

# Turismeudviklingen i Greater Copenhagen

Erhvervs- og vækstudvalget

Den 21. februar 2017

- **Turismen et vigtigt væksterhverv**
- **Ambitionen for turismen i Greater Copenhagen**
- **Turisme-ehvervsfremmesystemet**
  - **organisering og investeringer**

## Turismens nøgletal



### Turismen er vigtig for dansk økonomi

Den skaber omsætning for **94,7 mia. kr.**

### Turismen er et stort eksporterhverv

Den udgør **3,6 pct.** af den danske eksport

### Turismen skaber mange arbejdspladser

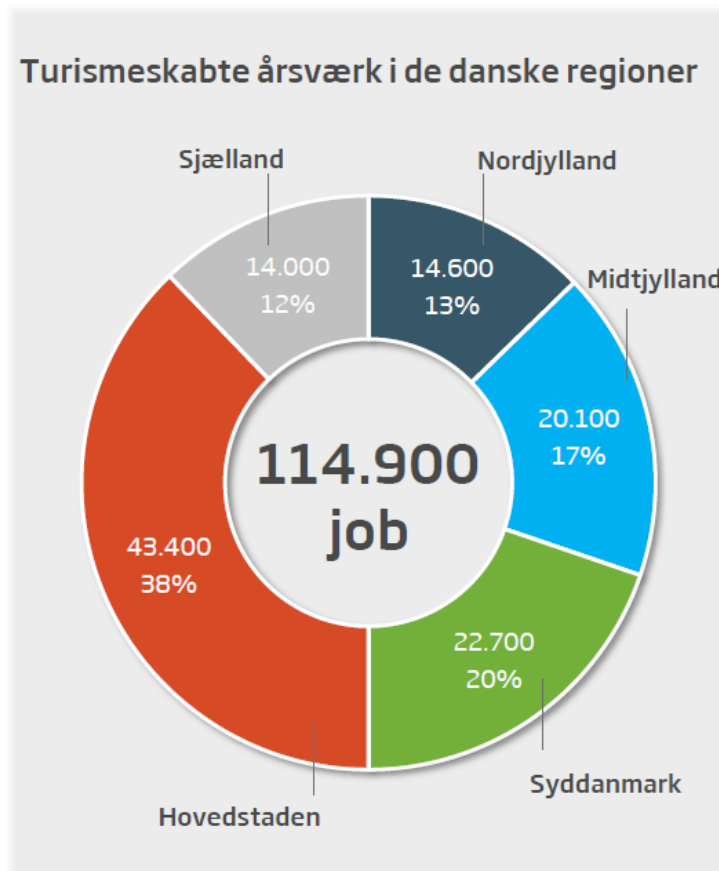
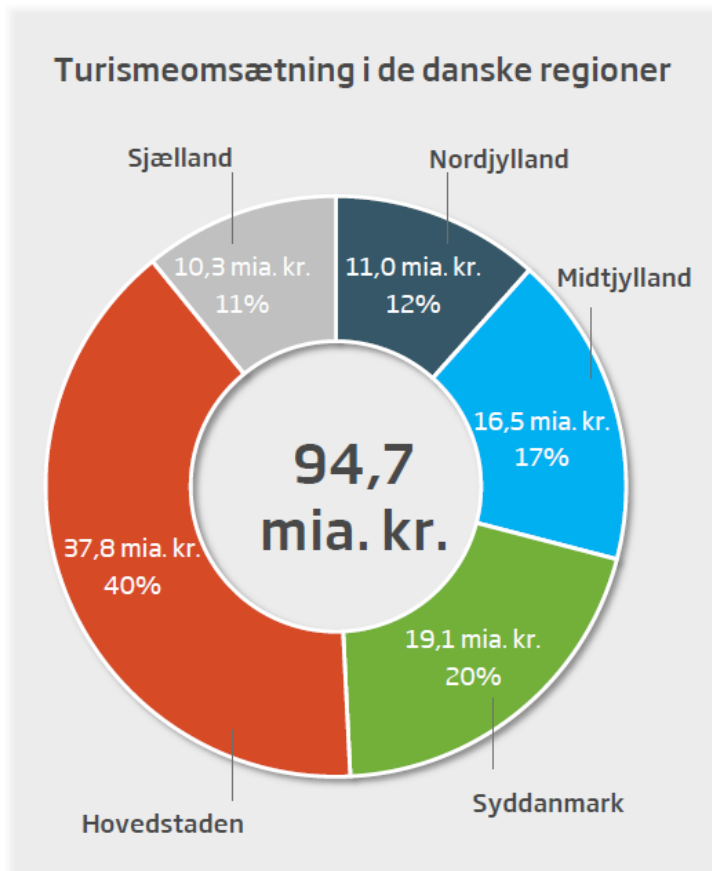
Den skaber **114.900 job**

### Turismen giver mange skatteindtægter

I alt **39,1 mia. kr.** i moms, afgifter og skatter

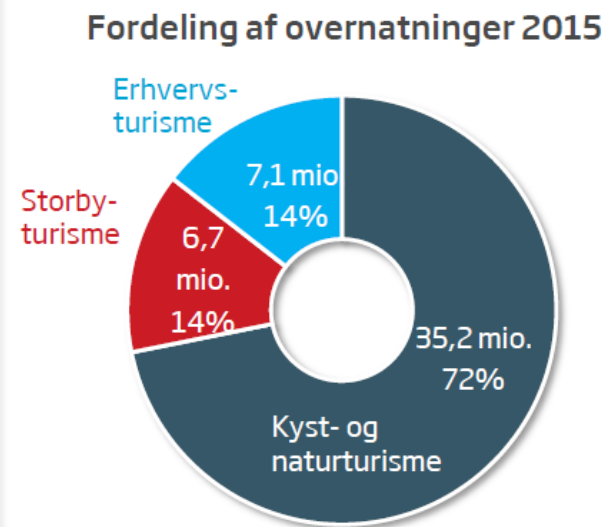
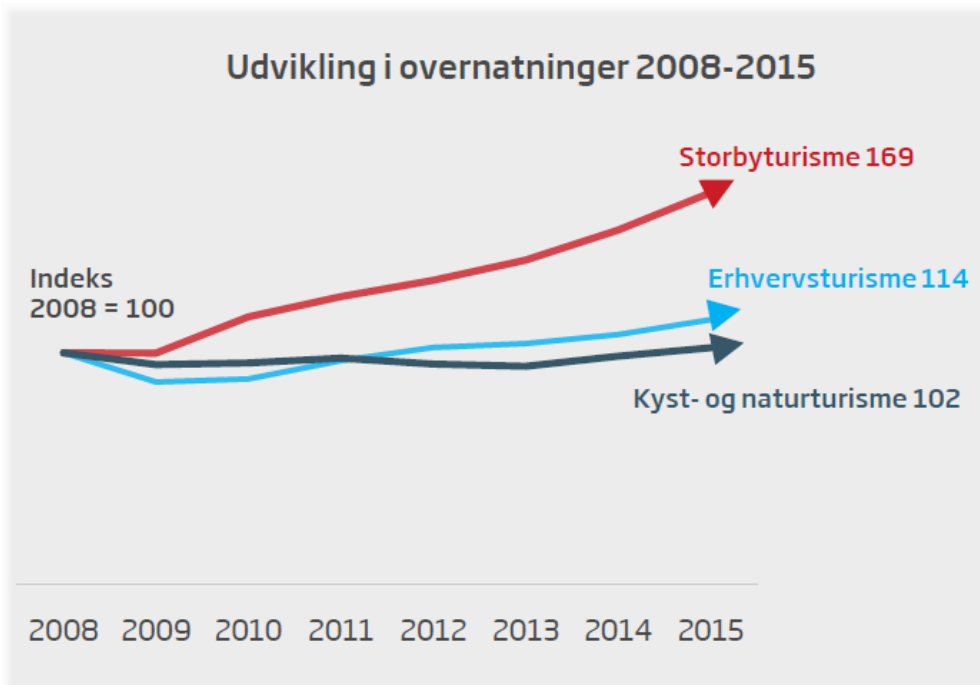
Kilde: VisitDenmark, Turismens økonomiske betydning i Danmark 2014.  
De turismeøkonomiske nøgletal kan ikke sammenlignes fra år til år, da metode og datagrundlag løbende forbedres.

## Turismen skaber vækst og arbejdspladser i Danmark



Kilde: VisitDenmark, Turismens økonomiske betydning i Danmark 2014. De turismøkonomiske nøgletal kan ikke sammenlignes fra år til år, da metode og datagrundlag løbende forbedres.

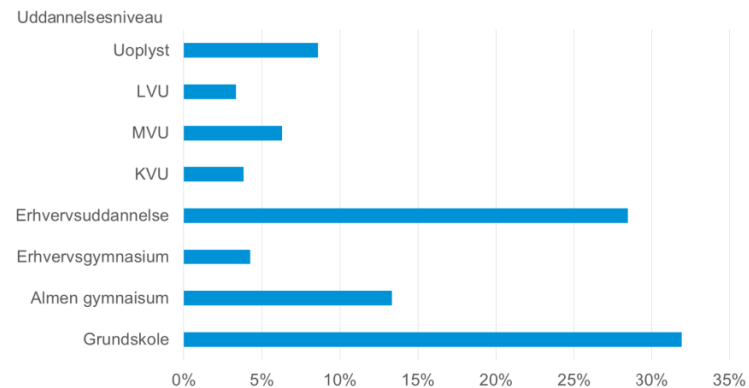
Fra 2008 til 2015 er storbyturismen i Danmark vokset med 69%, erhvervs-  
turismen med 14% og  
kyst- og naturturismen med 2%.



Kilde: Danmarks Statistik. Registrerede overnatninger på hotel, lejet feriehus, feriecenter, vandrerhjem, camping og lystbådehavne.

### Halvdelen af de ansatte er ufaglærte

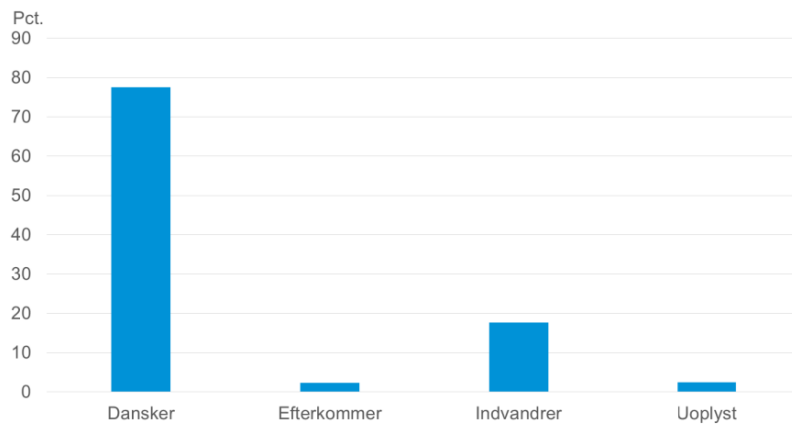
Beskæftigelsesandele i turisterhvervet fordelt på uddannelsesniveau, 2013



Kilde: DI-beregninger på baggrund af Danmarks Statistik

### Hver femte er indvandrer eller efterkommer

Beskæftigede i turisterhvervet fordelt på etnicitet, 2013



Kilde: DI-beregninger på baggrund af Danmarks Statistik.



## AMBITION

Destinationen Greater Copenhagen  
skal skille sig ud i Europa som  
det perfekte match af land og by

” Vi vil være verdens bedste til at skabe det produkt, der rummer både land og by – sammen. Alle skal kigge mod Greater Copenhagen og tænke: **Vi vil være ligesom dem** ”

Deltager ved  
turismeworkshop  
20. juni 2016

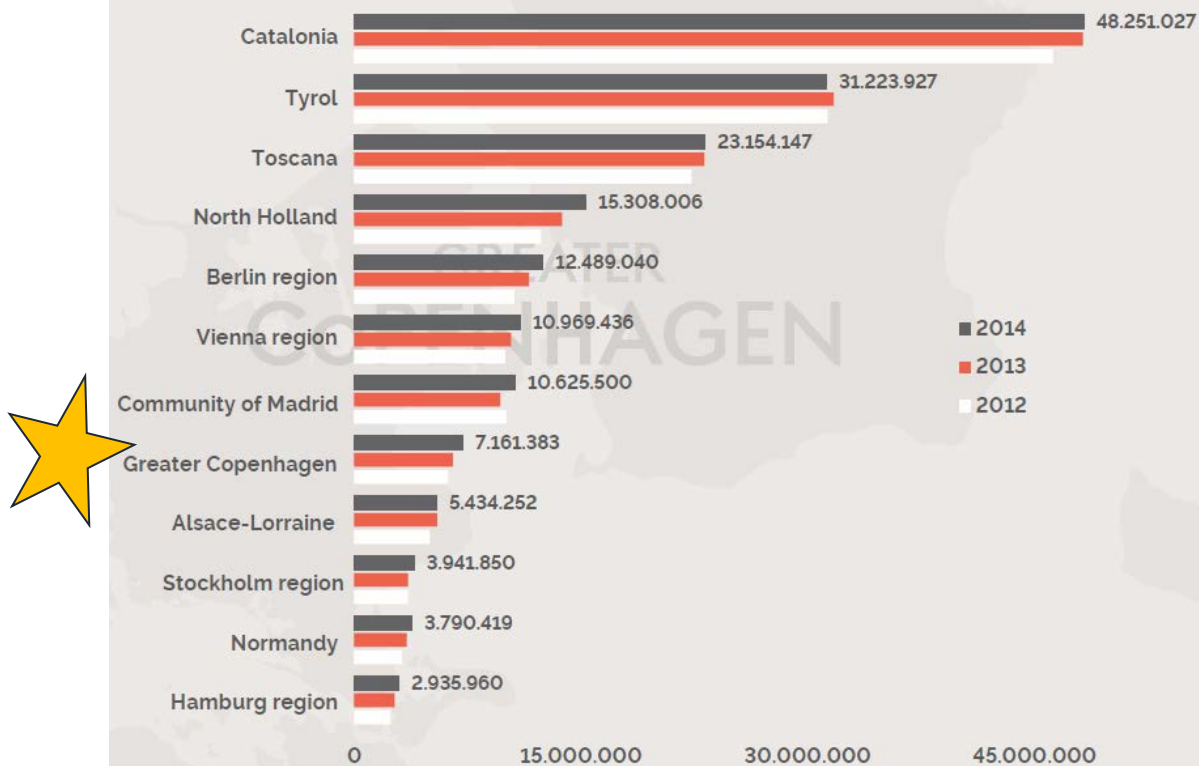
” I Greater Copenhagen er der lige pludselig **10 gange så mange events og muligheder** for oplevelser på en måned, det skal udnyttes og bruges ordentligt ”

Deltager ved konferencen  
Go Greater Copenhagen  
24. maj 2016

” Vi har store forventninger til **spredning og dominoeffekt** af Greater Copenhagen ”

Deltager ved konferencen  
Go Greater Copenhagen  
24. maj 2016

INTERNATIONALE OVERNATNINGER I GREATER COPENHAGEN  
SAMMENLIGNET MED EUROPÆISKE METROPOLREGIONER



Kilde: Eurostat, NUTS2 regions - total nights spent by non-residents in hotels; holiday and other short-stay accommodation; camping grounds, recreational vehicle parks and trailer parks.



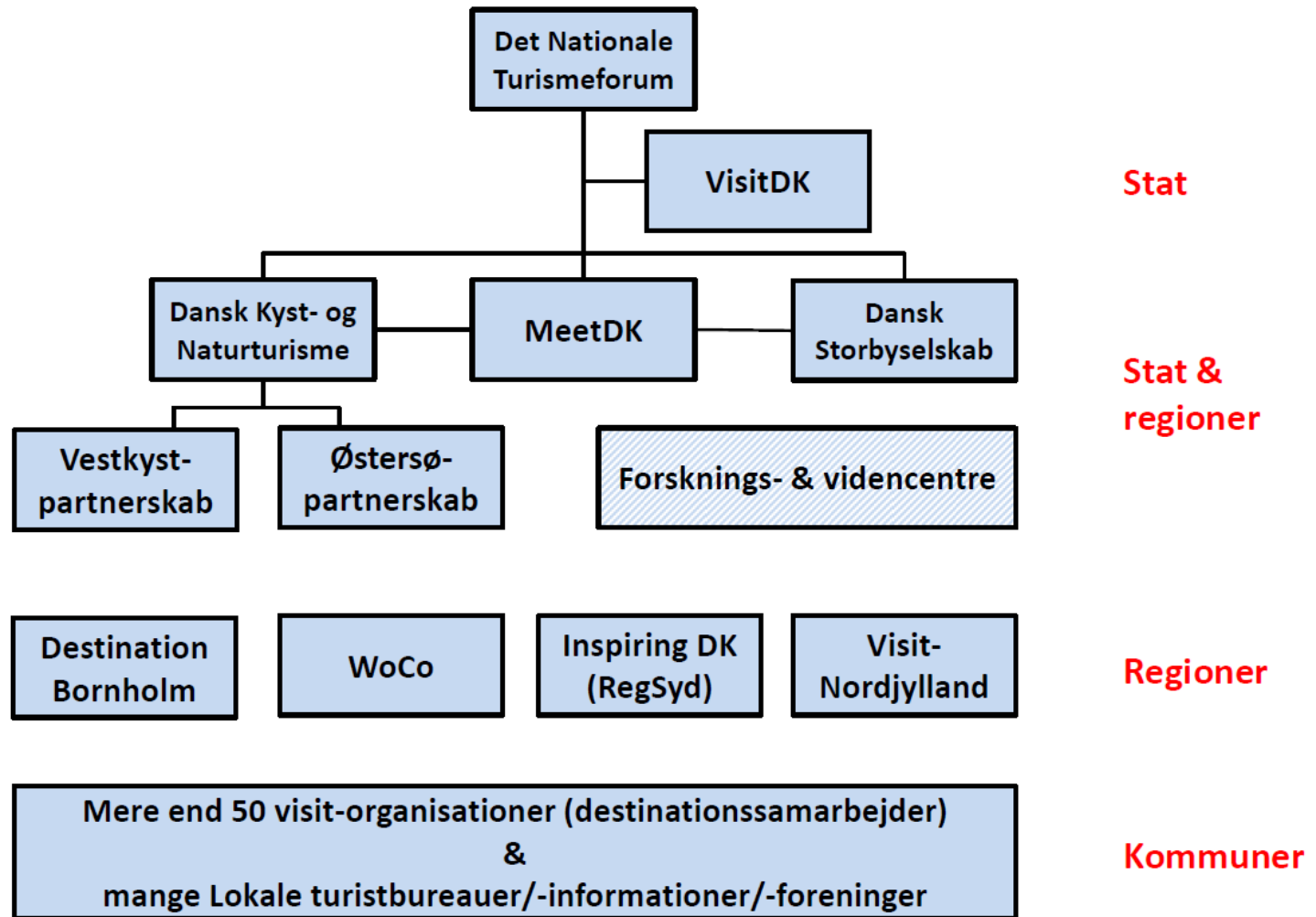
### STRATEGISKE TURISMEMÅL:

- Styrke **destinations- og produktudvikling** for at understøtte metropolregionens kombinerede udbud til det internationale marked og styrke Greater Copenhagens konkurrence-position
- Forbedre **internationalt kendskab til** Greater Copenhagen som det perfekte match af land og by
- Optimere **turismesamarbejdet** i Greater Copenhagen ved at øge gensidigt kendskab, styrke rollefordelingen og skabe stærkere sammenhæng mellem turisme-organisationer, erhverv og produkter – på tværs af land og by



” Samarbejdet skal bruges til at **generere vækst**, som kan skabe grobund for **udvikling og opkvalificering** af produkterne ”

*Deltager ved  
turismeworkshop  
20. juni 2016*



## Regionale og kommunale turismeinvesteringer

Tabel 1 - Konto 6.48.62 Turisme på de kommunale regnskaber

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	mio. kr.							
<b>Hele landet</b>	<b>272,6</b>	<b>275,1</b>	<b>275,9</b>	<b>258,8</b>	<b>265,2</b>	<b>322,3</b>	<b>389,3</b>	<b>369,0</b>
<i>Kommunerne i:</i>								
Region Hovedstaden	36,4	36,8	37,6	40,0	41,6	46,1	56,5	43,4
Region Sjælland	30,3	31,7	37,0	38,3	37,3	35,8	43,7	39,4
Region Syddanmark	70,9	74,6	66,8	51,8	59,9	103,8	127,6	123,0
Region Midtjylland	61,5	66,0	65,9	67,3	64,1	75,3	98,4	95,4
Region Nordjylland	73,5	66,0	68,6	61,3	62,4	61,3	63,1	67,8

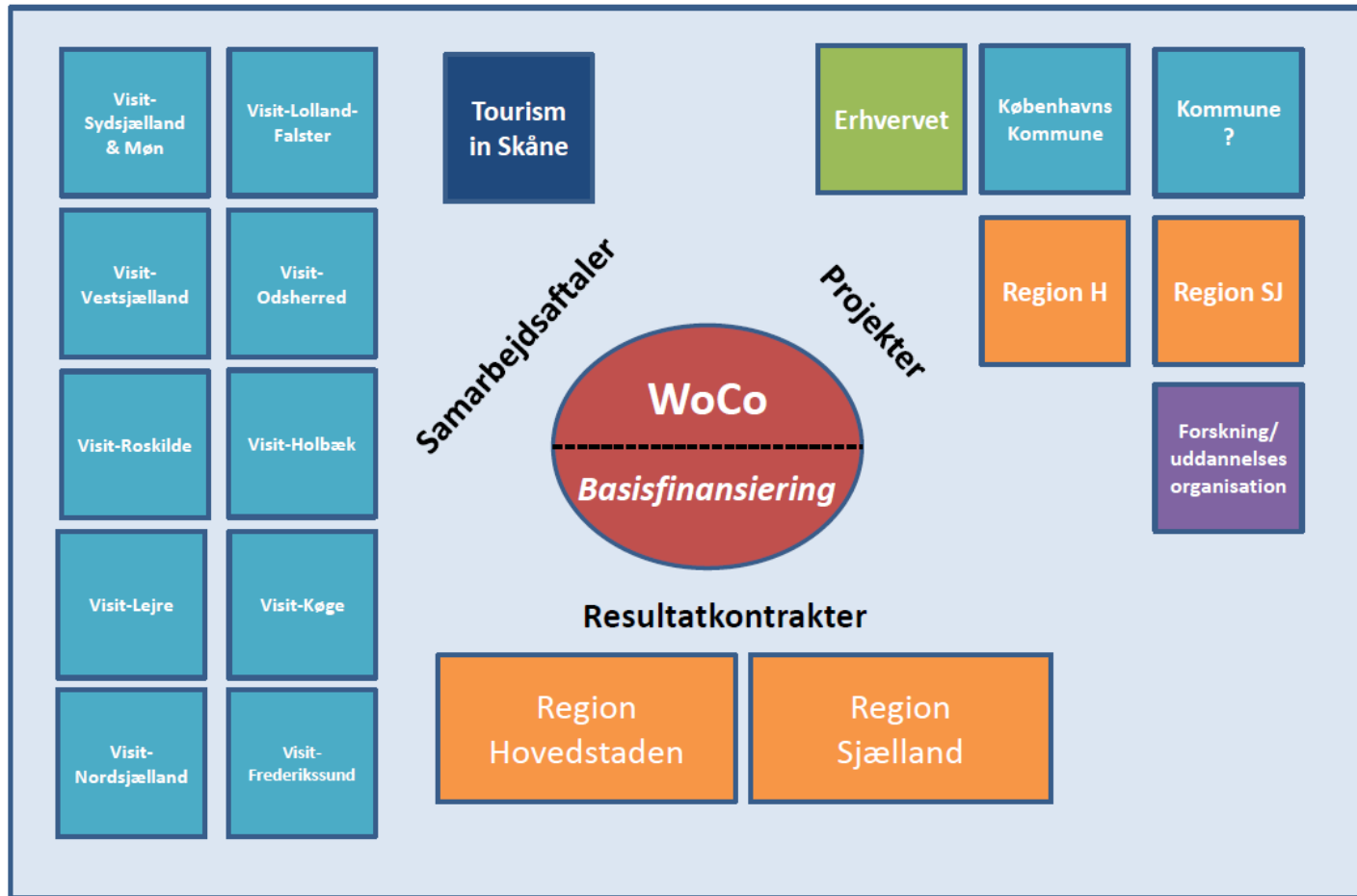
Kilde: VisitDenmark, 2015 s. 39

Tabel 6. Regionale turismeinvesteringer (regionale erhvervsudviklingsmidler og strukturfondsmidler)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	mio. kr.							
<b>I alt</b>	<b>172,9</b>	<b>207,2</b>	<b>222,3</b>	<b>168,3</b>	<b>257,7</b>	<b>209,4</b>	<b>124,5</b>	<b>145,6</b>
<i>Heraf</i>								
Nordjylland	65,8	36,1	50,7	36,5	35,8	25,8	33,9	28,7
Midtjylland	9,6	46,3	28,6	31,4	96,0	38,7	11,4	11,7
Syddanmark	15,2	69,2	46,1	12,3	43,1	73,8	4,9	36,2
Sjælland	24,0	8,6	10,2	9,4	23,4	11,5	9,3	12,2
Hovedstaden	51,9	44,4	79,4	56,9	55,4	55,8	63,8	53,4
Bornholm	6,4	2,6	7,3	21,8	4,0	3,8	1,2	3,4

Kilde: VisitDenmark, 2015 s. 36

Kilde Kommunale investeringer i turismen 2013/2014: Dansk Turismefremme



UDKAST

Organisering af turismen på Sjælland pr. 2019  
Destinationsudvikling – Greater Copenhagen

UDKAST

Version 13/2-2017