

TCM Working Paper Series

The Working Paper series for the Center for Tourism and Culture Management (TCM) at Copenhagen Business School deals with service economics and management with a focus on tourism, culture, leisure and aviation, in addition to, the experience economy.

The Working Papers series began in November 2005. A Working Paper can be the initial publication for a larger anticipated project, an article, presentation, lecture or less exhaustive research topics. They can be printed in English, Danish, or both.

Questions or comments can be addressed to

Center Director Lise Lyck
Center for Tourism and Culture Management
Copenhagen Business School
Solbjerg Plads 3, B. 3rd floor
2000 Frederiksberg
Denmark

Phone: (+45) 38 15 34 50
Mail: tcm@cbs.dk
www.cbs.dk/tcm

Working paper No. 2
Prognoser vs. Virkelighed

Printed in Denmark, Frederiksberg Bogtrykkeri

Januar, 2006

ISBN 87-990021-4-0

Distribution:

Center for Tourism and Culture Management
Copenhagen Business School
Solbjerg Plads 3, B. 3rd floor
2000 Frederiksberg
Denmark
Mail: tcm@cbs.dk

Copyright: Center for Tourism and Culture Management

Forord	5
1. Indledning.....	7
1.1 Projektets formål.....	7
1.2 Projektets omfang	8
2. Kapacitet for dansk turisme	9
2.1 Kapacitet for hoteller i København.....	9
2.2 Kapacitet for danske feriehuse.....	11
2.3 Kapacitet for krydstogtskibe i Københavns Havn.....	11
2.4 Kapacitet for danske campingpladser	12
2.5 Kapacitet for danske vandrerhjem	13
2.6 Kapacitet for danske lystbådehavne.....	13
3. Prognoser	15
3.1 Generelt.....	15
3.2 Hoteller m.m.	15
3.3 Feriehuse	16
3.4 Krydstogter	17
3.5 Campingpladser	18
3.6 Vandrerhjem og lystbådehavne.....	19
4. Faktiske tal for 2004	21
4.1 Generelt.....	21
4.2 Hoteller	21
4.3 Feriehuse	23
4.4 Krydstogter	24
4.5 Campingpladser	25
4.6 Vandrerhjem	26
4.7 Lystbådehavne	27
5. Sammenligning af prognoser og faktiske tal.....	29
5.1 Generelt.....	29
5.2 Hoteller	29
5.3 Feriehuse	30
5.4 Krydstogter	32
5.5 Campingpladser	33
5.6 Vandrerhjem og lystbådehavne.....	35
6. Konklusion.....	37
7. Implikationer og forslag.....	39
8. Kilder	41

Forord

Der er ofte stor forskel mellem prognoser for turisme udviklingen og den faktiske udvikling. Denne publikation behandler prognoser vs. virkelighed for de forskellige overnatningstyper i dansk turisme. Endvidere omtales forskellige forecastmetoder kort.

Forecasts får ofte en slags dobbeltrolle, nemlig at fungere som egentlig forudsigelse og at fungere som markedsføringsinstrument. Ofte kan et forventet resultat ”pyntes” for at vise en markedsføringseffekt om, at ”her går det godt”. Dette medfører utroværdige prognoser.

Som det fremgår af nærværende publikation er antallet af overnatninger i Danmark faldende fra 2003 til 2004. Ydermere er overnatningstallet, gjort op ultimo september 2005, faldet med 700.000 fra 2004 til 2005.

På denne baggrund bør det overvejes at få etableret mere præcise forudsigelsesmodeller. Center for Tourism and Culture Management medvirker gerne her til, i fald der kan skaffes funding til dette.

Oplægget til denne publikation er udarbejdet af Lise Lyck, mens datafremskaffelsen er foretaget af Jakob Slej Mikkelsen.

Lise Lyck
Centerleder, Center for Tourism and Culture Management
Januar 2006, København

1. Indledning

Dette projekt omhandler forholdet mellem opstillede turismeprognoser, diverse udtalelser fra turismens aktører angående forventninger til kommende sæsoner samt generelle forudsigelser, og virkelighedens faktiske tal indenfor dansk turisme.

Projektet vil have sit primære fokus på prognoser og faktiske tal fra sæsonerne, 2003 og 2004. Disse vil blive suppleret med oplysninger fra de foregående år, samt med eventuelle prognoser for fremtiden, hvor disse har været tilgængelige.

Overordnet omhandler projektet følgende fire områder inden for dansk turisme: Hoteller o.l. i København, danske feriehuse, krydstogsturisme i København og dansk camping. Endvidere inkluderes kapacitets- og overnatningstal for danske vandrerhjem og danske lystbådehavne. Underordnet forsøger projektet at analysere delelementer af de nævnte områder ved at nedbryde de overordnede nationale tal på amter eller segmenter.

Indledningsvist gennemgås de enkelte kapacitetsmål indenfor de seks nævnte områder for at skabe et overblik over omfanget af de respektive områder, samt for at definere den statistiske referenceramme, der anvendes indenfor hvert område.

Efterfølgende foretages en gennemgang af de opstillede prognoser samt diverse udtalelser og forudsigelser for de enkelte områder.

Derefter foretages en gennemgang af de faktisk tal for de nævnte områder. Projektet afsluttes med en analyse af eventuelle forskelle eller ligheder mellem prognoser og virkelighed i 2003 og/eller 2004, og giver dermed et billede af, hvor holdbare og realistiske prognoser er i forhold til de faktiske tal.

Projektet tager primært udgangspunkt i prognoser, forudsigelser og udtalelser fra branche- og interesseorganisationer, da disse antages at besidde den bedste baggrund for at komme med forudsigelser i relation til udviklingen indenfor de specifikke områder. I enkelte tilfælde er disse suppleret med udtalelser fra andre med en holdning til den fremtidige udvikling. Endelig er det statistiske materiale, som rapportens konklusioner er baseret på, udtræk fra Danmarks Statistik, samt overnatningstal fra VisitDenmark og data fra Cruise Copenhagen Network.

En række organisationer og brancheforeninger har været meget hjælpsomme i forbindelse med udarbejdelsen af dette projekt. Center for Tourism and Culture Management ønsker at takke:

- Feriehusudlejernes Brancheforening
- Copenhagen Cruise Network
- Copenhagen Malmø Port
- HORESTA
- VisitDenmark
- Campingrådet

1.1 Projektets formål

Formålet med projektet er at se nærmere på, hvordan prognoseforholdene indenfor dansk turisme forholder sig til virkeligheden. Med andre ord: Er der hold i det, der bliver (forud)sagt. Hvilke prognoser overstiger realiteterne og hvilke undervurderer? Hvor ligger denne usikkerhedsmargin og hvorfor?

1.2 Projektets omfang

Projektets primære fokus vil være på forholdene i 2003 og 2004, men prognoser, udtalelser og faktiske tal fra foregående år vil også blive inddraget. Yderligere vil prognoser for fremtiden blive medtaget, hvor det har været muligt.

Projektet beskæftiger sig udelukkende med dansk turisme inden for områderne: Hoteller o.l. i København, danske feriehuse, krydstogsturisme i København, dansk camping, danske vandrerhjem og danske lystbådehavne.

2. Kapacitet for dansk turisme

Overordnet er der en række forskellige overnatningsmuligheder i Danmark. Nogle af dem henvender sig til samme målgrupper, mens andre skiller sig helt ud og har en helt unik status. I det følgende afsnit ses nærmere på:

- Kapacitet for københavnske hoteller (inkl. kroer, pensionater og feriecentre).
- Kapacitet for danske feriehuse.
- Kapacitet for krydstogtskibe i Københavns Havn.
- Kapacitet for danske campingpladser.
- Kapacitet for danske vandrerhjem
- Kapacitet for danske lystbådehavne

2.1 Kapacitet for hoteller i København

32 pct. af alle danske turismeovernatninger finder sted på hoteller, feriecentre, moteller, kroer og pensionater, og godt en tredjedel af disse foretages i København.¹ Dette vidner om branchens betydning for dansk turisme og den enkelte region. Det københavnske hotelmarked har gennemgået en eksplosiv udvikling gennem de sidste 10 år, og er fortsat det væsentligste vækstområde i den danske hotelsektor. Endvidere repræsenterer hoteller langt hovedparten af turismeovernatninger i København, og 82 pct. af alle internationale hotelovernatninger i Danmark finder sted i København. Desuden udviser diverse medier en stor interesse for netop dette område, og det er det område, hvor der generelt er produceret de mest fyldestgørende fremtidsvurderinger. På den baggrund rettes fokus i denne rapport mod det københavnske hotelmarked.

Det københavnske hotelmarked har oplevet en konstant vækst i den udbudte kapacitet over de seneste 6 år (1998 – 2004). Ved udgangen af 2004 var der, ifølge HORESTA, 13.010 værelser i Storkøbenhavn, hvilket svarer til en stigning i kapaciteten på 35 pct. siden 1998. En stigning der til dels har modsvaret stigningen i antallet af solgte værelser. Endvidere forventes der en yderligere stigning i kapaciteten på ca. 800 nye værelser i Storkøbenhavn inden 2006.² Dermed repræsenterer kapaciteten af københavnske hotelværelser ca. en tredjedel af den samlede danske hotelkapacitet opgjort på værelser.

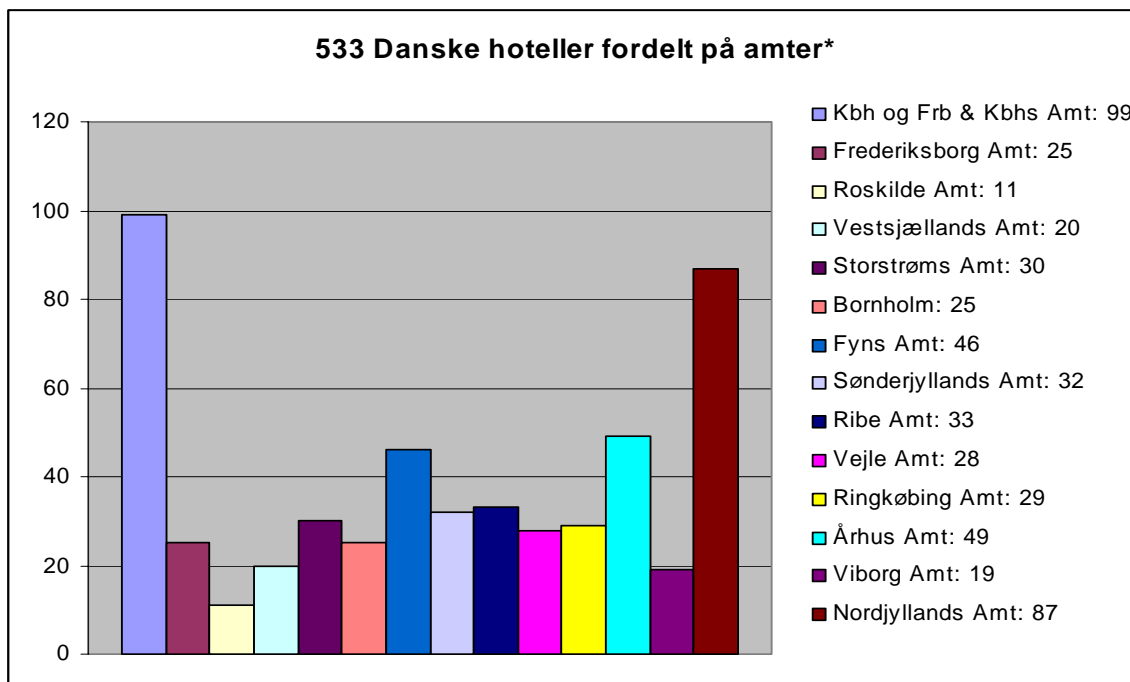
HORESTA opgør antallet af hotelværelser på landsbasis til at være 42.000. Antallet af hoteller o.l. på landsbasis er faldet betragteligt mellem 1993 og 2003 med 42,3 pct. Dog er den samlede kapacitet steget som følge af større hotel- og feriecenterenheder.³

I 2004 var der over hele året i gennemsnit 533 hoteller i Danmark. Figur 1a viser hvorledes disse er fordelt på amter, og figur 1b viser fordelingen af hotelværelser.

¹ Campingrådet, Camping analyse 2004, juni 2005, s. 3

² Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2005, s. 2

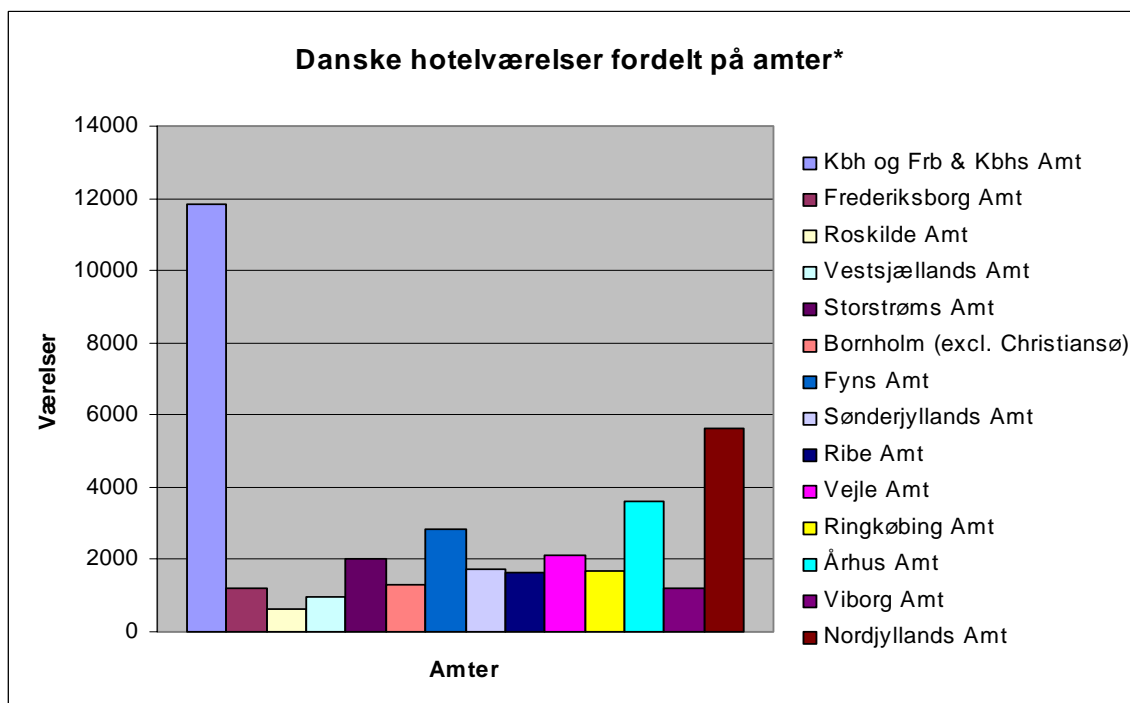
³ Tal & Streg 2004, HORESTA, s. 18 og Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2005, s. 2



Figur 1a: Fordeling af danske hoteller på amter. 533 hoteller totalt.

*) På grund af sæsonudsving, hvor nogle hoteller kun er åbne i sommermånederne, er det samlede antal angivet som et gennemsnitstal.

Kilde: www.statistikbanken.dk/TUR2



Figur 1b: Danske hotelværelser fordelt på amter. 41.600 hotelværelser totalt.

*) På grund af sæsonudsving, hvor nogle hoteller kun er åbne i sommermånederne, er det samlede antal angivet som et gennemsnitstal.

Kilde: www.statistikbanken.dk/TUR2

Sammenlignet viser figur 1a og 1b, at der er sammenhæng mellem antallet af hoteller og antallet af værelser. Ligeledes viser fordelingen af hoteller og hotelværelser i de enkelte amter, at dette område af dansk turisme er koncentreret i hovedstadsområdet, som også har den største andel af værelser pr. hotel. Således er der 120 værelser pr. hotel i Hovedstadsregionen, mens der i Århus Amt er 73 værelser pr. hotel. I den anden ende ligger Frederiksborg – og Vestsjællands Amter begge med 47 værelser pr. hotel.⁴

2.2 Kapacitet for danske feriehus

Ifølge Danmarks Statistiks opgørelse over fritidshuse var der i 2003 200.678 fritidshuse i Danmark. Det tilsvarende tal for 2004 var steget til 202.808. Opgørelsen omfatter både private-, offentlige- og selskabsfritidshuse. Det skal dog nævnes, at det er privatpersoner, interessentselskaber og private andelsboligforeninger, der ejer den markant største del af de danske sommerhuse, med en andel på omkring 98 pct.⁵ Udlejningsmarkedet har gennem de sidste 10 år ligget på en kapacitet på omkring 30.000 huse. På trods af en yderligere stigning i antallet af feriehus i 2005 til 205.310 forudser formanden for Feriehusudlejernes Brancheorganisation Kaj Frederiksen, at der vil opstå mangel på feriehus, der er tilgængelige på udlejningsmarkedet. Mange private ønsker ikke at udleje deres feriehus, da de generelt har fået en bedre privat økonomi. Således er udbuddet af feriehus, der udlejes faldet med 4 % fra 2004 til 2005.⁶ Siden 1995 er antallet faldet med ca. 4000 huse.⁷ På landsplan er langt størstedelen af feriehusene placeret i kystnære områder,⁸ og den største koncentration af feriehus findes i Ringkøbing-, Ribe- og Nordjyllands Amter, hvor næsten 60 pct. af al feriehusturisme findes.⁹ Derimod er feriehusturismen stort set ikke eksisterende i Hovedstadsområdet.

2.3 Kapacitet for krydstogtskibe i Københavns Havn

Ifølge Søren Balken fra Copenhagen Malmø Port er det komplekst at definere den eksakte kapacitet for krydstogtskibe i Københavns Havn, hvilket gør det komplekst at opstille egentlige kapacitetsmål for havnen og krydstogtsindustrien i København.

Dog er havnen, ifølge Søren Balken, i princippet i stand til at akkommodere op mod 1000 krydstogtsanløb årligt. På grund af krydstogtsrederiernes interesse i især at anvende Københavns Havn i sommersæsonen, samt det faktum at stadig flere anvender København som ”homeport”, og dermed optager flere kajtimer, kan i perioder skabe flaskehalse problemer, men i disse situationer er havnen i stand til at inddrage kajarealer, der ikke normalt anvendes til krydstogtskibe.¹⁰

⁴ www.statistikbanken.dk/11

⁵ <http://www.statistikbanken.dk/statbank5a/default.asp?w=1280> (tabel BYGB1)

⁶ JyskeVestkysten, 10. marts 2005, Erhverv Danmark, s. 2

⁷ Erhvervs Bladet, 30. juni, 2005

⁸ www.fbnet.dk

⁹ www.danskturisme.dk

¹⁰ Søren Balken, Marketingskoordinator, Copenhagen Malmø Port

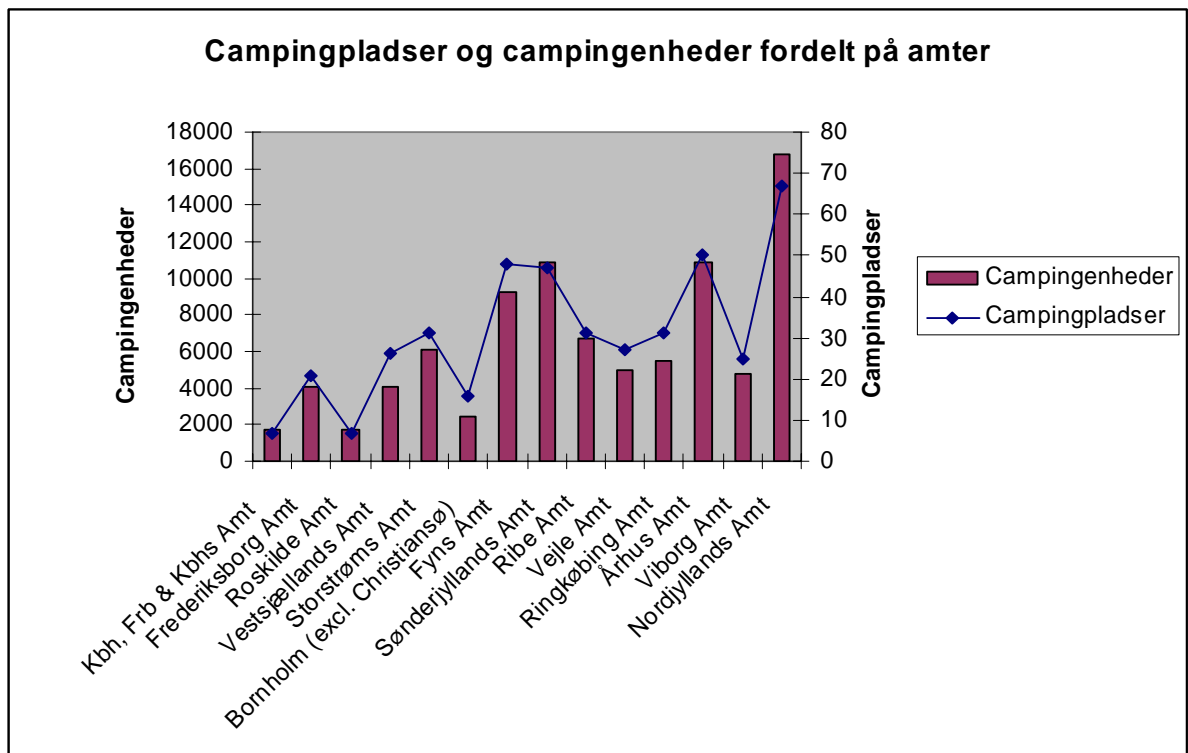
2.4 Kapacitet for danske campingpladser

Campingrådet, der er det overordnede samarbejdsorgan for camping erhvervs ejer - og brugerorganisationer og de offentlige myndigheder samt organisationen, der varetager og kontrollerer erhvervs klassifikationssystem, opgjorde i 2004 antallet af campingpladser i Danmark til 504. Inden for denne erhvervs kategori opgøres den samlede kapacitet i antal enheder, svarende til det areal hver gæst/gæster, har til rådighed under opholdet på den enkelte campingplads. Samlet råder de 504 danske campingpladser over 89.978 enheder.¹¹

Endvidere kan det nævnes, at antallet af danske campingvogne er steget med 11 pct.¹² fra 2000 til 2004, så der nu er over 120.000 campingvogne i Danmark.

Fordelingen af campingpladser og campingenheder er vist i figur 2. Som det fremgår, er der en klar sammenhæng mellem antallet af campingpladser og antallet af campingenheder. Endvidere viser figuren, at den største koncentration af campingpladser findes i Nordjyllands Amt, hvor der er 62 pladser, efterfulgt af Århus, Sønderjylland og Fyns Amter, alle med omkring 50 pladser. I den anden ende af skalaen findes Hovedstadsområdet og Roskilde Amt hver med 7 pladser.

Fem kommuner; Skagen, Pandrup, Skærbæk, Haderslev og Blåvandshuk havde alene 1,85 mio. campingovernatninger i 2004, svarende til 16 pct.



Figur 2: Campingpladser og campingenheder fordelt på amter. Totalt 89.978 campingenheder fordelt på 534 campingpladser.

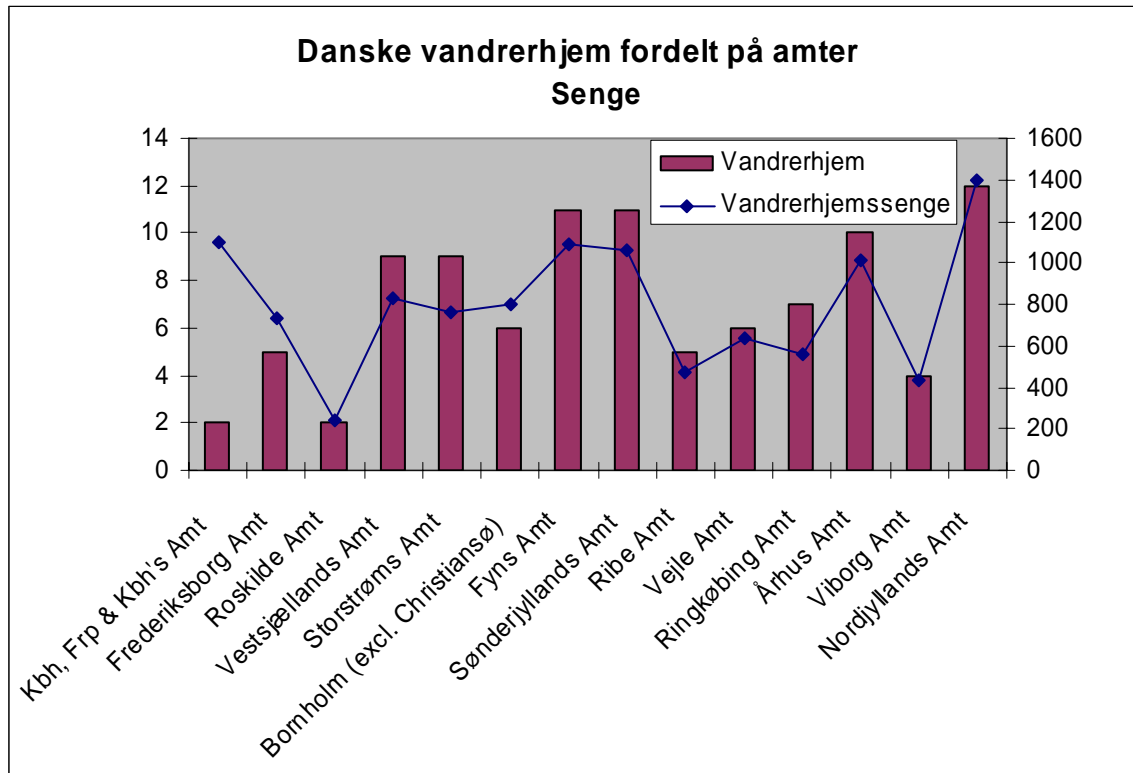
Kilde: Statistisk Årbog 2005, tabel 340

¹¹ Poul Fejer Nielsen, Direktør Campingrådet.

¹² [www.dst.dk/Nyt fra Danmarks Statistik](http://www.dst.dk/Nyt_fra_Danmarks_Statistik)

2.5 Kapacitet for danske vandrerhjem

Totalt var der i 2004 101 vandrerhjem i Danmark. Den samlede kapacitet på danske vandrerhjem var i 2004 11.130 senge. Disse var, som det fremgår af figur 3, koncentreret i Hovedstadsområdet. Især åbningen af det nye Danhostel Copenhagen City, med 1020 senge, har opgraderet hovedstadens kapacitet.



Figur 3: Danske vandrerhjem fordelt på amter
Kilde: Statistisk Årbog 2005, tabel 340

I forhold til 2002 og 2003 er der kun mindre udsving i både antal vandrerhjem og vandrerhjemssenge, da man i disse år også lå på omkring 100 vandrerhjem og 11.000 senge.

2.6 Kapacitet for danske lystbådehavne

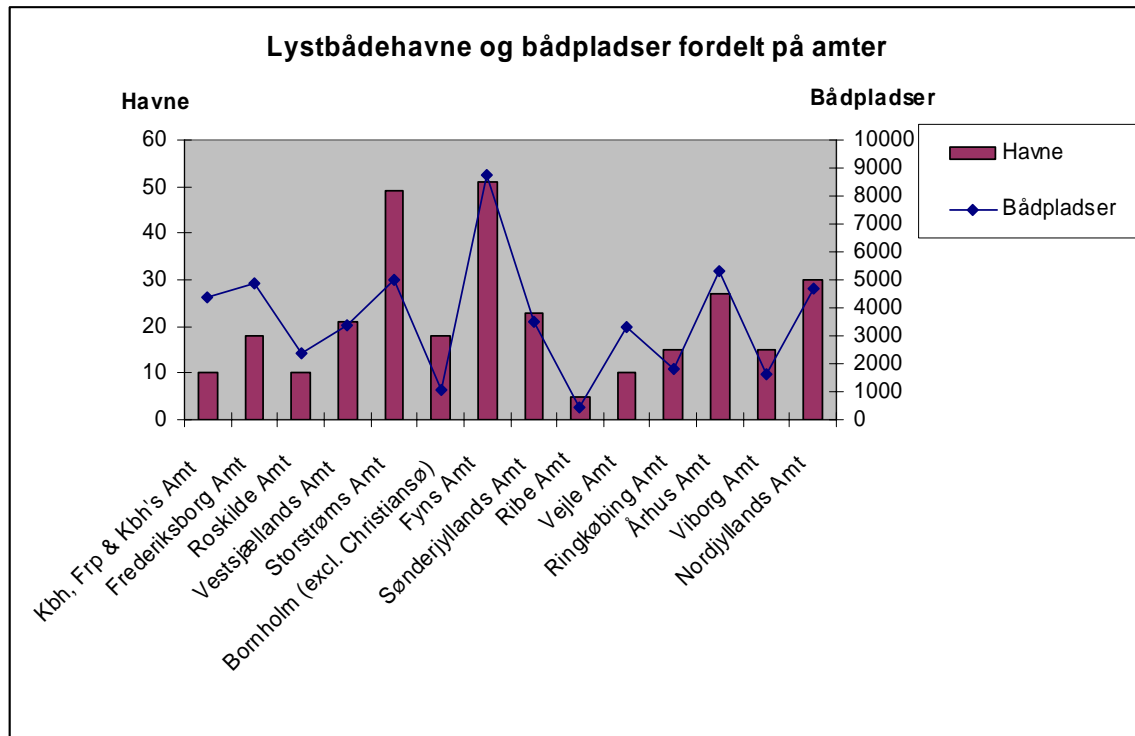
Ifølge Statistisk Årbog var der i 2004 310 havne i Danmark, der akkommoderede lystbåde. I alt havde disse en kapacitet på 53.424 bådpladser.¹³ I forhold til 2003 havde der været en tilbagegang i antallet af bådpladser på 837, men en mindre stigning i antallet af havne, da der i 2003 var 308 lystbådehavne i Danmark.¹⁴

Figur 4 viser, at Storstrøms – og Fyns Amter med henholdsvis 49 og 51 har flest lystbådehavne, mens Ribe Amt med kun 5 havne har færrest. Med hensyn til antallet af

¹³ Statistisk Årbog 2005, tabel 340

¹⁴ Statistisk Årbog 2004, tabel 333

bådpladser er det også Fyns Amt, der er topscoreren med 8.739 bådpladser, mens Ribe Amt igen ligger i den laveste ende med 437 pladser.



Figur 4: Lystbådehavne og bådpladser fordelt på amter
 Kilde: Statistisk Årbog 2005, tabel 340

3. Prognoser

3.1 Generelt

VisitDenmark, dansk turismes nationale markeds- og erhvervsorganisation, udarbejder, ifølge analysekonsulent Robin Rich fra VisitDenmark, ikke egentlige modelbaserede kvantificeringer af forventede turiststrømninger. Overordnede forventninger til vækst baseres hovedsageligt på World Tourism Organizations 2020 forecast kombineret med OECDs strukturelle makroøkonomiske fremskrivninger, samt relevant markedsinformation.

Kortsigtede vurderinger, for den kommende sæson, bygger på udtalelser fra brancheorganisationer samt bookinginformation.

VisitDenmark deltager p.t. i et udviklingsprojekt i regi af European Travel Commission, der sigter mod at udvikle en best-practice manual for turismeprogner. Arbejdet forventes afsluttet i starten af 2006, og vil bl.a. afdække hvilke metoder, der bør anvendes i forbindelse med at sikre bedre og mere nøjagtige prognoser.¹⁵

Ifølge World Tourism Organizations (WTO) vision for 2020 vil antallet af internationale ankomster årligt stige med 4,1 pct., og det forventes, at turisme samlet set vil udgøre 20 pct. af verdens bruttonationalprodukt i 2020.¹⁶

World Travel and Tourism Council (WTTC) udgiver kontinuerligt turisme prognoser for den forventede udvikling i de kommende år for en række lande, herunder Danmark. Disse prognoser er baseret på Tourism Satellite Accounting (TSA). WTTC forventede, at Danmark ville opleve en vækst i efterspørgslen på dansk turisme på 2,6 pct. i 2004 i forhold til 2003, samt at Danmark ville opleve en årlig vækst på 2,9 pct. fra 2005 til 2009. Endvidere forudser WTTC, at turisme, bredt defineret (dvs. inklusiv diverse multiplikatoreffekter), totalt vil udgøre 8,8 pct. af Danmarks samlede bruttonationalprodukt i 2004.¹⁷

3.2 Hoteller m.m.

Som nævnt finder en tredjedel af alle danske hotelovernatninger sted i København, ligesom 82 pct. af alle internationale hotelovernatninger i Danmark foretages i København.¹⁸

HORESTA, hotel-, restaurant- og turisterhvervets brancheorganisation, har siden 2004 udgivet et årligt notat, hvor der gøres status over den københavnske hotelsituation, samt ses fremad mod det kommende år.

Overordnet foretager HORESTA en fremskrivning af de foregående 10 års udvikling, korrigeret for væsentlige udfald, og baserer prognoser på disse tal. Fremskrivningen bliver dermed suppleret med forhold, der kan influere på udviklingen. Herunder medtages udviklingen i kapaciteten, større events og arrangementer, samt den generelle makroøkonomiske situation. Eksklusiv kulturbyåret 1996, har der i perioden

¹⁵ Robin Rich, Analysekonsulent VisitDenmark

¹⁶ <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>

¹⁷ World Travel and Tourism Council, The 2004 Travel and Tourism Economic Research, s. 3

¹⁸ Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2005, s. 4

1993 – 2003 været en vækst i belægningen i København på 2,3 pct. mens væksten i perioden 1994 – 2004 var steget til 3,9 pct.

Korrigeret for diverse forventede udsving forudså HORESTA, at der i 2004 ville være en stigning i belægningsprocenten på københavnske hoteller på 4,1 pct. i forhold til 2003, på baggrund af en forventet vækst i efterspørgslen på ca. 10 pct. Dette begrundes primært med positive forventninger til antallet af krydstogtgæster samt positive tal fra Københavns Lufthavne. Endvidere blev der i 2004 fremsat væsentlige forventninger til udviklingen i belægningen i 2005, hvor man forventede en vækst i hotelovernatninger på 4 pct. svarende til en stigning i belægningen på 2,4 pct. Et stigende antal konferencer, H.C. Andersens 200 år og Index 2005 angives, som primære grunde til disse forventninger.¹⁹ Ligeledes forventede man, at en del af stigningen ville komme fra de oversøiske markeder, primært USA, da bølgerne efter 11. september 2001 var ved at lægge sig. HORESTA forudså også begyndende ændringer i hvilke segmenter der tegner sig for den største del af overnatningerne. HORESTA forudså en tilbagegang i det traditionelt største business segment, mens HORESTA forventede fremgang inden for leisure segmentet.

Endvidere forudser HORESTA, at væksten i 2006 vil lægge sig tæt opad den gennemsnitlige vækst over de sidste 10 år på 4 pct. Denne vækst forventes dog delvist udlignet af en stigning i kapaciteten, hvilket resulterer i en samlet forventet vækst i belægningsprocenten på 2 pct. i 2006.²⁰

3.3 Feriehuse

Ifølge generalsekretær i Feriehusudlejernes Brancheforening, Peter Fogh Nissen, udarbejdes der ikke egentlige talmæssige prognoser for den danske feriehusudlejning. Eventuelle udtalelser om forventninger til fremtiden baseres primært på et indgående branchekendskab kombineret med historik. Danmarks Statistik laver månedsvise oversigter over forudbestillinger, hvilket også tages med i den samlede vurdering. Således foretages vurderinger af den fremtidige udvikling af feriehusudlejningsmarkedet på baggrund af historik, bookinginformation, generelle makrotendenser og branchekendskab.²¹

35 pct. af alle danske turisme overnatninger foretages i feriehuse.²² Dermed er det danske marked for feriehusudlejning et væsentligt område i det samlede danske turisme billede.

Manglen på konkrete prognoser vanskeliggør en gennemgang af eventuelle opstillede prognoser. Dog er der kommet en række udtalelser fra Feriehusudlejernes Brancheforening og andre aktører, som kan bruges til at vurdere forholdet mellem opstillede forventninger og det egentlige resultat.

Danske og tyske feriehusgæster udgør 89 pct. af det samlede marked, og på den baggrund tiltrækker disse markeder sig den største opmærksomhed i diverse medier.

Ifølge formanden for Feriehusudlejernes Brancheforening, Kaj Frederiksen, forventede man i 2002 en generel fremgang på mellem 4 og 5 pct. i forhold til 2001. Man

¹⁹ Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2004

²⁰ Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2005

²¹ Peter Fogh Nissen, Feriehusudlejernes Brancheforening.

²² Campingrådet, Camping analyse 2004, juni 2005, s. 3

forventede, at væksten primært ville komme fra det tyske marked, da terrorangrebene den 11. september 2001 ville få tyskerne til at vælge det nære og trygge Danmark.²³ Endvidere fremhæver Kaj Frederiksen en øget markedsføringsindsats på det tyske marked, samt en opgradering af kvalitetsniveauet i de danske feriehuse som grunde til den forventede vækst.²⁴

VisitDenmarks forventninger til feriemarkedet i 2003 var generelt, at man forventede en mindre fremgang på 1 pct. Disse forventninger bakkes op af Kaj Frederiksen der udtalte, at man i 2003 havde forventninger om en generel fremgang på 2 til 3 pct.²⁵ Denne vækst skulle primært genereres på det danske hjemmemarked, hvor man forventede en vækst på 10 pct., mens forventningerne til det tyske marked var en mindre tilbagegang på 1 pct.²⁶ Økonomidirektør Tommy Madsen, fra udlejningsbureauet Sol og Strand, forventede en stigning på op imod 21 % på det danske marked i 2003 i forhold til 2002.²⁷ Den forventede nedgang på det tyske marked tilskrives primært den svækkede tyske økonomi, samt det faktum, at turisterne laver stadig senere bookninger over Internettet.

Forventningerne til sæsonen 2004 var mere moderate, og man forventede status-quo eller et lille plus på 1 pct. i forhold til 2003.²⁸ Scan Service, et tysk baseret bureau der formidler danske feriehuse på det tyske marked, forventede også fremgang i 2004. Således forventede man at sælge 100.000 ferieuger i 2004 mod 95.000 i 2003.²⁹

Forventningerne til 2005 tegner et dystert billede. Det store tyske marked er fortsat økonomisk presset, hvilket tvinger de tyske turister til billigere destinationer i Østeuropa.³⁰ Endvidere nævner generalsekretær i Feriehusudlejernes Branche forening, Peter Fogh Nissen, den mangelfulde markedsføringsindsats på det tyske marked som grund til de lave forventninger.³¹

3.4 Krydstogter

En af de sektorer indenfor turisme, der har oplevet den største vækst indenfor den seneste årrække er krydstogsturismen. København og Københavns Havn har udviklet sig fra at være en forholdsvis ubetydelig aktør på krydstogtsområdet, til at være den anden største krydstogtsdestination i Nordeuropa, kun overgået i antal passagerer af Southampton i England. I 1990 anløb 107 krydstogtskibe Københavns Havn, et tal der i 2004 er steget til 264, svarende til en stigning på ca. 250 pct. over 14 år.³²

Antallet af krydstogtskibe, der bruger Københavns Havn som *homeport*, og dermed starter og slutter hver krydstogt i byen, er et væsentligt nøgletal, da krydstogtgæsterne ofte bruger en dag eller to, før og efter hvert krydstogt på hoteller i København, og dermed skaber positive multiplikatoreffekter på destinationen

²³ Jyllands Posten, 12. september 2002, Erhverv og Økonomi, s. 4

²⁴ Berlingske Tidende, 26. juli, 2002, 1. sektion, s. 2

²⁵ Jyllands Posten, 29. april 2003, Erhverv og Økonomi, s. 1

²⁶ <http://www.danskturisme.dk/web/nyheder.nsf/0/e39582bd2731358fc1256d730024c961?OpenDocument>

²⁷ De Bergske Blade, 21. maj 2003

²⁸ Jyllands Posten, 10. august 2004, Erhverv og Økonomi, s. 2. og Politiken, 27. juni 2004, 5. sektion, s. 3

²⁹ Jyllands Posten, 10. august, 2004, Erhverv & Økonomi, s. 2

³⁰ Jyske Vestkysten, 15. februar 2005, Erhverv, s. 1

³¹ Berlingske Tidende, 12. juli 2005, 3. sektion, s. 6

³² <http://www.wonderfulcopenhagen.dk/composite-4201.htm>

København. På den baggrund opstilles der også, sammen med forventninger til antal anløb og antal passagerer, forventninger til, hvor mange af de forventede krydstogtankomster, der anvender Københavns Havn som *homeport*.

Copenhagen Cruise Network (CCN) har formuleret en række strategier for den fremtidige udvikling af krydstogtsindustrien på destinationen København, hvori forskellige prognoser for det forventede antal ankomne krydstogtsskibe er inkluderet.

Således forventede CCN, i 2002, at der i 2003 ville anløbe 173 krydstogtsskibe til Københavns Havn, medbringende 150.000 passagerer. Af de 173 ankomster forventedes 50 at anvende havnen som *homeport*.³³

I 2004 estimerede CCN, at 225 skibe ville anløbe Københavns Havn, medbringende 215.000 passagerer. Af disse forventedes 70 skibe at anvende København som *homeport*.³⁴

CCN opererer med to forskellige scenarier, opgjort i antal passagerer, for perioden 2003 – 2010. Det første scenarie følger den forventede globale udvikling på krydstogtsmarkedet, mens det andet følger en fremskrivning af den gennemsnitlige vækstrate på 11 pct., som København har oplevet indenfor krydstogsturisme siden 1998. Til og med 2005 opstiller de to scenarier de samme forventninger. Således forventer man i 2005 350.000 krydstogtpassagerer og 283 skibe, hvoraf 95 anvender København som *homeport*. I 2010 forudser det første scenarie, der følger den forventede globale vækstrate, et passagertal på 440.000, mens det andet scenarie, der følger den gennemsnitlige vækstrate på 11 pct., forudser et passagertal i 2010 på 592.000.

3.5 Campingpladser

Campingbranchen udgør en væsentlig del af dansk turisme. Ifølge Campingrådet udgør campingovernatninger 27 pct. af de samlede turismeovernatninger i Danmark. Af disse genererer hjemmemarkedet og det tyske marked langt størstedelen af alle campingovernatninger med ca. 90 pct.³⁵

Campingrådet udgiver årligt organisationens opgørelse over den forløbne sæson, samt forventningerne til den kommende sæson i ”Camping Barometeret”. Camping Barometeret er opbygget på grundlag af en årlig konjunkturanalyse, udarbejdet af Bojesen Consult, hvor et repræsentativt udvalg af de danske campingpladser er blevet udspurgt, om deres forventninger til den kommende sæson.

I 2002 var forventningen til sæsonen 2003, at branchen ville opleve en vækst på 9 pct. i forhold til det foregående år. Denne forventede vækst begrundes primært med et fald i den danske privatøkonomi, og at mange danskere derfor forventes at holde ferie hjemme pga. frygt for SARS og terror.³⁶ I alt blev der i 2002 genereret 11.208.263 camping overnatninger i Danmark, og man forventede således at tallet for 2003 ville være ca. 12,2 mio.³⁷ Til de største danske og tyske markeder var det forventningen, at det

³³ Krydstogtsstrategi 2002 – 2004, Cruise Copenhagen Network, s. 6

³⁴ Krydstogtsstrategi 2002 – 2004, Cruise Copenhagen Network, s. 6

³⁵ Campingrådet, Camping analyse 2004, juni 2005, s. 3

³⁶ Pressemeddelelse Campingrådet, 20. maj 2003

³⁷ Camping Barometeret 2004, Campingrådet

danske marked ville opleve en vækst på 10 pct., mens man forventede, at det tyske marked ville stige med 1 pct.³⁸

I 2003 var der, ifølge Camping Barometeret, en forventning om en stigning på 5 pct. i antallet af overnatninger på danske campingpladser i 2004 i forhold til 2003. I 2003 var det samlede antal campingovernatninger 12.054.774. Dermed var forventningen i 2003, at der ville være ca. 12,7 mio. campingovernatninger i Danmark i 2004.³⁹ Væksten ventes hovedsageligt at komme fra førstegangs-campister.⁴⁰ På det danske marked forventede man en stigning på 6 pct., mens man på det tyske marked forventede en stigning på 2 pct.⁴¹

Det seneste "Camping Barometer", med forventningerne til sæsonen 2005, viser, at branchen forventer en vækst på 5 pct. i 2005 i forhold til 2004. Tal fra Danmarks Statistik viser, at der i 2004 var i alt 11.506.893 campingovernatninger i Danmark. Således forventes der, med en stigning på 5 pct., at være ca. 12,1 mio. overnatninger i 2005. Det danske marked forventes at gå frem med 6 pct., mens forventningerne til det tyske marked er mere moderate med en forventet vækst på 2 pct.⁴² Ifølge Direktør for Campingrådet, Poul Fejer Christiansen, skyldes den forventede vækst både en opgradering af de danske campingpladser, og dermed en højere kvalitet, samt det faktum, at danskerne i højere grad køber campingvogne, familietelte og teltvogne og bruger dem i Danmark.⁴³ Især forventes det, at det er de sjællandske og fynske pladser der vil vokse, da der har været en kvalitetsmæssig opgradering af campingpladserne i disse områder.

3.6 Vandrerhjem og lystbådehavne

Der udarbejdes ikke egentlige prognoser for den forventede udvikling indenfor de to områder vandrerhjem og lystbådehavne. Disse to områder udgør ca. 5,5 % af de samlede danske turisme overnatninger. Dette forklarer til dels den manglende interesse for at forudse den fremtidige udvikling.

Ifølge Danhostel udarbejder man ikke prognoser, da man ikke tillægger dem egentlig betydning, og dermed ikke ser nogen værdi deri. Danmarks Statistik fører overnatningsstatistik over både vandrerhjem og lystbådehavne, men nogen egentlig fremadrettet vurdering foretages altså ikke.

Dog forventes det generelt, at man vil opleve en stigning i antallet af vandrerhjemovernatninger i hovedstadsområdet på baggrund af åbningen af Danhostel Copenhagen City.

³⁸ Camping Barometeret 2004, Campingrådet

³⁹ Camping Barometeret 2004, Campingrådet

⁴⁰ Pressemeddelelse Campingrådet 29. april 2004

⁴¹ Camping Barometeret 2004, Campingrådet

⁴² Camping Barometeret 2005, Campingrådet

⁴³ Pressemeddelelse Campingrådet, 11. maj 2005

4. Faktiske tal for 2004

4.1 Generelt

Ifølge VisitDenmark oplevede dansk turisme i 2003 totalt en stigning i antallet af overnatninger på 1.101.408 overnatninger, svarende til en stigning på 2,5 pct. I 2004 var der en tilbagegang på 1.257.000 svarende til – 2,9 pct.⁴⁴ Figur 5 viser grafisk udviklingen i antallet af overnatninger fra 2002 til 2004.

Turismens andel af Danmarks bruttonationalprodukt var i 2004 ifølge WTTC 9,4 pct. Som nævnt definerer WTTC turismens effekt på BNP meget bredt. Dog understreger den brede definition turismens betydning i et nationaløkonomisk perspektiv.



Figur 5: Udviklingen i danske turismeovernatninger 2002, 2003 & 2004

Kilde: www.dansketurisme.dk/overnatningstal

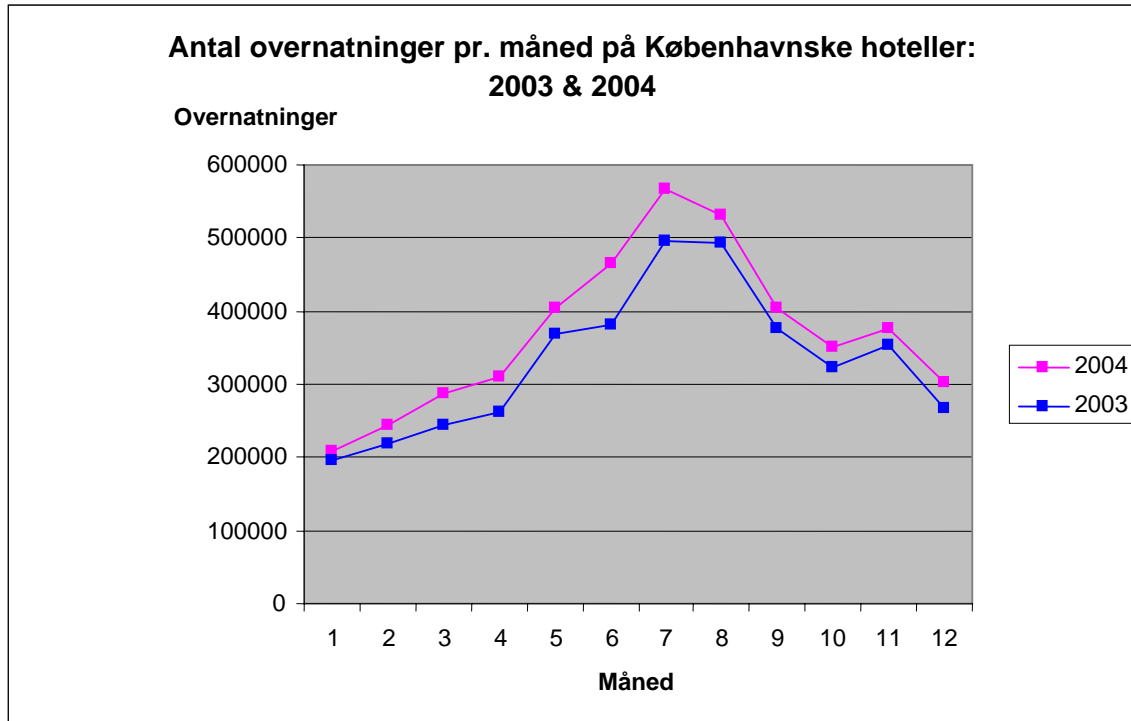
4.2 Hoteller

Tal fra Danmarks Statistik viser, at der i 2003 og 2004 var henholdsvis 13.264.011 og 13.647.829 overnatninger på hoteller i Danmark, svarende til en stigning på ca. 3 pct.⁴⁵

⁴⁴ TØBBE 2004/Sammenfatning af hovedresultater

⁴⁵ www.dst.dk/TUR1

I relation til det københavnske hotelmarked viser tallene fra Danmarks Statistik, at der i 2003 totalt var 3.979.922 hotelovernatninger i København, og i 2004 4.449.749, hvilket svarer til en forøgelse på 10,6 pct. fra 2003 til 2004.⁴⁶ Overnatningernes fordeling over året er vist i figur 6. Dermed har der været en væsentlig stigning på det københavnske hotelmarked i forhold til resten af landet.



Figur 6: Antal overnatninger pr. måned på Københavnske hoteller 2003 & 2004
Kilde: www.statistikbanken.dk/TUR1

Ifølge HORESTA steg belægningsprocenten i København fra 2003 til 2004 med 4,8 pct. HORESTA tilskriver primært denne stigning bedre konjunkturer, mindre frygt for terror og krig, samt et stigende udbud af lavpris flybilletter.⁴⁷

Antallet af amerikanske overnatninger steg med 0,3 pct. fra 2003 til 2004. Dermed fortsatte den beskedne men positive udvikling af det attraktive amerikanske marked.⁴⁸

Med hensyn til segmenterne er det traditionelt store business segment gået tilbage med 6 pct., fra 50 % til 44 %, mellem 2001 og 2004. Samtidig er andelen af de såkaldte leisure gæster på københavnske hoteller i samme periode steget med 11 pct.⁴⁹

Wonderful Copenhagen (WoCo) har i de senere år bidraget stærkt til at markedsføre København, og denne indsats må antages at bidrage positivt til væksten i hotelovernatningerne i København.

⁴⁶ www.dst.dk/TUR1

⁴⁷ Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2005

⁴⁸ Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2005

⁴⁹ Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2005

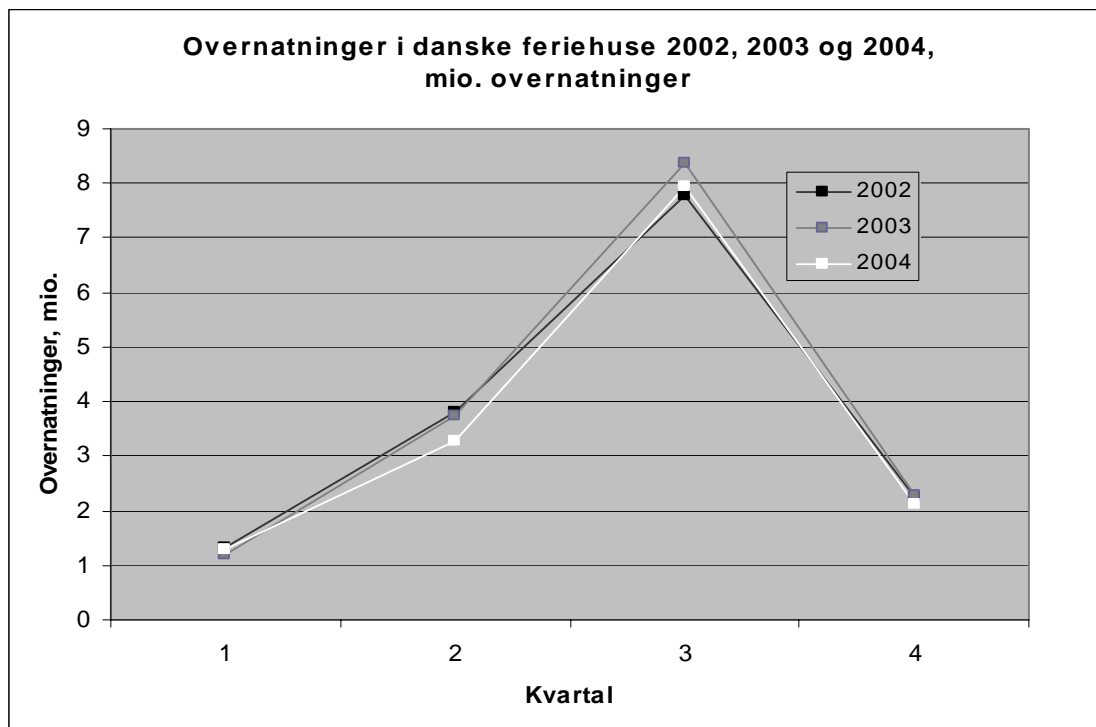
4.3 Feriehuse

Tal fra Danmarks Statistik viser, at der i 2002 var 15.178.000 overnatninger i danske feriehuse. I forhold til 2001 steg antallet af overnatninger med 478.000 svarende til en stigning på 3 pct.⁵⁰

I sæsonen 2003 var der samlet 15.568.000 overnatninger i danske sommerhuse. Dermed oplevede danske feriehuse en fremgang fra 2002 til 2003 på 390.000 overnatninger, svarende til en fremgang på 2,5 pct.

I 2003 genererede det danske marked 205.000 flere overnatninger end i 2002, svarende til en vækst på 8,4 pct. Det store tyske marked var forholdsvist stabilt med en mindre fremgang på 88.000 overnatninger, svarende til 0,7 pct.⁵¹

I sæsonen 2004 var der i alt 14.630.305 overnatninger i feriehuse i Danmark. Generelt oplevede branchen en tilbagegang på 937.695 overnatninger, svarende til et fald på 6,4 pct.⁵² I 2004 havde det danske marked 207.000 flere overnatninger end i 2003. Dermed var der en vækst på 8 pct. på det danske hjemmemarked. Det tyske marked oplevede en markant tilbagegang med 1.195.000 færre tyske feriehuseovernatninger i 2004 end i 2003. Dette fald svarer til en tilbagegang på 11,5 %. Figur 7 viser den kvartalsvise fordeling af overnatninger i danske feriehuse i 2002, 2003 og 2004.

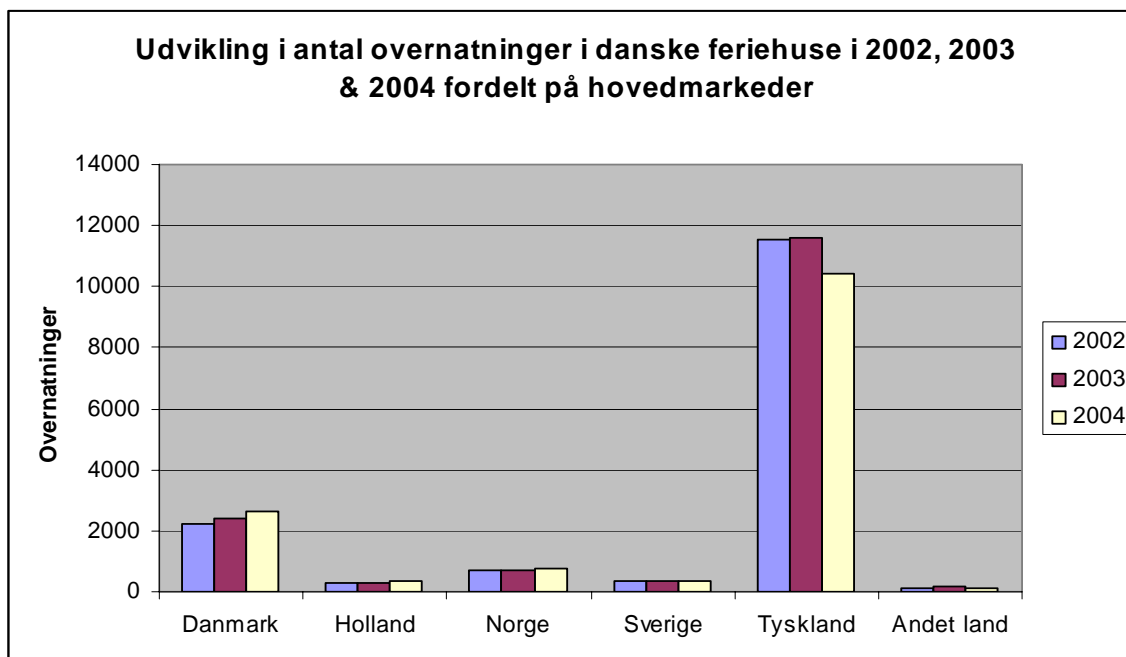


Figur 7: Overnatninger i danske feriehuse 2003 og 2004
Kilde: www.statistikbanke.dk/TUR4 & [TUR4x](http://www.statistikbanke.dk/TUR4x)

⁵⁰ www.dst.dk, TUR4X

⁵¹ www.dst.dk, TUR4 og TUR4X

⁵² www.dst.dk, TUR4 og TUR4X



Figur 8: Udvikling i overnatninger i danske feriehusene i 2002, 2003 og 2004 fordelt på hovedmarkeder
 Kilde: www.statistikbanke.dk/TUR4 & [TUR4x](http://www.statistikbanke.dk/TUR4x)

Figur 8 viser udviklingen på hovedmarkederne i årene 2002, 2003 og 2004. Yderligere illustrerer figuren vigtigheden af det tyske marked. På trods af fremgang på alle andre væsentlige markeder fra 2003 til 2004, trækker tilbagegangen på det tyske marked det generelle billede i en negativ retning, se side 17.

4.4 Krydstogter

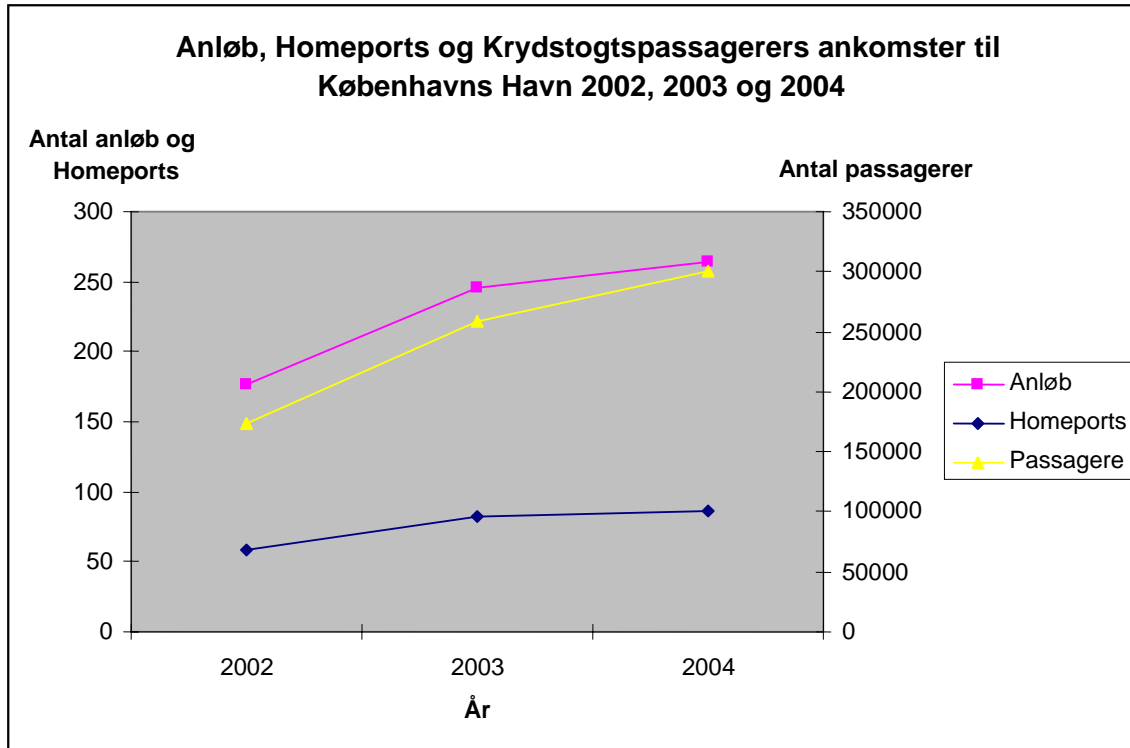
Ifølge Cruise Copenhagen Network anløb der i 2003 246 krydstogtskibe til Københavns Havn. Af disse anvendte 82 København som *homeport*, og i alt medbragte de anløbne skibe 259.000 passagerer.⁵³

I 2004 anløb 264 krydstogtskibe Københavns Havn. Af disse anvendte 86 København som *homeport*, og de 264 skibe medbragte i alt 300.000 passagerer.⁵⁴

Figur 9 viser udviklinger i antallet af anløb, homeports og passagerer fra 2002 til 2004, hvor anløb og homeports er markeret på venstre y-akse og antal passagerer på højre y-akse.

⁵³ <http://www.wonderfulcopenhagen.dk/composite-4201.htm>

⁵⁴ <http://www.wonderfulcopenhagen.dk/composite-4201.htm>



Figur 9: Anløb, Homeports og Krydstogtpassagerers ankomster til Københavns havn 2002, 2003 og 2004
 Kilde: www.wonderfulcopenhagen.dk/composite-4201.htm

4.5 Campingpladser

På baggrund af store sæsonudsving samt det faktum, at størstedelen af de danske campingpladser er lukkede i vinterhalvåret, opgøres antallet af overnatninger i 1. og 4. kvartalvis. På den baggrund opgøres hele "campingåret" i denne rapport kvartalsvist.

Ifølge Danmarks Statistik var der i 2003 12.054.774 overnatninger på danske campingpladser. Som vist i figur 10 finder langt størstedelen af overnatningerne sted i 2. og 3. kvartal.⁵⁵ De danske og tyske markeder steg med henholdsvis 7 og 8 pct. fra 2002 til 2004.⁵⁶

I 2004 opgjorde Danmarks Statistik antallet af campingovernatninger i Danmark til 11.506.893. Ligeledes fandt hovedparten af disse, som det fremgår af figur 10, sted i sommermånederne i 2. og 3. kvartal.⁵⁷ I forhold til 2003 faldt det danske og det tyske marked med henholdsvis 3 og 11 pct.⁵⁸

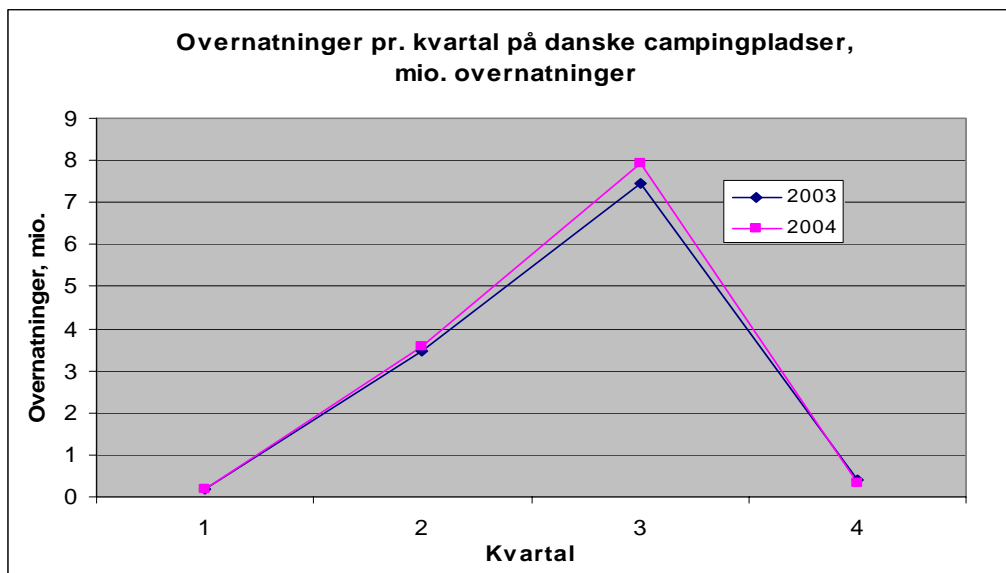
I alt faldt det samlede antal campingovernatninger i Danmark med 5 pct. fra 2003 til 2004.

⁵⁵ www.dst.dk/TUR3

⁵⁶ Camping Barometeret 2004, Campingrådet

⁵⁷ www.dst.dk/TUR3

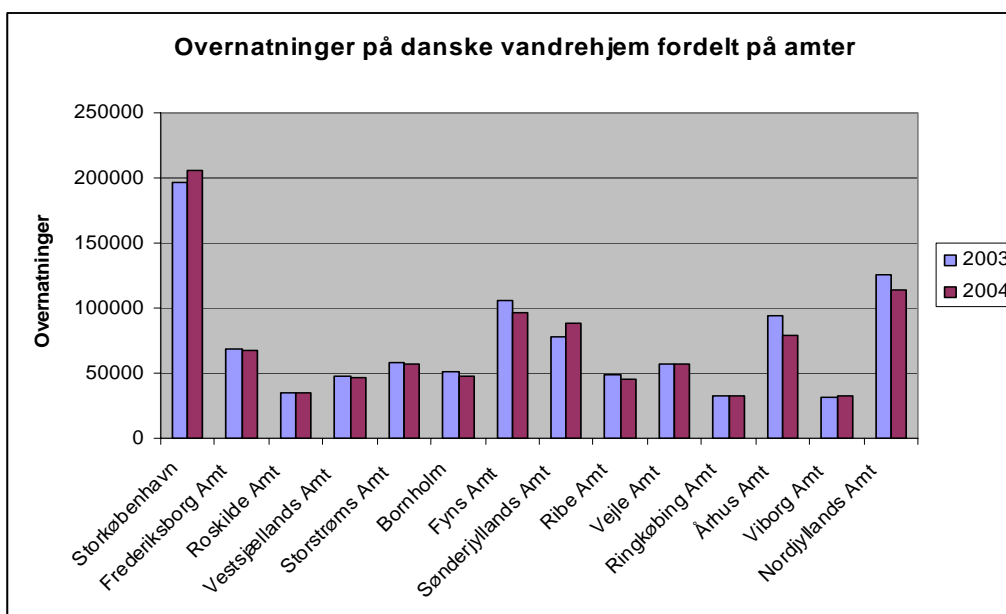
⁵⁸ Camping Barometeret 2004, Campingrådet



Figur 10: Overnatninger pr. kvartal på danske campingpladser, Kilde: www.dst.dk/TUR3
Overnatninger i alt: 2003: 11.51 mio. / 2004: 12,05 mio.

4.6 Vandrerhjem

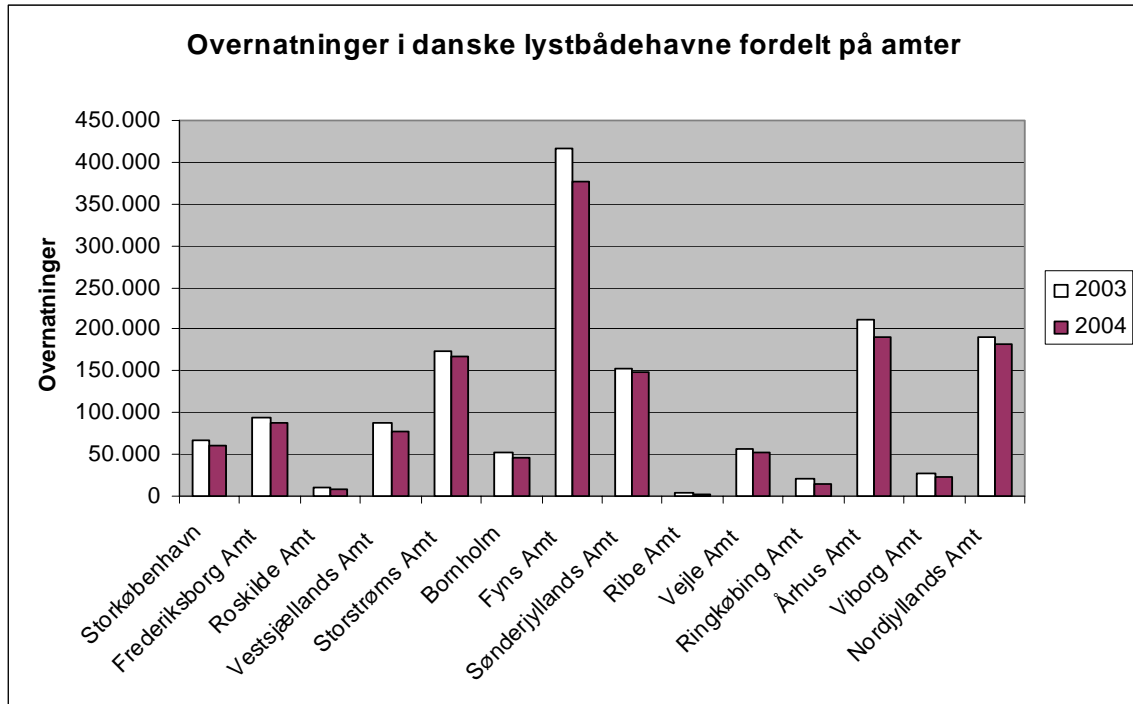
Ifølge Danmarks Statistik og VisitDenmark var der i 2004 1.004.961 overnatninger på danske vandrerhjem. Dermed oplevede branchen en tilbagegang på 2,4 pct. i forhold til 2003, hvor der var 1.029.486 overnatninger. Figur 11 viser udviklingen fordelt på amter. Som det fremgår, er det kun Hovedstadsområdet og Sønderjyllands Amt, der kan fremvise en fremgang i antallet af overnatninger. Fremgangen i Hovedstadsområdet kan primært tilskrives åbningen af Danhostel Copenhagen City.



Figur 11: Overnatninger på danske vandrerhjem fordelt på amter.
Totalt antal overnatninger: 2003: 1,029 mio. / 2004: 1,005 mio.
Kilde: www.visitdenmark.dk/overnatningstal

4.7 Lystbådehavne

De danske lystbådehavne oplevede en mindre tilbagegang i antallet af overnatninger fra 2003 til 2004. Således var der i 2003 1.566.731 overnatninger, mens der i 2004 var 1.439.719, svarende til en tilbagegang på 8,8 pct. Figur 12 viser udviklingen fra 2003 til 2004 fordelt på amter. Som det fremgår, fordeler det generelle fald i antallet af overnatninger sig jævnt over hele landet.



Figur 12: Overnatninger i danske lystbådehavne fordelt på amter
Totalt antal overnatninger: 2003: 1,567 mio. / 2004: 1,440 mio.
Kilde: www.danskturisme.dk/overnatningstal

5. Sammenligning af prognoser og faktiske tal

5.1 Generelt

WTO anslår, at antallet af internationale ankomster årligt vil stige med 4,1 pct. frem mod år 2020. Ligeledes anslog WTTC, at Danmark generelt ville opleve en vækst i efterspørgslen af turismeprodukter på 2,6 pct., samt at turismen bredt defineret ville udgøre 8,8 pct. af Danmarks BNP.

I forhold til WTOs forudsigelser var der således en væsentlig forskel mellem forudsigelse og de faktiske tal, da det samlede antal overnatninger faldt med 2,9 pct. fra 2003 til 2004. Mellem 2002 og 2003 var der en vækst i antallet af overnatninger i Danmark på 2,5 pct., hvilket også er en del af de 4,1 procent vækst som WTO regnede med.

Ligeledes var der en væsentlig fejlmargen i WTTCs forudsigelser i relation til vækst i efterspørgslen i 2004, da der var et fald på 2,9 pct. i antallet af ankomster, mens turismens andel af BNP med 9,4 pct. viste sig at være 0,6 højere end prognosticeret. Baggrunden for denne forskel mellem det faldende antal turister og en større indtjening ligger i et højere døgnforbrug pr. turist.⁵⁹ Beregningen af det højere døgnforbrug er helt afhængig af én kilde (TØBBE), og ud fra pålidelighedshensyn burde alternative beregninger indgå.

5.2 Hoteller

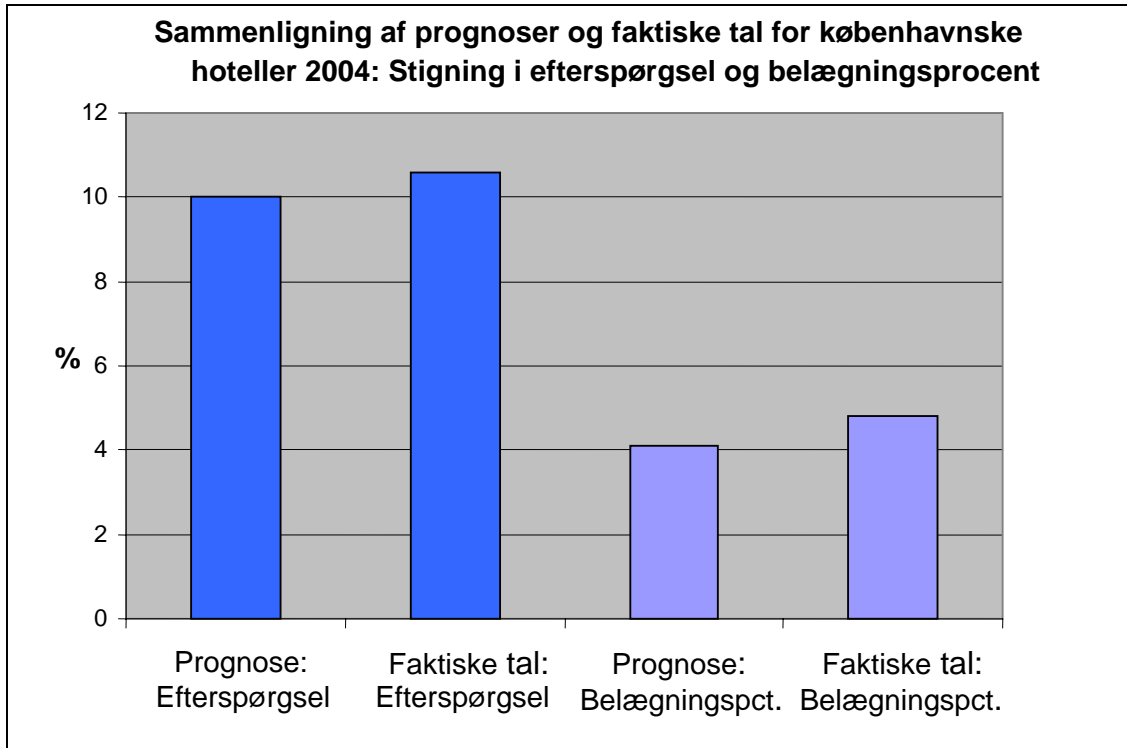
HORESTA forudså, at der i 2004 ville være en stigning i antallet af hotelovernatninger i København på 10 pct. og at belægningsprocenten ville stige med 4,1 procentpoint.

De faktiske tal viste, at der i 2004 i alt var 4.449.749 hotelovernatninger i København og dermed en stigning på 10,6 pct. i forhold til 2003. Ifølge HORESTA var der en stigning i belægningsprocenten på 4,8 pct.⁶⁰

Figur 13 viser forskellen mellem prognoser fremsat i 2003 og de faktiske tal for 2004.

⁵⁹ TØBBE 2004/Sammenfatning af hovedresultater

⁶⁰ Status på den københavnske hotelsituation, HORESTA – Analyse og Udvikling – Sommer 2005, s. 1



Figur 13: Sammenligning prognoser og faktiske tal for københavnske hoteller 2004: Stigning i efterspørgsel og belægningsprocent

Som det fremgår, er forskellen mellem de fremsatte prognoser og de faktiske tal minimal, og det kan på den baggrund konkluderes, at der for året 2004 ikke har været nogen signifikant forskel på de fremsatte prognoser og de reelle tal.

Generelt forventede HORESTA en fremgang på det oversøiske marked. Mellem 2003 og 2004 var der en beskedne fremgang på 0,3 pct. på det amerikanske marked.

Ligeledes er der sammenhæng mellem forudsigelserne omkring ændringer i segmenter. Det store business segment har oplevet en tilbagegang, hvilket dog er modsvaret i en fremgang i leisure turisme segmentet.

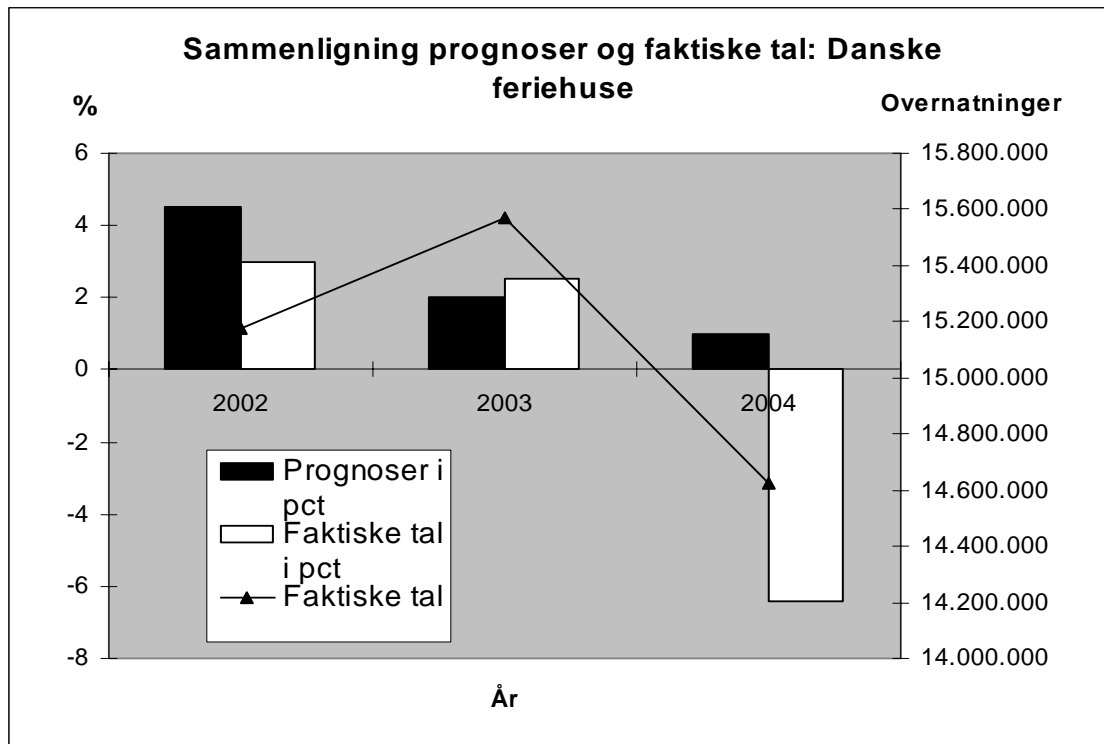
5.3 Feriehuse

I 2002 forventede Feriehusudlejernes Branche forening, at det samlede marked for danske feriehuse ville stige med mellem 4 til 5 pct.

I 2003 forventede VisitDenmark en generel stigning på 1 pct. i 2003 i forhold til 2002, mens Feriehusudlejernes Branche forening havde forventninger om en stigning på 2 til 3 pct. Ligeledes forventede Feriehusudlejernes Branche forening en vækst på 10 pct. på det danske marked, mens det tyske marked forventedes at stige med 1 pct.

I 2004 havde man generelt forventninger om status-quo eller en mindre stigning på 1 pct. Dette gjaldt også i forhold til det væsentlige danske og det store tyske marked. De faktiske tal viser, at antallet af udlejede danske feriehuse i 2002 steg med 3 pct. i forhold til 2001. I 2003 oplevede branchen en vækst på 2,5 pct., mens man i 2004 oplevede et fald på 6,4 pct.

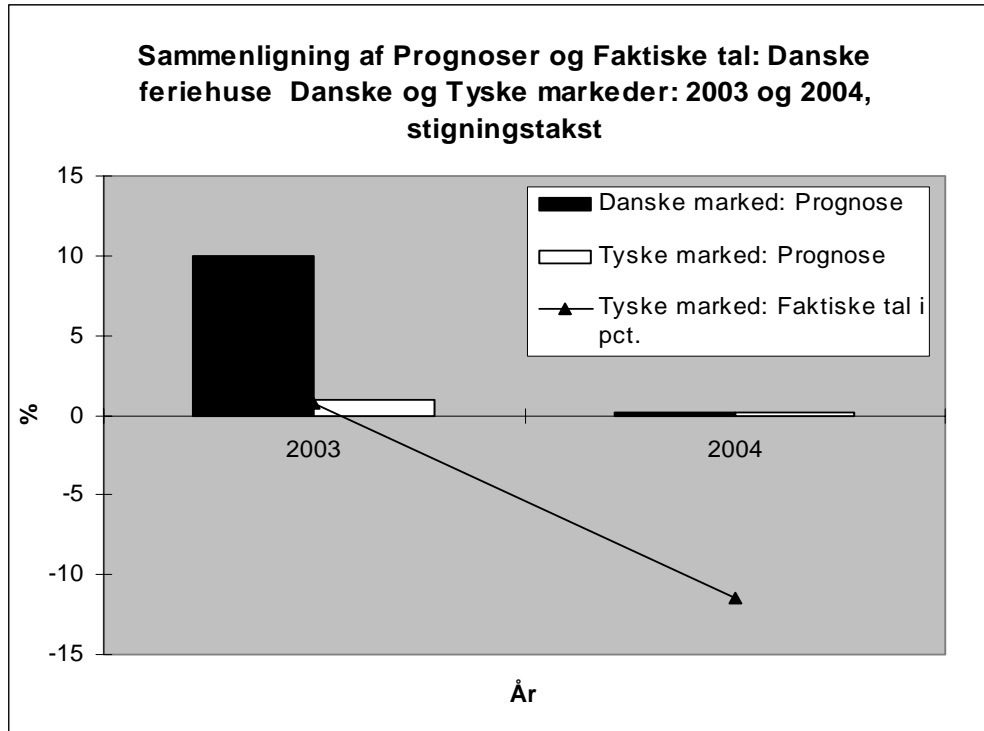
Figur 14 viser forskellene mellem prognoser i pct. og faktiske tal i pct., samt den faktiske udvikling i reelle tal.



Figur 14: Sammenligning af prognoser og faktiske tal for danske feriehuseovernatninger

De respektive danske og tyske feriehusemarkeder opgøres herunder for årene 2003 og 2004. I 2003 oplevede det danske marked en vækst på 8,4 pct., mens det tilsvarende tal i 2004 var en vækst på 8 pct. Det tyske marked steg i 2003 med 0,7 pct. I 2004 gik det tyske marked kraftigt tilbage med et fald på 11,5 pct.

Figur 15 viser forskellen på prognoser for det danske - og det tyske marked og de faktiske tal i pct. Prognoserne for de to markeder er illustreret i kolonnerne. Der var en reel vækst på 8,4 pct. på det danske marked i 2003 i forhold til 2002, ligesom der var en vækst på 0,7 pct. på det tyske marked i 2003 i forhold til 2002. Videre fremstiller de to kurver udviklingen på de to markeder fra 2003 til 2004. Som figuren viser, er der store forskelle mellem de fremsatte forudsigelser og den faktiske virkelighed. Ligeledes kan det bemærkes, at selv om de generelle forudsigelser om hele feriehusemarkedet til ligger forholdsvis tæt på de faktiske tal, ses der væsentlige udfald mellem prognoser og faktiske tal, når de overordnede tal nedbrydes i relation til de enkelte markeder.



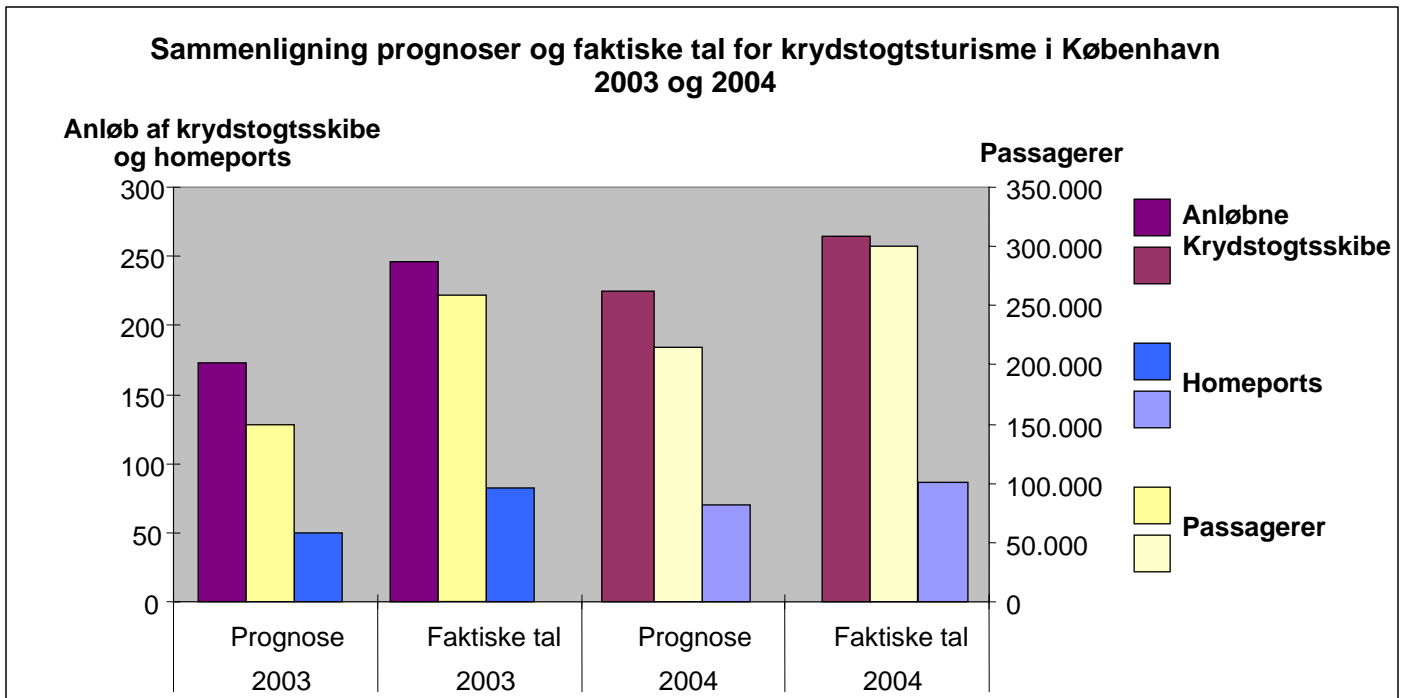
Figur 15: Sammenligning af prognoser og faktiske tal danske feriehuse 2003 og 2004: Danske og tyske markeder

Dette kan skyldes et uudviklet prognosearbejde i branchen, hvor forudsigelser er baseret på historik og branchekendskab, uden en overordnet analytisk tilgang fra brancheforeningens side.

5.4 Krydstogter

Ifølge Cruise Copenhagen Networks prognoser for krydstogturisme i København ville 173 krydstogtskibe anløbe Københavns Havn i 2003. Af disse forventedes det, at de 50 ville anvende København som *homeport*, og at de ville medbringe 150.000 passagerer. Prognoserne for 2004 opstillede forventninger om 225 anløb, hvoraf 70 ville anvende København som *homeport*. Disse forventedes at medbringe 215.000 passagerer.

CCNs opgørelser viser, at der i 2003 anløb 246 krydstogtskibe til Københavns Havn, at 82 af disse anvendte Københavns som *homeport*, og at de i alt medbragte 259.000 passagerer. I 2004 anløb 264 krydstogtskibe havnen, og 86 anvendte København som *homeport*. I alt medbragte de 300.000 passagerer.



Figur 16: Sammenligning af prognoser og faktiske tal for krydstogturisme i København 2003 og 2004

Figur 16 illustrerer forskelle mellem prognoser og faktiske tal for de tre områder; Anløb af krydstogtskibe, *homeports* og antal passagerer. Analysen viser, at CCN på trods af optimistiske prognoser klart har undervurderet den meget positive udvikling i krydstogturismen.

Krydstogtsmarkedet er stadig relativt nyt for København, og den positive udvikling i Baltic Sea krydstogtsurismen har gjort Østersøen til det tredjestørste krydstogtsmarked i Verden (kun overgået af Caribien og Middelhavet). Det skulle være muligt at forudsige udviklingen langt mere præcist end det har været tilfældet i 2003 og 2004.

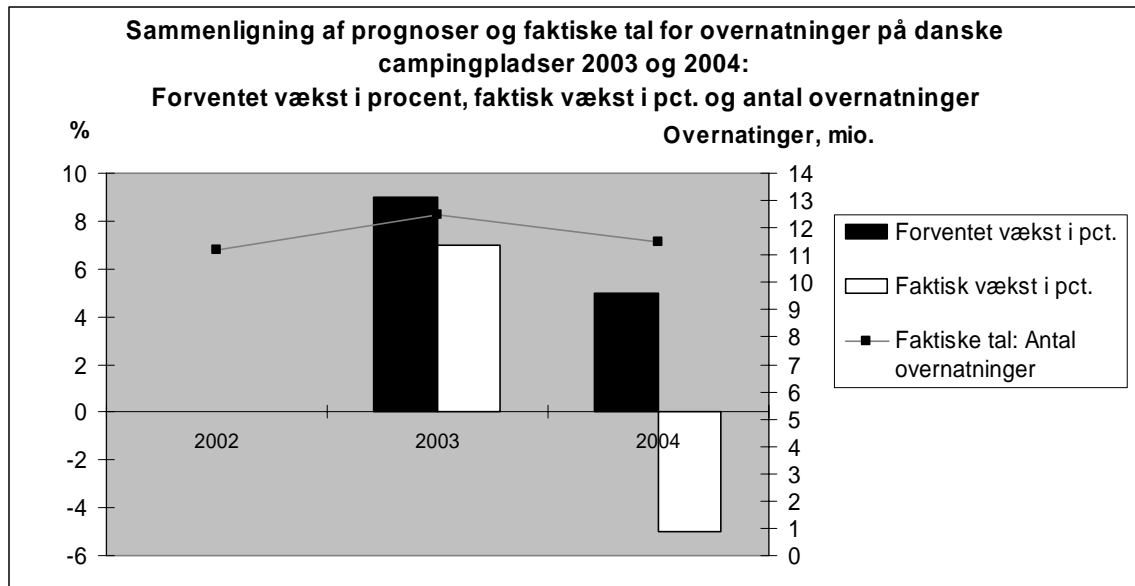
5.5 Campingpladser

Campingbarometeret prognosticerede, at der i 2003 ville være en vækst i danske camping overnatninger på 9 pct. Dermed forventede man, at det samlede antal overnatninger ville stige fra 11,2 mio. til ca. 12,2 mio. Til 2004 var forventningerne, at der ville være en stigning på 5 pct. i forhold til 2003, svarende til en faktisk stigning fra 12,1 mio. overnatninger til 12,7 mio.

De faktiske opgørelser fra Danmarks Statistik viser, at der i 2003 var 1.296.511 flere overnatninger end i 2002, svarende til en vækst på 7 pct. I 2004 oplevede campingbranchen en tilbagegang på 997.881 overnatninger, svarende til en tilbagegang på 5 pct.⁶¹

⁶¹ www.dst.dk/TUR3

Figur 17 illustrerer forskellene mellem prognoser og faktiske tal. De mørke søjler viser den forventede vækst i procent, mens de lyse søjler viser den faktiske vækst i procent. Endvidere viser den mørke kurve udviklingen i det faktiske antal overnatninger.



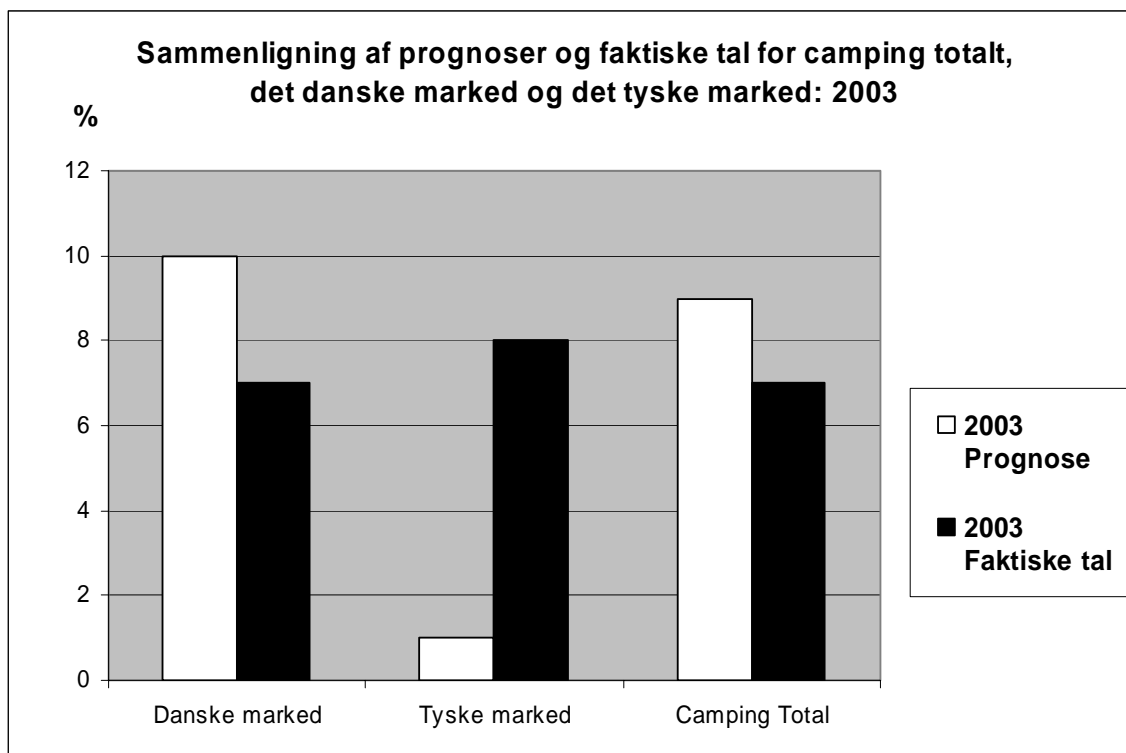
Figur 17: Sammenligning prognoser og faktiske tal for danske campingpladser 2003 og 2004: Forventet vækst i procent, faktisk vækst i procent og antal overnatninger. Totalt antal overnatninger: 2003: 12,505 mio. / 2004: 11,507 mio.

Forventningerne til det væsentlige danske marked var i 2003 en vækst på 10 pct. og i 2004 en vækst på 6 pct. På det ligeledes væsentlige tyske marked forventede man i 2003 en vækst på 1 pct. og i 2004 en vækst på 2 pct.

På det danske marked var der i 2003 en forskel i forholdet mellem prognoser og virkelighed på 3 pct. point, i det man oplevede en reel vækst på 7 pct. mod de forventede 10 pct. I 2004 var forskellen betydeligt større, da man oplevede en tilbagegang på 3 pct. i forhold til den forventede på 6 pct. På det tyske marked oplevede man i 2003 en noget større vækst end forudset på 8 pct., mens man i 2004 oplevede en stor tilbagegang på 11 pct.

Dermed viser analysen, at Campingrådet i prognoserne for året 2003 har vurderet udviklingen til at ligge rimelig tæt på den faktiske virkelighed, især når udviklingen i den samlede campingsektor vurderes. Nærmere undersøgelser af forskelle mellem prognoser og faktiske tal på de større markeder viser dog, at der er betydelig difference mellem prognoser og faktiske tal. Således har man totale tal, der i store træk er tætte på de fremsatte prognoser, men underliggende har man modsatrettede sammenhænge mellem prognosernes faktiske tal, der ved at trække i hver deres retning udlignes i det samlede billede.

Figur 18 illustrerer, hvorledes de faktiske tal for de danske og tyske markeder i 2003 trækker i hver sin retning.



Figur 18: Sammenligning af prognoser og faktiske tal for camping totalt, danske marked og tyske marked: 2003

5.6 Vandrerhjem og lystbådehavne

Som nævnt ovenfor udarbejdes der ikke egentlige analyser og prognoser for den forventede udvikling for vandrerhjem - og lystbådsturisme. Ligeledes findes der ikke generelle udtalelser fra diverse brancheorganisationer om forventningerne til kommende sæsoner. På den baggrund kan der ikke foretages en sammenligning af prognoser og faktiske tal inden for disse to områder.

6. Konklusion

Denne rapport kortlægger overnatningskapaciteten for hovedområderne i dansk turisme, samt redegør for forskelle og ligheder mellem fremsatte prognoser/udtalelser og faktiske tal for områderne: Hoteller i København, feriehuse, krydstogsturisme i København, dansk camping, danske vandrerhjem og danske lystbådehavne. Hovedfokus er på årene 2003 og 2004, suppleret med både foregående år og forudsigelser for 2005.

Overordnet er det vigtigt, at der på alle niveauer (makro, branche og marked/segment) foretages en valid prognostisering af, hvorledes den fremtidige udvikling forventes at være indenfor turisme for at optimere planlægningsfasen og for at skabe argumentationsgrundlag over for diverse stakeholders: Politikere, offentlige myndigheder, eksisterende og potentielle samarbejdspartnere, samt den enkelte turismevirksomhed eller organisation.

Generelle overordnede tal kan være værdifulde på det overordnede strategiske niveau, hvor den samlede indsats for turisterhvervet tilrettelægges, men for den enkelte branche og den enkelte virksomhed er det også vigtigt at have adgang til valid og relevant information om det enkelte amt, erhverv og/eller segment, som der opereres i.

På mange områder foregår et væsentligt analysearbejde, hvor man arbejder med metodisk og professionel tilgang til udarbejdelsen af prognoser og lignende. Overordnet omfatter dette WTO, WTTC, VisitDenmark og Wonderful Copenhagen. Dog er prognoser udarbejdet af disse, meget overordnede forudsigelser, der især har værdi på makro niveau. På de underliggende niveauer (branche og marked/segment) kan prognoser, der er for generelle, være misvisende i forhold til det egentlige billede. Hertil kommer, at en del af prognoserne afviger relativt meget fra den faktiske udvikling, hvilket indikerer, at der burde arbejdes mere med grundlaget for prognoserne og med prognosetilgangen.

På området for hoteller og lignende i København foretager HORESTA en kontinuerlig overvågning af markedet, og skaber herigennem grundlaget for en relativt effektiv og valid prognostisering.

Den danske feriehusbranche er præget af en række store aktører, der foretager egne vurderinger, og beskytter egen viden i et konkurrencepræget marked. Fra brancheorganisations side foretages der ikke egentlige ”uafhængige” analyser, der tegner et billede af fremtiden. Eventuelle udtalelser baseres på historik, booking information og branchekendskab. Disse udtalelser passer i varierende grad med de faktiske tal. Når tallene brydes ned på markeder viser det sig yderligere, at der er væsentlige forskelle mellem ”prognoserne” og de faktiske tal. Dermed eksisterer der ikke en overordnet metodisk og analytisk tilgang til prognoseområdet i denne branche, hvilket kan antages at begrænse udviklingsmulighederne.

Krydstogsturismen i København har, til trods for at det er et forholdsvis nyt vækstområde i dansk turisme, en tradition for at udarbejde analyser og prognoser over den fremtidige udvikling. Dette område kan siges at være mere overskueligt end en række af de andre områder behandlet i denne rapport. Derfor burde krydstogtsbranchen have nemmere ved at udarbejde valide prognoser og faktiske tal for udviklingen, i det der er tale om en betydelig undervurdering.

Campingrådet foretager et grundigt prognosearbejde i samarbejde med Bojesen Consult. Dog viser analysen, at prognoserne afviger ganske meget fra virkeligheden på

det totale niveau, og at differencen mellem prognose og virkelighed bliver uacceptabelt høj, når de enkelte markeder vurderes.

Rapporten viser, at prognosernes kvalitet må forøges på alle niveauer. De kan blive nyttige redskaber til vurdering af turismeudvikling og til at træffe beslutninger ud fra, herunder om beslutningsgrundlag for en øget marketingsindsats, hvis den faktiske udvikling ikke har den stigningstakt, som der forventes. Bedre prognoser vil være et dynamisk redskab, der kan skabe væsentlige konkurrencefordele for turismen generelt og for de enkelte områder.

Den foretagne gennemgang af kapacitet, prognoser, faktiske tal samt sammenligningen af prognoser og faktiske tal for de enkelte områder af dansk turisme, at der inden for de fleste områder af danske turisme er behov for en mere intensiv indsats i relation til udarbejdelse af prognoser og forudsigelser for fremtiden, hvis prognoserne skal kunne være en egentlig indikator for turismeudviklingen og et brugbart instrument, når der skal træffes beslutninger om turismeforhold.

7. Implikationer og forslag

“Forecasting is like trying to drive a car blindfolded and following the direction given by a person who is looking out of the back window” (Philip Kotler, 1984)

Ovenstående citat understreger, med et strejf af humor, hvor kompliceret en proces det er at lave holdbare forudsigelser om fremtiden. Som denne publikation viser, er det en vanskelig opgave at foretage valid og subjektiv prognostisering, der giver et reelt billede af den forventede fremtidige udvikling. Undersøgelsen af prognosearbejdet inden for dansk turisme viser, at man med fordele kan forbedre prognosearbejdet i dansk turisme, og dermed udarbejde mere præcise forudsigelser, der kan have stor nytteværdi både for turismeerhvervet generelt og for de underliggende niveauer.

På den baggrund ønsker Center for Tourism and Culture Management at inspirere til/medvirke til at indgå i et samarbejde med turismeerhvervets aktører for at skabe et fundament og forum, hvor der kan udarbejdes bedre prognoser og forecasts til fordel for dansk turisme.

Overordnet anbefales udbygning af tre forskellige tilgange, der kan danne grundlag for udarbejdelsen af prognoser og forudsigelser. Disse er:

- Regressionsmodeller
- Delfiteknikken
- Indikatorer

Et værktøj, der vil give stor værdi til prognoseprocessen inden for dansk turisme, er en større brug af regressionsmodeller til at vurdere den fremtidige udvikling. Regressionsmodeller bygger på kvantitativ analyse og forklarer, hvorledes ændringer i én variabel er afhængig af ændringer i en anden variabel. Dvs. at regressionsmodeller gør det muligt at fastslå vigtigheden af et forhold mellem to eller flere variable. Således kan man ved at undersøge sammenhæng mellem variable inddrage kausale relationer imellem givne variable, såsom priser, indkomst, markedsføringsindsats, valutakurser, kapacitet, vejr, demografi osv. i planlægningsfasen. Regressionsanalyse kan dermed have værdi på alle niveauer i turismesektoren. For eksempel kan en regressionsmodel anvendes til at vise forholdet og sammenhængen mellem solgte feriehusovernatninger i Nordjylland på det tyske marked og den markedsføringsindsats, der har været på området. Ligeledes kan ændringer i den tyske realløns indvirkning på det samlede salg af feriehusovernatninger i Danmark undersøges. Anvendelsen af regressionsmodeller kræver ekspertise i udvælgelse af data, samt i udførelsen af selve beregningerne.⁶²

Delfiteknikken er en kvalitativ metode, hvor eksperter inden for specifikke områder, her de enkelte sektorer inden for dansk turisme, søger at opnå konsensus omkring et givent spørgsmål. For at eliminere ulemperne ved at lade eksperterne samles i grupper, såsom at stærke personligheder trumfer deres holdninger igennem og ”flokmentalitet”, foretages undersøgelsen anonymt. Over tre eller fire runder giver eksperterne deres mening til kende. Efter hver runde bliver trådene samlet, opsummeret og sendt til næste vurdering hos eksperterne, som opfordres til at genoverveje deres

⁶² Frechtling, Douglas C. (1996) *Practical Tourism Forecasting*, Butterworth-Heinemann, 1. udgave (s. 125 – 129)

tidligere svar og komme med nye vurderinger. Således opnås til slut en konsensus, der tager højde for alle de synspunkter, der har været fremme i processen. I anvendelse af Delfiteknikken er det vigtigt, at de involverede eksperter har et højt fagligt og/eller teoretisk niveau, således at de resultater der opnås er fyldestgørende. Endvidere er det vigtigt, at tovholderen er uafhængig og objektiv, da dennes indflydelse på den endelige konklusion er anselig. Delfiteknikken kan ikke og skal ikke udfordre traditionelle statistiske modeller, men bør fungere som et supplement hertil. Delfiteknikkens største styrke er, at den skaber indsigt i den mest sandsynlige fremtidige udvikling inden for områder, som er svære at passe ind i f.eks. regressionsmodeller.⁶³

Som nævnt tidligere anvender flere brancher og områder inden for dansk turisme indikatorer til at forudsige den forventede udvikling på de enkelte markeder. Således anvendes statistisk materiale om forudbestillinger, primært indsamlet og analyseret af Danmarks Statistik, til at vurdere fremtidig kapacitetsudnyttelse på kort sigt. Denne metode kan være værdifuld i et kortsigtet perspektiv, men bør, for at have nogen egentlig værdi, kobles med andre vurderinger og således fungere som et supplement til en overordnet analyse. Endvidere bør makroøkonomiske indikatorer inkluderes i prognosearbejdet, da makroøkonomiske forhold spiller en væsentlig rolle i forhold til turisme. På den baggrund bør de væsentligste forhold i relation til de enkelte områder inden for dansk turisme identificeres og kortlægges, og en standarddrømme til at overvåge disse bør etableres, for at skabe et brugbart værktøj i forhold til dansk turisme.

Som nævnt medvirker Center for Tourism and Culture Management gerne som partner i etableringen af mere præcise prognose- og forudsigelsesmodeller. Kan der skabes det rette økonomiske fundament, kan Center for Tourism and Culture Management bidrage til dette arbejde med teoretisk indsigt, faglige kompetencer samt adgang til akademisk og fagligt netværk, og dermed indgå i et samarbejde om at skabe bedre vilkår for vækst inden for dansk turisme.

⁶³ Frechtling, Douglas C. (1996) *Practical Tourism Forecasting*, Butterworth-Heinemann, 1. udgave (s. 185 – 195)

8. Kilder

Brancheforeninger og Virksomheder

- Campingrådet, Direktør Poul Fejer Nielsen
- Cruise Copenhagen Network, Sekretariatschef Anette Jensen og Analytiker Ole Kjær
- VisitDenmark, Analyse Konsulent Robin Rich
- Feriehusudlejernes Brancheforening, Generalsekretær, Peter Fogh Nissen
- HORESTA, Analysemedarbejder Mette Andersen
- Copenhagen Malmö Port, Marketingskoordinator Søren Balken

Bøger, Rapporter og Analyser

- Campinganalyse 2004, Campingrådet
- Frechtling, Douglas C. - Practical Tourism Forecasting, Butterworth-Heinemann, 1. udgave, 1996
- Krydstogtsstrategi 2002 – 2004, Cruise Copenhagen Network
- Krydstogtsstrategi 2005 – 2007, Cruise Copenhagen Network Statistisk Årbog, 2005, Danmarks Statistik 2005
- Statistisk Årbog, 2004, Danmarks Statistik 2004
- Statistisk Årbog, 2003, Danmarks Statistik 2003
- Status på den københavnske hotelsituation 2004, HORESTA
- Status på den københavnske hotelsituation 2005, HORESTA
- Tal & Streg, HORESTA
- The 2004 Travel and Tourism Economic Research, World Travel and Tourism Council
- TØBBE/Sammenfatning af hovedresultater – Turisters overnatninger og forbrug 2004, VisitDenmark 2005

Artikler og Pressemeldelser

- Jyllands Posten, 10. august 2004, Erhverv og Økonomi, s 2
- Berlingske Tidende, 26. juli, 2002, 1. sektion, s. 2
- Jyllands Posten, 12. september 2002, Erhverv og Økonomi, s. 4
- Jyllands Posten, 29. april 2003, Erhverv og Økonomi, s. 1
- De Bergske Blade, 21. maj, 2003
- Politiken, 27. juni 2004, 5. sektion, s. 3
- Jyske Vestkysten, 15. februar, 2005, 3. sektion, s. 6
- JyskeVestkysten, 10. marts 2005, Erhverv Danmark, s. 2
- Erhvervs Bladet, 30. juni, 2005
- Pressemeldelse, Campingrådet, 20. maj 2003
- Pressemeldelse, Campingrådet, 11. maj 2005
- Pressemeldelse, Campingrådet, 29. april 2004

Internet

- www.dst.dk – TUR1, TUR3, TUR4, TUR4X, BYGB1
- www.world-tourism.org
- www.woco.dk
- www.danskturisme.dk - overnatningstal