

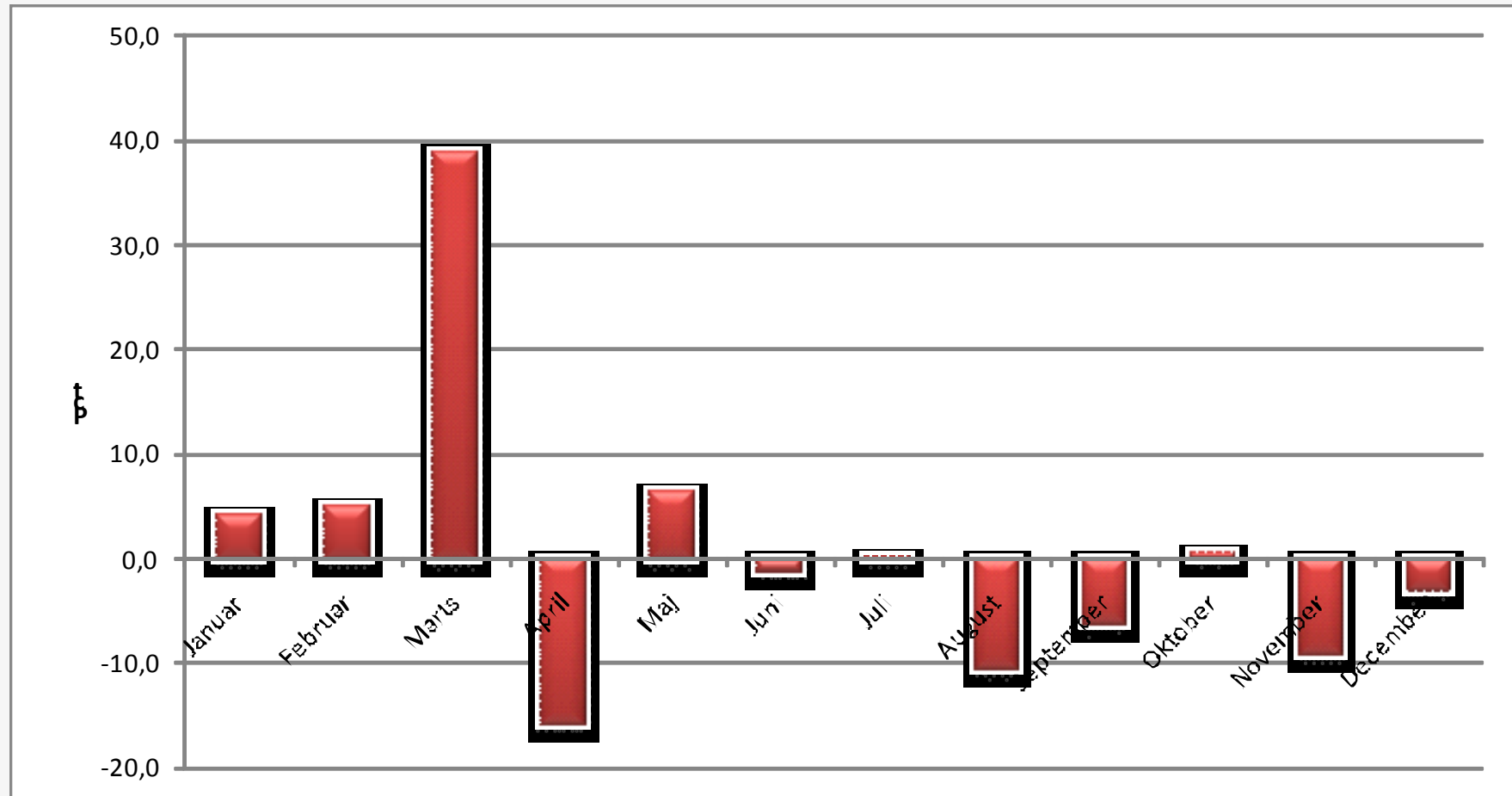
Dansk turisme indtil 2013

Af Thomas Thessen, Chefkonsulent. Cand.polit

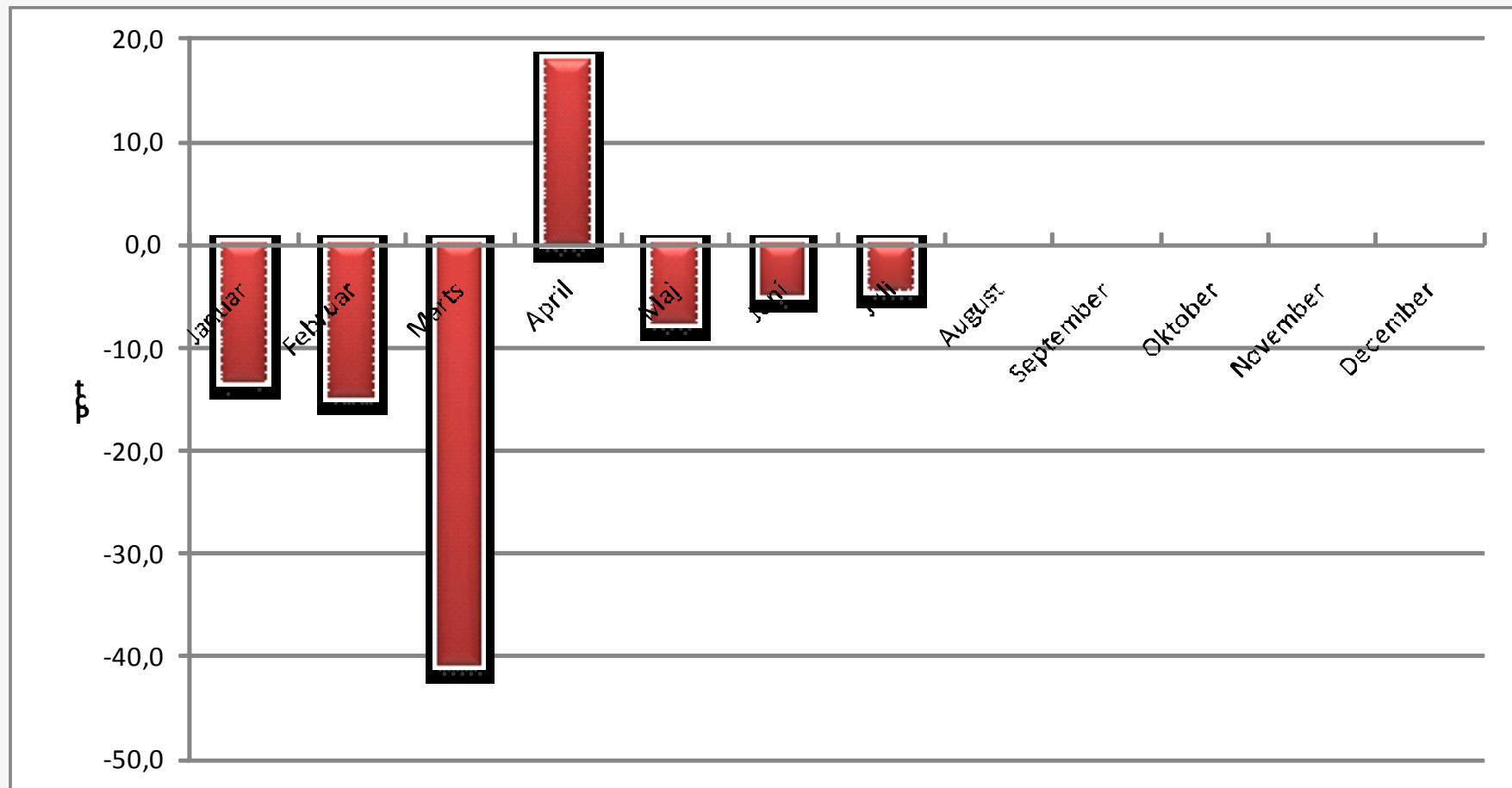


Tidligere ansat i: Danmarks Statistik, CBS som Ekstern Lektor, Best Western Hotels Denmark

Overnatningstal alle kommercielle overnatningsformer 2008. Pct. ændring i forhold til samme måned 2007



Overnatningstal alle kommercielle overnatningsformer 2009. Pct. ændring i forhold til samme måned 2008



Alle beslutningstagere er tvunget til at se ud i fremtiden.....

For at kunne tage beslutninger om investeringer, kapacitet, markedsføring osv.

Disse beslutninger tages f.eks. ud fra:

- Ens tidligere erfaringer
- Ens aktuelle booking situation
- Kommentarer fra kollegaer
- Historier i pressen
- Informationer fra brancheorganisationer o.l.
- Diverse statistikker

VisitDenmark offentliggjorde for første gang et forecast for dansk turisme 2009-2013 i juli måned. Vil blive revideret tre gange årligt – næste gang oktober/november.

Påstand:

Dette forecast vil i det lange løb kunne forbedre turisterhvervets evne til at bedømme fremtiden.

Er det da en sikker analyse, som man kan være sikker på vil blive virkeligheden?

Svar: NEJ

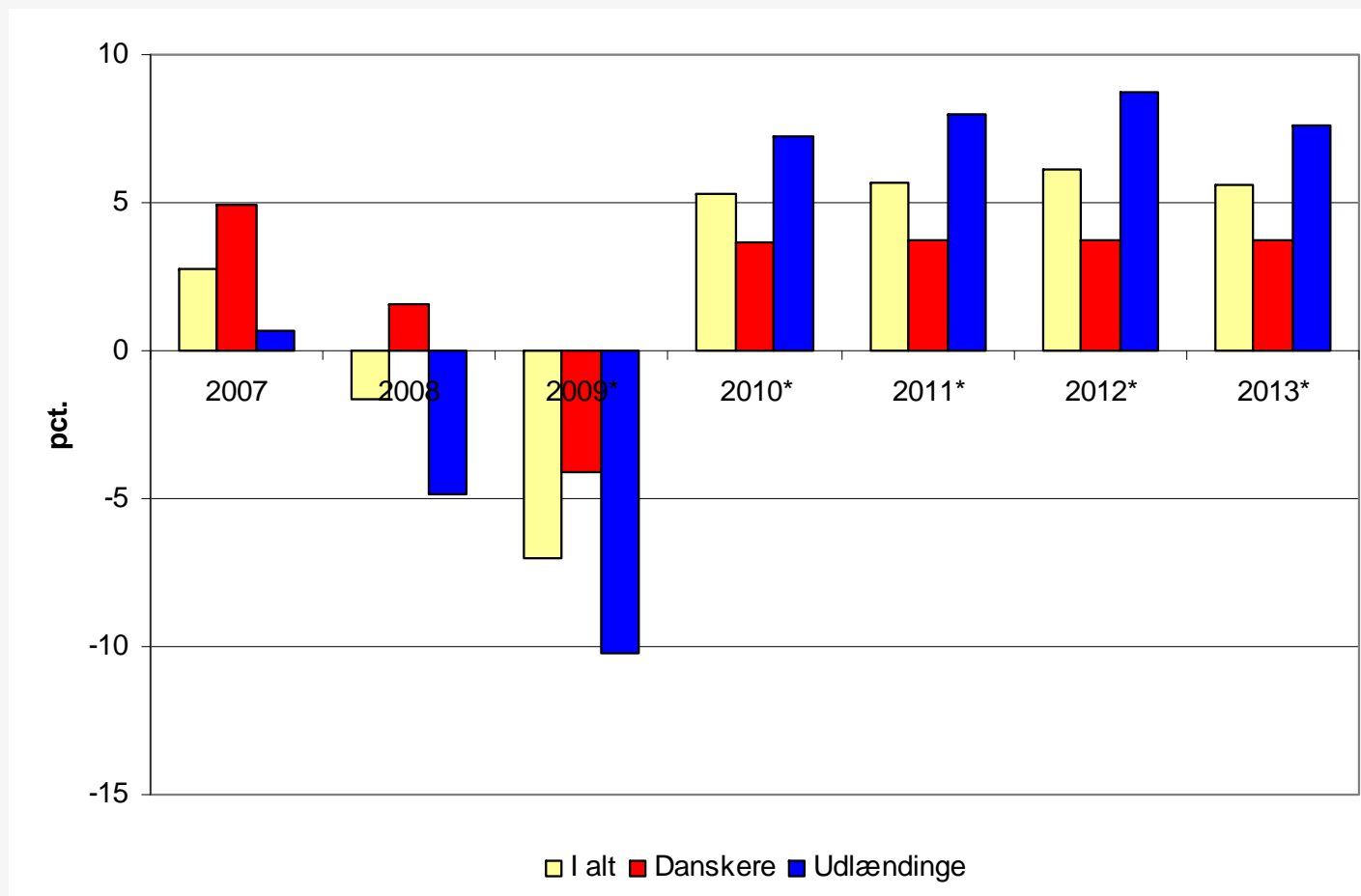
Jamen har I da så fuldstændigt mistet forstanden inden hos VisitDenmark???

Hvad siger forecastet så?

Det giver et billede af, hvordan turismen kan udvikle sig - givet et sæt af antagelser.

Det er delt op i tre scenarier: basis, negativt og positivt. Hver af dem har sit sæt af antagelser.

Basisforecast



Basisforecastet er baseret på forventninger til de makro-økonomiske faktorer, og deres historisk observeret indflydelse på turismen. *"Alt andet lige"*

Basisforecastet baserer sig på overordnet tre antagelser for perioden 2010-13:

1. Der vil være økonomiske vækst på vores hovedmarkeder i perioden. Forudses af Oxford Economics og andre økonomiske institutioner. (BNP, privat forbrug)
2. Valutakurserne vil rette sig. Forventning om stærkere svensk krone allerede fra 2010.
3. En tilbagevenden til Danmarks langsigtede trend.
(99-03: +, 03-06: ÷, 06-07: +, 07-10: ÷, 10-13: +)

Alle antagelser er baseret på økonomiske modeller – det er ikke et spørgsmål om hvad den ene eller anden synes.

Men andre scenarier kan blive virkelighed med andre antagelser:

Negativt scenarie:

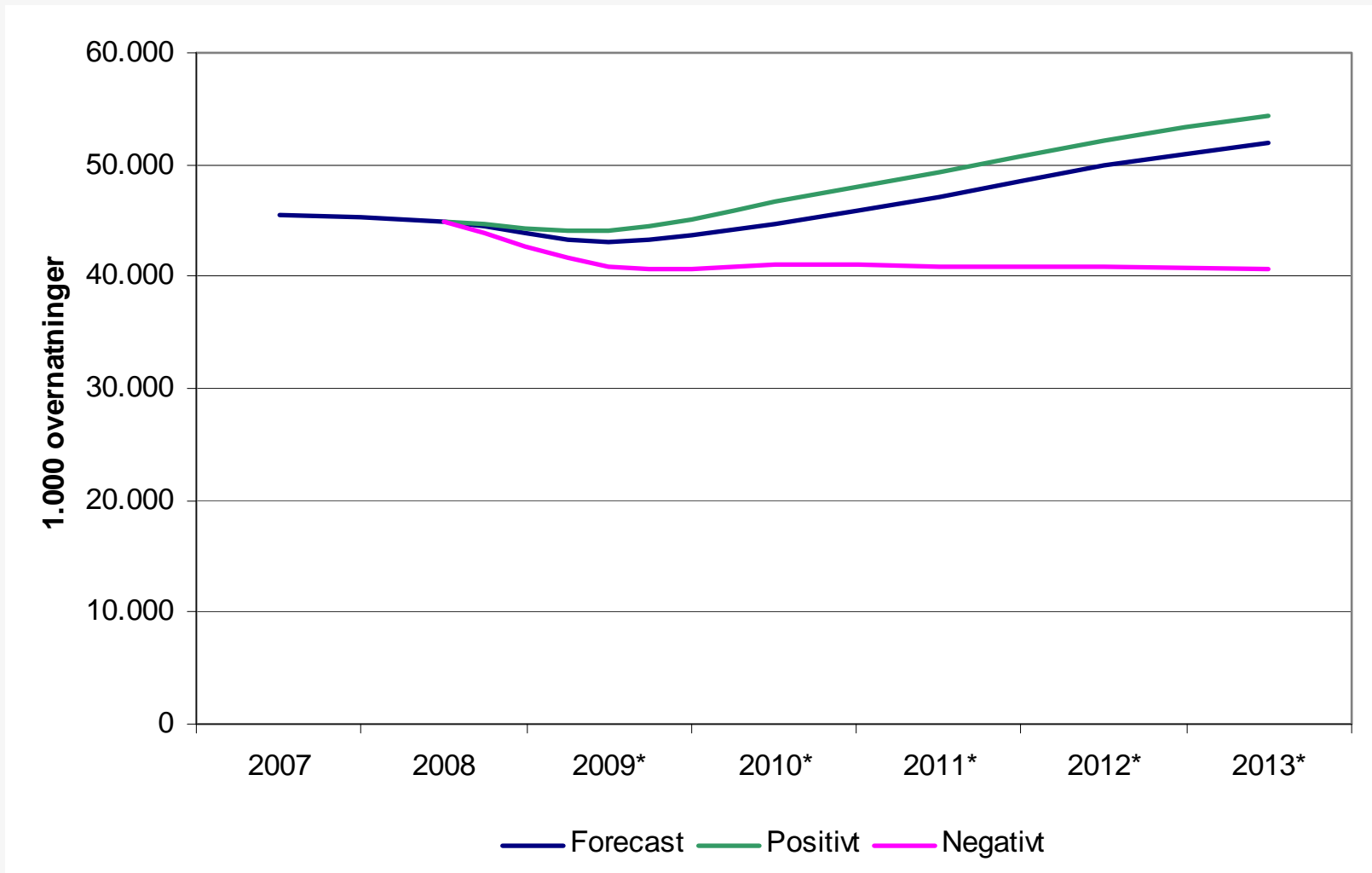
Vi vil ikke vende tilbage til vores langsigtede trend, da faldet i turismen skyldes mere strukturelle ændringer.

Derfor vil den gnst. udvikling fra de sidste 10 år fortsætte for udlændinge (-1,2 pct. p.a.) og de danske overnatninger vil ikke fortsætte med at stige ligeså positivt (2,8 pct. p.a.), men blot med 0,5 pct. p.a.

(Dog vil der komme en mindre stigning i 2010 efter et meget stort fald i 2009)

Positivt:

På grund af hurtigere effekt af de finansielle lempelser mm. vil 2010 blive bedre end basisforecastet.



Eksempel 2011:

Scenarie:	Årlig ændring udenlandske overnatninger:
Negativt Scenarie	-1,2 pct.
Basisscenarie	+8 pct.
Positivt scenarie	+ 8 pct.

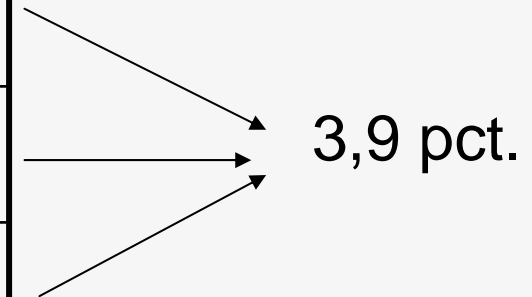
Eksempel 2011:

Scenarie:	Årlig ændring udenlandske overnatninger:	Min sandsynlighed:
Negativt Scenarie	-1,2 pct.	
Basisscenarie	+8 pct.	
Positivt scenarie	+ 8 pct.	

”Jeg tror på, at VisitDenmark har ret i, at basisscenariet er det mest sandsynlige.”

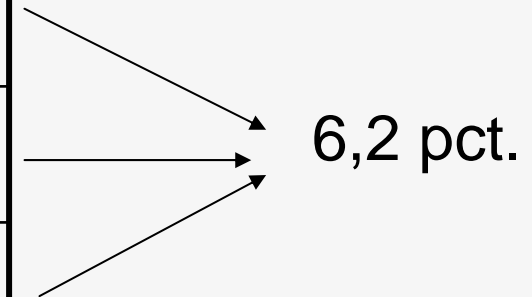
Eksempel 2011:

Scenarie:	Årlig ændring udenlandske overnatninger:	Min sandsynlighed:
Negativt Scenarie	-1,2 pct.	45 pct.
Basisscenarie	+8 pct.	50 pct.
Positivt scenarie	+ 8 pct.	5 pct.



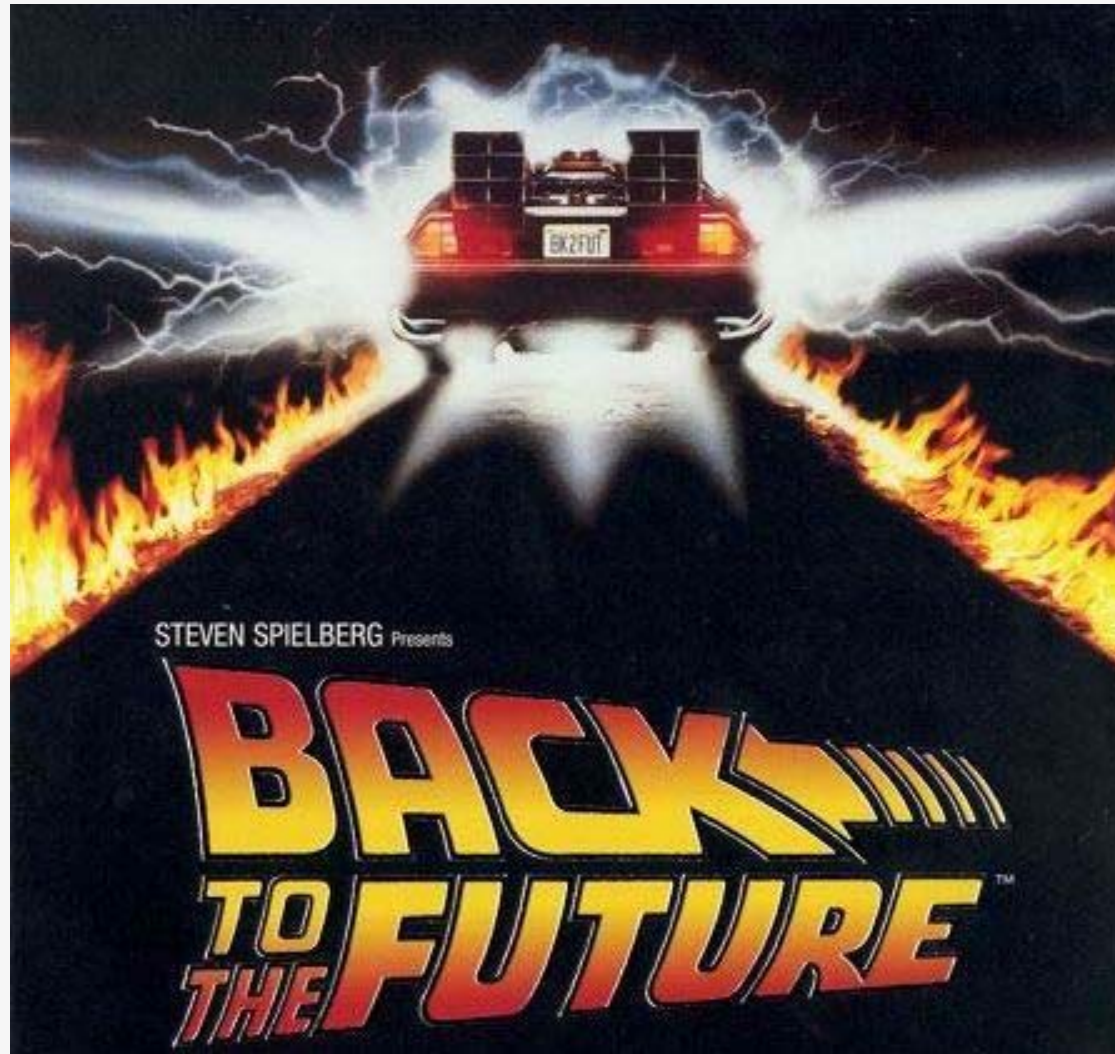
Eksempel 2011:

Scenarie:	Årlig ændring udenlandske overnatninger:	Min sandsynlighed:
Negativt Scenarie	-1,2 pct.	20 pct.
Basisscenarie	+8 pct.	60 pct.
Positivt scenarie	+ 8 pct.	20 pct.



Så hvad opnår man med et forecast?

- Man får en retningspil for, hvordan de makroøkonomiske faktorer kan indvirke på turismen.
- Man får et vidensbaseret grundlag at diskutere den fremtidige udvikling ud fra.
- Man får endnu en kilde til at hjælpe én i at tage beslutninger.
- Man kan få en ide om, hvorvidt ens målsætninger kan nås givet de makroøkonomiske faktorer.



Mange tak for opmærksomheden

Se mere og download forecast rapport:

www.visitdenmark.com/analyser

Thomas Thessen: tth@visitdenmark.com