



ØKONOMI- OG
ERHVERVS MINISTEREN

6. maj 2010

Besvarelse af spørgsmål 3 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 3:

Hvor mange offentlige midler er der i alt til markedsføring af Danmark som turismedestination i 2009 sammenlignet med de tilsvarende offentlige midler, der bruges i Sverige, Norge og Tyskland til markedsføring af disse lande som turismedestinationer? (Hvis der ikke er data for 2009, så bedes der foretages en sammenligning med tidligere år).

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

Svar:

Indledningsvist skal det bemærkes, at der ikke kan drages en direkte sammenligning mellem de forskellige statslige midler afsat til turismefremme i henholdsvis Norge, Sverige, Tyskland og Danmark. Således er der store forskelle på, hvilke opgaver der varetages for statslige midler landene imellem. Eksempelvis er VisitSweden – Sveriges nationale turismeorganisation – en ren markedsføringsorganisation, mens det statsligt ejede ”Innovation Norway” også varetager udviklingsopgaver udover markedsføringsopgaverne. VisitDenmark varetog i 2009 hovedsageligt markedsføringsopgaver. Herudover varetog VisitDenmark også en række mindre udviklingsopgaver.

Af VisitDenmarks regnskab fremgår, at VisitDenmark i 2009 modtog samlet ca. 139 mio. kroner fra staten, jf. besvarelsen af spørgsmål nummer 2 oven for.

For så vidt angår Sverige har VisitSweden i følge årsberetningerne fra 2009 modtaget ca. 82 mio. kr. (ca. 110 mio. SEK) fra staten i 2009.

For så vidt angår Norge afsatte den norske stat i 2009 ca. 216 mio. kr. (ca. 235 mio. NOK) til hovedsageligt markedsføring af Norge som turistmål. Nogle af midlerne er også anvendt til udviklingsprojekter. I 2009 gav den norske stat endvidere ca. 337 mio. kr. (ca. 367 mio. NOK) som lån og tilskud til udviklingsprojekter i den norske turismebranche, som ikke er relateret til markedsføring.

Det understreges, at ovenstående tal alene omfatter statslige midler. Hertil kommer regionale og kommunale midler til turismefremmeindsatsen.

For så vidt angår Tyskland er tallene for 2009 endnu ikke offentliggjort. I 2008 har ”Die Deutsche Zentrale für Tourismus”, Tysklands nationale markedsføringsorganisation, ifølge årsberetningen for 2008 modtaget samlet ca. 260 mio. kr. (ca. 34.6 mio. euro). Det skal dog bemærkes, at

”Die Deutsche Zentrale für Tourismus” finansieres både af statslige og regionale midler mv. Der afsættes ligeledes midler til turismefremmeaktiviteter via turismeselskaber i de enkelte tyske Bundesländer.