med 4,1 mio. overnatninger og erhvervs- og mødeturister med 3,5 mio., svarende til henholdsvis 9 pct. og 8 pct. af alle registrerede overnatninger.

I en turismekontekst ser 2021 bedre ud end 2020, og særligt udviklingen i de seneste måneder tegner et billede af en gradvis genopretning af turismen. I juli 2021 var der stort set lige så mange overnatninger som i rekordåret 2019 (98 pct.), mens antallet af overnatninger i både august og september måned var højere end i 2019 (111 pct. i august og 121 pct. i september). Særligt de danske overnatninger driver udviklingen, men også udenlandske overnatninger er steget kraftigt fra juli til august 2021. Antallet af overnatninger indikerer således, at turisterne er på vej tilbage, idet det dog er vigtigt at være opmærksom på, at tilstanden i dansk turisme også skal ses i sammenhæng med ændringer i prisniveau mv., og at der er forskel på, hvor hurtigt genopretningen sker i hver af de tre forretningsområder.

² Kilde: Tourism Economics, foreløbig prognose.

Figur 1 Overnatninger fordelt på forretningsområder, 2019-2021



Kilde:
VisitDenmark.

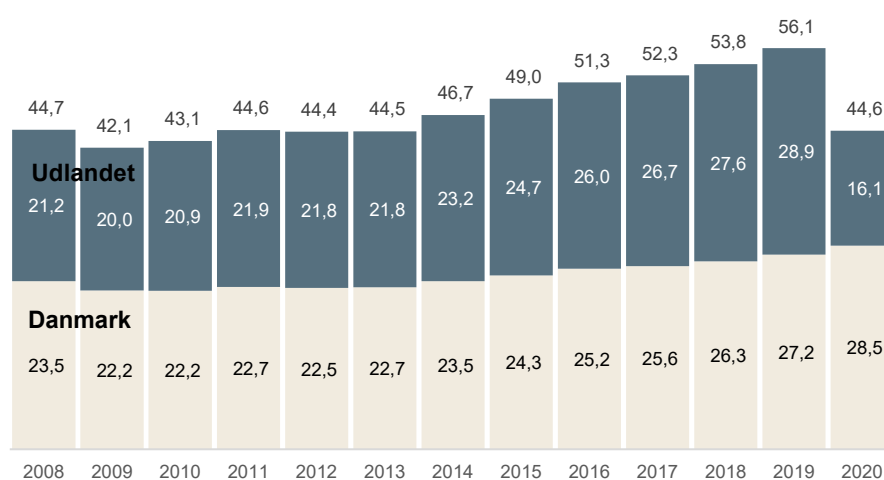
Udviklingen i henholdsvis danske og udenlandske overnatninger

Gennem en årrække har væksten i dansk turisme især været drevet af vækst i de udenlandske overnatninger. I 2014 var der en lille overvægt af danske overnatninger, men

i 2015 overgik antallet af udenlandske overnatninger antallet af danske og har haft højere vækstrater frem til 2019, jf. figur 2.

Denne udvikling blev brudt i 2020, hvor antallet af udenlandske overnatninger faldt fra 28,9 mio. i 2019 til 16,1 mio. i 2020. Omvendt gik det med de danske overnatninger, der slog rekord i 2020 med 28,5 mio. sammenlignet med 27,2 mio. i 2019, fordi ekstraordinært mange danskere holdt ferie i Danmark. Det er forventningen, at udviklingen gradvist vil normaliseres i takt med epidemiudviklingen og den gradvise udfasning af rejserestriktioner mv. globalt, og blandt andet hotel- og feriehusbookinger for resten af 2021 peger på en gradvis normalisering. Antallet af udenlandske overnatninger forventes dog først at overstige 2019-niveauet i 2024.³

Figur 2 Danske og udenlandske overnatninger, 2015-2020



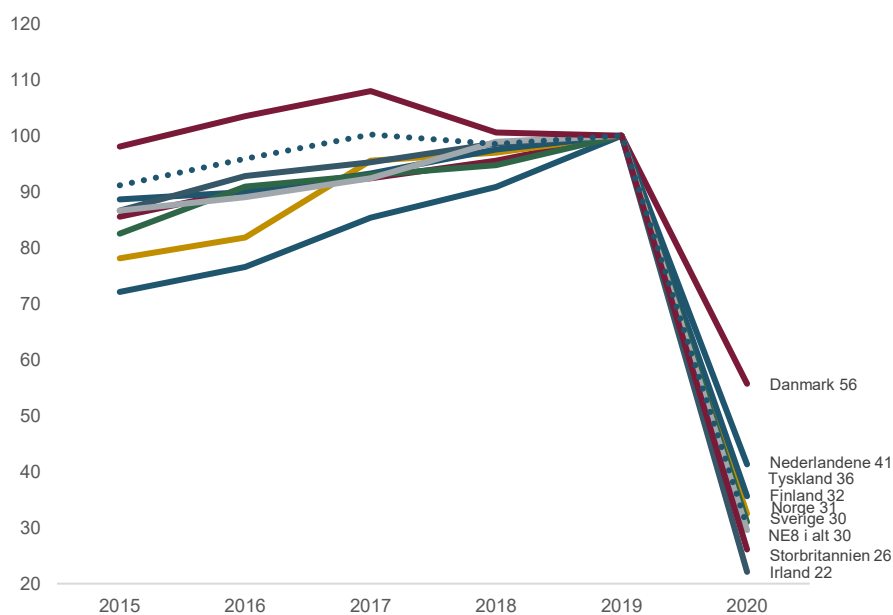
Kilde: VisitDenmark.

Udenlandske overnatninger i forhold til det nordeuropæiske konkurrencefelt

Tilbagegangen i turismen under COVID-19 er et globalt fænomen, men i international og europæisk sammenhæng er Danmark blandt de lande, der har klaret sig bedst igennem pandemien målt på antallet af overnatninger. Det skyldes blandt andet, at særligt turister fra Tyskland fortsat har besøgt Danmark i betydeligt omfang, særligt i sommermånedene. For eksempel havde Danmark i 2020 en tilbagegang i udenlandske overnatninger på -44,3 pct. sammenlignet med et fald på -69,8 pct. i det nordeuropæiske konkurrencefelt, jf. figur 3.

³ Tourism Economics' prognose for turistankomster, august 2021.

Figur 3 Udenlandske turistovernatninger i det nordeuropæiske konkurrencefelt, Indeks 2019=100



Kilde: Tourism Economics (Nederlandene, Storbritannien og Irland), nationale statistikbanker (Danmark, Norge, Sverige, Finland og Tyskland).

2.2 INITIATIVER MÅLRETTET TURISMEERHVERVET I LYSET AF COVID-19

Som led i håndteringen af COVID-19 har regeringen sammen med Folketingets partier og arbejdsmarkedets parter igangsat en række hjælpepakker, kompensationsordninger og stimuliltag målrettet turismeerhvervet og andre hårdt ramte erhverv. Følgende initiativer kan fremhæves.

Kompensationsordninger

Siden 2020 er der i alt udbetalt 48,4 mia. kr. i kompensationsordninger til danske virksomheder og arrangører. Heraf er 16,3 mia. kr. udbetalt til turismeerhverv (ekskl. transport). Der er udbetalt 5,6 mia. kr. under lønkompensationsordningen, 7,7 mia. kr. under ordningen for faste omkostninger og 2,9 mia. kr. under ordningen for selvstændige til turismeerhvervene. Størst udbetaling er sket til restauranter (7,5 mia. kr.), forlystelsesparker mv. (2,2 mia. kr.) og hoteller (2,0 mia. kr.).⁴

Sommerpakke, juni 2020

Med *Aftale om Sommerpakke, juni 2020* blev der afsat 700 mio. kr. til at styrke dansk økonomi både i land og by, herunder blandt andet til gratis indenrigsfærger og rejsepas til hele landet, styrkelse af cykelturismen, billigere kulturoplevelser, forhøjelse af bundfradraget ved udlejning af sommerhus samt genstart af kyst- og naturturismen og storbyturismen i hovedstaden.

⁴ Kilde: Erhvervsstyrelsen. Note: Opgørelsen dækker udbetalt kompensation for år 2020 og 2021 per 12. oktober 2021. Data er udtaget under Erhvervsstyrelsen kompensationsordninger og inkluderer ikke kulturministeriets område.

Aftale om udfasning af hjælpepakker, stimuliinitiativer og eksportinitiativer, juni 2020

Med *Aftale om genopretning af dansk økonomi og udfasning af hjælpepakker, juni 2020* blev der afsat 50 mio. kr. til at styrke international turismemarkedsføring. I forlængelse heraf nedsatte regeringen i august 2020 Forum for genstart af dansk eksport og otte genstartsteams for udvalgte eksportsektorer med henblik på at understøtte vigtige danske eksportmæssige styrkepositioners vej gennem krisen, herunder et genstartsteam for turisme og oplevelsesøkonomi.

Aftale om Sommer i Naturen, juni 2020

Med *Aftale om Sommer i Naturen, juni 2020*, blev der afsat 19,2 mio. kr. til indsatser, der skulle give danskerne gode oplevelser i naturen og sætte fokus på de oversete naturperler for at sprede de besøgende ud på flere steder, blandt andet via en række formidlingsindsatser, forbedret tilgængelighed og nye friluftsfaciliteter.

Aftale om genstart af dansk eksport, oktober 2020

Med *Aftale om genstart af dansk eksport, oktober 2020* blev der blandt andet afsat 67 mio. kr. til at styrke turisme- og oplevelseserhvervet, herunder 10 mio. kr. til genstart af hovedstadens turisme, 27 mio. kr. til at understøtte flyforbindelser til og fra nær- og fjernmarkeder, 15 mio. kr. til COVID-19 relateret kompetenceudvikling til medarbejdere i turisme- og oplevelseserhvervet og 15 mio. kr. til at fremme turismerelaterede investeringsprojekter uden for de største byer.

Genopretningsplan for hovedstadens turisme: Comeback Copenhagen

I februar 2020 lancerede Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen en fælles plan, '*Comeback Copenhagen*', med 12 initiativer til at genoprette hovedstadens turisme, herunder blandt andet omstilling til en ny markedssituation og bæredygtig turismeadfærd.

Sommer- og erhvervspakke mv., juni 2021

Med *Aftale om sommer- og erhvervspakke mv., juni 2021* blev der blandt andet afsat 295 mio. kr. til at sætte gang i turismen, 10 mio. kr. til en projektmodningsfond for turismeinvesteringer, 45 mio. kr. til styrket markedsføring af turismen, 13 mio. kr. til tiltrækning af internationale konferencer mv. til Danmark, 50 mio. kr. til genopretning af hovedstadens turisme samt midler til kulturoplevelser, billigere transport mv.

Aftale om finansloven 2021, december 2020

Med *Aftale om Finansloven for 2021, december 2020* blev der afsat 750 mio. kr. til at understøtte oplevelsesøkonomien, herunder blandt andet i form af skattefritagelse af arbejdsgiverbetalte gavekort til turisme- og oplevelsesøkonomien.

3. TURISMENS ØKONOMISKE BETYDNING OG KONKURRENCEEVNE

Der er endnu ikke endelige nøgletal for turismens økonomiske betydning i 2020. I det følgende kapitel tages der derfor udgangspunkt i 2019-tal, som dog giver et mere positivt billede af turismens udvikling end tal for 2020 og frem til i dag, hvor turismen fortsat er påvirket af COVID-19. Det markante fald i antallet af overnatninger er således foreløbigt estimeret til at betyde et tab i turismeomsætningen på 40,6 mia. kr. i 2020 i forhold til 2019.

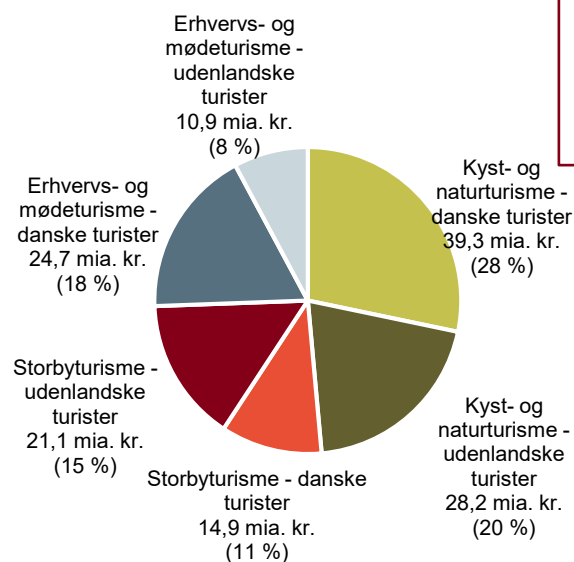
De nedenfor angivne værdier skal således tages som et billede på turismens økonomiske betydning i det seneste fulde år uden COVID-19.

3.1 TURISMENS ØKONOMISKE BETYDNING I DANMARK

Turismen er et vigtigt erhverv i Danmark, som i 2019 skabte en omsætning på ca. 139,1 mia. kr. og 171.400 fuldtidsarbejdspladser.

Dansk turisme består af tre overordnede forretningsområder: Kyst- og naturturisme, storbyturisme og møde- og erhvervssturisme. I 2019 udgjorde kyst- og naturturismen 48 pct. af den samlede turismeomsætning, mens storbyturisme og erhvervs- og mødeturisme hver især udgjorde 26 pct. Kyst- og naturturismen er dermed langt det største forretningsområde.

Figur 4 Turismeomsætning fordelt på forretningsområder, 2019



Udenlandske turister i alt:
78,9 mia. kr. (57 pct.)
Danske turister i alt:
60,2 mia. kr. (43 pct.)

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Udenlandske turister spiller en væsentlig rolle for turismens værdiskabelse, da de skaber et merforbrug i Danmark ved at bruge deres penge i Danmark frem for i hjemlandet eller på en anden udenlandsk feriedestination. Det samme er tilfældet for danskere, som holder ferie i Danmark frem for i udlandet, men for en væsentlig andel af disse er der tale om et forbrug, som flyttes fra ét sted i Danmark til et andet, og som derfor ikke øger det samlede forbrug. De danske turisternes forbrug spiller dog stadig en væsentlig rolle lokalt og regionalt.

Turismeomsætning fordelt på destinationer

I 2019 havde Wonderful Copenhagen det højeste absolutte turismeforbrug blandt de 19 danske destinationer og tegnede sig for over en tredjedel af den samlede turismeomsætning i Danmark. Herefter fulgte Aarhusregionen og Destination NordVestkysten med henholdsvis 8,9 pct. og 6,4 pct.

Tabel 1 Turismeforbrug fordelt på destinationer og forretningsområder, 2019

	Turismeomsætning, mia. kr.				Turismeandel	
	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	I alt	Pct.	Pct. af samlet økonomi
Wonderful Copenhagen	2,6	29,0	16,6	48,1	34,6%	2,1
Aarhusregionen	5,1	3,2	4,0	12,3	8,9%	1,6
Destination NordVestkysten	8,3	-	0,5	8,9	6,4%	4,3
Destination Fyn	4,4	1,3	2,6	8,3	6,0%	2,2
Destination Vesterhavet	7,8	-	0,4	8,2	5,9%	5,7
Destination Nord	3,1	2,5	1,9	7,4	5,3%	2,7
Destination Trekantområdet	3,9	-	2,4	6,3	4,6%	2,3
Destination Sønderjylland	5,4	-	0,7	6,1	4,4%	2,9
VisitNordsjælland	3,4	-	0,5	3,9	2,8%	3,1
Destination Bornholm	2,9	-	0,2	3,1	2,2%	9,9
VisitFjordlandet	2,3	-	0,6	2,9	2,1%	2,6
Destination Sjælland	2,1	-	0,8	2,9	2,1%	1,5
VisitLolland-Falster	2,6	-	0,3	2,8	2,0%	4,1
Destination SydkystDanmark	2,2	-	0,4	2,6	1,9%	2,5
Destination Vadehavskysten	1,7	-	0,7	2,4	1,8%	2,2
Destination Kystlandet	1,6	-	0,7	2,3	1,6%	1,6
VisitHerning	1,1	-	0,9	2,0	1,4%	1,3
Destination Himmerland	1,7	-	0,1	1,8	1,3%	2,4
Destination Limfjorden	1,3	-	0,2	1,5	1,1%	2,1
Uden for destination	4,0	-	1,2	5,3	3,8%	1,5
Hele landet	67,5	36,0	35,6	139,1	100%	2,3

Hvad angår turismens relative betydning lokalt, er Destination Bornholm den destination, hvor turismen udgør den største andel af destinationens samlede økonomi (9,9 pct.) efterfulgt af Destination Vesterhavet (5,7 pct.). Turismen udgør den laveste andel af den samlede omsætning i VisitHerring (1,3 pct.) og Destination Sjælland (1,5 pct.).

Ser man isoleret på turismeforbruget inden for kyst- og naturturismen, er Destination NordVestkysten og Destination Vesterhavet langt de største destinationer. I alt bliver 69 pct. af forbruget inden for kyst- og naturturismen lagt vest for Storebælt.

I forhold til erhvervsturismen så bliver i alt 47 pct. af turismeforbruget på 35,6 mia. kr. inden for erhvervs- og mødeturismen brugt i Wonderful Copenhagen efterfulgt af Aarhusregionen (11 pct.) og Destination Fyn (7 pct.).

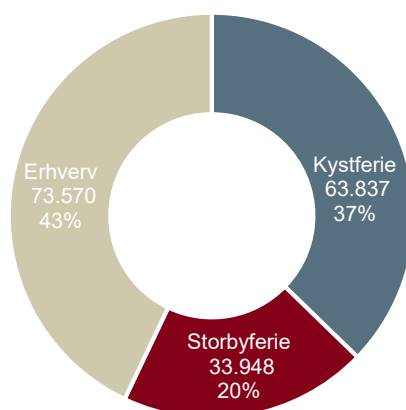
I forhold til storbyturismen dominerer København by og omegn. Fire femtedele af det totale storbyturismeforbrug på 36,0 mia. kr. kan henføres til turister i hovedstaden.

Kilde: VisitDenmark

Turismeskabte arbejdspladser fordelt på forretningsområder

I 2019 skabte turisternes forbrug 171.000 fuldtidsarbejdspladser, svarende til 5,7 pct. af den totale fuldtidsbeskæftigelse i Danmark. Af de turismeskabte arbejdspladser stod kyst- og naturturismen for 37 pct., mens storbyturismen og møde- og erhvervsturismen stod for henholdsvis 20 og 43 pct., jf. figur 5.

Figur 5 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på forretningsområder, 2019



Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

For en mere detaljeret gennemgang af turismens betydning i Danmark og dansk turismes konkurrenceevne henvises til Det Nationale Turismeforums *Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne*, som blev offentliggjort februar 2021, og kan findes på Erhvervsministeriets hjemmeside em.dk.

4. TRENDS, MULIGHEDER OG UDFORDRINGER FOR DANSK TURISME

Efter COVID-19 står dansk turisme over for en række udfordringer, men også nye muligheder, i en fremtid, der forventes at være præget af øget international konkurrence, ændrede forbrugsvaner og nye præferencer. At kunne imødekomme både de langsigtede trends og de udfordringer, der opleves på kort sigt, kræver fokus på omstilling af turismeerhvervet, herunder særligt med henblik på at understøtte en turismeudvikling, der både er miljømæssigt, økonomisk og socialt bæredygtig.

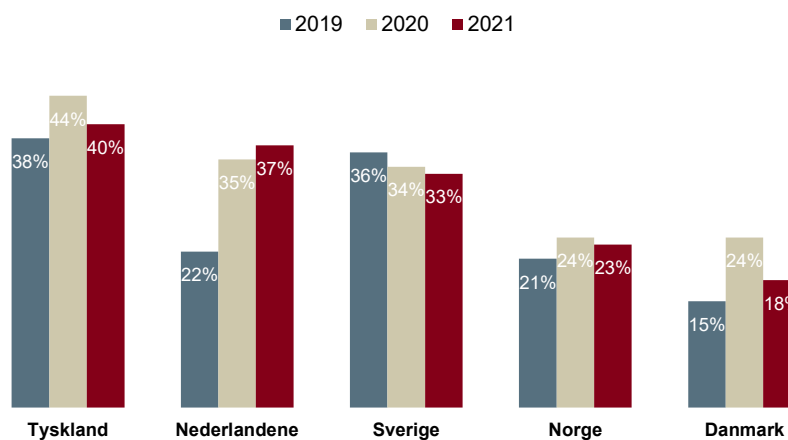
I det følgende gennemgås en række centrale udviklingstrends, som har betydning for vækstmuligheder og udfordringer for det danske turismeerhverv. Med henblik på at adressere blandt andet disse har regeringen igangsat arbejdet med en ny national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Strategien udarbejdes af Det Nationale Turisforum og skal blandt andet understøtte en bæredygtig turismeudvikling, øget digitalisering og innovation, øget kapacitet og investeringer og en turisme i balance med det omgivende samfund.

4.1 BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING I DANMARK

Inden for de seneste år er bæredygtighed i stigende grad blevet et udslagsgivende rejsemotiv for både danske turister og turister fra Danmarks store markeder. En større gruppe turister forventer således, at miljøvenlige og bæredygtige hensyn vil have betydning for deres fremtidige ferievalg. VisitDenmark følger løbende turisternes præferencer i forhold til bæredygtighed i udvalgte lande. I 2020 var andelen af befolkninger i disse lande, der vil prioritere bæredygtighed ved deres næste rejse, højest i Tyskland (44 pct.) efterfulgt af Nederlandene (35 pct.), Sverige (34 pct.), Danmark (24 pct.) og Norge (24 pct.), jf. figur 6. Udviklingen af miljømæssige og bæredygtige overnatningssteder, oplevelser, infrastruktur, rejse- og transportformer mv. er derfor en central del af at styrke dansk turismes konkurrenceevne.

Figur 6 Diagram over dansk turismes konkurrenceevne, 2019-2021

Andel af befolkningen, der vil prioritere bæredygtighed ved valg af næste ferierejse



Kilde: VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme. Image- og Potentialeanalysen i Danmark og på nærmarkedene, 2019, 2020 og 2021.

Der er allerede stort fokus på den grønne dagsorden i turismeerhvervet, herunder blandt andet på at bidrage til den nationale målsætning om 70 pct. reduktion af drivhusgasudledninger i 2030. Det kommer blandt andet til udtryk ved udbredelsen af miljømærkninger. I 2020 var 24,2 pct. af de danske overnatningssteder miljøcertificerede, heraf 39,1 pct. i storbyerne og 17,8 pct. i kyst- og naturturismen.⁵

Regeringen har igangsat en række initiativer for at sikre grøn omstilling i turismeerhvervet, naturvenlig turisme og rekreativ infrastruktur, herunder de 14 klimapartnerskaber med dansk erhvervsliv og aftale om klimaplan for en grøn affaldssektor og cirkulær økonomi (2020), der blandt andet vil medføre øget sortering af husholdningsaffald og lignende på for eksempel campingpladser og i sommerhuse. I de kommende år skal der fortsat arbejdes for, at destinationer og turismeprodukter lever op til turisternes grønne forventninger, og at turister inspireres til bæredygtig adfærd og forbrug under deres ferieophold.

4.2 KAPACITET, PLANLÆGNING OG INVESTERINGER

Indfrielse af turismens vækstpotentiale kræver en tiltrækkelig kapacitet af den rette kvalitet på de rette lokationer til at matche turisternes efterspørgsel. Dansk turisme har imidlertid været udfordret af et investeringsefterslæb med et stigende antal overnatninger over for en faldende værdi af kapitalapparatet i en årrække. Det medfører en nedslidning af turismeproduktet og tab af markedsandele til for eksempel Sverige, Holland og Tyskland, hvor der investeres markant i overnatningskapacitet. Investeringerne i turismeerhvervet er samtidig skævt fordelt mellem land og by, hvor der de seneste år for eksempel er foretaget omfattende investeringer i hovedstaden, mens der særligt på de mest populære destinationer i kystområderne er mangel på overnatningskapacitet i højsæsonen.

⁵ Kilde: Danmarks Statistik med data for Green Key. Data er for 2020.

Regeringen har på den baggrund igangsat flere initiativer, der skal sikre et stærkere investeringsmiljø i dansk turisme baseret på langsigtet planlægning af turismerelateret infrastruktur. Der er blandt andet afsat 25 mio. kr. til en projektmodningsfond, som skal bidrage til konkrete investeringsprojekter, der kan styrke udvikling og modning af overnatningskapaciteten i kyst- og naturturismen. Vækstfonden arbejder desuden på at etablere investeringsfonden Dansk Turismekapital, der skal investere i turismerelateret overnatningskapacitet på markedsvilkår inden for de rammer, der er besluttet med Genstartsfonden.

4.3 DIGITALISERING OG INNOVATION

Innovativ og digital udvikling er vigtigt for at sikre et attraktivt turismeprodukt og en effektiv drift i turismeerhvervet, der kan understøtte et rimeligt prisniveau i dansk turisme. Selvom Danmark er den tredje mest digitale økonomi i EU (DESI, Europa-Kommissionen, 2020), halter turismeerhvervet efter andre brancher i forhold til teknologianvendelse og tilstrækkelig specialiseret viden om udviklingsmuligheder.

Globalt er startups en væsentlig innovationsdriver, og også i Danmark skal der være gode muligheder for, at startups kan bidrage til en innovation i turismeerhvervet. Det kræver understøttelse af en vækstorienteret virksomhedskultur, så turismestartups kan udvikle nye tilbud og oplevelser.

Erhvervshusene arbejder allerede med at løfte de digitale kompetencer i turismeerhvervet, der er kendetegnet ved mange små virksomheder, som arbejder sæsonpræget, og derfor er afhængige af særligt tilrettelagte forløb og rekruttering. Derudover har Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse med erhvervshusene som operatører lanceret et nyt virksomhedsprogram i 2021 med fokus på genstart af danske SMV'er, blandt andet gennem digital og grøn omstilling. Siden 2020 er der desuden afsat midler til Omstillingspuljen, der giver tilskud til, at corona-ramte virksomheder kan omstille forretningen til den nye virkelighed, herunder især virksomheder i turisme- og oplevelseserhverv.

4.4 BALANCE MED SAMFUNDET

Turismen har stor betydning for borgere og lokalsamfund både i form af jobskabelse, og fordi turisternes efterspørgsel er med til at skabe grundlag for detailhandel, restauranter, udvikling af infrastruktur og rekreative områder mv., som gør det attraktivt at bo og leve i hele Danmark. Turisme kan dog også opleves negativt, hvis det for eksempel medfører øget trængsel, forurening, støj og trafik.

Lokal opbakning er en væsentlig forudsætning for en turisme, der bidrager til vækst, beskæftigelse og udvikling i mange lokalsamfund. Det kræver blandt andet, at der er gode rammevilkår for turismevirksomheder, som driver ansvarlig virksomhed, at der er tilstrækkelig og kvalificeret arbejdskraft i turismeerhvervet, og at det er nemt at rejse til og rundt omkring i Danmark. De kommende år vil derfor være kendetegnet ved et stadig større fokus på at sikre en bæredygtig turisme, der skaber værdi for borgere og lokalsamfund.

4.5 KONKURRENCEEVNE

Selvom Danmark har klaret sig bedre igennem 2020, end de lande vi normalt sammenligner os med, er der fortsat behov for at styrke dansk turismes konkurrenceevne. I Norge, Danmark og Storbritannien er prisniveauet generelt højere end i de øvrige

nordeuropæiske lande, hvorfor der fortsat er behov for at udvikle turismeprodukter og -oplevelser af høj kvalitet, så Danmark fortsat kan stå stærkt i konkurrencen internationalt.

4.6 ARBEJDSKRAFT

Turismeerhvervet har i de seneste år oplevet stigende udfordringer med mangel på arbejdskraft som en begrænsning for produktionen og samme tendens ses fra maj til september 2021, jf. figur 7. Derudover er der fortsat behov for at styrke produktiviteten i turismesektoren, hvor produktiviteten gennem en årrække stort set har stagneret. På kort sigt er det således en central udfordring for erhvervet at sikre tilstrækkelig kvalificeret arbejdskraft, hvis Danmark skal fastholde sin markedsposition.

Figur 7 Mangel på arbejdskraft i turismeerhvervet, 2019-2021



Kilde: Konjunkturbarometer for serviceerhverv, Danmarks Statistik.

4.7 KONSOLIDERING AF DEN OFFENTLIGE TURISMEFREMMEINDSATS

Med vedtagelsen af lov om dansk turisme, der trådte i kraft den 1. januar 2015 og de efterfølgende ændringer med aftalen om forenkling af erhvervsfremmesystemet i 2018 og Økonomaftalen for 2019 mellem staten og KL, fornyede man organiseringen af den offentlige turismefremmeindsats. Den nye organisering og konsolideringen i 19 destinationsselskaber er gennemført med henblik på at skabe stærkere destinationer og bedre sammenhæng i turismefremmeindsatsen, så dansk turisme står stærkere i den internationale konkurrence og bidrager til at skabe vækst, beskæftigelse og oplevelser i Danmark.

Ændringerne har medvirket til, at den offentlige turismefremmeindsats med udgangen af 2021 fremstår med en stærkere organisering på både nationalt og decentralt niveau, og det er disse aktører, der samlet skal gennemføre den kommende nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme i fællesskab med erhvervslivet.

Turismepolitisk redegørelse 2021

Publikationen kan hentes på Erhvervsministeriets hjemmeside: www.em.dk

ISBN elektronisk udgave: 87-[xxxxxxx]

Erhvervsministeriet
Slotsholmsgade
1216 København K
Telefon 33 92 33 50
em@em.dk
www.em.dk

10-12

Erhvervsministeriet
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Telefon 33 92 33 50
em@em.dk