



ØKONOMI- OG
ERHVERVS MINISTEREN

6. maj 2010

Besvarelse af spørgsmål 2 ad L 159 stillet af udvalget den 28. april 2010 efter ønske fra Colette Brix (DF).

ØKONOMI- OG
ERHVERVS MINISTERIET
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål 2:

Hvor mange midler har VisitDenmark til rådighed til markedsføring af Danmark som turismedestination i 2009 og 2010 sammenlignet med midlerne til markedsføring af Danmark via Danmarks Turistråd i 2001?

Tlf. 33 92 33 50
Fax 33 12 37 78
CVR-nr 10 09 24 85
oem@oem.dk
www.oem.dk

Svar:

Danmarks Turistråd skiftede i 2005 navn til VisitDenmark. Af Danmarks Turistråds regnskab for 2001 fremgår, at Danmarks Turistråd i 2001 havde samlet ca. 185 mio. kroner til rådighed. Heraf modtog VisitDenmark ca. 136 mio. kroner fra staten og ca. 49 mio. kroner i partnermedfinansiering¹. I 2001 anvendte VisitDenmark ca. 177 mio. kroner til aktiviteter, løn og drift direkte relateret til markedsføring.

Af VisitDenmarks regnskab for 2009 fremgår, at VisitDenmark² i 2009 havde samlet ca. 243 mio. kroner til rådighed. Heraf modtog VisitDenmark ca. 139 mio. kroner fra staten og ca. 104 mio. kroner i partnermedfinansiering. I 2009 anvendte VisitDenmark ca. 233 mio. kroner til aktiviteter, løn og drift direkte relateret til markedsføring.

Af VisitDenmarks budget for 2010 fremgår, at VisitDenmark i 2010 budgetterer med en samlet indtægt på ca. 256 mio. kroner. Heraf modtager VisitDenmark ca. 136 mio. kroner fra staten og budgetterer med ca. 120 mio. kroner i partnermedfinansiering. I 2010 budgetterer VisitDenmark med at bruge samlet ca. 243 mio. kroner til aktiviteter, løn og drift direkte relateret til markedsføring.

¹ Partnermedfinansiering hidrører fra private, regionale og kommunale aktører.

² VisitDenmark ejer selskabet Tourist Online A/S og er medejer af Scandinavian Tourist Board. Regnskabstallene fra disse selskaber er ikke medregnet