



Fotograf: Kim Wyon

Genstartsteam for turisme og oplevelsesøkonomi



Fotograf: Niclas Jessen

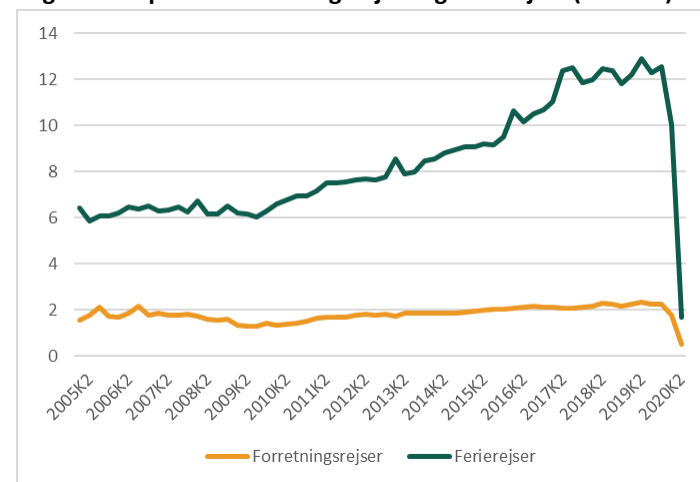
September 2020

”

Det er nu over fem måneder siden Covid-19 pandemien vendte op og ned på vores verden, der stort set blev lukket fra den ene dag til den anden. Alle gæster forsvandt, restauranter blev lukket, møder annulleret og først nu er der ved at være en anelse lysning i at verden og dermed også at vores virksomhed kan vågne op igen.

Dorte Krak, CEO, Arp-Hansen Hotel Group

Figur 1: Eksport af forretningsrejser og ferierejser (mia. kr.)



Forretningsrejser og ferierejser er ramt på et historisk niveau

Indledning

Genstartsteamet for turisme og oplevelsesøkonomi vurderer, at dansk turisme kigger ind i en længerevarende krise. Der estimeres aktuelt en forventet nedgang på ca. 30 mia. kr. i udenlandsk turismeomsætning alene i 2020, og der er ikke udsigt til en genopretning af den udenlandske turisme før i 2022 til 2023.

Der er tale om en markant efterspørgselskrise, hvor rejselysten i betydelig grad er reduceret både til og fra Danmark. Krisen forstærkes af den aktuelle opblusning i smittetallene lokalt i Danmark og internationalt, og forskellige landes reaktioner herpå, som skaber betydelig usikkerhed om udviklingen for turismen i den nære fremtid.

Alle dele af turismeerhvervet er påvirket af krisen, men forskellige dele af det danske turismeerhverv er ramt med forskellig intensitet.

Selvom det ikke kompenserer fuldt ud for forårets og forsommerens tab af udenlandske turister, er store dele af den danske kyst- og naturturisme, der årligt omsætter for ca. 63 mia. kr., genetableret over sommeren, hvor mange danskerne har holdt sommerferie i Danmark, og hvor ferieturisterne fra nærmarkederne igen kunne gennemføre deres planlagte rejser ved bl.a. de danske kyster. Omvendt er både erhvervs- og mødeturisme og krydstogtturismen i hele landet fortsat stort set ikke kommet i gang igen. Antallet af flyafgange til og fra Danmark er fortsat meget begrænset og der kommer aktuelt stort set ikke tilrejsende turister fra fjernmarkeder som USA, Kina mv. Dette har samlet set store konsekvenser for turismen i de større byer, og ikke mindst i hovedstaden, der årligt har en turismeomsætning på over 40 mia. kr., og hvor Wonderful Copenhagen har opgjort den tabte omsætning fra turister i København for juni, juli og august til 8,6 mia. kr.

Turismeerhvervet genererede i 2018 132,5 mia. kr. i omsætning og 169.000 fuldtidsjobs (direkte og indirekte effekt). Turismens bidrag til den danske eksport, i form af salg af serviceydelser og produkter til udenlandske turister, var i 2018 på 58 mia. kr. Erhvervet har estimeret, at der aktuelt er 25.000-30.000 færre medarbejdere i turisme- og oplevelseserhvervet end på samme tidspunkt sidste år.

Dansk turisme står i en alvorlig krise og der er på den baggrund både behov for indsatser, der adresserer de udfordringer turismeerhvervet står overfor på kort sigt, og indsatser, der styrker turismeerhvervet i forhold til at gribe og udnytte nye markedsmuligheder på kort og langt sigt.

Udviklingen i turismeerhvervet er præget af stor usikkerhed og omskiftelighed, ikke mindst da smittesituationens udvikling er svær at forudsige både i Danmark og internationalt. Dette nødvendiggør, at der i forlængelse af arbejdet i genstartsteamet for turisme og oplevelsesøkonomi sker en løbende monitorering af udviklingen i turismeerhvervet med henblik på justeringer af tiltag på kort og langt sigt. Genstartsteamet for turisme og oplevelsesøkonomi anbefaler derfor, at der under Det Nationale Turisforum etableres en undergruppe, med inddragelse af erhvervet, til løbende at monitorere udviklingen i turismeerhvervet med henblik på justeringer af de foreslåede tiltag på kort og langt sigt.

Udfordringsbilledet for dansk eksport – set fra turisme og oplevelsesøkonomi

Udfordringer og muligheder

De udenlandske turister er næsten væk i dele af Danmark – især i byerne

Rejselysten er stærkt reduceret både for ferie- og erhvervsturister

Der er usikkerhed om, hvilke lande, der må rejses til og hvad der gælder i landet

Virksomhederne har ikke råd til at medfinansiere markedsføring af Danmark og de danske destinationer

Behov for en samlet plan for genstart af hovedstadens turisme

Hovedstadsturismen er i knæ og væksten er ikke på vej tilbage

Fjernmarkederne som USA og Kina er lukket og forventes først reetableret på længere sigt.

Krydstogtindustrien er væk

Luftfarten forventes først normaliseret i 2023/24

Momentum i kyst- og naturturismen skal udnyttes, bl.a. ved at styrke investeringerne uden for de største byer

Turisterne vil gerne ud i naturen

Flere danske turister i Danmark

Investeringsefterslæb i kyst- og naturturismen, der er i hård international konkurrence

Manglende overnatningskapacitet i højsæsonen

Turismeerhvervets konkurrenceevne er svækket og skal tilpasses "new normal"

Turisternes efterspørgsel vil være påvirket i lang tid

Nye krav og forventninger til afstand, hygiejne og forsamlingsstørrelser

Danmark er blandt de dyreste ferielande

Likviditeten er i bund

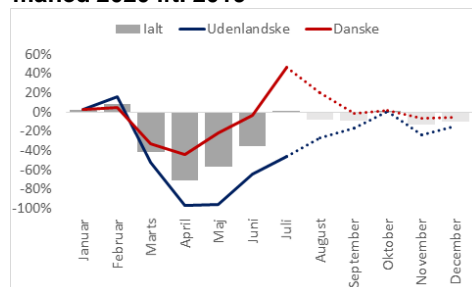
Anvend genstarten til grøn omstilling og bæredygtig turismeudvikling

Turisterne vil i fremtiden efterspørge mere bæredygtige produkter

Dansk turisme skal bidrage til 70 %-målsætningen

VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning estimerer med udgangen af august, at antallet af beskæftigede i turismeerhvervet vil falde med i alt 40.000 fuldtidsjob i 2020

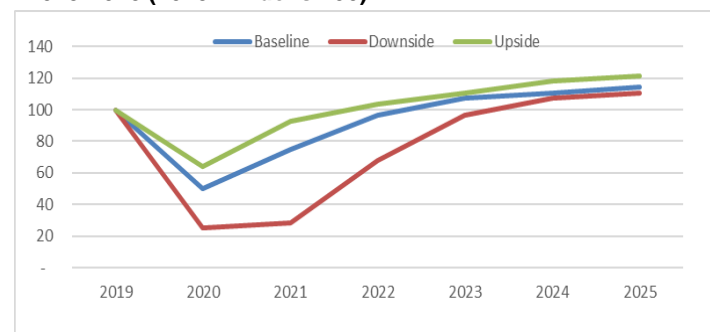
Udvikling i turistovernatningerne pr. måned 2020 ift. 2019



Serviceerhvervene, som fx hotel og restaurationsbranchen, konferencecentre samt oplevelseserhvervene, er direkte påvirkede af mange af de restriktioner, der følger i kølvandet på COVID-19.

Pr. september 2020 kan Danmark se frem til 99 pct. færre krydstogtturister end i 2019 baseret på realiserede tab og aktuelle aflysninger.

Forventet udvikling i de udenlandske overnatninger 2019-2025 (2019 = indeks 100)



Anbefalinger

Udfordring	Anbefalinger	
De udenlandske turister er næsten væk i dele af Danmark – især i byerne	KAN IGANGSÆTTES PÅ KORT SIGT OG FINANSIERES AF ALLEREDE AFSATTE MIDLER I 2020 TIL EKSPORTPAKKE	
	1.1 Markedsføring af Danmark som turistmål i Danmark og på nærmarkeder skal styrkes.	Markedsføring af Danmark som turistmål er helt central i forhold til at få tiltrukket både danske og udenlandske gæster til de danske turismevirksomheder samtidig med, at erhvervets mulighed for medfinansiering er reduceret betydeligt pga. corona. På kort sigt skal VisitDenmarks "Bare Danmark"-kampagne fortsættes i 2021 med henblik på, at det momentum, der i sommeren 2020 har været hos de danske turister. Kampagnen kan med fordel udvides også at omfatte erhvervs- og mødeturisme. I forhold til den internationale markedsføring bør der på kort sigt gennemføres en satsning på nærmarkederne, hvor de internationale turister ser ud til hurtigst at komme tilbage. I den forbindelse skal nye og utraditionelle målgrupper og markeder overvejes, samtidig med at fokus fastholdes på højtforbrugende turister. Der kan også ses på fx rejsende med tog og bil. Markedsføringen skal omfatte både kyst- og naturturisme, storbyturisme og erhvervs- og mødeturisme, og der skal være fokus på flere sæsoner, så efterspørgslen understøttes hele året. Samtidig skal potentialet i markedsføring af Danmark som "corona-ansvarlig"-destination undersøges. Markedsføringen skal koordineres med, og medfinansieres af, de lokale destinationsselskaber.
	1.2 Regeringen bør styrke kommunikationen om gældende rejsevejledninger m.v. til og fra Danmark	Regeringen bør styrke kommunikationen om gældende restriktioner for rejsende ind og ud af Danmark, samt på centrale markeder. Det skal dels skabe klarhed om, at Danmark kan besøges og dels gøre det lettere for danskere at gennemskue hvor de kan rejse hen. Endvidere bør regeringen undersøge mulighederne for at lave en regionalisering af rejsevejledningerne, der tager højde for de store regionale forskelle i smitterisikoen. Regeringen bør ligeledes styrke kommunikationen om, at møder, konferencer, forretningsrejser m.v. internt i Danmark kan afholdes inden for forsvarlige rammer.
	1.3 Der skal ske en målrettet indsats for at genvinde konferencer og møder samt tiltrække store fremtidige sportsevents	Der afsættes midler til at etablere en målrettet indsats i regi af MeetDenmark for at genvinde og fastholde konferencer og internationale møder. Midlerne øremærkes aktiviteter målrettet international møde- og kongresturisme og skal bl.a. kompensere for erhvervets reducerede bidrag til arbejdet som følge af manglende likviditet, herunder til investering i destinationsselskabernes budarbejde m.v. Der afsættes desuden midler i regi af Sport Event Danmark til det langsigtede arbejde med at tiltrække store sportsevents til afvikling i fremtiden og til et kortsigtet arbejde med at udvikle nye formater for sportevents, som kan rummes inden for de gældende restriktioner for at reducere smittespredning.
	1.4 Det nordiske samarbejde på turismeområdet skal styrkes	Det bør afdækkes, om der kan ske en styrkelse af det nordiske samarbejde på turismeområdet, fx i form af fælles markedsføring på fjernmarkederne, når disse genetableres
KRÆVER LÆNGEREVARENDE INDSATS OG FINANSIERING		
1.5. Den internationale markedsføring af Danmark som turistmål skal styrkes permanent.	Der er i 2020 afsat ekstra 50 mio. kr. til styrkelse af VisitDenmarks international markedsføring, med henblik på at genstarte den danske turismeindustri og turismeeksport. I lyset af, at genstarten af turismeerhvervet tegner til at strække sig over en årrække bør denne styrkesle af den internationale markedsføring videreføres permanent. Markedsføring af Danmark er således helt central i forhold til at tiltrække udenlandske gæster til Danmark, og det er afgørende for en genstart af turismeerhvervets, at markedsføringen på centrale markeder styrkes i takt med at rejselysten øges internationalt.	

Anbefalinger

Udfordring	Anbefalinger
Behov for samlet strategisk plan for hovedstadens turisme, herunder flytrafik	KAN IGANGSÆTTES PÅ KORT SIGT OG FINANSIERES AF ALLEREDE AFSATTE MIDLER I 2020 TIL EKSPORTPAKKE
	<p>2.1. Rutetilrækningsprogrammet Copenhagen Connected skal styrkes</p> <p>Hovedstadens turisme er i betydelig grad afhængig af Københavns lufthavn. Konteksten for dansk luftfart er radikalt forandret som følge af COVID19-pandemien. Vækstforventninger er afløst af scenarier, der i bedste fald forudser en tilbagevenden til 2019-niveau i 2023/24. I forlængelse af, at der med luftfartspakken er afsat 9 mio. kr. til Vestdanmark Connected, bør der tilsvarende afsættes midler til en styrkelse af genetablering af flyruter i regi af rutetilrækningsprogrammet Copenhagen Connected, der både understøtter flyruter, men også er nyttige for turismen generelt ved at styrke markedsføring af Danmark i udlandet. Der skal i den forbindelse være fokus på Københavns Lufthavns særlige funktion som hub. Endvidere bør Udenrigsministeriet via ambassaderne, Trade Council og Invest in Denmark iværksætte en målrettet dialog med relevante flyselskaber om hurtig genåbning af ruter til København. Der afsættes midler til denne indsats.</p>
	<p>2.2. Der skal udarbejdes en samlet plan/strategi for genstart af hovedstadens turisme</p> <p>Hovedstaden er det område i Danmark, hvor turismeerhvervet er hårdest ramt, og hvor krisen har størst risiko for at udvikle sig på en måde, hvor væksten ikke kommer igen på den korte bane. Dette bl.a. pga. den større afhængighed af oversøiske turister (fx fra USA og Kina), krydstogsturisme (som er helt lukket) og erhvervs- og kongresturisme (som ser ud til at være længe om at komme op i gear). I forlængelse af de allerede afsatte 15 mio. kr. til at understøtte genstart af turismen i hovedstaden bør der afsættes tilsvarende midler til at udvikle og eksekvere en samlet plan/strategi for genstart af hovedstadens turisme på både langt og kort sigt. Planen/strategien udvikles på tværs af Wonderful Copenhagen, Københavns Kommune og Erhvervsministeriet og med inddragelse af hovedstadens turismeerhverv og kulturliv samt VisitDenmark og Kulturministeriet.</p>
Momentum skal udnyttes, bl.a. ved at styrke investeringerne uden for de største byer	KAN IGANGSÆTTES PÅ KORT SIGT OG FINANSIERES AF ALLEREDE AFSATTE MIDLER I 2020 TIL EKSPORTPAKKE
	<p>3.1. Investeringerne uden for de største byer skal understøttes gennem etablering af Dansk Turismekapital</p> <p>Kyst- og naturturismen har hurtigt genvundet momentum i højsæsonen, men har i flere år lidt under et investeringsefterslæb. Hvis momentum skal udnyttes er der således behov for at sikre en langsigtet udvikling af kyst- og naturismeproduktet, hvor Danmark er i hård international konkurrence med bl.a. Nordtyskland og Sverige, og hvor det danske produkt i dag er udfordret, når der sammenlignes med fx de tyske konkurrenter. Der bør derfor kigges på det arbejde Realdania og Dansk Kyst- og Naturturisme har lavet vedr. et offentlig-privat samarbejde om en investeringsfond, "Dansk Turismekapital", der har til formål at rejse investeringskapital målrettet investeringer i turismen uden for de store byer, herunder om denne kan realiseres inden for rammene af den genstartsfond, der er aftalt etableret i Vækstfonden. I forlængelse heraf bør der prioriteres midler til etablering af en tilhørende investeringsmodningsfond, der skal understøtte en modning af investeringsprojekter i turismen uden for de store byer.</p>
	<p>3.2. Udvikling af sammenhængende attraktions- og oplevelsestilbud</p> <p>Der bør afsættes midler til udvikling af sammenhængende attraktions- og oplevelsestilbud, som kan styrke det samlede ferieprodukt på tværs af land og by, herunder udvikle af nye formater for events, som kan rummes inden for de gældende restriktioner for at reducere smittespredning. Udviklingen af tilbuddene kan bl.a. ske på baggrund af erfaringer fra sommerpakkens tiltag og i samarbejde mellem forskellige interessenter på området, herunder kulturinstitutioner, forlystelsesparker, eventarrangører, transport-, overnatnings- og restaurationsbranchen.</p>
	KRÆVER LÆNGEREVARENDE INDSATS OG FINANSIERING
	<p>3.3. Adgang til naturen og outdoorisme skal forbedres for at styrke kyst- og naturproduktet</p> <p>Kyst- og naturturismen har oplevet, at turisterne er vendt tilbage i højsæsonen og turisterne vil gerne mere ud i naturen. I forlængelse heraf kan afgangene til naturen med fordel styrkes, fx ved, at der afsættes midler til et projekt med det formål at styrke adgangen til naturen ved at skabe et samlet og udvidet nationalt netværk af stier og ruter og derved gøre naturen mere tilgængelig.</p>
	<p>3.4. Tilskyndelse til udlejning af flere sommerhuse ved forlængelse af det forhøjede bundfradrag</p> <p>Der er mangel på attraktiv overnatningskapacitet i kyst- og naturturismen i højsæsonen. For at skabe tilskyndelse til at flere vil udleje sommerhuse i 2021, hvilket kan skabe mere aktivitet og beskæftigelse i sommerhusområderne, foreslås det at forlænge den midlertidige forhøjelse af bundfradraget ved udlejning af sommerhuse, hvor der sker indberetning, så det også omfatter 2021.</p>

Anbefalinger

Udfordring	Anbefalinger	
Turisme- erhvervets konkurrence- evne er svækket og skal tilpasses til "new normal"	KAN IGANGSÆTTES PÅ KORT SIGT OG FINANSIERES AF ALLEREDE AFSATTE MIDLER I 2020 TIL EKSPORTPAKKE	
	4.1. Likviditetsudfordring- erne i turismeerhvervet skal adresseres	Manglende likviditet og en svækket soliditet er pt. helt centrale udfordring i turisme- og oplevelseserhvervet. Genstartsfonden på 3 mia. kr. i regi af Vækstfonden, bør derfor indrettes på en måde, så den også kan omfatte større, forbrugerrettede virksomheder, herunder i hotel- og restaurationsbranchen. Dette med henblik på, at genstartsfonden kan skabe grundlag for investeringer i de ellers sunde SMV'er og små midcaps inden for turisme- og oplevelsesvirksomheder, der er særligt hårdt ramt af COVID-krisen, og som har brug for tålmodig kapital til at komme godt ud på den anden side af krisen.
	4.2. Der skal fokus på kompetenceudvikling af medarbejdere, herunder certificeret COVID-19 kursus.	Mulighederne for videreuddannelse af medarbejdere, herunder certificeret COVID-19 kursus til medarbejdere i serviceerhverv, bør undersøges.
	KRÆVER LÆNGEREVARENDE INDSATS OG FINANSIERING	
4.3. Turismeerhvervets konkurrencekraft bør styrkes ved en midlertidig reduktion af moms på hotel- og restaurationsydelser og forlystelsesparker.	Momsen på hotel- og restaurationsydelser og forlystelsesparker bør nedsættes til et niveau tættere på gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrencefelt (ca. 12 pct. for hotel og 15 pct. for restauration) i en begrænset periode (fx op til 3 år). Andre lande i konkurrencefeltet har sænket momsatsene under corona-krisen.	
Anvend genstarten til grøn omstilling og bæredygtig turisme- udvikling	KAN IGANGSÆTTES PÅ KORT SIGT OG FINANSIERES AF ALLEREDE AFSATTE MIDLER I 2020 TIL EKSPORTPAKKE	
	5.1 Danmark bør gå forrest i at skabe en bæredygtig krydstogtregion i Østersøen.	Fra dansk side bør det stærke nordiske og baltiske samarbejde om udvikling af Østersøområdet til det mest bæredygtige krydstogtsområde i Europa fortsættes. Bl.a. ift. reduktion af luftforurening og via etablering af landstrøm.
	KRÆVER LÆNGEREVARENDE INDSATS OG FINANSIERING	
5.2. Prioritering af midler til bæredygtig omstilling af turismeerhvervet.	Regeringen bør følge udmøntningen af puljen under Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse til styrket innovation og omstilling for særligt hårdt ramte erhverv, som fx oplevelsesøkonomi, restauranter og hoteller med henblik på at tilføre flere midler til at fremme en bæredygtig omstilling af turismeerhvervet, hvis der er stor efterspørgsel.	
5.3. Prioritering af bæredygtighed i offentlige aktørers indkøb af hotel- og konferenceydelser.	Regeringen bør prioritere bæredygtighed i offentlige aktørers indkøb af hotel- og conferenceydelser i en strategi for grønne indkøb med henblik på at følge op på regeringens klimapartnerskaber.	

Genstartsteamets medlemmer

Formand

- Lars Liebst, fhv. adm. direktør, Tivoli

Virksomheder

- Dorte Krak, CEO, Arp-Hansen Hotel Group
- Jesper Overgaard, adm. direktør, Jesperhus
- Jens Mathiesen, CEO, Scandic
- Per Dam, adm. direktør, Sol og Strand
- Malou Aamund, adm. direktør i Google Denmark
- Mette Bjerrum Jensen, direktør, Ringkøbing-Skjern Museum

Organisationer

- Rejsearrangører i Danmark
- VisitDenmark
- Dansk Industri
- Dansk Erhverv
- Horesta
- 3F
- HK

"De første måneder så vi titusindvis af annulleringer. På det tidspunkt så vi ind i en meget dystre fremtid." (Sol og Strand)

"Der var nul gæster, erhvervssegmentet lå ned, alle vores møder blev annulleret, og vores restauranter blev tvangslukket. Overvejelserne gik jo på, skulle man sætte en G4S mand på til at holde foran døren, eller skulle man selv bemande det, og redde hvad redes kunne." (Arp Hansen)

"Åbningen af grænserne har været afgørende for sommersæsonen. Hvis ikke vi var blevet tvangslukket som institution, så havde vi alligevel været nødt til at overveje, om vi skulle holde åbent, hvis der ikke var gæster i sommerlandet." (Ringkøbing-Skjern Museum)