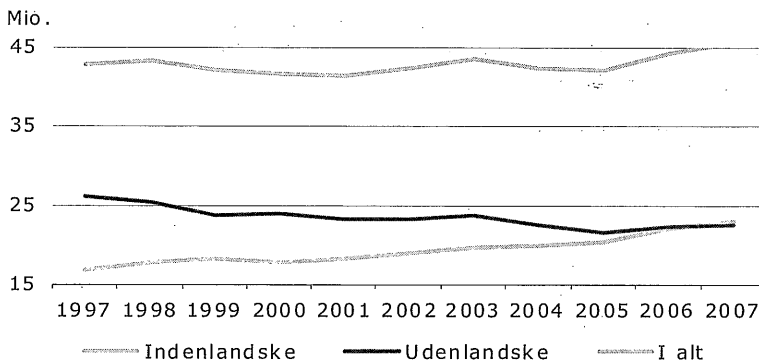


Figur 2.5: Samlede turistovernatninger i Danmark 1997-2007



Kilde: Danmarks Statistik

Fra 2005 har de udenlandske overnatninger dog igen været stigende, jf. figur 2.5. Fra 2006-2007 var den samlede vækst i udenlandske og indenlandske overnatninger 2,8 pct. og oversteg således væksten i det øvrige Nordeuropa på 2 pct., jf. figur 2.7. Igen skyldes udviklingen i det øvrige Nordeuropa primært Storbritannien, der trækker gennemsnittet ned.

Tallene vidner således om, at Danmark er på rette spor med hensyn til at indfri målsætningen om en vækst på niveau med det øvrige Nordeuropa fra 2006 og frem mod 2010.¹ De første prognoser for 2008 viser dog, at fremgangen i udenlandske turister i Danmark ikke fastholdes i forhold til 2007. Denne tendens ses også i det øvrige Nordeuropa og kan bl.a. henvises til den generelle afmatning i den globale økonomi.

2.2. Turismens markedsandele

For at belyse dansk turismes markedsandele sammenlignes Danmark med det øvrige Nord-

europa hvad angår andelen af og udviklingen i udenlandske overnatninger.²

I Danmark udgør de udenlandske overnatninger ca. 50 pct. af alle turistovernatninger, hvilket er en højere andel end i det øvrige Nordeuropa, hvor den gennemsnitlige andel er knap 40 pct. Danmark havde 22,5 mio. udenlandske overnatninger i 2007, hvilket er mere end både Norge og Sverige tilsammen. Norge og Sverige har til forskel fra Danmark både en sommersæson og en stor vintersæson, og i 2007 udgjorde de to landes overnatninger i alt ca. 19,6 mio.

De udenlandske turister i Danmark kommer hovedsageligt fra Tyskland (61 pct.), Norge (11 pct.), Sverige (9 pct.) og Holland (5 pct.). Nye vækstmarkeder er fx Rusland og Kina, hvor der i de første otte måneder af 2008 har været en vækst i overnatningerne på henholdsvis 12 pct. og 17 pct. sammenlignet med samme periode i 2007. Turister fra disse markeder udgør dog fortsat en lille andel af dansk turisme.

¹ Der findes ikke sammenlignelige, aktuelle tal for værditilvækst og omsætning i det øvrige Nordeuropa. Derfor gøres der status på regeringens vækstmålsætning ved at sammenligne udviklingen i samlede overnatningstal for Danmark og Nordeuropa i perioden 1997-2007.

² På turismeområdet er det statistisk mest sikkert at måle konkurrencekraft som andelen af og udviklingen i udenlandske markedsandele. Konkurrencekraft kan også opgøres på andre måder, fx ved at sammenligne prisudviklingen i det danske turismeprodukt med konkurrenternes. Der findes dog ikke data af tilstrækkelig kvalitet, der muliggør dette på turismeområdet.