

KØBENHAVN I DEN NATIONALE TURISMEØKONOMI

En analyse af økonomiske og
kulturelle effekter på tværs af
kommunegrænser



Indholdsfortegnelse

INDLEDNING S.3

KØBENHAVNS BETYDNING FOR DANMARKS
TURISMEØKONOMI S.4

KØBENHAVNS TURISMES BETYDNING FOR
OPLAND OG ØVRIGE BRANCHER S.17

EN TURIST ER IKKE BARE EN TURIST S.27

ENDAGSTURISTEN FRA STORBYEN S.35

METODE OG REFERENCER s.43

Forfattere:

Andreas Aae
Anne Thomas

Center for Regional- og Turismeforskning (CRT)

Stenbrudsvej 55
3730 Nexø
Telefon +45 5644 1144
E-mail: crt@crt.dk
www.crt.dk

© 2020 Center for Regional- og Turismeforskning,
WonderfulCopenhagen.

Indledning

Destinationer kan ikke ansues isoleret. De danske destinationer er gensidigt afhængige. De tilfredsstillende forskellige markeder og er derfor ofte ikke i konkurrence. I stedet komplimenterer de hinanden med deres forskellighed. Det er synergien imellem disse forskellige roller, der skaber resultatet af den samlede nationale turismeøkonomi.

Desuden skaber den turismeskabte omsætning i en given destination direkte og afledte effekter i form af såvel arbejdspladser som skatte-provenu. Disse arbejdspladser og skattemæssige indkomster kommer ikke mindst kommuner til gode, der ligger udenfor den egentlige destination, turisten i sin tid besøgte.

Denne analyse er fremstillet for Wonderful Copenhagen, og er et forsøg på at se en enkelt destinations særlige betydning for lokalbefolkning, andre brancher, det nære opland og Danmark som helhed.

København som destination har en særlig rolle i det danske landskab ud fra flere parametre. Lufthavnen tillader en anden form for turister, der er mere kulturforbrugende og gastronomisk interesserede. København oplever et væsentligt lavere sæsonudsving end resten af landet, og byens størrelse gør den til en betydende faktor i skatteindtægter og jobskabelse. Det er dog især værdien af de Københavnske turister, der er betydningsfulde. Det høje døgnforbrug i København gør denne destination til en særlig vækstdynamo, der skaber flere jobs og mere vækst end nogen anden destination i Danmark.

Analysen her peger på at der desuden er et ikke fuldt udnyttet potentiale gemt i storbyturisten som endagsrejsende i attraktionsbyer udenfor København.

Rapporten er sammensat af kapitler der kan læses selvstændigt.

Første kapitel beskriver Københavns økonomiske betydning for den danske turismeøkonomi som helhed.

Andet kapitel tager et geografisk fokus på oplandet i Wonderful Copenhagens formålsparagraf, nemlig Greater Copenhagen området, dog uden Bornholm. Dette kapitel ser især på jobskabelse og økonomisk betydning for særlige brancher.

Tredje kapitel går i nærmere detaljer på den type af turister, der tiltrækkes af Danmarks Hovedstad. Den særlige forbrugerprofil af denne gruppe gør Københavns turisme til den mest lukrative i Danmark.

Sidste kapitel ser nærmere på hvordan storbyturisten fra København kan tænkes at kunne få øget økonomisk afsmitning på resten af Sjælland.

God læselyst.

KØBENHAVNS BETYDNING FOR DANMARKS TURISMEØKONOMI

Denne analyse tydeliggør Københavns betydning som vækstdynamo for Danmarks nationale turismeøkonomi.

De nationale mål for perioden 2015-2025 er en vækst i overnatninger på hele 33%, og en turismeomsætning der per 2025 øges til 140 mia. kr. Det kræver en øget omsætning per ny overnattende på 8.650 kroner.

Væksten i overnatninger har i København været på 88% over 10 år. Ud af de 10,7 millioner flere overnatninger i Danmark stod København faktisk for de 4 millioner.

København tegnede sig i 2018 for hele 25% af den samlede danske turismeomsætning.

Af Danmarks samlede omsætning af de egentlige turismeprodukter på 70,7 mia. udgør den københavnske del 31%.

Uden København som vækstdynamo er det usikkert om Danmark når det nationale mål for 2025

Særligt har de udenlandske turister i København øget deres andel af den nationale turismeomsætning. I København kommer 64% af omsætningen fra udenlandske turister. København er således gået fra at have 12% af alle udenlandske overnatninger i Danmark til at have 19%.

I 2018 stod den udenlandske del af den københavnske turisme således alene for 21,3 mia. Kr. svarende til 1/3 af den danske "turismeeeksport".

Storbyturismen, særligt i København, er forholdsvis jævnt fordelt over året. En jævn fordeling af aktiviteten over hele året har betydning for heltidsbeskæftigede i turisterhvervene.

Den københavnske turisme var ansvarlig for at skabe 11.128 arbejdspladser i resten af landet.

På landsplan kræver det 1,28 beskæftigede at producere en mio. i omsætning. I København kræver den samme million blot 1,09 beskæftigede. København var således 18% mere produktiv end resten af landet.

Københavns turisme skabte i 2018 et samlet skatteprovenu på 11 mia. Af disse bliver 3,8 mia., eller 35% optjent i andre kommuner end København.

Særligt person- og selskabsskatter genereres i høj grad i kommuner udenfor København. På denne måde skabte københavnsk turisme et skatteprovenu på 3 mia. kr. optjent i resten af landets kommuner. Et beløb der har været næsten 3 gange så stort som provenuet genereret indenfor Københavns kommune selv.

KYSTEN STÅR FOR VOLUMEN I OVERNATNINGER - KØBENHAVN STÅR FOR 1/3 AF VÆKSTEN

Turismen er samlet set i vækst i Danmark. De nationale mål for perioden 2015-2025 er en vækst i overnatninger på hele 33%.

Det er derfor relevant at se nærmere på hvor væksten stammer fra.

Ser man på antallet af turismeovernatninger i Danmark sker 80% fortsat i områder uden for storbyerne (kyst og natur). Det er dog ikke her den største vækst sker.

Over 10 år (2008-2018) oplevede Danmark en vækst på 22% svarende til 10,7 millioner flere overnatninger i Danmark.

Kyst & Naturovernattninger havde i denne periode en vækst på 15%.

Storbyerne udenfor København havde tilsvarende en vækst under landsgennemsnittet på 16%

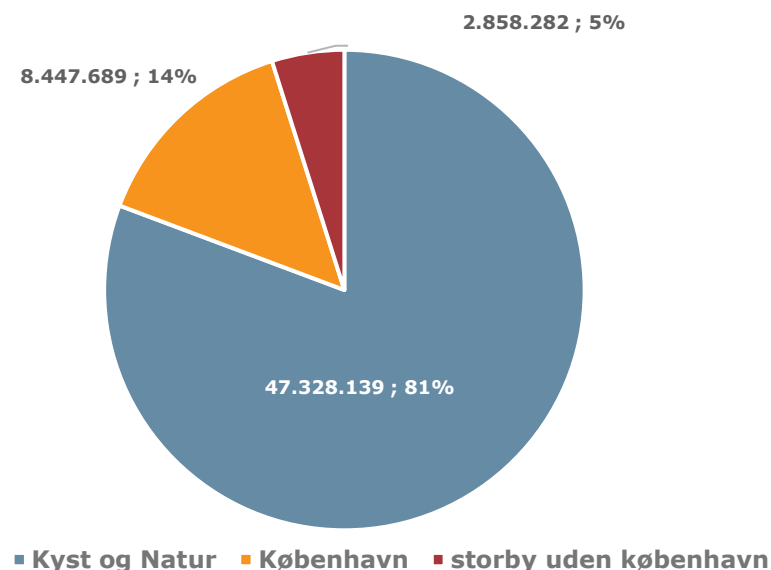
I modsætning hertil har væksten i København været på 88% i den samme periode fra 2008 til 2018. Hvorved København trak landsgennemsnittet op på de 22%

Ud af de 10,7 millioner flere overnatninger i Danmark stod København for de 4 millioner.

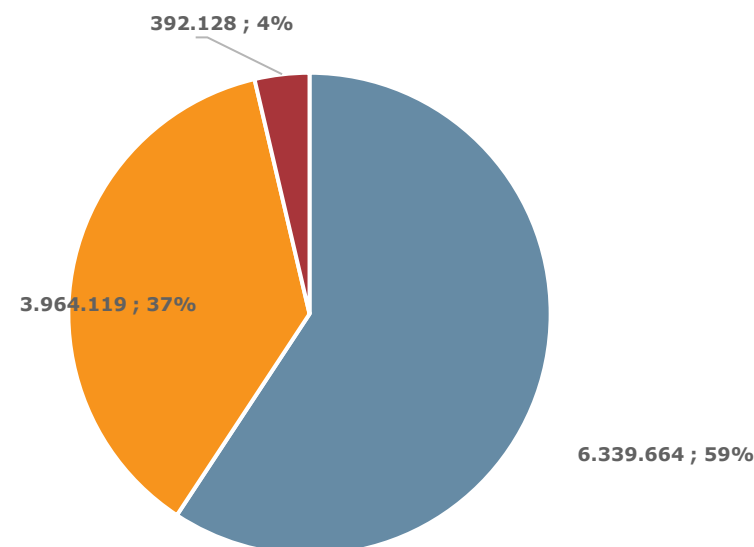
Uden København som vækstdynamo er det usikkert om Danmark når det nationale mål for 2025.

Tallene for overnatninger er opgjort på kommuneniveau, Hvor 'storby uden København' dækker Odense, Aarhus og Aalborg. I den indekserede vækst er endvidere medtaget 'Forretning' som er erhvervsovernatninger på hotel for alle kommuner

Fordeling af 58,6 mio. overnatninger i 2018



Fordelingen af væksten på 10,7 mio. fra 2008 til 2018



Overnatningsformerne er i udvikling

Opgørelsen af antallet af overnatninger er lavet af CRT i samarbejde med VisitDenmark.

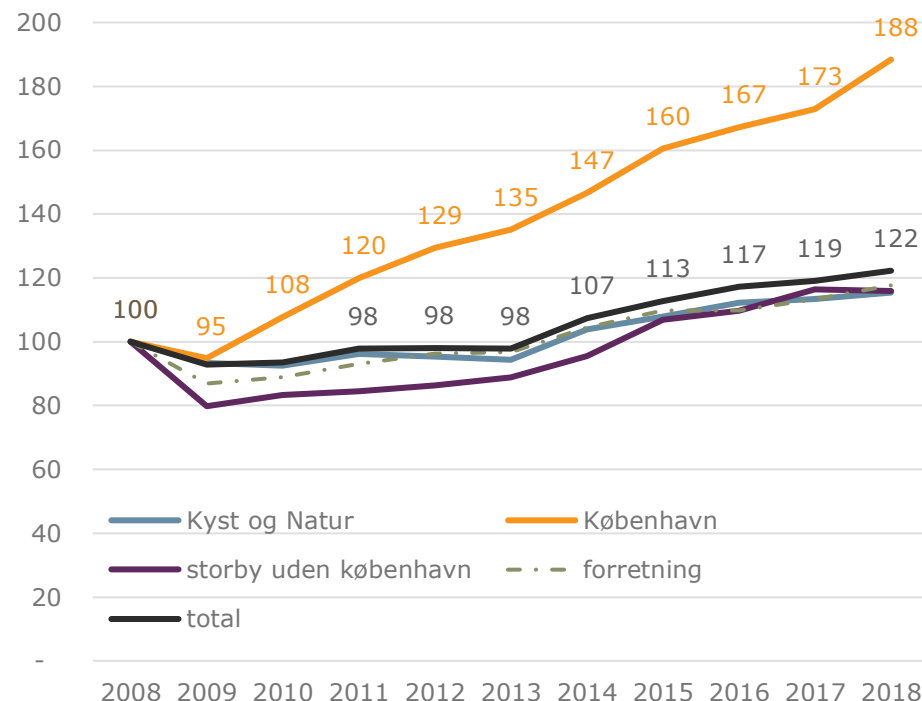
VisitDenmark udgav i 2017 og 2018 rapportererne 'Turismens økonomiske betydning'. I rapporten fra 2018 er der sket en række ændringer i opgørelsesmetode da man i 2017 introducerede en opgørelse over 'lejet helseårsbolig' hvilket primært dækker over brugen af AirBnb og lignende overnatningsformer. Ligeledes blev opgørelsen af endagsturister ændret. (se *Turismens økonomiske betydning 2018, VisitDenmark, kapitel 3.3.3*)

For at sikre en meningsfuld tidsserie har vi i denne rapport kun opgjøret kommercielle overnatningsformer som ikke har ændret sig over årene: Hotel-ferie, hotel-forretning, feriecentre, camping, vandrerhjem, lejet feriehus samt lystbåde.

Denne opgørelse svarer til opgørelsen i 'Turismens økonomiske betydning 2018, appendix 3'. Det er imidlertid værd at bemærke at denne opgørelse adskiller sig fra den opgørelse man kan finde i Danmarks Statistik hvor der kun opgøres feriehusudlejere med mere end 25 huse og hoteller med mere end 40 senge. VisitDenmark leverer data fra de mindre enheder til CRT og derfor vil nærværende tal for total overnatninger være 4,8 mio. højere i 2018 end de tilsvarende tal fra Danmarks Statistik.

I publikationen 'Turismen i Danmark' fra 2020 benytter VisitDenmark imidlertid tal svarende til Danmarks statistik:

Udvikling i overnatninger 2008 = index100



Overnatninger fra 'Turismen i Danmark' (side3) / VisitDenmark 2020 (millioner)	53,8
Sum af kommercielle fra Danmarks Statistik	53.831.438
Overnatninger fra 'Turismens økonomiske betydning 2018' (appendix 3, side 45) / VisitDenmark 2018 (1.000)	58.634
Sum af kommercielle iflg. RTSA	58.634.109
Difference fra RTSA til DK-STAT	4.802.670,85

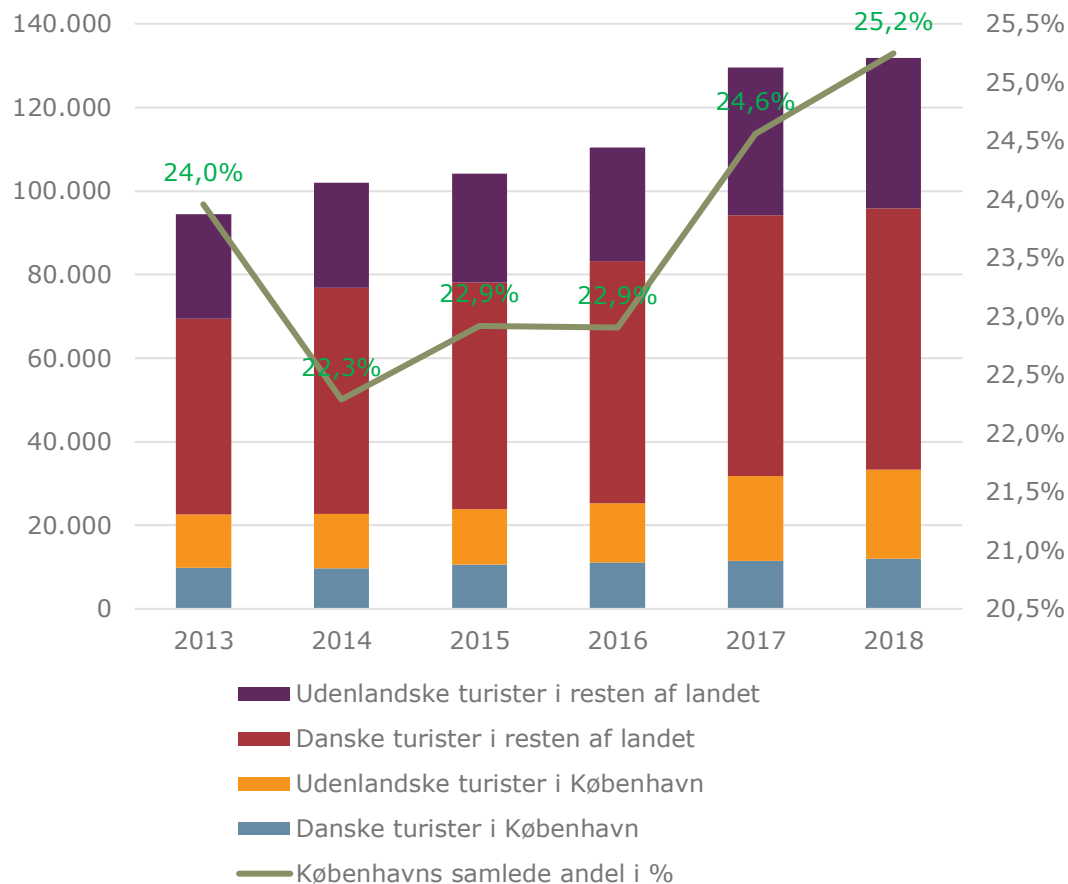
KØBENHAVNS ANDEL AF DEN DANSKE TURISMEOMSÆTNING

København tegnede sig i 2018 for hele 25% af den samlede danske turismeomsætning.

Danmarks samlede omsætning på turismerelaterede produkter i den seneste 5-års periode er vokset fra 92 mia. i 2013 til 132 milliarder i 2018, svarende til en stigning på 44%.

I den samme periode er den københavnske turismeomsætning vokset med 52%. Særligt har de udenlandske turister i København øget deres andel af den nationale turismeomsætning.

Omsætning fra danske og udenlandske turister i mio. kr. i 2018-priser.



Tallene er opgjort på kommune niveau

FORDELINGEN AF DEN KØBENHAVNSKE TURISMEOMSÆTNING

Turismen i Danmark giver ikke kun omsætning på de typiske turisme produkter som f.eks. hoteller, restauranter og attraktioner.

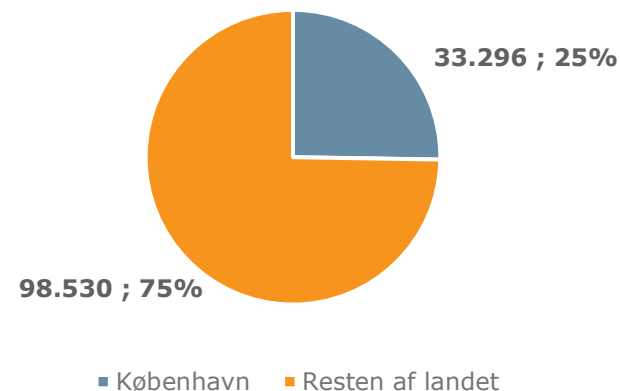
Den giver også anledning til en betydelig omsætning til detailhandlen og andre brancher som ikke umiddelbart associeres med turisme.

Tal for omsætning opgøres for en lang række branchespecifikke produkter som i forskellig grad kan relateres til turismeaktivitet ifølge den internationale standard for 'Tourism Satellite Accounts'

På de egentlige turisme produkter er Danmarks samlede omsætning på 71 mia. og heraf udgør den københavnske del 21,5 mia. eller 31%.

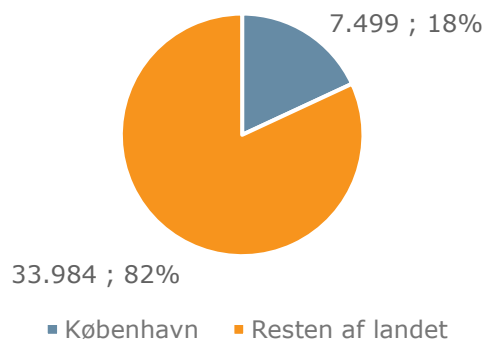
Turismeomsætningen på detailhandlen er på 41,5 mia. hvor København alene står for 18%. På andre branchers produkter står turismen for 20 mia. og Københavns andel er 22%.

Samlet Turismeomsætning
(131.826 mio.)

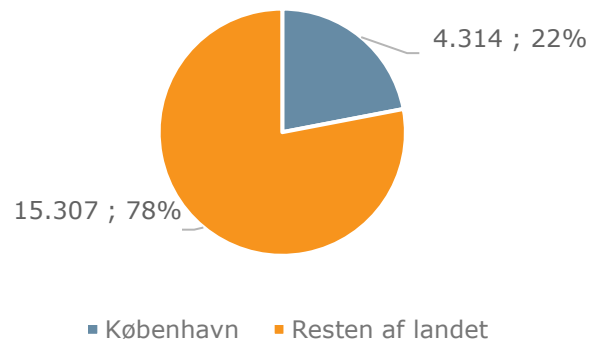


Tallene er opgjort på kommuner i 2018

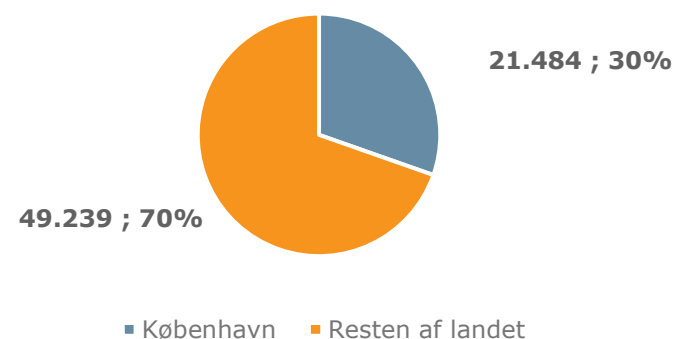
Detailhandel (41.482 mio.)



Andre brancher (19.621 mio.)



Turisme produkter (70.723 mio.)



KØBENHAVNSK TURISME ER ET VIGTIGT EKSPORTMARKED

Den samlede turismeomsætning i Danmark stammer fra både danske og udenlandske turister.

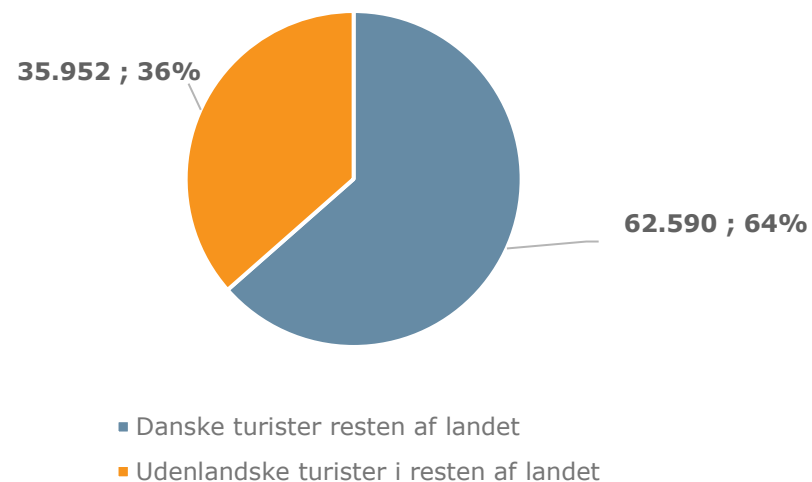
Når en udlænding køber turismeydelser i Danmark, betyder det penge og velstand til danske virksomheder og den danske stat. Den internationale turisme i Danmark er derfor et eksportmarked af særlig betydning.

Fordelingen af omsætningen på danske og udenlandske turister er meget forskellig i København og resten af landet:

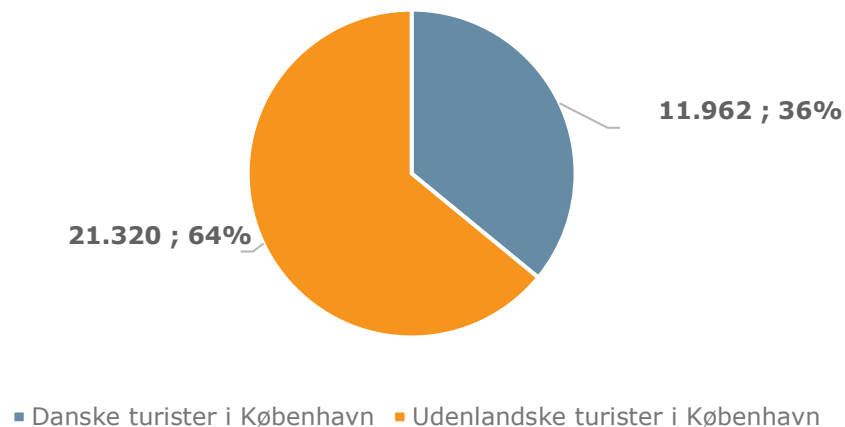
- I København kommer 64% af omsætningen fra udenlandske turister.
- I resten af landet er det 36% der kommer fra udenlandske turister.

Tallene er fra 2018

Fordelingen af dansk og udenlandsk omsætning i resten af landet



Fordeling af dansk og udenlandsk omsætning i København



KØBENHAVN ØGER EKSPORTMARKED ANDELEN

I 2008 så vi i alt 47,9 mio overnatninger i Danmark. Overnatningerne var nogenlunde lige fordelt på danske og udenlandske.

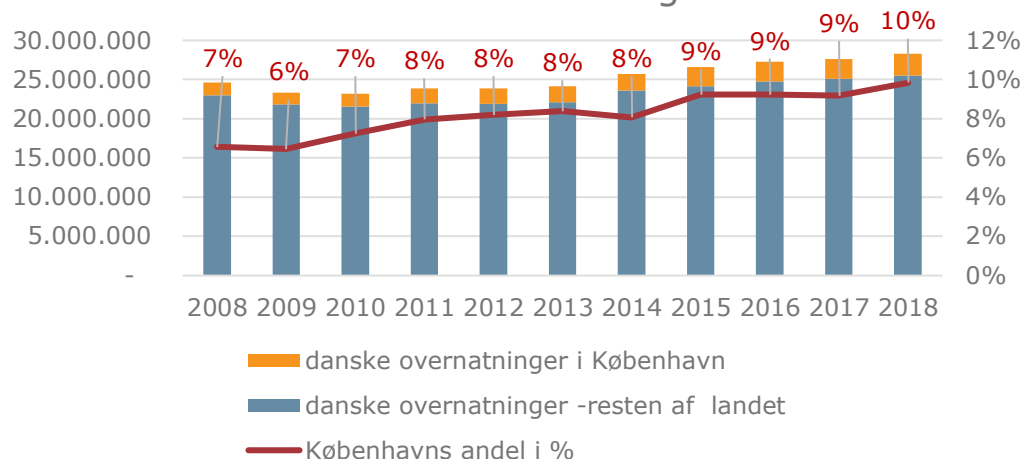
Over de 10 år har de internationale overnatninger imidlertid set en større vækst.

I 2018 nåede det samlede antal overnatninger i Danmark op på 58,6 mio. De fordelte sig på 30,3 mio udenlandske mod 28,3 mio danske.

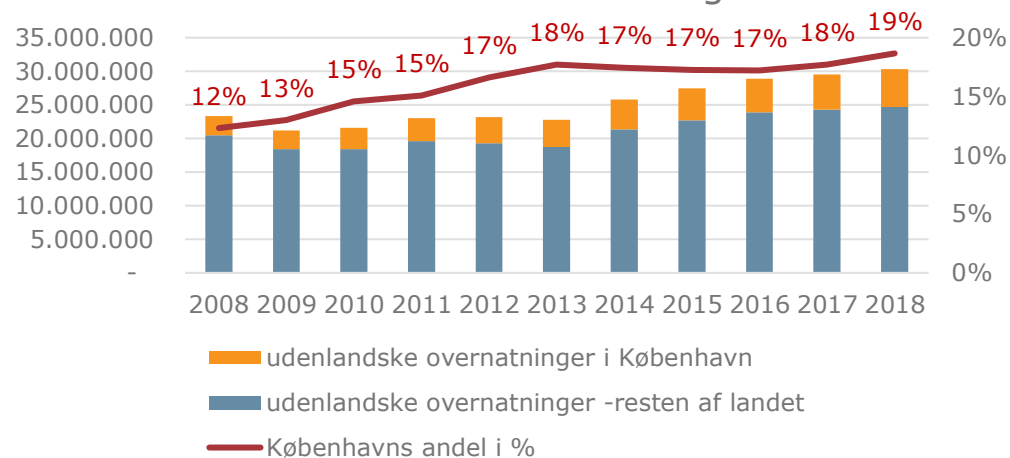
På de internationale overnatninger er det igen København der har oplevet en væsentlig højere vækst end resten af landet.

København er således gået fra at have 12% af alle udenlandske overnatninger i Danmark til at have 19%.

Danske overnatninger



Udenlandske overnatninger



TURISMEN SOM EKSPORT

Det er turisternes forbrug der driver omsætningen. Udenlandske turister lægger deres penge i Danmark og dette er et udtryk for en eksportindtægt til Danmark.

VisitDenmark har opgjort at udenlandske turister i 2018 havde et forbrug på i alt 57,7 mia. kr. under deres besøg i Danmark.

I 2018 stod den udenlandske del af den københavnske turisme alene for 21,3 mia. kr. svarende til 1/3 af den danske "turismeeksport".

Branche	Eksport i mia. kr. i 2018
Transport og godshåndtering*	232,2
Maskiner og udstyr	81,1
Fødevarer	76,9
Farmaceutiske råvarer og præparater	52,9 (2015)
Kemiske produkter	28,1
Computere, elektroniske og optiske produkter	23,6
Gummi- og plastprodukter	12,1
Elektrisk udstyr	11,2
Tekstiler og beklædningsgenstande	6,3

Københavns turismes eksportværdi:

21,3 mia. kr.

**Eksportværdien for "Transport og godshåndtering" er en tjenesteydelse.*

Note: Med undtagelse af "Transport og godshåndtering"-branchen er de øvrige brancher i fremstillingssektoren. Det seneste år, hvor værdien for "Farmaceutiske råvarer og præparater" ikke er diskretioneret, er i 2015.

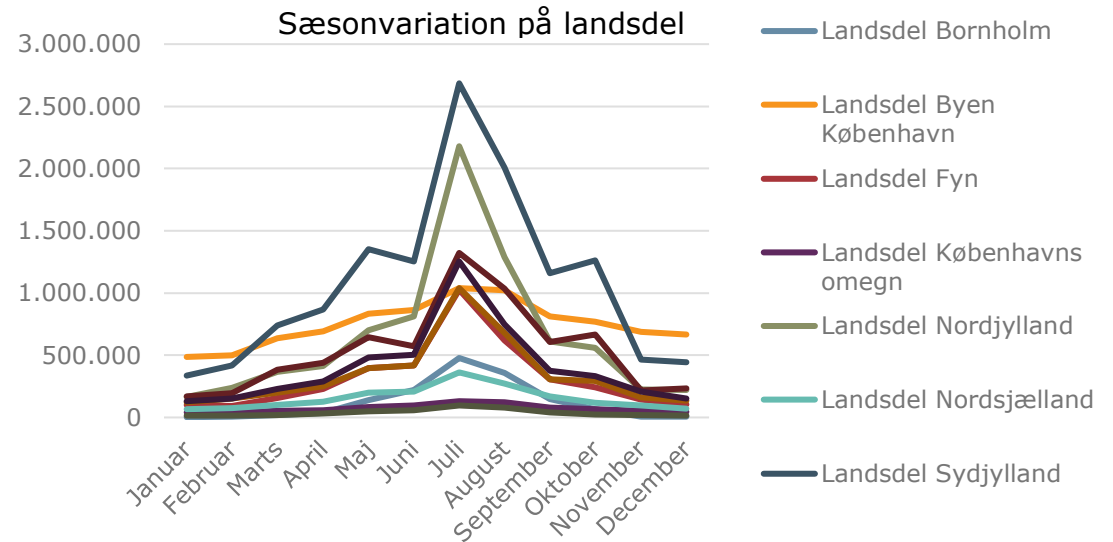
Kilde: Tabel DKTEC1 og DKSTEC6 i Statistikbanken.

KØBENHAVN HOLDER ÅBENT ÅRET RUNDT

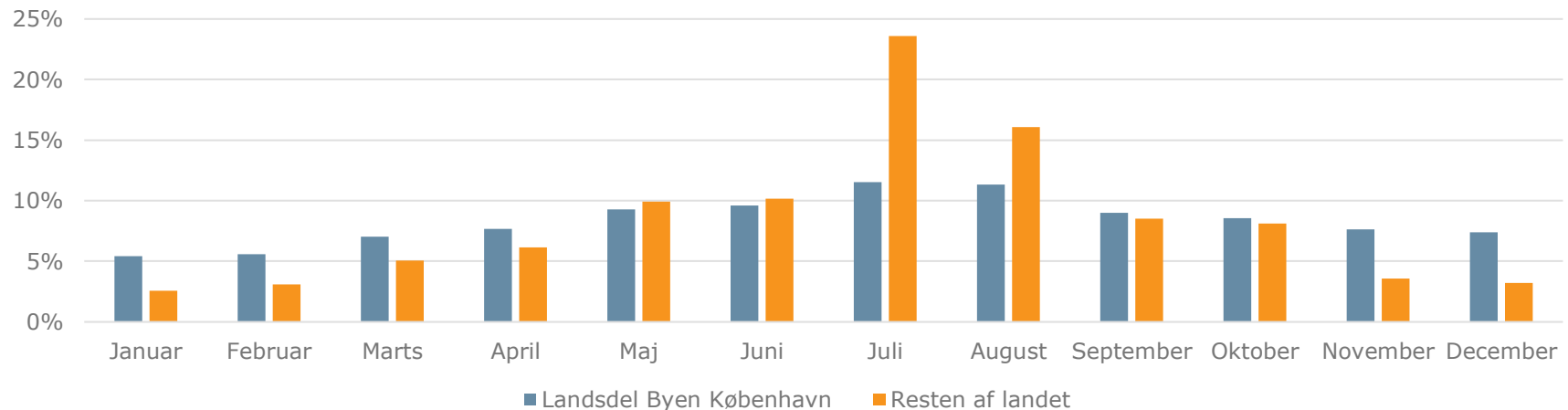
Højsæsonen for turisme i Danmark er ikke overraskende sommermånederne og det gælder både for danske og udenlandske turister:

Der er dog langt fra ligegyldigt hvor turismeaktiviteten foregår: Storbyturismen, særligt i København er forholdsvis jævnt fordelt over året, hvorimod turismen udenfor byerne er koncentreret i sommermånederne.

En jævn fordeling af aktiviteten over hele året har betydning for heltidsbeskæftigede i turisterhvervene. Turismevirksomhederne i storbyen har således en bedre mulighed for at holde åbent året rundt, til glæde for indtjeningen, skatteprovenuet og borgerne i byerne.



Sæsonvariation i % af årstotal (visitDK)



KØBENHAVNS TURISME SKABER ARBEJDSPLADSER

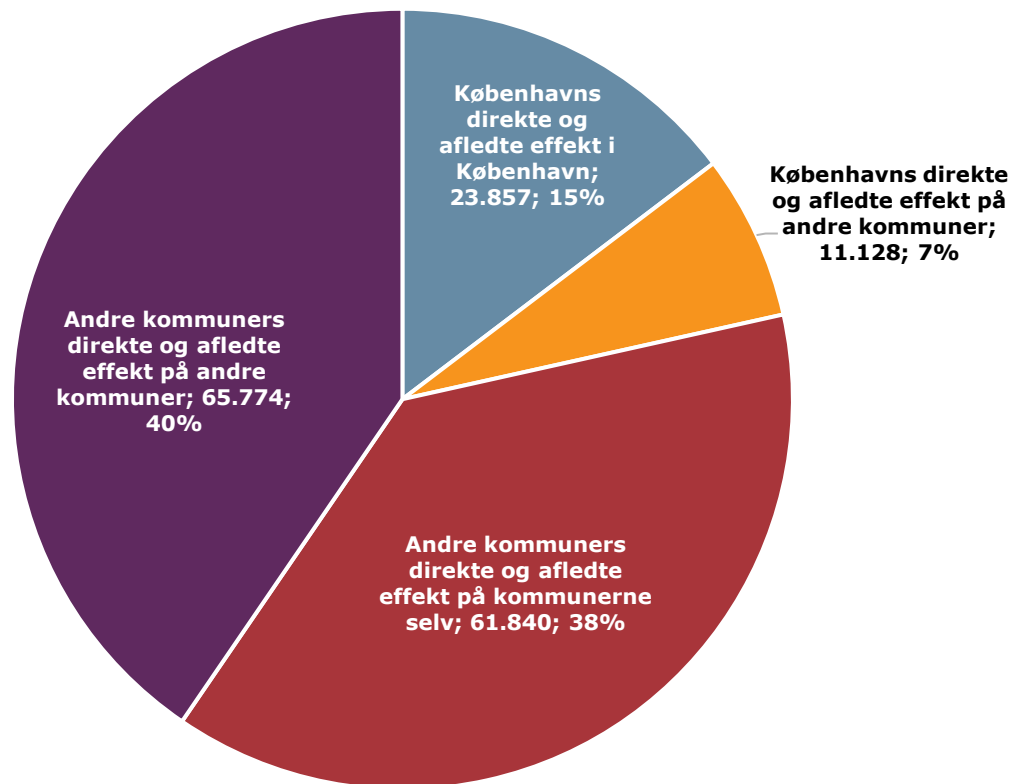
Med væksten i turismen som økonomisk aktivitet følger også vækst i arbejdspladser.

Turismevirksomheder skaber arbejdspladser som direkte effekt, ikke kun i den kommune hvor turismeforbruget er, men også i kommuner i resten af landet. Turismevirksomhederne gør også brug af grossister, transport og serviceerhverv og giver således også anledning til arbejdspladser som såkaldt afledte effekter.

Turismen i København skaber således arbejdspladser i hele landet.

På landsplan i 2018 var den samlede direkte og afledte beskæftigelseseffekt af turismen på 162.599 arbejdspladser hvoraf København stod for 34.985 arbejdspladser.

Den københavnske turisme var ansvarlig for at skabe 11.128 arbejdspladser i resten af landet.



2018 tal på kommuneniveau

KØBENHAVN HAR HØJ PRODUKTIVITET

Den samlede direkte og afledte beskæftigelseseffekt af turismen på landsplan i 2018 var altså 162.599 arbejdspladser hvoraf København stod for 34.985 arbejdspladser.

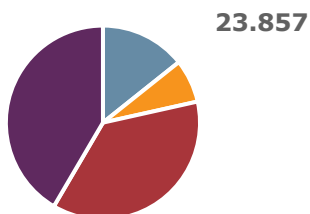
Turismeomsætningen i hele landet var på 131.826 mio. hvoraf København stod for 33.296 mio.

På landsplan svarer det til at det kræver 1,23 beskæftigede at producere en mio. i omsætning.

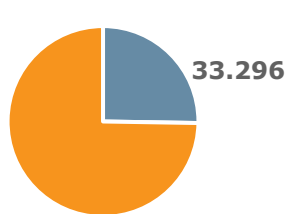
I København kræver den samme million blot 1,05 beskæftigede.

København var således 18% mere produktiv end resten af landet.

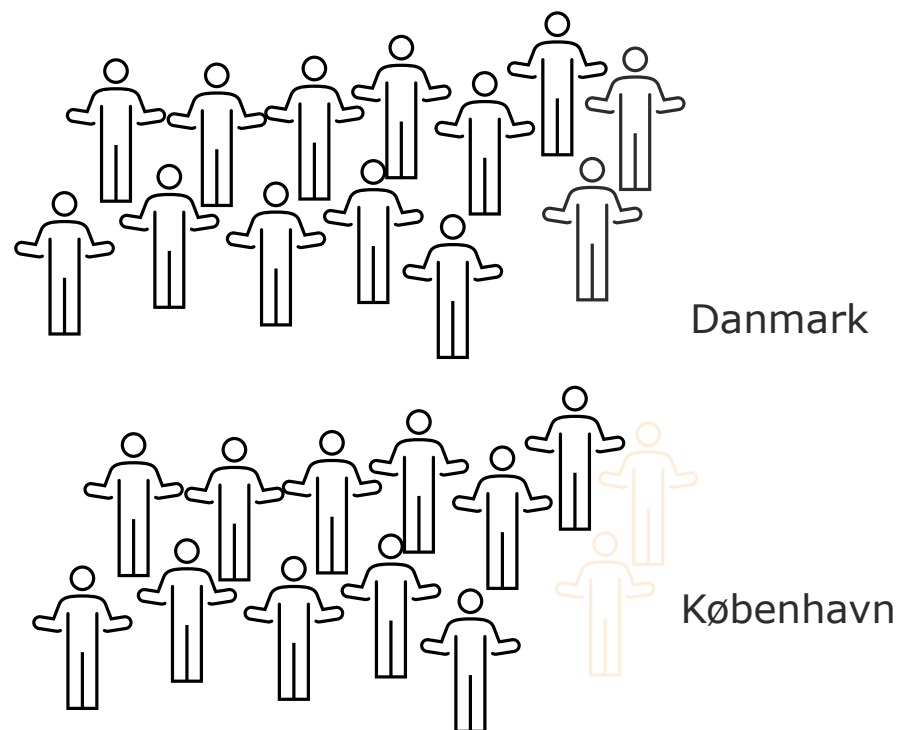
Direkte og afledt beskæftigelseseffekt



Samlet turismeomsætning 131.826 mio



“Hvor mange mand skal der til at skabe 10 millioner i turismeomsætning?”



KØBENHAVN SKABER VÆSENTLIGE SKATTEINDTÆGTER I RESTEN AF LANDET

Med turismeaktivitet og jobskabelse følger også indtægter til stat og kommuner i form af personskatter, afgifter og virksomhedsskatter.

På samme måde som med jobskabelsen er dette ikke begrænset til den kommune hvor turismeaktiviteten foregår. Personer og virksomheder som tjener deres penge i én kommune kan være hjemhørende i andre kommuner, og igen vil der være tale om både direkte og afledte effekter.

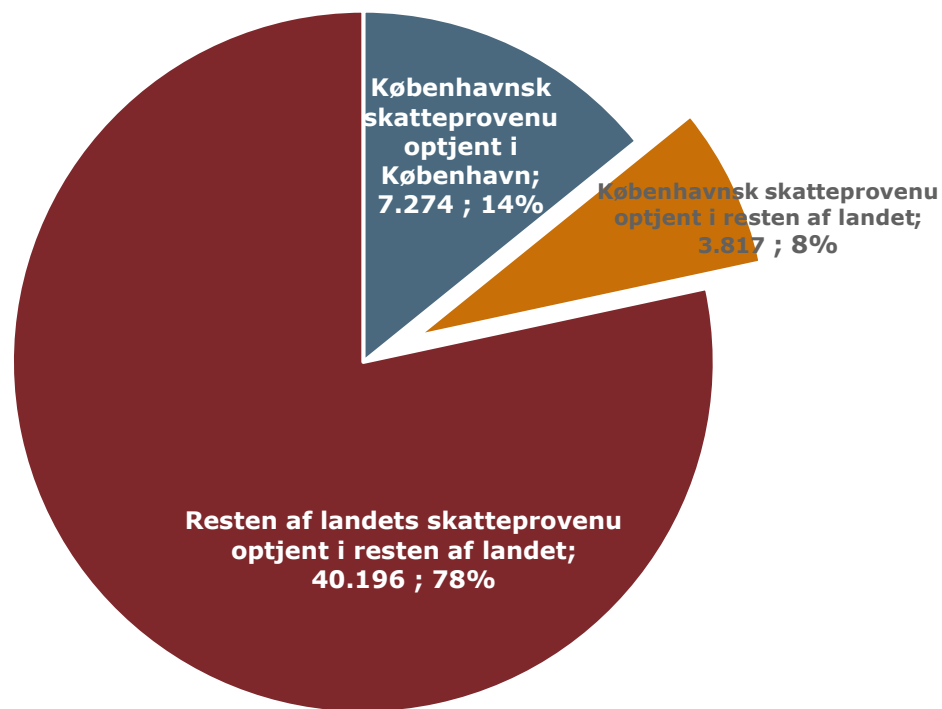
De samlede indtægter til Danmark i form af personskatter, virksomhedsskatter samt moms og afgifter fra turismeaktivitet var i 2018 på 51,3 mia.

Heraf stammer 11 mia. eller 22% fra den Københavnske turisme. Dette beløb er væsentlig højere end andre turiststærke kommuner som Varde, Ringkøbing, Bornholm, Århus og Ålborg.

Af de 11 mia. bliver 3,8 mia., eller 34% optjent i andre kommuner end København.

Skatteprovenuet fordeler sig på person, virksomheds- samt vare-skatter og moms.

Person og selskabsskat tilfalder både stat og kommune. Omegnskommunerne til København vil således nyde godt af dette skatteprovenu. Denne andel er nærmere redegjort for på side 26.



Beløb angivet i mio. kroner

KØBENHAVN SKABER 2 GANGE SIT EGET PERSON OG VIRKSOMHEDSSKAT I RESTEN AF LANDETS KOMMUNER

Mens vareskatter ofte havner hvor selve forbruget foregår, forholder det sig anderledes med person og selskabs skatter.

Personskat følger bopælskommunerne for den arbejdskraft der tjener sine penge ved turismen. Virksomheder der tjener sine penge i København er ligeledes ofte CVR registrerede i andre kommuner.

Københavnsk turisme skabte i 2018 et person- og virksomhedsskatteprovenu på 1,9 mia. som blev optjent i København selv.

Samme år skabte den københavnske turisme et skatteprovenu på 3,8 mia. som blev optjent i resten af landets kommuner. Dette svare til 8% af det samlede skatteprovenu fra turismeaktivitet i Danmark.

København personskatter hos kommunen selv	1.440		11.091
København selskabsskatter hos kommunen selv	460	7.274	
København vareskatter hos kommunen selv	5.374		
København personskatter hos andre kommuner	2.806		
København selskabsskatter hos andre kommuner	205	3.817	
København vareskatter hos andre kommuner	805		

Beløb angivet i mio. kroner

KØBENHAVNS TURISMES BETYDNING FOR OPLAND OG ØVRIGE BRANCHER

Restauranter og kulturtilbud er i særlig grad karakteriserende for storbyturismen. Disse brancher leverer netop samtidig produkter der ikke blot efterspørges af turister. Disse brancher henter, ikke overraskende, en betydelig del af deres omsætning fra turister, men servicerer naturligvis også almindelige borgere i landet.

På de egentlige turismeprodukter sikres på landsplan 21,3% af omsætningen af turister mens det i København er 27,9%. Med undtagelse af Helsingør, er dette den højeste turisme procent i Hovedstadsområdet.

Næsten en tredjedel af restaurationsbranchens omsætning på landsplan skabes i København. I København skabes en tredjedel af restaurationsbranchens omsætning af den københavnske turisme.

Kultur- og forlystelsesbranchen får ligeledes et stort bidrag fra turismen, men her har almindelige danskeres forbrug en noget større betydning.

Her skal man dog være meget opmærksom på at kultur og forlystelser er en meget sammensat branche, der indeholder både sport og museer.

Af 14 mia. omsat på kultur- og forlystelser i København stammer 1,3 mia. fra turismen, svarende til en turismebrøk på 9%.

For museer alene må den antages at ligge tættere på 30% som restaurationsbranchen.

Af de 11.128 arbejdspladser som blev skabt i resten af landet som direkte og afledt effekt af den Københavnske turisme, er næsten en tredjedel, eller 3.746 skabt i de umiddelbare oplandskommuner til København.

Udover disse lokale arbejdspladser vil der naturligvis også skabes jobs i selve København for pendlere fra disse oplandskommuner, der vil afspejle sig i personskatterne her.

67% af det skatteprovenu Københavnsk turisme genererer i det øvrige Danmark skabes i oplandskommuner til København.

Københavnsk turisme genererede således alene i personskatter 2 mia. Kr., 144 mio. kr. i selskabsskatter og 465 mio. Kr, i moms og vareafgifter i oplandskommunerne til København.

KØBENHAVNSK LOKALTRANSPORT, RESTAURANTER OG OPLEVELSER ER SÆRLIG AFHÆNGIG AF TURSIME

Som nævnt tidligere kan turismeomsætning opdeles i turismeprodukter, detail og "andre produkter".

De egentlige turismeprodukter omfatter de typiske produkter som f.eks. hoteller og anden overnatning, restauranter, lokal transport, rejseservice og diverse kultur, forlystelser og attraktioner.

Bortset måske fra overnatning og rejseservice er det alt sammen produkter der i høj grad også efterspørges af lokalbefolkningen i et område.

Restauranter og kulturtilbud er i særlig grad karakteriserende for storbyturismen. Disse brancher leverer netop samtidig produkter der ikke blot efterspørges af turister. Disse brancher henter, ikke overraskende, en betydelig del af deres omsætning fra turister, men servicere naturligvis også almindelige borgere i landet.

Det er derfor af interesse at se hvor stor en del af en branches omsætning der er afhængig af turismen.

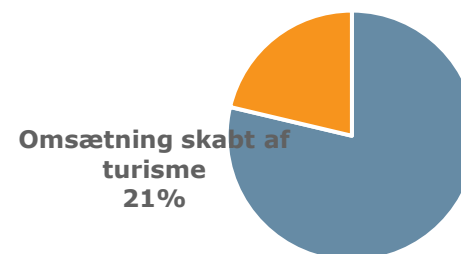
I RTSA kaldes dette Tourism Ratio (turismebrøk) som er den del af branchens totale omsætning der genereres af egentlig turisme.

På de egentlige turismeprodukter er brøken 21% på landsplan mens den i København er 28%.

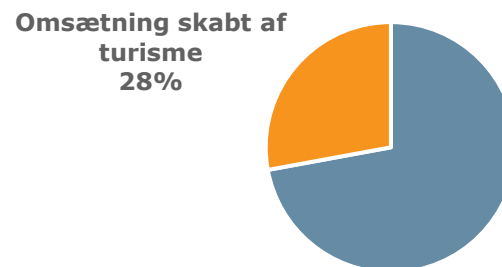
Tilstedeværelsen af lokal transport, oplevelser og spisesteder er altså i København i højere grad betinget af den indkomst der skabes af turister end vi ser det i resten af landet.

	Branchens omsætning	Omsætning skabt af turisme	Turismebrøk
Turismeprodukter hele landet	332.000	70.700	21%
Turismeprodukter, København	77.000	21.500	28%

Turismeprodukter, hele landet
(samlet 332.000 mio. kr.)



Turismeprodukter, København
(samlet 77.000 mio. kr.)



Note: Værdierne i tabellen er afrundet til nærmeste 100 mio. kr. I udregningen af turismebrøk er de faktiske værdier anvendt.

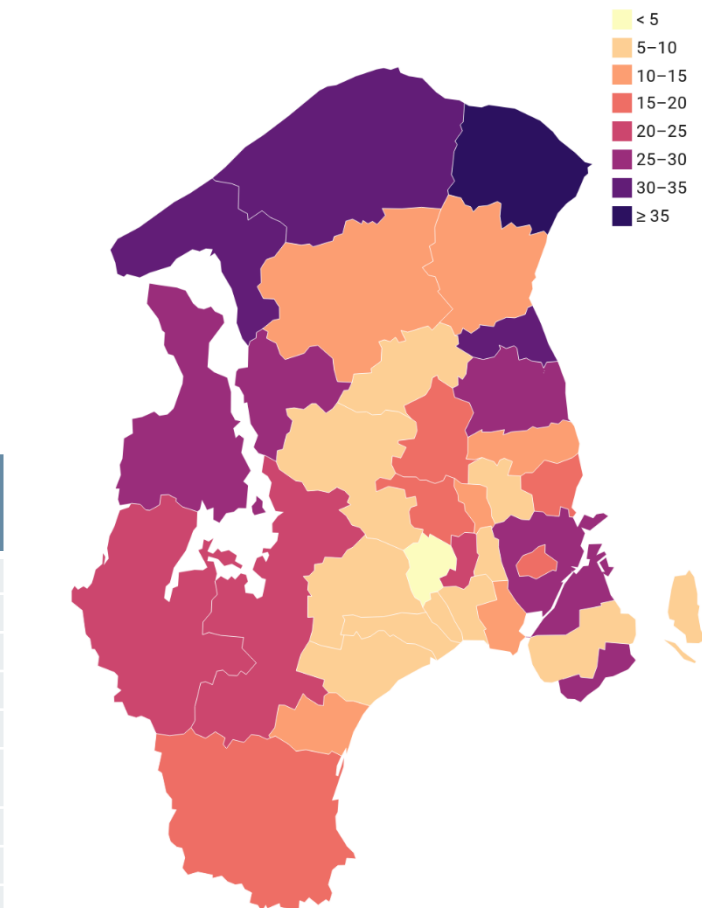
KØBENHAVNS REKREATIVE BRANCHER ER MEGET AFHÆNGIGE AF TURISMEN

Blandt kommunerne i Region Hovedstaden der har den højeste turismegenererede omsætning i 2018, ligger København klart i top. Disse brancher har en total omsætning i København på 77 mia. kr. Af disse er 21,5 mia. direkte skabt af danske og udenlandske turisterne. Det giver København en turismebrøk på 28%.

Andre kommuner med en meget stor omsætning i brancher relateret til turismeprodukter har i nogle tilfælde en ganske lav turismebrøk, hvilket er udtryk for at en større del af omsætningen hentes fra almindelige danskeres rekreative forbrug. En kommune som f.eks. Helsingør kendetegnet ved en turismebrøk på 38%. Her er omsætningen af rekreative turismeprodukter "kun" på 3 mia. men 38% af disse stammer fra turisme. Jo højere en turismebrøk des mere afhængig er branchen af turister lokalt.

(mio. kr.)	Branche omsætning total	Turismegenereret omsætning	Turismebrøk
København	77.000	21.500	28%
Tårnby	19.700	1.200	6%
Høje-Taastrup	6.300	400	6%
Brøndby	5.700	300	5%
Frederiksberg	4.800	800	16%
Roskilde	4.100	1.000	23%
Hillerød	3.900	500	14%
Gentofte	3.800	600	16%
Lyngby-Taarbæk	3.300	400	13%
Hvidovre	3.300	400	12%
Albertslund	3.300	100	4%
Gladsaxe	3.100	200	5%
Helsingør	3.100	1.200	38%

Turismebrøk på turismebrancher i kbh. og omegn



Source: CRT • Created with Datawrapper
Beløb angivet i mio. kroner

Note: Værdierne i tabellen er afrundet til nærmeste 100 mio. kr. I udregningen af turismebrøk er de faktiske værdier anvendt.

TURISMEN HAR STOR BETYDNING FOR RESTAURATIONSBRANCHEN I KØBENHAVN

Godt 28% af restaurationsbranchens omsætning på landsplan skabes i København.

I restaurationsbranchen generelt er en stor del af omsætningen drevet af turisme.

I København skabes en tredjedel af restaurationsbranchens omsætning af den københavnske turisme (turismebrøk 33%)

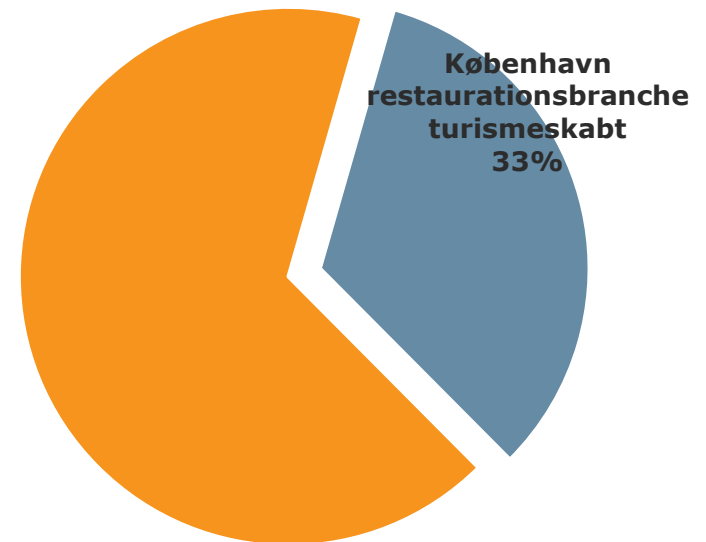
Ud af restaurationsbranchens samlede omsætning på landsplan på 68,1 milliarder bliver 19,3 mia. skabt i København og ud af disse kommer 6,4 mia. fra den københavnske turisme.

Det betyder at den københavnske turisme spiller en afgørende rolle for restaurationsbranchen i København, både på indtjening og jobskabelse.

Det betyder også at den københavnske turisme har en særlig betydning for branchens samlede omsætning i Danmark.

(mio. kr.)	Branchens omsætning	Omsætning skabt af turisme	Turismebrøk
Restaurationsbranchen i København	19.300	6.400	33%
Restaurationsbranchen i Danmark udenfor København	48.800	14.700	30%
Restaurationsbranchen i hele landet	68.100	21.100	31%

Københavns
restaurationsbranche
omsætning 19,3 mia. kr.



Note: Værdierne i tabellen er afrundet til nærmeste 100 mio. kr. I udregningen af turismebrøk er de faktiske værdier anvendt.

TURISMEN BIDRAGER TIL KULTUR- OG FORLYSTELSESTRANCHEN

Kultur- og forlystelsesbranchen får ligeledes et stort bidrag fra turismen, men her har almindelige danskeres forbrug en noget større betydning.

Hele branchen har på landsplan en omsætning i 2018 på 58,8 mia. hvoraf 6,8 mia. skabes af turismen. Dette svarer til en turismebrøk på 11 %

Ud af de 58,8 mia. bliver næsten en fjerdedel, nemlig 14 mia. skabt i København.

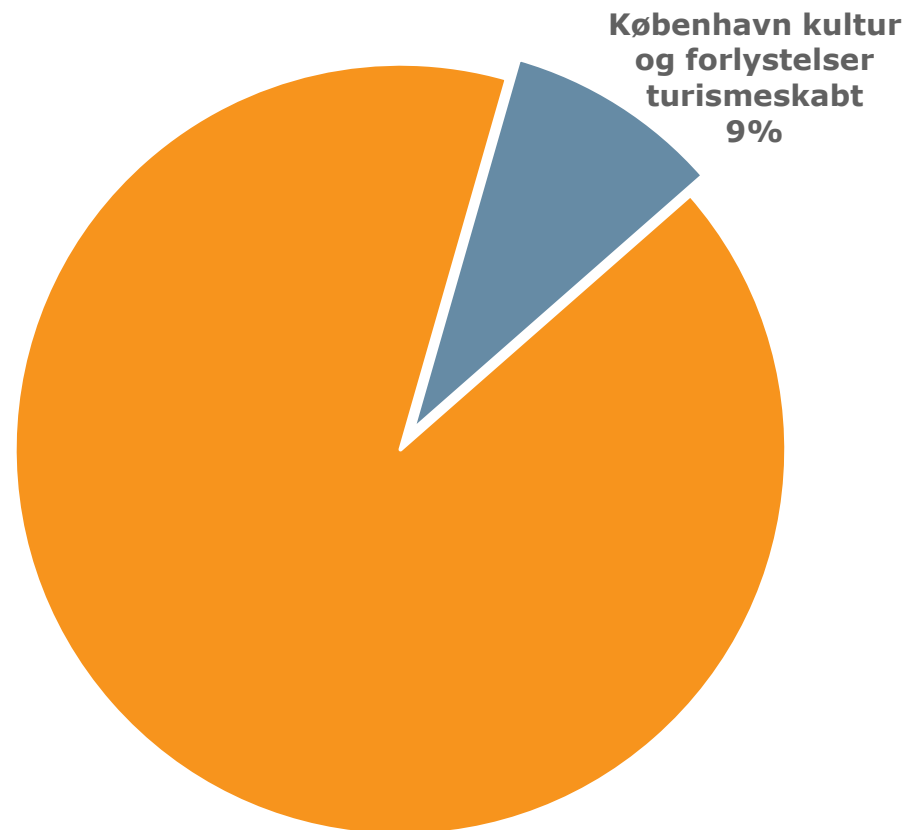
Af disse 14 mia. stammer 1,3 mia. fra turismen, svarende til en turismebrøk på 9%.

Sammenlignet med restaurationsbranchen kan man sige at omsætningen i kultur- og forlystelsesbranchen med en turismebrøk på blot 9% af, er meget mere afhængige af lokalbefolkningen som helhed.

Her skal man dog være meget opmærksom på at kultur og forlystelser er en meget sammensat branche, der omfatter både sport og museer.

(mio. kr.)	Branchens omsætning	Omsætning skabt af turisme	Turismebrøk
Kultur og Forlystelser i København	14.000	1.300	9%
Kultur og Forlystelser i Danmark udenfor København	44.700	5.500	12%
Kultur og Forlystelser i hele landet	58.800	6.800	11%

Københavns kultur og forlystelsesbranche Omsætning 14,0 mia. kr.



Note: Værdierne i tabellen er afrundet til nærmeste 100 mio. kr. I udregningen af turismebrøk er de faktiske værdier anvendt.

MUSEER OG KULTURTILBUD VÆSENTLIG MERE AFHÆNGIGE AF TURISME END SPORT ER DET

Vi kan desværre ikke nedbryde turismebrøken på et niveau der tilbyder den nødvendige detaljeringsgrad til at kunne se på kultur- og forlystelser i brancher som museer og sport adskilt.

Vi ved dog fra de senest opdaterede tal fra den nationale brugerundersøgelse, at andelen af internationale besøgende for besøgssteder i København er meget høj: 51,2% mod 48,8% danske besøgende

Fra tidligere brugerundersøgelser ved vi at den største andel kommer fra Tyskland, USA og Storbritannien. Altså typiske Københavnske turister. (Se andetsteds i rapporten)

Brøken ser da også ganske anderledes ud i det øvrige Danmark: Andelen af internationale besøgende for besøgssteder i resterende landsdele: 16,7% mod 83,3% danske besøgende

Af de 27% af brugerne i 2018, der har bopæl i udlandet, er 21% fra Europa, og de resterende 6% fra andre steder i verden.

Ifølge tal fra VisitDenmark, ved vi, at 54% af storbyturister betragter sig selv som kulturturister. (Det samme er kun gældende for 36% af Kyst & Naturturisterne)

Omvendt kan vi for sportens vedkommende skele lidt til Brøndby idet kommunen er hjemsted for Sportsbyen i Brøndby, der beskriver sig selv sådan her:

(Den nationale brugerundersøgelse for museer, 2018 (VisitDenmark,2019) & 2019)

”Mange af de førende danske sports- og idrætsorganisationer er i dag samlet i Sportsbyen i Brøndby, og målet er at samle endnu flere organisationer og virksomheder, hvor idrætsrelateret erhverv er i højsædet.”

Brøndby har en turismebrøk for kultur- og forlystelsesbranchen på 1%.

Idet også København, som Brøndby, har en høj andel af sportserhverv må man derfor antage at turismens betydning for kulturerhverv som museer og andre attraktioner er væsentlig højere end de generelle 9%.

For museer alene må den antages at ligge tættere på eller højere end 30% som vi så for restaurationsbranchen.

(mio. kr.)	Branchens omsætning	Omsætning skabt af turisme	Turismebrøk
Omsætning af alle direkte turismeprodukter i Brøndby	5.700	300	5%
Kultur og Forlystelser i Brøndby	3.100	<100	1%
Kultur og Forlystelsers andel	54%	8%	

Note: Værdierne i tabellen er afrundet til nærmeste 100 mio. kr. I udregningen af turismebrøk er de faktiske værdier anvendt.

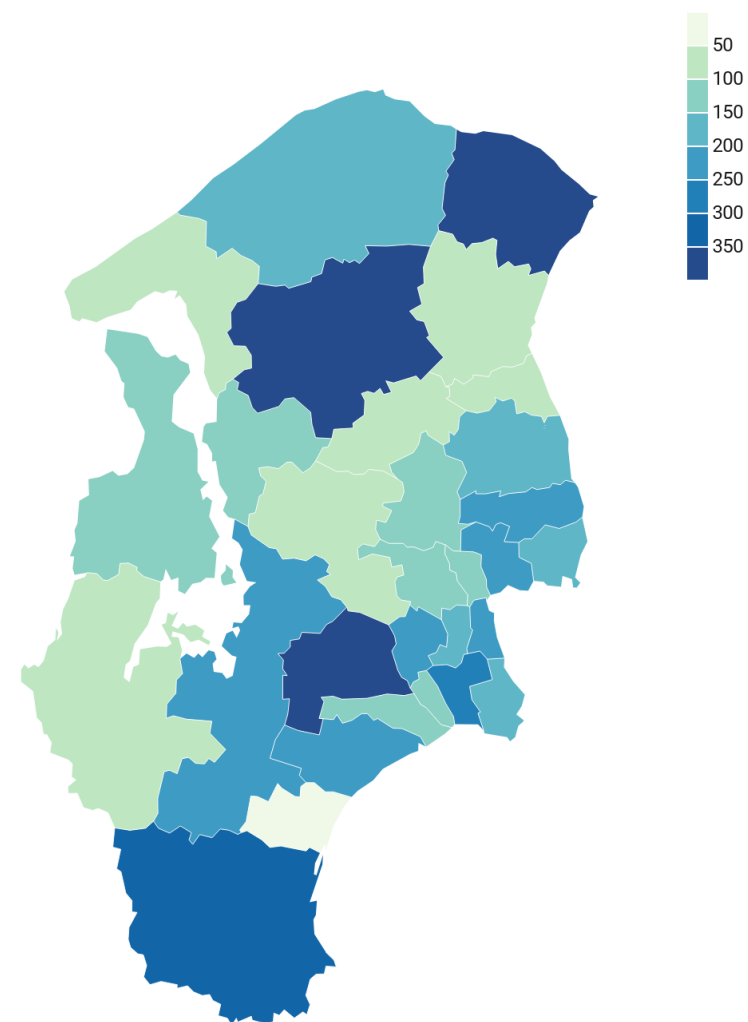
TURISMEN I KØBENHAVN SKABER ARBEJDSPLADSER TIL OPLANDET

Af de 11.128 arbejdspladser som blev skabt i resten af landet som direkte og afledt effekt af den Københavnske turisme, er knapt halvdelen, eller 3.746 skabt i de umiddelbare oplandskommuner til København: Landsdelen Københavns omegn, Landsdelen Nordsjælland samt Landsdelen Østsjælland.

Disse 3.746 arbejdspladser er ikke at forstå som pendlere, men reelle arbejdspladser i disse berørte kommuner. Det kan f.eks. være arbejdspladser skabt i selskaber der leverer rengøring, bustransport, eller håndværksservice efterspurgt af turister eller turisterhverv i København.

Fordelingen af de mange arbejdspladser ses af kortet til højre herfor.

Udover disse lokale arbejdspladser vil der naturligvis også skabes jobs for pendlere fra disse oplandskommuner, der vil afspejle sig i personskatterne her.

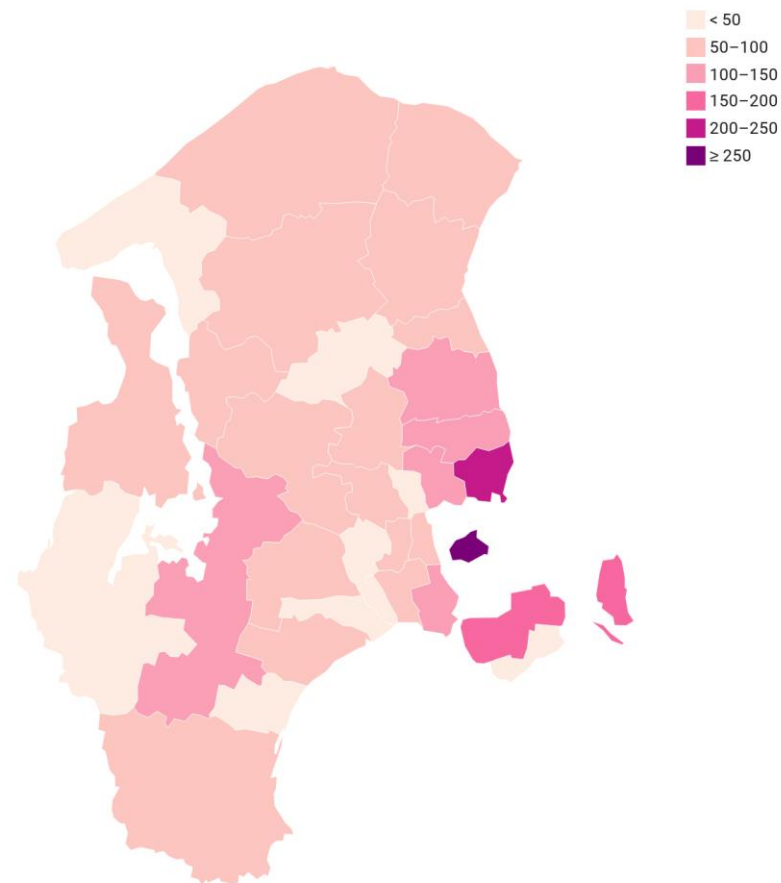


Antal arbejdspladser skabt i oplandskommunerne

SKATTEINDTÆGTER TIL OPLANDET

Københavns turisme har genereret et samlet skatteprovenu til resten af landet på 3.8 mia.

I de umiddelbare oplandskommuner (landsdelen Københavns omegn, Nordsjælland, Østsjælland samt Dragør, Frederiksberg og Tårnby) har den Københavnske turisme genereret et samlet skatteprovenu på 2,6 mia.



Skatteindtægter skabt i oplandskommunerne

1 MIA. KR. I PERSONSKATTER TIL OPLANDET

Københavns turisme har genereret et skatteprovenu til resten af landet på samlet 3,8 mia. Dette består af Personskat, selskabsskat samt moms og vareafgifter. Af disse er 2.6 mia. optjent i omegnskommunerne.

Personskatteprovenuet er summen af stats- og kommuneskat hvor kommuneskatten direkte kommer kommunen til gode. Personskatterne er opgjort efter folks bopæl og er altså ikke udtryk for hvor de har optjent deres indtægt.

Det samlede personskatteprovenu optjent i omegnskommunerne, skabt af københavnsk turisme var i 2018 på næsten 2 mia.

København har genereret et kommuneskatteprovenu til omegnskommunerne på samlet 959 mio. i 2018

(mio. kr.)	Kommuneskat	statsskat	Samlet personskat
Albertslund	15	14	29
Allerød	15	16	31
Ballerup	25	24	49
Brøndby	20	22	42
Dragør	16	17	33
Egedal	27	26	53
Fredensborg	24	24	49
Frederiksberg	104	109	213
Frederikssund	22	21	42
Furesø	27	28	56
Gentofte	76	93	170
Gladsaxe	43	44	87
Glostrup	15	15	30
Greve	34	36	70
Gribskov	23	23	46
Halsnæs	12	12	24
Helsingør	34	33	68
Herlev	15	15	30
Hillerød	30	29	59
Hvidovre	42	40	82
Høje-Taastrup	29	29	58
Hørsholm	18	22	39
Ishøj	14	13	27
Køge	34	34	68
Lejre	15	14	29
Lyngby-Taarbæk	38	42	81
Roskilde	46	46	92
Rudersdal	43	53	96
Rødovre	28	27	55
Solrød	16	17	32
Tårnby	46	48	94
Vallensbæk	13	13	26
SUM	959	998	1.957

144 MIO. KR. I SELSKABSSKATTER

Københavns turisme har genereret selskabsskat i omegnskommunerne på samlet 144 mio. i 2018.

Selskabsskatten opgøres efter den kommune hvor en virksomhed er CVR registreret. Selve aktiviteten er derimod ikke stedbunden bortset fra at den er fremkommet af den københavnske turisme.

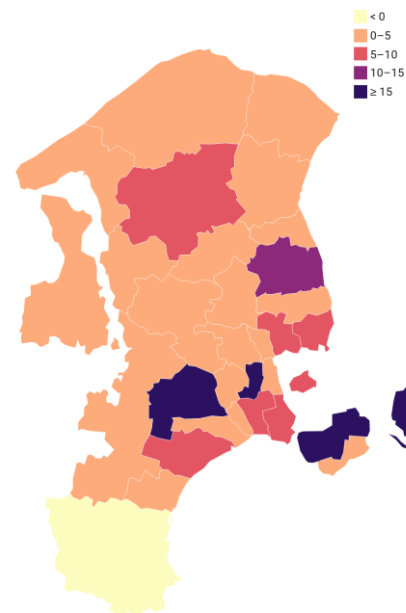
465 MIO.KR. I MOMS OG VAREAFGIFTER

I omegnskommunerne har Københavns turisme aktivitet genereret afgifter til staten i form af moms og vareafgifter på samlet 465 mio.

Moms og vareafgifter er direkte konsekvenser af turisternes forbrug, men afregnes af de virksomheder der leverer ydelserne og følger derfor virksomhedernes placering ifølge CVR registret.

selskabsskat skabt af Københavns turisme til oplandet

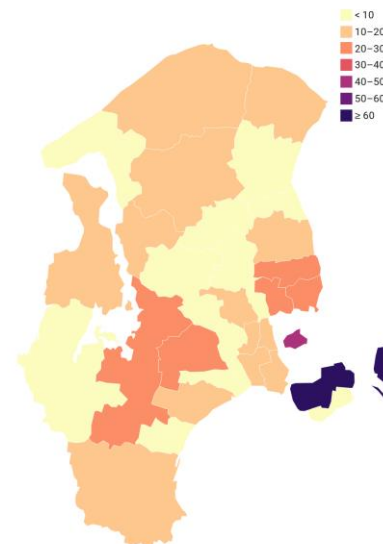
total 144 mio.



Source: CRT - Created with Datawrapper

Moms og vareafgifter skabt af københavns turisme i oplandet

total 465 mio



Source: CRT - Created with Datawrapper

EN TURIST ER IKKE BARE EN TURIST

Den nationale turismestrategi har som nævnt sat et mål for øget overnatning og øget omsætning. Skal begge mål nås er det af betydning hvordan markedsandelen af turister sammensættes. Lidt populært sagt kan man øge omsætningen ved enten at øge antallet af turistovernatninger eller ved at øge forbruget per turistovernatning.

De nationale mål kræver, som tidligere nævnt, at hver nye overnatning skaber en øget omsætning på 8.658 Kr. Dermed er det nødvendigt både at øge antallet af overnatninger og samtidig at øge forbruget per turistovernatning væsentligt.

Vores analyse viser at Københavnske storbyturister i høj grad og på mange måder er forskellige fra den turist vi ser besøge det øvrige Danmark.

Turisten der tiltrækkes af København forbruger 90% mere i døgnnet end den gennemsnitlige danske turist.

Udenlandske turister har et større døgnforbrug end danskere.

Nogle nationaliteter ligger endda over det generelle gennemsnit for udlændinge. Det drejer sig om Norge, Storbritannien, Sverige, USA og Asien.

Københavns appel til købedygtige udlændinge er markant.

Udover nationalitet, har overnatningsform indflydelse på døgnforbruget.

Hotelgæster har et højere døgnforbrug end gæster i feriehus. Hotelovernatninger bidrager samtidig til en højere jobskabelse end øvrige overnatningsformer.

71% af alle udenlandske ferie-hotel overnatninger ligger i Københavnsområdet.

Kulturturister og de såkaldte gastro-turister har gennemsnitligt højere døgnforbrug end andre ferieturister.

København tiltrækker i særligt grad netop denne type turister, og det er medvirkende til det generelt højere døgnforbrug for den københavnske turisme.

Sammensætningen af den type af turister der tiltrækkes til Hovedstaden betyder ikke alene noget for omsætningen. Den har også indflydelse på jobskabelsen.

Københavnske turister skaber næsten tæt ved 50% flere arbejdspladser end den type turister der traditionelt besøger resten af Danmark.

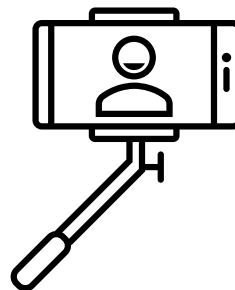
VÆRDIEN AF EN TURIST

Der er forskel på folk, også når det gælder turister. Turister efterspørger forskellige goder. Nogen er til hotel, andre til camping. Nogen er glade for kultur, andre vægter den gode udsigt. Nogle nationaliteter har mange penge med hjemmefra, andre har lidt færre.

Danmark har en bred turismeappel. Statistikkerne viser at vi både tiltrækker autocamperne fra vores nabolande og flyrejsende, der vælger os i konkurrence med andre internationale rejsemål.

Vores analyse viser at Københavnske storbyturister i høj grad og på mange måder er forskellige fra den turist vi ser besøge det øvrige Danmark.

Turisten der tiltrækkes af København forbruger 90% mere i døgnet end den gennemsnitlige danske turist



København* 2.350 Kr/døgn



Danmark 1.200Kr/døgn

København* er defineret som Landsdel København, .
For beregninger af døgnforbrug se også metodeafsnit

KØBENHAVNSK STORBYTURISME TILTRÆKKER ISÆR KØBEDYGTIGE UDLÆNDINGE

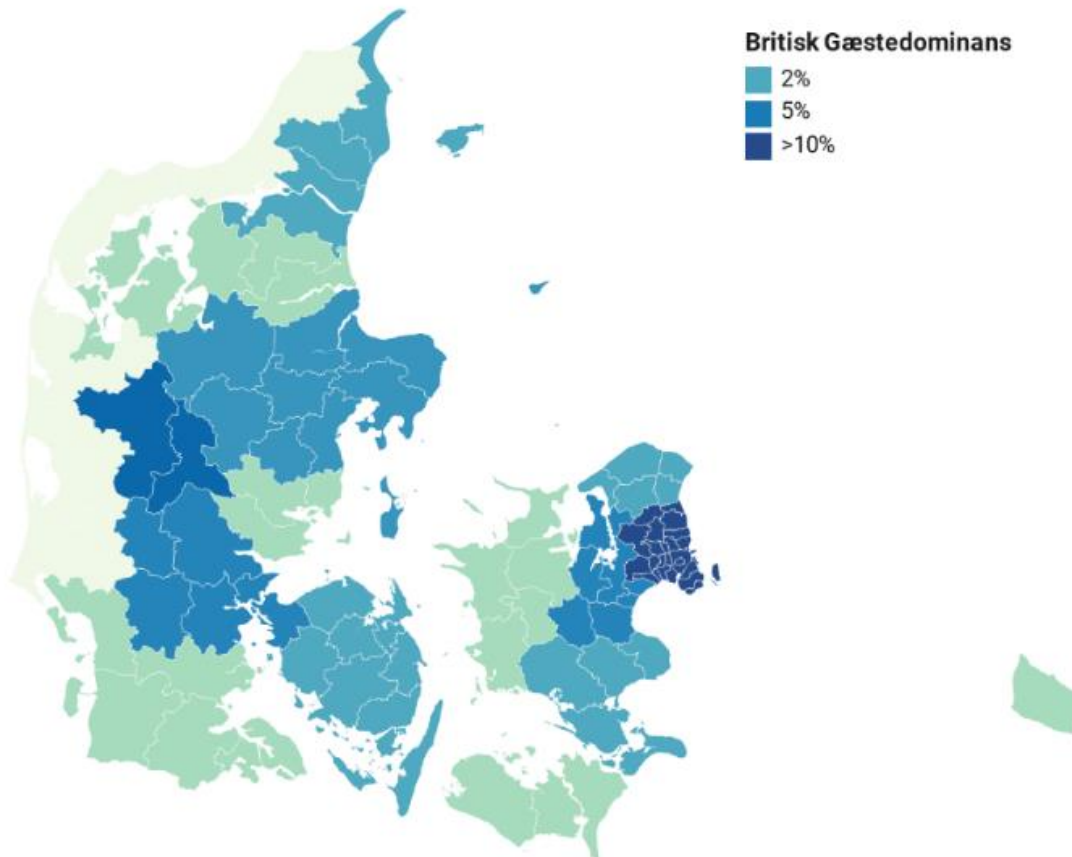
Mens en gennemsnitlig dansk storbyturist, iflg. Visit Denmarks opgørelse, har et døgnforbrug på 1.700 Kr , har den gennemsnitlige udenlandske storbyturist et døgnforbrug på 2.150 Kr.

Nogle nationaliteter ligger over dette gennemsnit. Det drejer sig om Norge, Storbritannien, Sverige, USA og Asien.

Nordmænd, svenskere besøger Danmark bredt, det samme gør sig gældende for britiske turister.

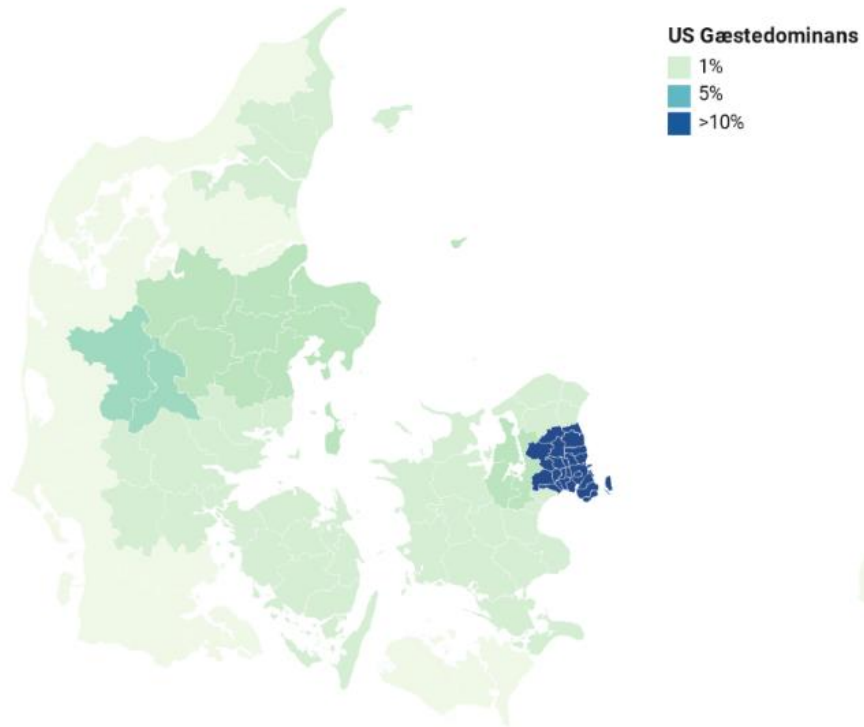
De følgende kort viser på andelen af given nationalitet i forhold til samtlige udenlandske turister på destinationen.

Britisk andel af udenlandske overnatninger



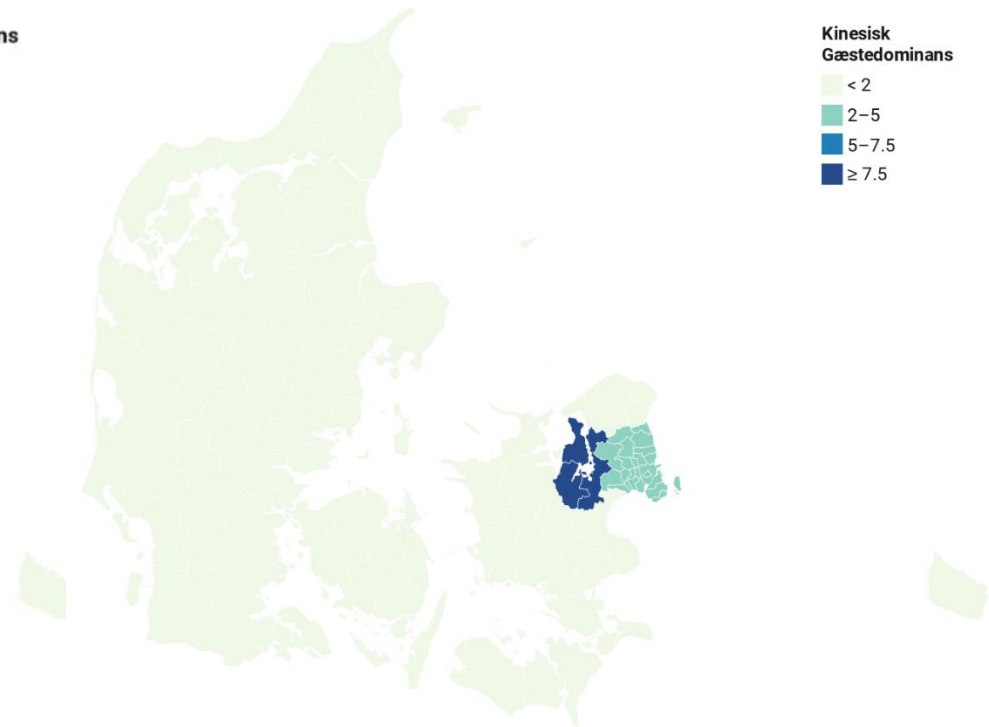
Created with Datawrapper

US andel af udenlandske overnatninger



Created with Datawrapper

Kinesisk andel af udenlandske overnatninger

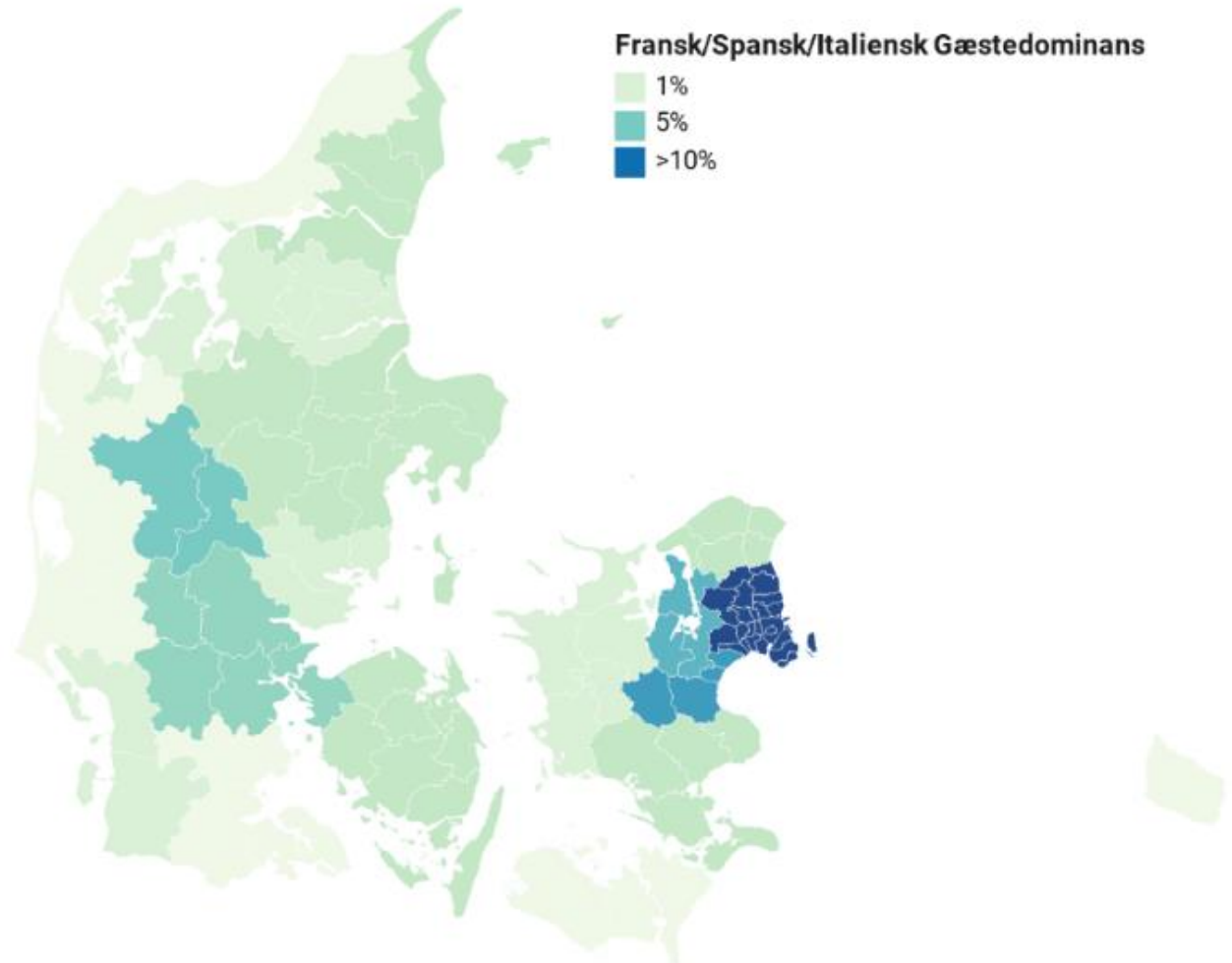


Created with Datawrapper

Mens nordmænd, svenskere og englændere besøger Danmark bredt, er amerikanere og asiater udprægede Storbygæster.

Begge nationaliteter har højt døgnforbrug.

Fransk/Spansk/Italiensk andel af udenlandske overnatninger



Også Italienerne er udpræget storbyrejsende. Deres døgnforbrug ligger dog ikke lige så højt.

Created with Datawrapper

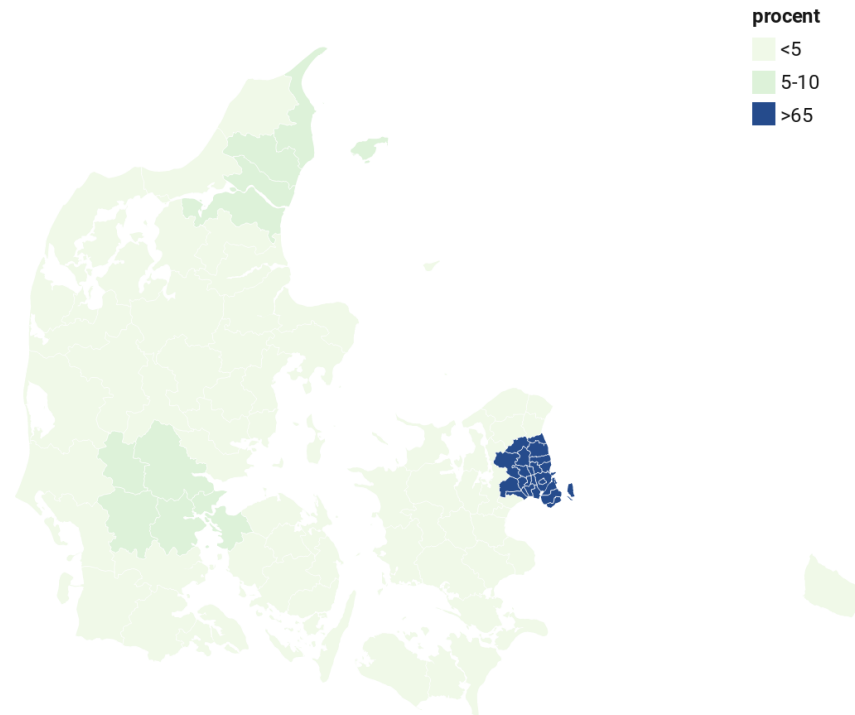
HOTELOVERNATTENDE GÆSTER HAR HØJT DØGNFORBRUG

København er helt særegen, når man ser på overnatningsformen.

71% af alle udenlandske ferie-hotel overnatninger ligger i Københavnsområdet.

Hotelgæster har et højere døgnforbrug end gæster i feriehuse. Hotelovernatninger bidrager samtidig til en højere jobskabelse end øvrige overnatningsformer.

Destinationens andel af Udenlandske ferie-hotel overnatninger i Danmark 2018

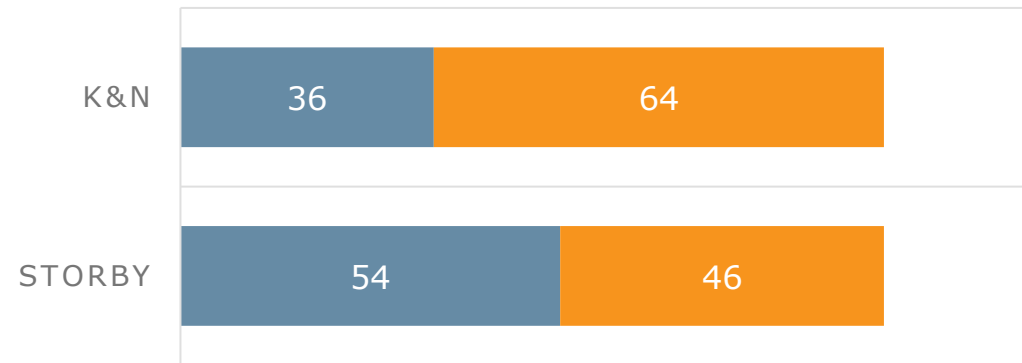


Source: CRT • Created with Datawrapper

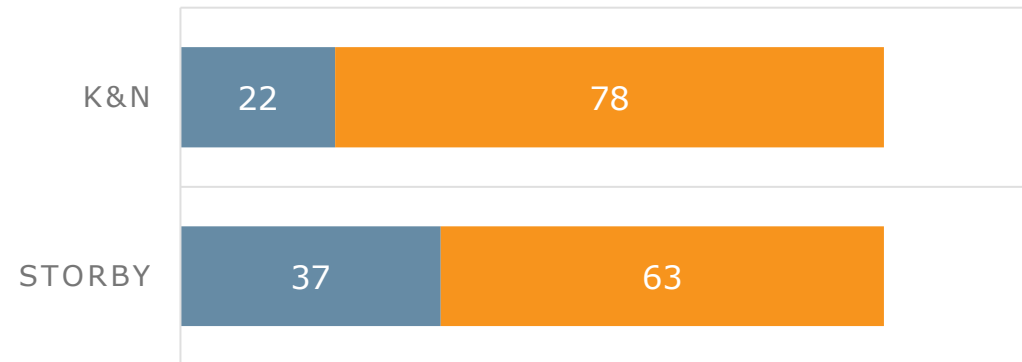
KULTUR & GASTRONOMI TURISTER ER MERE UDBREDTE I KØBENHAVN

Kulturturister og de såkaldte gastro-turister har gennemsnitligt højere døgnforbrug end andre ferieturister.

København tiltrækker i særligt grad netop denne type turister, og det er medvirkende til det generelt højere døgnforbrug for den københavnske turisme.



Andel Kulturturister af udlandske turister (VisitDenmark 2019)



Andel Gastroturister af udlandske turister (VisitDenmark 2019)

KØBENHAVNSKE TURISTER SKABER FLERE JOBS

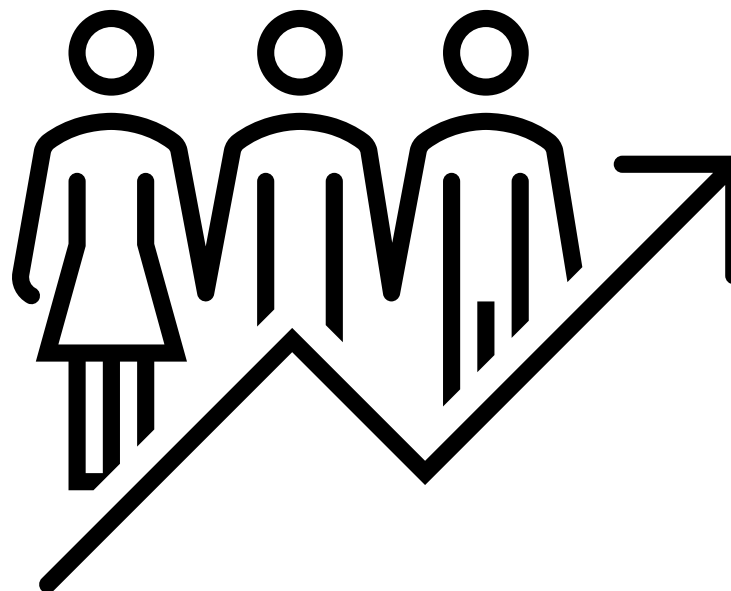
Sammensætningen af den type af turister der tiltrækkes til Hovedstaden betyder noget for jobskabelsen.

Københavnske overnatninger skaber flere jobs end det samme antal overnatninger gør i resten af landet.

Der var i 2018 58,6 mill kommercielle overnatninger i Danmark. 9,2 mill af disse var i København, de 49,5 mill øvrige overnatninger skete i resten af landet.

I 2018 blev der samtidig skabt 36.305 arbejdspladser alene pga den københavnske turist særegne forbrug, mens resten af Danmark stod for 132.622 arbejdspladser.

10.000 kommercielle overnatninger i København skaber 40 jobs



10.000 kommercielle overnatninger skaber
i resten af Danmark

27 jobs

ENDAGSTURISTEN FRA STORBYEN

Som beskrevet i tidligere kapitler har den særlige sammensætning af turister i København en positiv indflydelse på døgnforbruget. Der må derfor antages at ligge et potentiale gemt i evnen til, for det Københavnske opland, at tiltrække disse turister, for derved potentielt at øge turistens oplevelse af Danmark og ideelt set forlænge eller gentage rejsen.

De fleste udenlandske turister ankom før Corona pandemien til København med fly. Kun en femtedel medbringer egen bil. I modsætning hertil er 90% af de udenlandske kyst- og naturturister ankommet i egne bil.

Det har en væsentlig betydning for forskellen i mobilitet på disse to typer af turister.

Udenlandske turister er dog ikke desto mindre fortsat et begrænset kundesegment i den kollektive transport.

Vi ved fra tidligere undersøgelse, at i hvert fald visse københavnske storbyturister er villige til at bruge op til 1 time og 18 minutter på at rejse til en attraktion. Og de er villige til at bruge den samme mængde tid på at rejse tilbage til deres indkvarteringssted*.

Ikke mindst i takt med planerne om at udbygge togforbindelserne i Danmark giver det mulighed for størstedelen af Sjælland, og sekundært Fyn, Lolland og Falster at servicere flere endagsturister fra storbyen.

Udenlandske endagsturister betyder allerede i dag en anseelig del i det overordnede turismebillede i sjællandske kommuner. Det på trods af at det endnu kun er en relativt lille del af Udenlandske turister, der opnår at komme ud af byen.

Det er især såkaldte attraktions- og seværdighedsbyer der har et særligt potentiale for at øge besøgsraten.

I dag er en lille håndfuld byer som Helsingør, Fredensborg, Hillerød og Roskilde overrepræsenteret i udvalget af valgte destinationer.

Endagsturister der rejser efter attraktionsbyer har udover et særligt behov for offentlig transport en særegen interesse i at se seværdigheder, opleve byen generelt og nyde aktiviteter.

*Spørgsmålet er ikke stillet generelle storby-turister men udelukkende Cph card brugere og udelukkende dem, der var interesseret i et Copenhagen card for hele Sjælland (61%) eller Greater Copenhagen (inkl. skåne) (71%). De er derfor ikke repræsentative for den generelle storbyturist i København. Spørgsmålet var formuleret som følger:

“How much time would you be willing to spend travelling from your accommodation to an attraction? (Single trip, so you would have to spend the same amount of time travelling back to the city again)”

Det gennemsnitlige tidsforbrug som de var villige til at bruge var: 1 hour and 18 minutes (n = 1.998 à 78% af respondenter)

KØBENHAVN TILTRÆKKER TURISTER TIL DANMARK VIA LUFTHAVNEN

Hvad angår mobilitet er turisterne ved vores kyster og turisterne i storbyen to forskellige typer. De fleste turister ankommer til København med fly. Et stigende antal luftruter sikrer internationale gæster adgang til Danmark via lufthavnen. Dette understøttes af før-Corona analyser fra både Københavns Lufthavn og Dansk Erhverv.

Kyst- og naturturister

- medbringer praktisk taget alle en bil (96%)
- 67% kommer ad landevejen i egen personbil
- Blandt de resterende 4% kyst- og naturturister kommer de fleste med fly eller med bus.
- 18% kommer med færge i egen bil
- yderligere 11% kommer kørende i mobilhome eller camper

96%



<4%



Storbyturister

- ankommer for størstedelens vedkommende med fly
- 64% ankommer til en lufthavn, der for langt de fleste er Kastrup Lufthavn
- 10% med tog
- 4% med færge
- 1% med bus
- Blot 20% ankommer med bil.

20%

64%

KØBENHAVN TILTRÆKKER TURISTER TIL DANMARK VIA LUFTHAVNEN

Mens gennemsnittet af udenlandske storbyturister der ankommer med fly er højt (64%) så er det, iflg. VisitDenmarks turistundersøgelse fra 2017, for udvalgte nationaliteter endda højere.

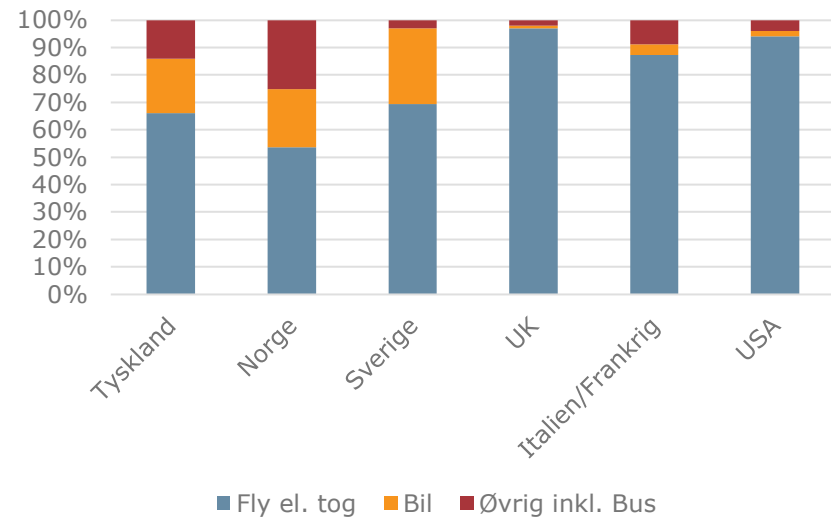
Gæster der besøger Danmark som storbyturister fra Tyskland, Norge og Sverige er de mest mobile.

Turister fra Storbritannien, Italien, Frankrig og USA er yderst sjældent i egen bil. Det samme må man formode gælder turister fra Kina.

Skeler man til top 10 udenlandske markeder i København forstår man hvor stor en betydning lufthavnen har. Man bliver samtidig opmærksom på betydningen af den offentlige transport for en forbedret adgang for storbyturisterne til resten af Danmark.

USA	734.400
Tyskland	698.300
Storbritannien	674.400
Sverige	644.700
Norge	482.500
Italien	321.000
Frankrig	277.800
Spanien	241.700
Nederlandene	217.800
Kina	212.800

Københavnske overnatninger 2018 fordelt på nationalitet



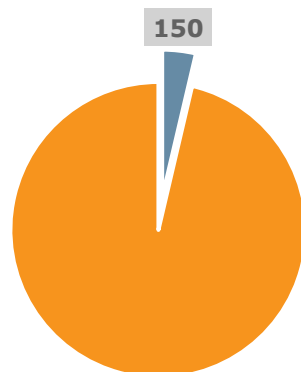
KØBENHAVNSK TURISME SOM INTERNATIONAL EKSPORT AF SJÆLLAND

1 time og 18 minutter er, iflg. en undersøgelse foretaget af Wonderful Copenhagen blandt CPH-kort brugere, gennemsnittet for hvad denne type turister er villige til at bruge på at rejse til en attraktion. Og de er villige til at bruge den samme mængde tid på at rejse tilbage til deres indkvarteringssted.

Det bringer iflg. Bygge og Boligstyrelsens Trafikplan anno 2017 det meste af Sjælland indenfor rækkevidde af det Københavnske eksportmarked. Ser man frem i tiden vil også Fyn og Lolland-Falster være mulige udflugtsmål.

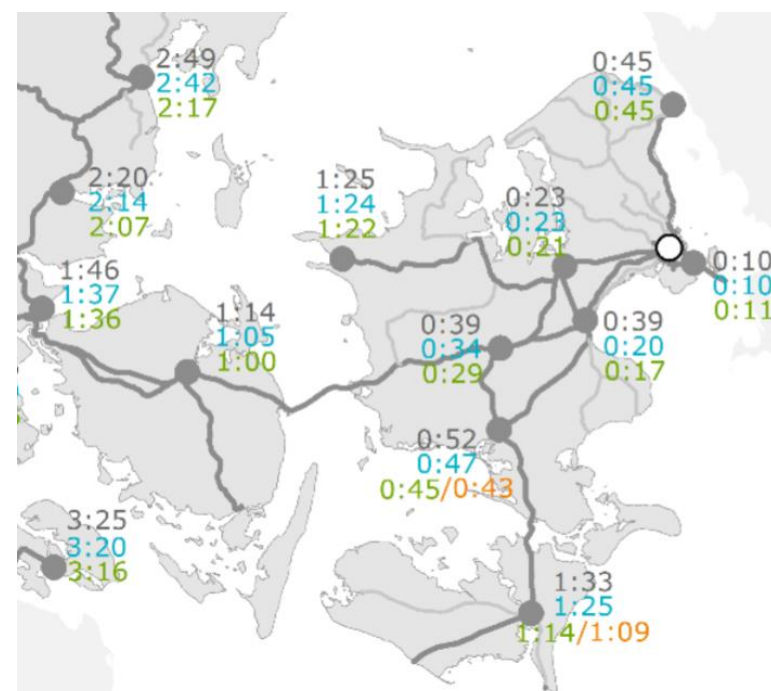
Udenlandske turister er dog fortsat et begrænset kundeselement i den kollektive transport, og segmentet tegner sig for en lille del af den samlede billetindtægt.

I 2017 udgjorde den samlede omsætning på de turistrettede billetprodukter 150 mio. kr. ud af en samlet fællesindtægt på 4,4 mia. kr.



(Wonderful Copenhagen, 2018; COWI 2018)

1:18 TIME



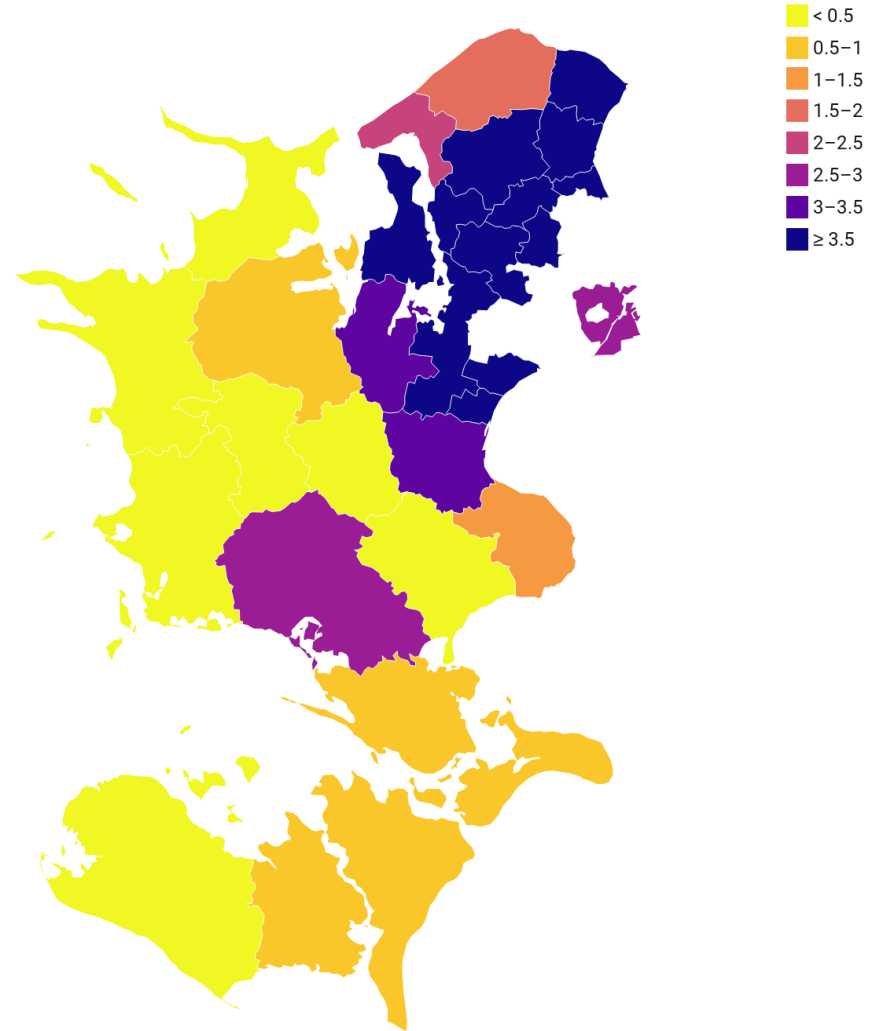
Korteste rejsetider med direkte tog fra København i 2017, 2022 og 2027/2032 iht Trafik Bygge- og Boligstyrelsens Trafikplan anno 2017

BETYDNINGEN AF UDENLANDSKE ENDDAGSTURISTER

Sammenligner man hvor mange udenlandske turister en kommune har i forhold til hvor mange overnattende udlændinge der findes i samme kommune, får man øje på Københavns betydning for den eksporten af Sjællandsk turisme.

København spiller sammen med et netværk af lokationer omkring sig, der udmærker sig ved forskellige karakteristika.

Københavnske turister får som udgangspunkt tilfredsstillet deres behov for indkøb lokalt i København. Samtidig er deres mobilitet en udfordring i forhold til at ud til strand- og havnebyer.



Forholdet udenlandske endagsturister / Udenlandske kommercielle overnatninger
(Senest opgjort 2004: blanke kommuner = ufuldstændige datasæt)

FORKELLIGE BYTYPER TILFREDSSTILLER FORSKELLIGE BEHOV

Iflg. en undersøgelse foretaget af Wilke kan turisters behov kategoriseres i forhold til tre bytyper:

- attraktions- og seværdighedsbyer
- strand- og havnebyer
- handels- og shoppebyer.

Gæsterne bruger færre timer i handels- og shoppebyerne sammenlignet med de to andre bytyper. Endagsturisten i handelsbyer er primært ude for at handle.

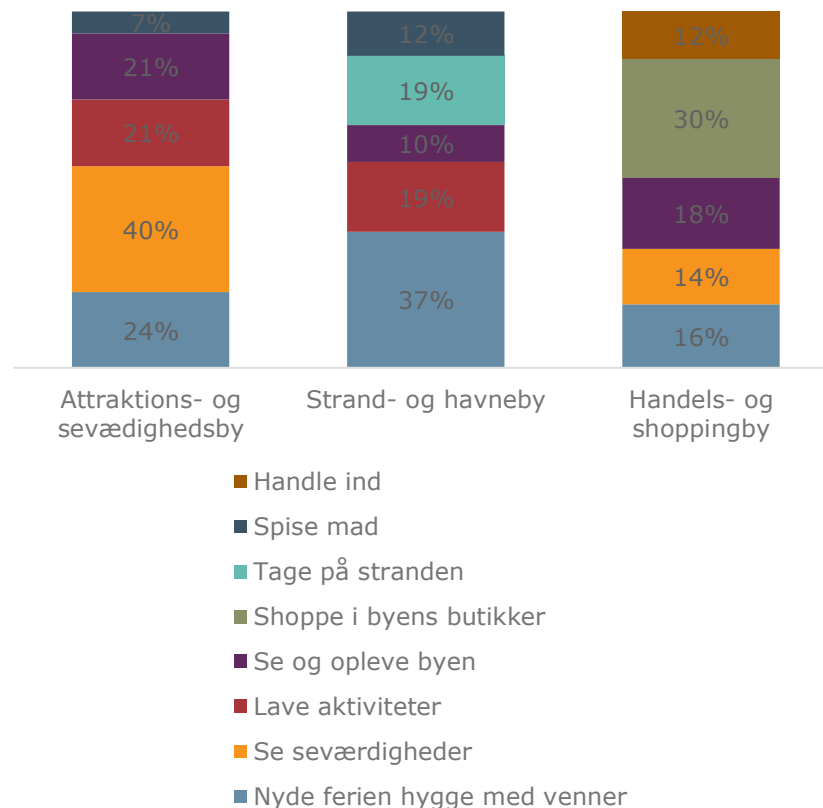
Endagsturisten til en strand og havneby har fokus på at nyde ferien med venner, man foretager sig noget aktivt eller tager på stranden, og så spiser man god mad sammen.

Endagsturisten til attraktionsbyen er efter seværdighederne og oplevelserne den enkelte by kan tilbyde.

Turisttypen, der især søger shopping er nærliggende mere behovsmættet ved at forblive i København, mens turisttypen der efterspørger strand- og havneoplevelsen har svært ved at forfølge sit behov pga afhængigheden af offentlige transportmidler.

Visse byer (Roskilde, Helsingør, etc) tilbyder by-oplevelser i form af kultur og attraktioner. Den væsentlige del af de københavnske endagsturister kan altså forventes at rejse ud af København for seværdigheder og oplevelser i denne type af byer

(Wilke, 2018; Kairos Future, 2019)



UDENLANDSKE TURISTERS BRUG AF OFFENTLIG TRANSPORT

Iflg den årlige CPH-card Survey (Wonderful Copenhagen, 2019) er der et tydeligt mønster i destinationen for brugerne af Copenhagen Card.

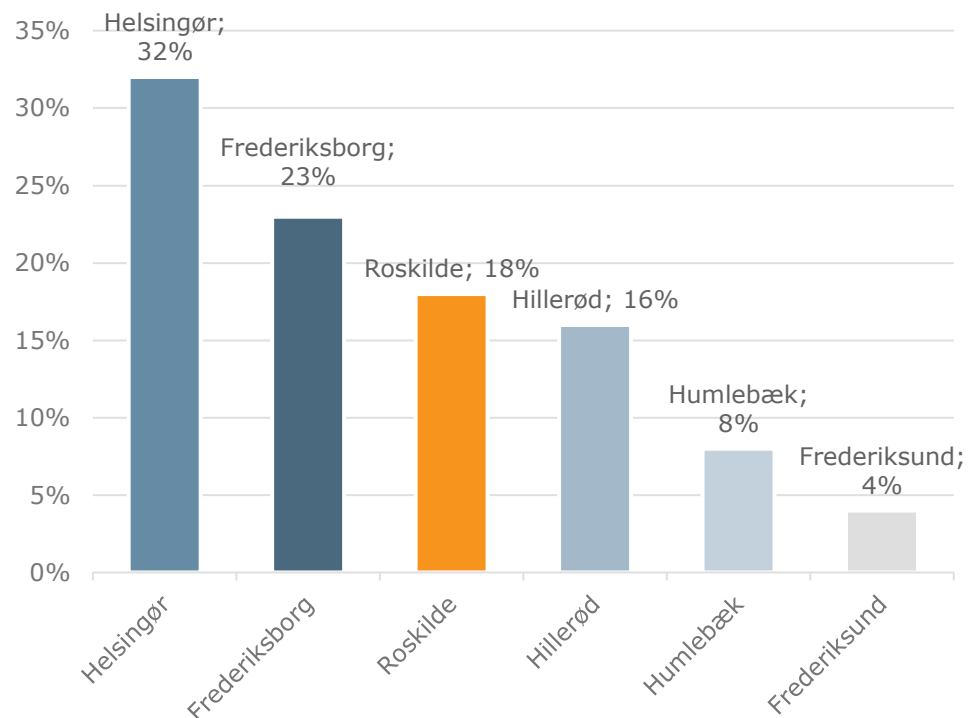
50% af de adspurgte besøgte seværdigheder beliggende uden for selve Københavns by med Nordsjælland som det mest populære område

Af de adspurgte, der brugte deres CPH-kort til at rejse med offentlig transportmidler fordelte deres destinationer sig iflg. figuren til højre

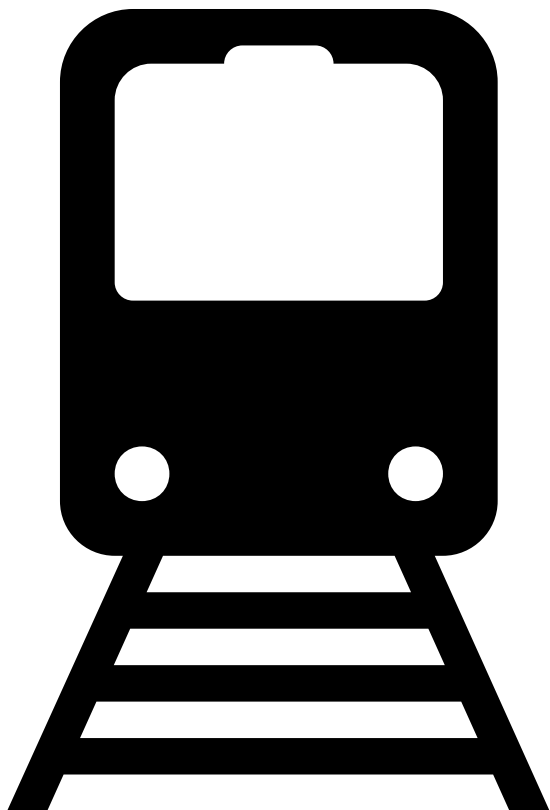
Man kan ikke udelukke, at CPH-card brugere er et særegent segment og dermed ikke er et sikkert udtryk for hvordan samtlige udenlandske turister agerer.

Man kunne argumentere for at netop CPH-card holdere er særligt mobile og særligt interesserede i attraktioner.

Man kan derfor alene bruge datasættet her som en indikator for hvordan netop den type turister, der er i marked for attraktions- og seværdighedsbyer agerer.



OPSKRIFTEN PÅ AT TILTRÆKKE FLERE UDENLANDSKE ATTRAKTIONASSTURISTER FRA STORBYEN



- Forbedret adgang offentlig transport
- Transporttider under 1 time og 18 minutter til København
- Tydelig tilstedeværelse af seværdigheder
- Tilbuddet om en oplevelsesværdi by
- Tilstedeværelsen af konkrete aktiviteter

METODER OG KILDER

Rapporten benytter metoder og kilder fra Danmarks statistik, VisitDenmark samt det Regionale turisme satellit regnskab (Regional Tourism Satellite Account, RTSA) som opgøres fra SAM-K/LINE: Den regionale, makroøkonomiske ligevægtsmodel drevet af Center for Regional- og Turismeforskning (CRT).

Definitioner og metoder

Turisme

Definitionen på turisme brugt i rapporten følger international praksis og er også den der bruges af VisitDenmark:

“Turister er en delmængde af rejsende, for hvem rejsen foregår udenfor personens sædvanlige miljø, i mindre end et år og med andet formål end at være ansat på den besøgte lokalitet”

Opgørelses år

LINE modellen bruger data fra Danmarks statistiks nationaløkonomiske model ADAM til at lave fremskrivninger. ADAM bruger 2016 som reference år og næste opdatering forventes ultimo 2020.

VisitDenmarks Landsdækkende turismeundersøgelse der bl.a. afdækker forbrugsmønstre og mængden af endagsturister, blev sidst gennemført i 2017.

Når vi i nærværende rapport opgør geografiske fordelinger og statistik som ikke er en del af en tidsserie, har vi derfor valgt året 2018 som det seneste og bedst underbyggede år.

Turismestrømme

I Danmarks statistik og i de mikrodata som CRT bygger sine resultater på, opgøres turisme overnatninger på 14 kategorier: Hotel-ferie, Hotel-forretning, Feriecentre, Camping, Vandrehjem, Lejet feriehus, Lejet helårsbolig, Lystbåde, Krydstogt, Festival, Bondegårde, Familie/venner, Endagsturister-ferie og endagsturister-forretning.

For at sikre sammenlignelighed og kontinuitet bruger denne rapport den samme opgørelse som VisitDenmark, nemlig 7 kategorier:

- Hotel-ferie
- Hotel-forretning
- Feriecentre
- Camping
- Vandrehjem
- Lejet feriehus
- Lystbåde.

Derudover bruges tal for Endagsturister til særskilte opgørelser. Opgørelser over udenlandske eendags turister er senest gjort i 2004.

Turismestrømme opgøres endvidere på turistens nationalitet.

Forbrug og omsætning

Opgørelser på forbrug og omsætning følger ligeledes VisitDenmark. Her opgøres på turisme og turismerelaterede produkter på alle typer turismebesøg, dvs. Danmarks statistiks 14 kategorier. I dette forbrug indgår det samlede forbrug fra turister på disse overnatningssteder, ikke kun forbruget til overnatning alene.

Turisternes samlede forbrug i Danmark var på 132,8 mia. Dette beløb omfatter således danske og udenlandske turisters (inkl. forretningsrejsende) direkte omsætning af varer og tjenester. Opgørelsen følger opdelingen fra RTSA og omfatter turismespecifikke produkter samt produkter fra detailhandel og andre brancher. De turismekaraktéristiske produkter er defineret som produkter (varer og tjenester) der næppe ville blive produceret uden turismeefterspørgsel.

Turisternes døgnforbrug stammer fra VisitDenmarks turistundersøgelse 2017.

Turismespecifikke produkter og brancher

Opgørelsen over turismeomsætning på turismerelaterede brancher og produkter følger opdelingen fra RTSA og omfatter turismespecifikke produkter samt produkter fra detailhandel og andre brancher.

RTSA benytter 10 produktgrupper som hver kan inddeles i et antal undergrupper.

De turismekaraktéristiske produkter er som nævnt defineret som produkter der næppe ville blive produceret uden turismeefterspørgsel.

1. Turisme produkter

01. Overnatning

02. Restaurant

03. Transport

04. Rejse service

05. Kultur og forlystelser

06. Lystbådehavne

2. Detailhandel

07. Føde- og drikkevarer samt tobak

08. Benzin og andet brændstof

09. Andet

3. Andre produkter

10. Andre produkter

1. Turisme produkter

01. Overnatning

15. Hoteller og andre overnatningssteder

21. Udlejning af sommerhuse

02. Restaurant

16. Restauranter, cafe og caterings

03. Transport

07. Jernbane passagertransport

08. Bus/taxa og land passagertransport

09. Færge passagertransport

10. Fly passagertransport

12. Betaling til motorvejen og tunneler

23. Bil udlejning

04. Rejse service

24. Rejsebureau og andre rejse service

05. Kultur og forlystelser

27. Teater, bibliotek og andre kulturelle tjenester

28. Museer, zoo, forlystelsesparker og sports

06. Lystbådehavne

29. Lystbådehavne

2. Detailhandel

07. Føde- og drikkevarer samt tobak

03. Fødevarer, drikkevarer og tobak

08. Benzin og andet brændstof

02. Minedrift, råolie/naturgas og olieindustri

09. Andet

04. Fremstillingsindustri

31. Engroshandel

32. Detailhandel

3. Andre produkter

10. Andre produkter

01. Landbrug og fiskeri

05. Energi og vandforsyning

06. Bygge- og anlægsvirksomhed

11. Godstransport o. lign.

13. Andre transport hjælpemidler

14. Postvæsenet

17. Udgivelse, tv/film, music/radio

18. IKT og telekommunikation

19. Finans og forsikring

20. Boligbenyttelse og ejendomsmægler

22. Erhvervs service

26. Offentlig tjenester, uddan, sundheds og social

30. Anden personlig service

Turismebrøken

Turismebrøken (Tourism Ratio), også kaldet turismeandelen, følger RTSA og er defineret som turismeforbruget divideret med det samlede indenlandske udbud i en branche. Turismebrøken er høj i de brancher der er turismekaraktéristiske, hvilket er i overensstemmelse med ovenstående definition. Turismebrøken opgøres på kommuneniveau og på brancher.

Direkte og afledte effekter

De arbejdspladser der skabes af turisme opgøres som direkte og afledte effekter. Hermed forstås at turismeforbrug giver anledning til en direkte effekt i form af arbejdspladser i de virksomheder der betjener turisterne. Disse virksomheder er imidlertid et led i en værdikæde hvor en øget turismeomsætning også giver en øget omsætning og beskæftigelseseffekt i brancher der leverer råvarer og tjenesteydelser til turismevirksomhederne. Dette opgøres som afledte effekter.

Effekter mellem kommunerne

Turismeaktivitet i én kommune vil have en effekt i den pågældende kommune på arbejdspladser og skatteindtægter, men vil også have en effekt i andre kommuner idet virksomheder der leverer og sælger produkter i én kommune kan være hjemhørende i en anden kommune.

I denne rapport opgøres effekten af Københavns turisme i København selv samt effekten af københavns turisme på oplands kommuner og endelig effekten mellem resten af landets kommuner.

Skatteprovenu

Skatteprovenu opgøres i denne rapport som det skatteprovenu der er resultatet af turisme i København. Der vil derfor være et skatteprovenu optjent i København selv og et skatteprovenu optjent i andre kommuner.

Skatteprovenuet opgøres som personskat, selskabsskat samt moms og vareafgifter.

Personskat er summen af statskat og kommuneskat. Personskatten følger bopælskommunen.

Selskabsskat følger den kommune hvor virksomheden har CVR nummer.

Moms og vareafgifter betales af virksomhederne og følger derfor virksomhedernes CVR adresse.

Døgnforbrug

Af hensyn til kontinuiteten baserer beregningen af døgnforbrug baserer sig i denne rapport på RTSA skøn for dagligt kommunale turismeforbrug for de samme 7 kommercielle overnatningsformer der går igen i hele rapporten. (Hotel-ferie, Hotel-forretning, Feriecentre, Camping, Vandrehjem, Lejet feriehus, Lystbåde.) som resten af rapporten. Sammenligner man direkte med VDK gennemsnitlige daglige forbrug, skal man bemærke tre ting:

1) VDK bruger deres TØBBE-interviewdata direkte uden at overveje RTSA-skøn for det daglige forbrug.

2) Interviewdataene, de bruger, er kun til ferieturisme – og medtager derfor ikke forretningsturisme.

3) VDK vælger i deres udregning af døgnforbrug at afvige fra deres normale opgørelse af overnatningsformer. De medtager derfor også deløkonomiske overnatningsformer som Air B-n-B.

VDK gennemsnitlige daglige forbrug vil være lavere end døgnforbruget udregnet i denne rapport, fordi vi inkluderer forretningsturisme for både danske og udenlandske turister.

Usikkerheder i forbindelse med beregningerne

En central funktion i RTSA er opgørelsen af turismeeffekter på kommunalt niveau.

Data fra Danmarks statistiks nationalregnskab på produktniveau er sjældent geografisk opdelt og derfor benytter CRT forskellige estimeringsmetoder. Eksempelvis bruges lønsummen på arbejdsstederne til at fordele en branches turismeskabte omsætning på kommuneniveau.

Ved beregning af turisternes forbrug på kommuneniveau bruger CRT den hårde antagelse at hele turistens forbrug lægges i den kommune hvor overnatningen finder sted. Det betyder at visse nabokommuner med turistattraktioner kan undervurderes i opgørelserne.

LINE modellen bruger data fra Danmarks statistiks nationaløkonomiske model ADAM til at lave fremskrivninger. ADAM bruger 2016 som reference år og næste opdatering forventes ultimo 2020.

VisitDenmarks Landsdækkende turismeundersøgelse der bl.a. afdækker forbrugsmønstre og mængden af endagsturister, blev sidst gennemført i 2017. Udenlandske endags-turister blev senest opgjort i 2004.

Når vi i nærværende rapport opgør geografiske fordelinger og statistik som ikke er en del af en tidsserie, har vi derfor valgt året 2018 som det seneste og bedst underbyggede år.

Kilder

- Output tabeller fra SAM-K/LINE modelkompleks, CRT 2020
- Danmarks statistik: Kommunal overnatningsstatistik
- VisitDenmark: Turismens økonomiske betydning, 2018
- VisitDenmark: Turismen i Danmark, 2020
- VisitDenmark: Markedsprofil Danmark, September 2019
- VisitDenmark: Det Nationale Turismeforum - Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne, November 2018
- VisitDenmark: Internationale kulturturister i Danmark, 2019
- VisitDenmark: Storbyturister i København, 2019
- VisitDenmark: Storbyturister i Århus, 2019
- VisitDenmark: Landsdækkende turistundersøgelse, 2017
- Documentation on Regional Tourism Satellite Accounts in Denmark, Jie Zhang, CRT 2019
- Nye flyruter fra USA og UK driver turismen i København, Dansk Erhverv december 2018
- Den nationale brugerundersøgelse for museer årsrapport, Slots- og Kulturstyrelsen 2018
- Dialog om udenlandske turisternes anvendelse af kollektiv transport, COWI maj 2018
- CPH Card A 2018 survey, Wonderful Copenhagen 2018
- GÆSTEANALYSE -En undersøgelse af gæsters brug af udvalgte byer i dansk kyst-og naturturisme, Dansk Kyst- og Naturturisme Sommeren 2018
- Turister bruger 1 mia. kr. på kultur og oplevelser, DI Analyse marts 2019
- Øresundstjek: fritidsturene over broen /Øresundskollen: fritidsturene over bron, Øresundsbron September 2019
- Trafikplan for den statslige jernbane 2017-2032, Trafik-, Bygge- og Boligstyrelsen 24. november 2017
- Samvær med mening -Strategi for udvikling af turismen i Syddanmark med fokus på oplevelser der giver mening, Syddansk Turisme November 2008
- Travel flows and motivations -Tracking multi-destination travel in the greater copenhagen area, Kairos Future december 2019
- Tourism intensity at a local level:environmental pressure or preservation factor?, Ministry Of The Environment, Energy And Marine Affairs, In Charge Of International Relations On Climate Change, Frankrig Marts 2017



CERT
CENTER for REGIONAL-
& TURISMEFORSKNING