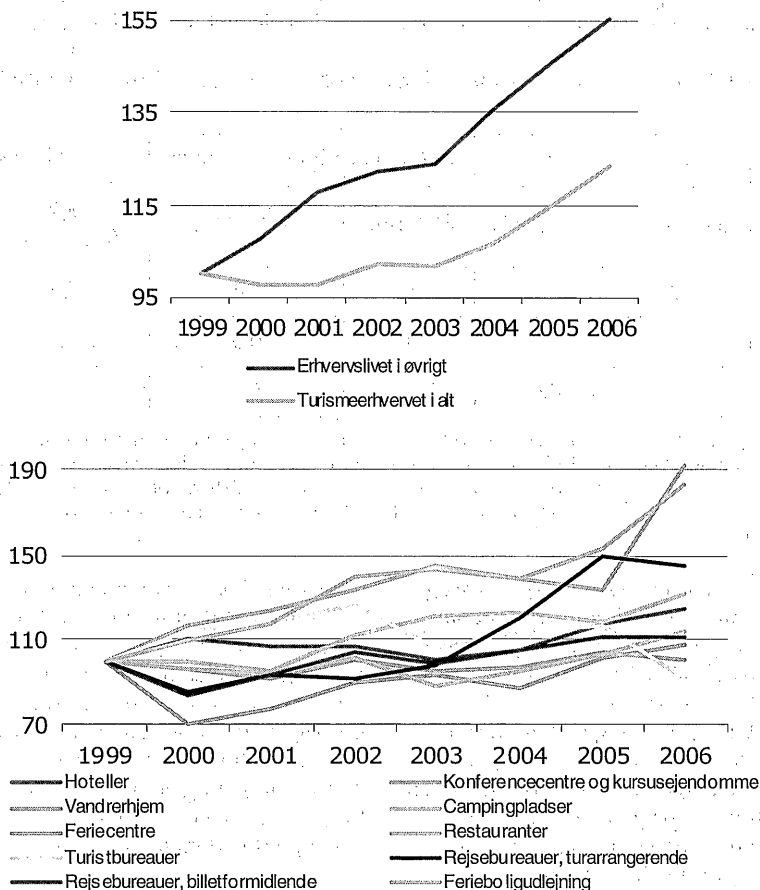


ste år, jf. figur 2.1. I perioden 1999-2006 har der været en gennemsnitlig årlig vækstrate i turis-

<sup>4</sup> Udviklingen i turismeerhvervs værditilvækst er udtryk for, hvor meget erhvervet bidrager til den samlede værdiskabelse i samfundet og samfundets økonomi. En virksomheds værditilvækst beregnes ved at trække værdien af de råvarer, hjælpemidler og serviceydelser, der er købt hos andre virksomheder, fra omsætningen. Værditilvæksten anvendes således til betaling af løn, fortjeneste mv.

meerhvervs værditilvækst på 3 pct., mens det øvrige erhvervsliv til sammenligning har haft en gennemsnitlig årlig vækstrate på 6,5 pct. Af figur 2.2 ses desuden, at udviklingen i værditilvækst har været meget forskellig inden for de forskellige delbrancher i turismeerhvervet. Den lavere stigning i turismeerhvervs værditilvækst kan bl.a. forklares ved udviklingen i produktivitet.

Figur 2.1 og 2.2: Udviklingen i værditilvæksten og udviklingen i værditilvæksten fordelt på udvalgte delbrancher



Anm.: Indeks, 1999=100. Beregningen er opgjort i løbende priser. Prisudviklingen i de enkelte brancher er forskellig, og en sammenligning i faste priser ville være mere retvisende. En beregning i faste priser er fra- valgt, da Danmarks Statistik ikke råder over prisindekser på det nødvendige detaljeringniveau for hver branche både i og udenfor turismeerhvervet. Desuden ville en illustration i faste priser ikke ændre på den overordnede pointe om, at turismeerhvervs værditilvækst har udviklet sig langsommere end resten af erhvervslivet.

Kilde: VisitDenmark på basis af tal fra Danmarks Statistik.