

Turismens Udvikling /

Et overordnet blik på den generelle udvikling samt den specifikke udvikling i Danmark.

Lise Lyck

Centre Director

Center for Tourism and Culture Management

Copenhagen Business School

Solbjerg Plads 3, d.2.35, 2000 Frederiksberg

ll.tcm@cbs.dk

+45 38 15 34 64



Præsenteret den 01/03 2014 på Future Lab for turistførere, SOHO kontorhotel, Flæsketorvet 68, 1711 København V.

Indledning

Dette oplæg omhandler kort turismens globale udvikling, turismen i EU og den specifikke udvikling i Danmark. Dernæst ses på konkurrencesituationen i Danmark sammenholdt med de øvrige nordiske lande. Herefter ses på centrale faktorer for turismeopbygningen i Danmark i et organisatorisk perspektiv sammenlignet med andre lande. Der afsluttes med præsentation af initiativer, der hvis de effektueres, kan styrke turismen i Danmark.

Den globale turisme

Den globale turisme udvikler sig stadig med høje vækstrater. *UNWTO* har opgjort de internationale ankomster til 1,035 milliarder i 2013, dvs. en vækst på næsten 5 % fra 2012 (*UNWTO*, 2013).

Turismen udgør cirka 9 % af verdens bruttonationalprodukt (BNP) (*World Travel & Tourism Council*, 2013)

Turismen beskæftiger 120 millioner mennesker i direkte job, samt 125 millioner mennesker i relaterede og indirekte jobs. Det vil sige, at 11 % af alle i arbejdsstyrken arbejder inden for turismeområdet i vid forstand på verdensplan (World Travel & Tourism Council, 2013).

Af tallene ses, at de gennemsnitlige lønninger (BNP i forhold til beskæftigelse) ligger under løngennemsnittet på verdensplan. Herudover ved vi, at turismens andel af produktion og beskæftigelse varierer betydeligt mellem verdens knap 200 lande.

Turismen i EU

Kommissionen EU har sat et mål for turismen, der indebærer, at Europa fortsat skal være nummer ét som destination inden for verdensturismen (European Commission, 2010).

Udviklingen understøttes af, at EU kan tilbyde mange af de kvaliteter, der tiltrækker turister. Det drejer sig for det første om *World Heritage*, hvor det gælder, at mere end 50 % af *World Heritage* attraktioner er beliggende i EU. *World Heritage* har en ret permanent tiltrækningskraft overfor turister, da mange folk i verden har en drøm om at besøge adskillige af disse *World Heritage* attraktioner. Hertil kommer yderligere, at mange af disse attraktioner er beliggende i større byer, og trenden har i mange år været, at by-turisme udvikler sig kraftigere end andre former for turisme (Lyck, L. 2003a,b).

Når der lægges så meget vægt på turisme i EU's politik skyldes det også en erkendelse af, at Europas *BNP* i forhold til verdens *BNP* udgør en faldende andel, ligeså vel som EU's befolkning udgør en faldende andel af verdens befolkning. De to forhold indebærer at turismen, som tiltrækker folk fra andre dele af verden ses som en stadig mere attraktiv indkomstkilde. Udover dette kan også nævnes, at Europa har en lang tradition som turismedestination, hvilket indebærer, at turismefaciliteter er veludviklede, at infrastrukturen er i orden samt at der er høj sikkerhed forbundet med at besøge turismedestinationer i EU.

Betydningen af turismen internationalt som en del af den økonomiske politik ses i øvrigt, at turismen er blevet direkte nævnt som en økonomisk politik der kan bidrage til, at lande kan komme ud af den økonomiske og finansielle krise, der begyndte i 2008. Dette fremgår blandt andet af pressemeddelelser med anbefalinger fra G20 landene (Lyck, L. 2010).

Turismen i Danmark

Trods væksten i turismen både på verdensplan og i EU er det desværre sådan, at Danmark stadig mister markedsandele i relation til udenlandske overnatninger. Det store problem for Danmark er nedgangen i tyske overnatninger både inden for kystturisme og by-turisme.

Antallet af overnatninger i Danmark i alt udgjorde i 2013 45,022 mio (inklusive feriehuse). Af disse overnatninger udgjorde danske overnatninger 23,098 mio svarende til 51,3 % (Nyt Fra Dansk Statistik, 2014). Stigningen har især været i hovedstadsregionen. En meget væsentlig årsag til, at turismen udvikler sig stærkere i hovedstaden, er at finde i, at krydstogsturismen udvikler sig så positivt med knap 900.000 passagerer årligt, hvoraf en væsentlig del tilbringer en eller flere dage i hovedstadsområdet i forbindelse med start og afslutning på et krydstogt. Successen ses blandt andet i antallet af hotelovernatninger, der steg fra 12,402 millioner til 12,862 millioner, dvs. en stigning på 4 %. Hovedparten af denne stigning findes i København. Det skal dog her bemærkes, at hotelværelsesprisen gennemsnitligt er gået ned, og at hotellerne i Danmark gennemsnitlig set har haft underskud de sidste fem år (Lyck, L., Egholm, O., Granborg, M., & Kiel, J., 2013). Danske overnatninger i Danmark er kommet til at udgøre en større del af de totale overnatninger.

Andre overnatningsformer har, bortset fra lystbåde, har haft en nedgang i antal af overnatning. Overnatningstallet for feriecentre er gået ned fra 3,845 millioner 3,685 millioner, en nedgang på 4 %. Camping og vandrerhjem har haft en ret stabil udvikling, camping med en stigning på knap 1 % til 10,811 millioner og vandrerhjem en beskedent nedgang til 1,155 millioner. Overnatninger i lystbådehavne steg 8 % og udgør nu 1,049 millioner.

Samlet set er der cirka 120.000 job i Danmark inden for turisme. Omsætningen er opgjort til 82 milliarder kroner (Erhvervs- og Vækstministeriet, 2014). 51,3 % udgøres af danske overnatninger imens 48,7 % udgøres af udenlandske overnatninger i Danmark. De fleste udenlandske overnatninger er tyske overnatninger.

Generelt gælder, at den statistiske belysning af indkomstområdet inden for turisme er relativt dårlig. Visit Denmark offentliggjorde tal for 2011, der ikke kan sammenlignes med tidligere opgørelser. Det

betyder, at den talmæssige belysning af turismeområdet i Danmark er dårligere end i de fleste andre lande (VisitDenmark, 2013).

Konkurrenceevnen

Konkurrenceevnen kan belyses gennem forskellige indikatorer og målinger. En af de mest kendte er *Travel and Tourism Competitiveness Report*, der udarbejdes af *World Economic Forum*. Den omfatter 140 lande og er nu blevet udarbejdet syv gange. Den er baseret på 75 under-indeks placeret i tre hovedkategorier

1. Travel and tourism regulatory framework
2. Business environment and infrastructure
3. Human, cultural and natural resources.

Schweiz har haft førstepladsen i alle år. Tyskland er i 2013 nummer to.

For de nordiske lande gælder følgende:

- Sverige ligger på 9'ende pladsen
- Island på 16'ende pladsen
- Finland på 17'ende pladsen
- Danmark på 21'ende pladsen
- Norge på 22'ende pladsen.

Det bemærkelsesværdige er her, at Danmark er faldet så langt ned, dvs. fra at ligge nummer 14 i 2009.

Tabel 1: De nordiske landes konkurrenceevne i relation til hovedindeks i *Travel and Tourism* klassificeringen 2013.

Lande	Travel and Tourism regulatory framework	Business environment infrastructure	Human, cultural and natural resources
Sverige	12	23	8
Island	3	13	36
Finland	5	22	24
Danmark	25	16	26
Norge	11	28	33

Inden for hoved-indeksene er der en lang række underindeks. Det problematiske for Danmark er inden for kategorien ”*Travel and Tourism regulatory framework*”, hvor underindekset for økonomisk politik giver en ranking så lavt som nummer 92 og prisniveauet, hvor Danmark er ranket nummer 135 af 140. Inden for ”*Human, cultural and natural resources*”, er hovedproblemet inden for det der kaldes ”*affinity*”, dvs. holdningen til og behandlingen af turister. Her er Danmark ranket som nummer 79. Det skal bemærkes i relation til *affinity*, at andre nordiske lande også har haft en dårlig ranking, men at Island og Sverige tilsyneladende har overkommet den traditionelle nordiske kultur på dette område (World Economic Forum, 2009-2013).

Det organisatoriske perspektiv inden for turismen sammenlignet med andre lande

Organisationen af turisme i Danmark adskiller sig meget fra de fleste andre lande ved:

- 1) At omfatte mange institutioner på statsligt, regionalt og kommunalt plan både med hensyn til formål og funktionelt område. Det betyder, at der via organisationsstrukturen opstår en tendens til silo-opbygning, som er vanskelig at nedbryde, sådan at turismeerhvervet er vanskeligt til at få til at fungere effektivt.

- 2) Der er et kompliceret og ikke optimalt fungerende samarbejde mellem den offentlige og den private sektor inden for turismeområdet. Dette indebærer mange muligheder for suboptimering.
- 3) Der er tale om en betydelig topstyring oppefra med ringe inddragelse af den viden, der findes hos dem, der har direkte kontakt med turisterne. Turist-føreres erfaring er et godt eksempel på, hvor dårligt den direkte berøringsflade med turister inkorporeres i den overordnede turismepolitik.
- 4) Der er i Danmark også en stor afstand mellem *incoming* og *outgoing* turisme. Det betyder at viden om udlandet og kulturforskelle ikke deles i tilstrækkeligt omfang mellem organisationer og personer, der har deres virke inden for turismeområdet.
- 5) Der er i Danmark manglende tradition inden for den offentlige finansiering af turismeaktiviteter med hensyn til en talmæssig belysning af investeringer inden for turismeområdet. Det skyldes både mangel på data, men også mangel på tradition for at lave *cost-benefit* analyser og *impact* analyser i det hele taget (Lyck, L., 2013).
- 6) Markedsføringen af turisme er også problematisk, i det – som det er alment kendt fra forskning og praksis -, at turisme i høj grad sælges på drømme og positive følelser, og at disse elementer ofte er fraværende i den konkrete markedsføring. Dette var Danmark tidligere dygtige til, tænk fx på plakaten med andemor, der fører ællingerne sikkert over gaden hjulpet af en politibetjent. Denne plakat er stadig kendt af næsten alle i Danmark, og af mange i udlandet, fordi den appellerer til positive følelser og smil. I modsætning til dette kan fx nævnes de mange midler, der blev brugt på markedsføringen kaldet: ”*Copenhagen Copenhagen*”, ud fra både en teoretisk og en erfaringsmæssig vurdering kan betegnes som klart ineffektiv (Lyck, L., 2010)

Tendenser inden for turismen

Der er forskellige kendte målinger af tendenser inden for turismen, her skal blot anføres to, nemlig *Euromonitor* og *ITB*.

Euromonitor understreger følgende tendenser:

- Betydningen af *PANKs* (Professional Aunt, No Kids) der understreger, at mange kvinder er barnløse og derfor ofte rejser med niecer og nevøer. I USA er 42 % kvinder mellem 15-44 år barnløse.

- I Europa går jagten på billigere rejsemål som følge af den økonomiske krise. Folk holder fast i at holde ferie, men vælger billigere destinationer.
- Der udvikles høj kvalitetsprodukter til det købedygtige publikum
- Interessen for gennemsnitsprodukter er vigende
- Krydstogtmarkedet i hele verden er stærkt stigende
- Sociale medier spiller en stadig større rolle, ønsket om hurtige beslutninger og overblik er voksende
- Der er en tendens til stærk vækst i utraditionelle overnatningsformer som fx *air.bnb* eller *Coach surfing*. (Euromonitor, 2014)

I ITB peges på følgende tendenser:

- Stor vækst for Kina og Rusland i *outbound* turisme og i Europa og Asien som turistdestinationer.
- Større vækst i turismen end i økonomien, specielt internationalt.
- En tredjedel af verdens befolkning rejser mens to tredjedele ikke gør det.
- Ses på perioden 2009 – 2013 er der en vækst i *by-turisme* på 47 %, i *touring* på 27 % og i *sol & badeferier* på 12 %, mens der er et direkte fald i *ferier på landet* med 10 %.
- Den globale hotelbelægning vokser, men raterne fluktuerer meget i de enkelte lande.
- Den økonomiske situation i Europa afspejler sig i *outbound* turisme. Eksempelvis har der været et fald i Spanien på 4 % og i Italien på 5 %, en stabilitet i Østrig og Holland dvs. vækstrate på 0 %, mens vækstraterne i de nordiske lande har ligget på 2 - 4 %. I Centraleuropa (Belgien, Schweiz og Tyskland) har vækstraterne ligget på 2 %. Vækstraten fra Rusland er kommet op på 12 %.
- Asiater ønsker service og kommer med høje forventninger
- USA har vækst i længerevarende udlandsrejser
- Lønsumme turister fra Asien og Australien:

	Outgoing (antal i mio)	Spending (mia USD)
Kina	45,0	84,4
Japan	19,4	47,3
Korea	13,2	19,2
Hong Kong	10,0	13,0
Australien	8,6	23,6
Indien	7,2	19,0
Singapore	6,2	7,5

ITB peger også på en række andre tendenser, men her er udvalgt de tendenser, der især findes relevante for Danmark. (ITB, 2014)

Instrumenter til styrkelse af turismen i Danmark

Der har de senere år været peget på en række initiativer. Blandt disse skal i alt beskedenhed nævnes ”*En handlingsplan for dansk turisme*” af Lise Lyck (2011), hvor der påpeges de generelle problemer, og der præsenteres ikke mindre end 163 initiativer, som udsprang fra *operatører og stakeholders* inden for turismeerhvervet (Lyck, L 2011)

Efterfølgende har en række tænketanke og andre initiativer af denne karakter også set dagens lys. Her skal specielt nævnes *vækstforum for turismen*.

Endelig har regeringen i 2014 udsendt sine planer til initiativer inden for turismeområdet. Der peges på 23 initiativer til ændringer fordelt på fire indsatsområder (Erhvervs- og Vækstministeriet, 2014):

1. Dansk turisme skal være kvalitetsturisme
2. Væksten i storby- og erhvervsturismen skal øges
3. Kyst- og naturturismen skal udvikles
4. Bedre organisering af turismefremmeindsatsen

Der foreligger dog ingen forslag til finansieringen af disse initiativer (Erhvervs- og Vækstministeriet, 2014). Da ændringer kræver ny-finansiering og/eller om-finansiering, er der for nærværende intet, der kan tænkes at føre til ændringer. Her skal dog nævnes, at debatten ikke er afsluttet, og at

finansieringsproblemet forhåbentligt kan komme til at indgå som en aktiv parameter i en omstilling og effektivisering af turismeområdet.

Konklusion

Turisme er et væksterhverv på verdensplan og i EU, hvor turisme tillægges en stadig større betydning i den økonomiske politik. I Danmark tabes der desværre stadig markedsandele i den internationale konkurrence inden for turismeområdet. Københavnsområdet klare sig bedst, godt hjulpet af udviklingen i krydstogtturismen. I *World Economic Forums Tourism Competitiveness* rapporter bliver Danmark stadig dårligere og dårligere ranket og ligger nu på en 22'ende plads. Som årsager påpeges især turismepolitikken, prisniveauet og den måde hvorpå udenlandske turister behandles på (affinity).

Mange grunde kan påpeges til Danmarks problemer på turismeområdet, og mange er af organisatorisk karakter. Seks hovedtyper af disse er præsenteret i afsnittet om organisationen af turisme i Danmark.

Afslutningsvis er der set på tendenser i turismeudviklingen fra *Euromonitor* og *ITB* samt på initiativer i Danmark. De danske initiativer er karakteriseret ved at være strategiske og planlægningsmæssige og i mindre grad koblet til de udenlandske udviklingstendenser. Dette gælder indtil nu også regeringens vækstplan. Kort sagt er der mange ”planners” og få ”do’ers” i turismeerhvervet og manglende hensyn til nødvendig ny- og om finansiering til fremme af turismevekst i Danmark.

Referenceliste

Erhvervs- og Vækstministeriet ”*Faktaark om vækstplan for dansk turisme*” (2014)

Euromonitor, “*World Tourism Data and Statistics 2014*”, 4th edition (2014).

ITB, 2013/2014 “*World Travel Trends Report, 2013/2014*” forberedt af IPK International på vegne af ITB Berlin (2014)

Lyck, L., “*Global fremgang – dansk stilstand*”. Presentation på konferencen ”*Vækst i Dansk Turisme*” afholdt den 29/10 2010 (2010).

Lyck, L., ”*En Handlingsplan for Dansk Turisme*”, København: Nyt fra Samfundsvidenskaberne (2011)

Lyck, L., ”*En handlingsplan for dansk turisme*”, præsentation på konferencen ”*Opfølgingskonference for Vækst i dansk turisme*”, afholdt 1/3 2011 (2011)

Lyck, L., ”*The Nordic Countries as a Tourist Destination 2013-2020*”, Presented at the Copenhagen Property Summit – Copsum, 30/05 2013 (2013)

Lyck, L., ”*Turistattraktioner i et strategisk perspektiv*”. København: Nyt fra samfundsvidenskaberne (2003b) (red).

Lyck, L., ”*Turistattraktionsstudier i et økonomisk perspektiv*”. København: Nyt fra samfundsvidenskaberne (2003a) (red)

Lyck, L., Egholm, O., Granborg, M., & Kiel, J., ”*Danmarks 174 store hoteloperatører samt de 100 største hotel-ejendomsselskaber: En analyse af økonomien i den danske hotelbranche 2011-2012*” (2013).

Statistikbanken, ”*Turist: Overnatninger efter overnatningsform, område, gæstens nationalitet og periode*” (2014) Nyt Fra Dansk Statistik nr 61, 2014

The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), ”*Tourism Highlights, 2013 Edition*”, (2013).

verdensturismen (European Commission, 2010) Brussels 30/6 -2010, COM 2010) 352 final).

VisitDenmark, "*Turismens Økonomiske betydning for Danmark 2011*" (2013)

World Economic Forum. "*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*", Editors: Blanke, J. & Chiesa, T. Geneva, Switzerland: 2009

World Economic Forum. "*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2010*", Editors: Blanke, J. & Chiesa, T. Geneva, Switzerland: 2010

World Economic Forum. "*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*", Editors: Blanke, J. & Chiesa, T. Geneva, Switzerland: 2011

World Economic Forum. "*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2012*", Editors: Blanke, J. & Chiesa, T. Geneva, Switzerland: 2012

World Economic Forum. "*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*", Editors: Blanke, J. & Chiesa, T. Geneva, Switzerland: 2013

World Travel & Tourism Council, "*Travel & Tourism: Economic Impact 2013 World*", (2013)