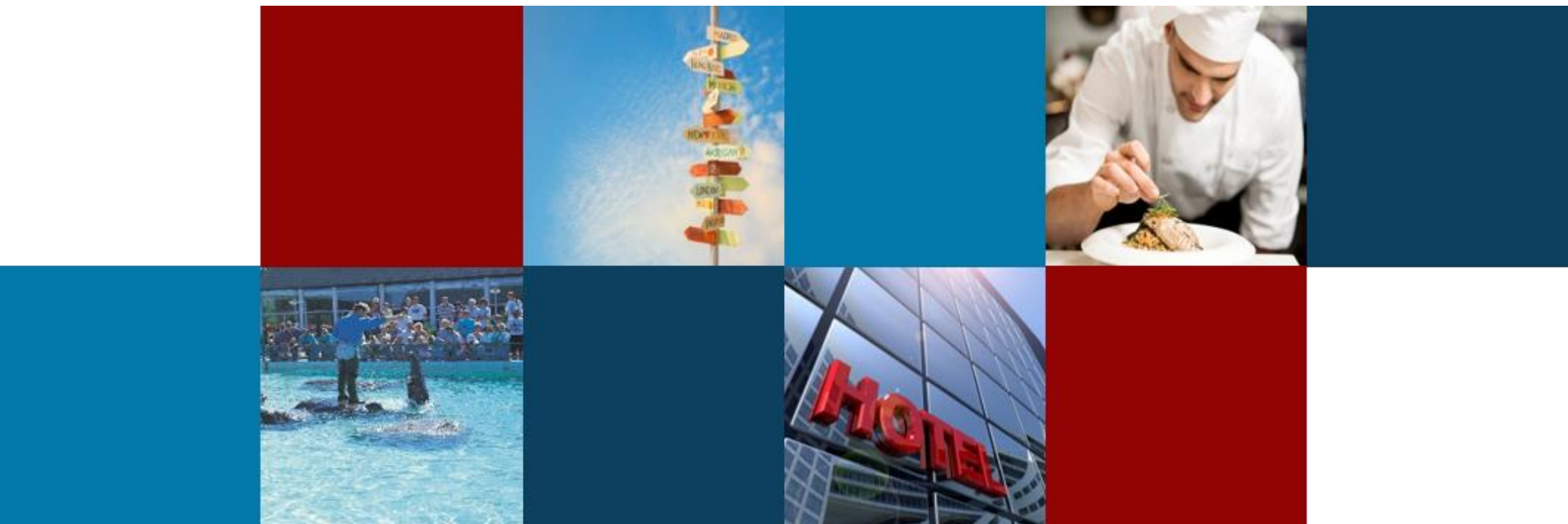




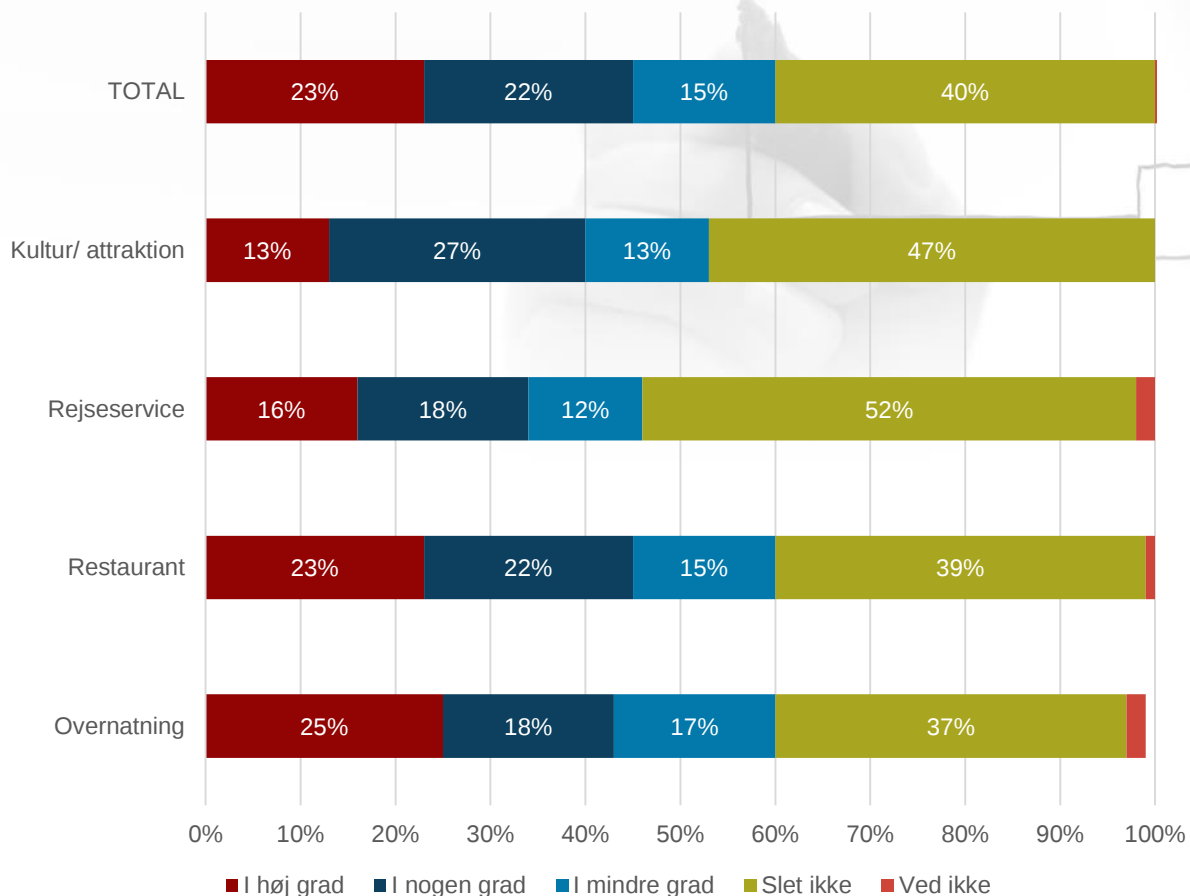
# KORTLÆGNING AF VIRKSOMHEDERS VÆKSTSTRATEGI OG UDDANNELSESNIVEAU INDEN FOR TURISMEBRANCHEN

December 2015

JYSK ANALYSE A/S

# Kompetencer

*I hvilken grad har virksomheden inden for det sidste år oplevet problemer med at skaffe kvalificeret arbejdskraft?*

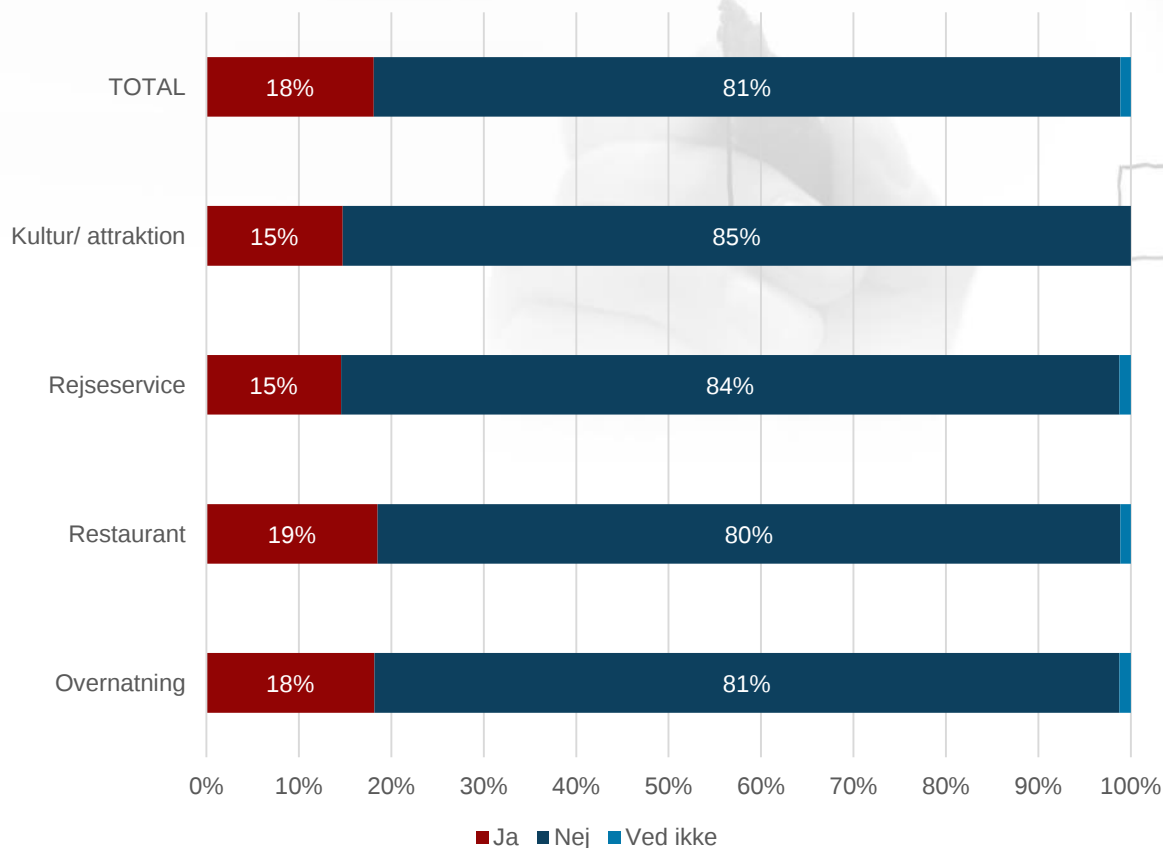


## Kommentarer

- Blandt de virksomheder, der har søgt nye medarbejdere, har næsten halvdelen inden for det sidste år i høj grad (23%) eller nogen grad (22%) oplevet problemer med at skaffe kvalificeret arbejdskraft
- I Region Nordjylland og Region Syddanmark har over halvdelen af virksomhederne oplevet problemer med at skaffe kvalificeret arbejdskraft
- En forretningsplan er ingen garanti mod problemer med at skaffe kvalificeret arbejdskraft

# Kompetencer - fastansatte

*Oplever virksomheden udfordringer med at kunne realisere nuværende forretningsplan eller mål som følge af manglende kompetencer hos de fastansatte?*

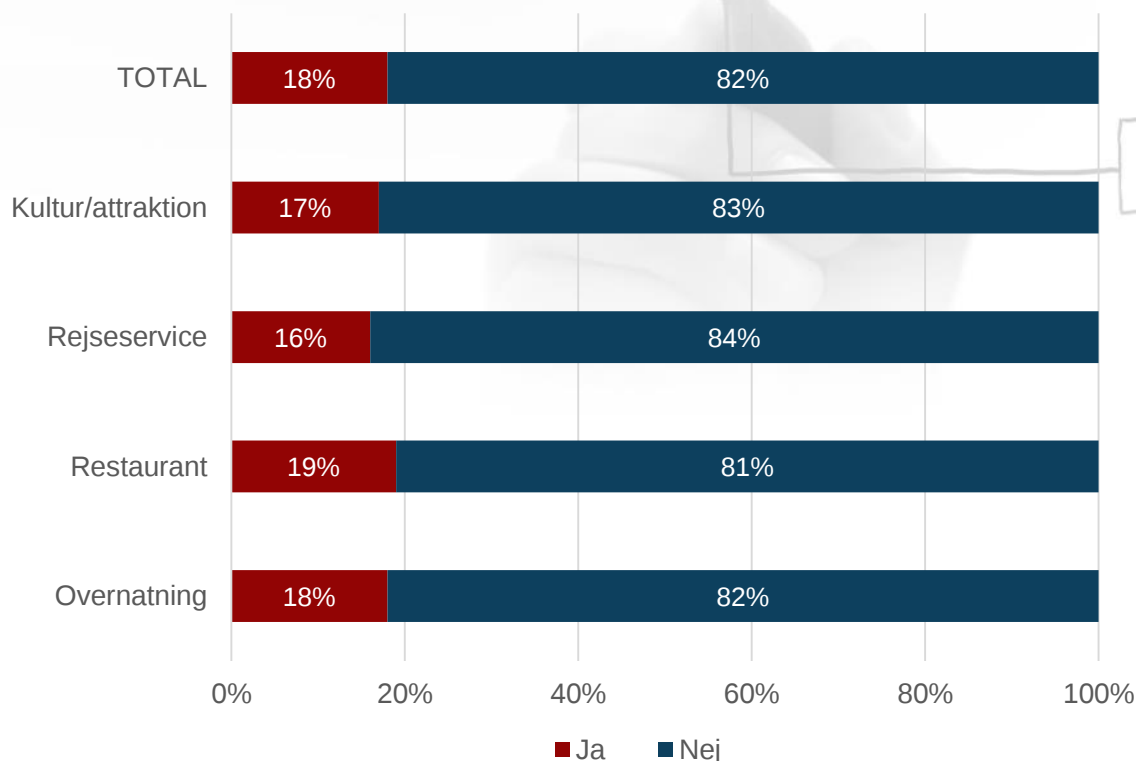


## Kommentarer

- Knap hver femte virksomhed total set og på tværs af brancherne oplever udfordringer med at kunne realisere mål som følge af manglende kompetencer hos de fastansatte
- Dette er mest udbredt blandt de større virksomheder (10-249)
- I Region Syddanmark er det ca. hver fjerde virksomhed, der oplever disse udfordringer

# Kompetencer - fastansatte

*Oplever virksomheden udfordringer med at kunne realisere nuværende forretningsplan eller mål som følge af manglende kompetencer hos de fastansatte?*



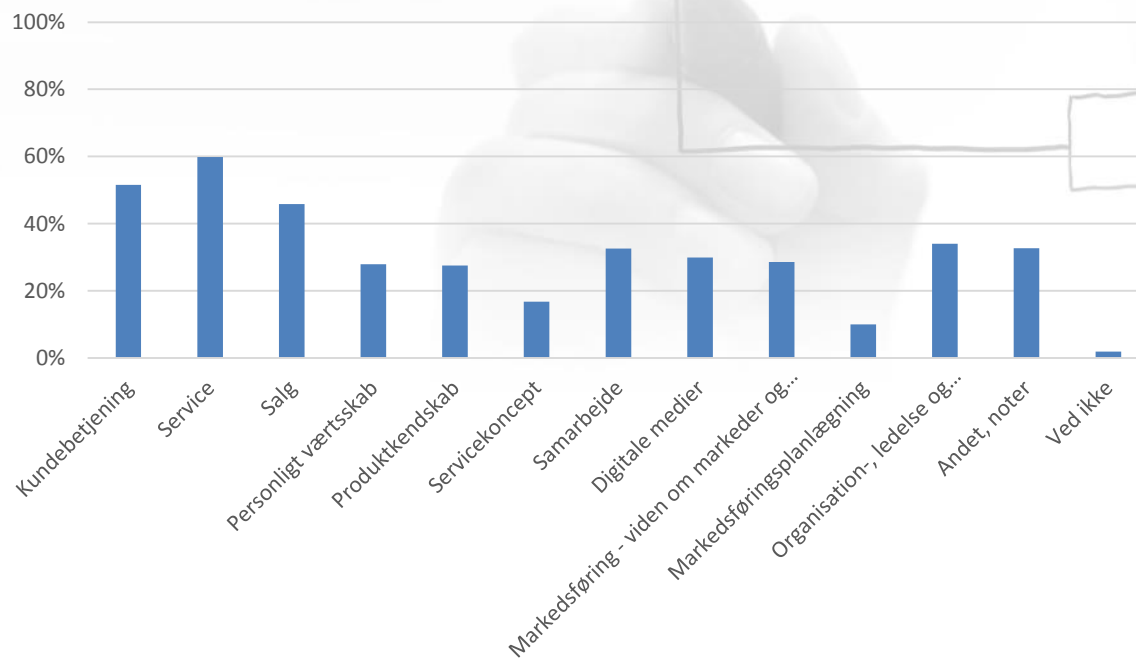
## Kommentarer

- Ca. hver femte oplever manglende kompetencer.
- Udfordringer med at realisere mål som følge af manglende kompetencer hos fastansatte er de samme for virksomheder med og uden nedskreven forretningsplan
- Det er mest udbredt blandt de større virksomheder (10-249) og i Region Syddanmark, hvor ca. 1/3 af virksomhederne, der oplever dette

# Kompetencer - fastansatte

*Hvilken form for kompetenceudvikling er der behov for hos de fastansatte?*

*Overnatning.*



## Kommentarer

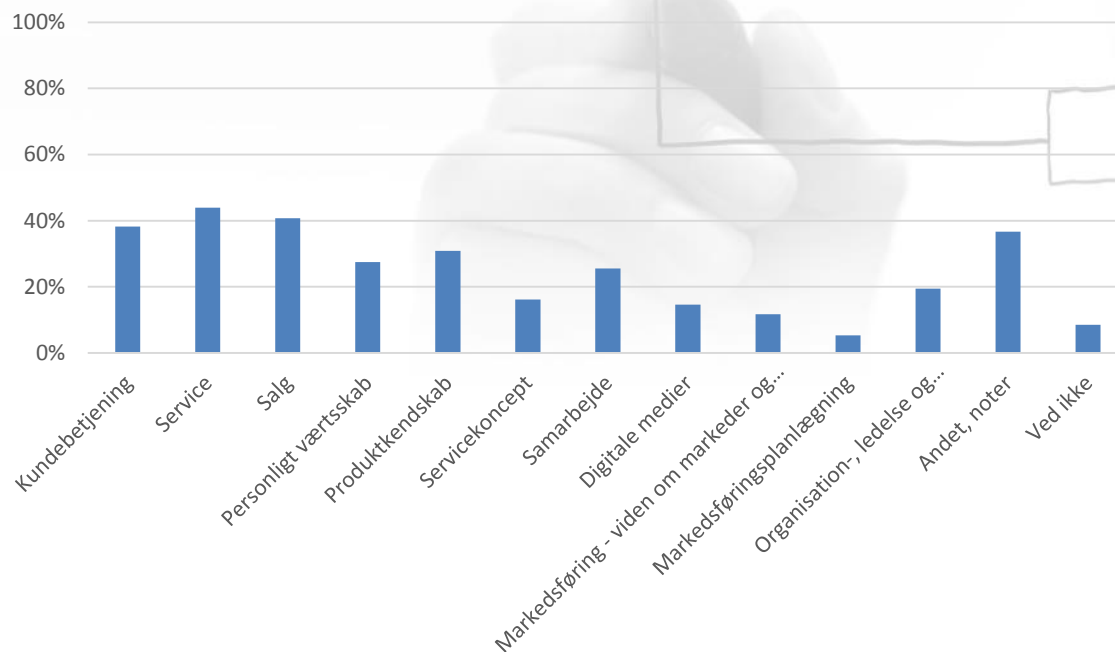
Overnatning oplever især behov for kompetenceudvikling hos de fastansatte inden for:

- Kundebetjening
- Service
- Salg
- Andet kategorien – her nævnes særligt behov for faglærte kokke, kompetente medarbejdere og tyskkundskaber (for uddybning se bilag)

# Kompetencer - fastansatte

Hvilken form for kompetenceudvikling er der behov for hos de fastansatte?

Restaurant.



## Kommentarer

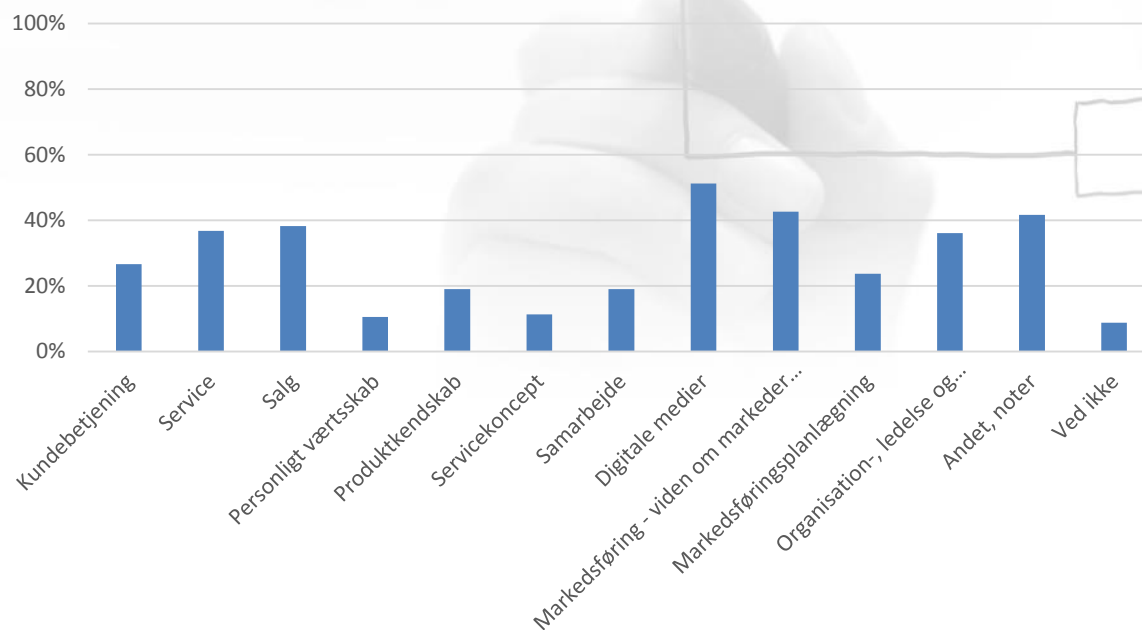
Restaurationsbranchen oplever især behov for kompetenceudvikling hos de fastansatte inden for:

- Service
- Salg
- Kundebetjening
- Andet kategorien – her nævnes særligt mangel på erfarne og faglærte kokke og tjenere. Dertil opleves et manglende engagement blandt personale (for uddybning se bilag)

# Kompetencer - fastansatte

Hvilken form for kompetenceudvikling er der behov for hos de fastansatte?

Rejseservice.



## Kommentarer

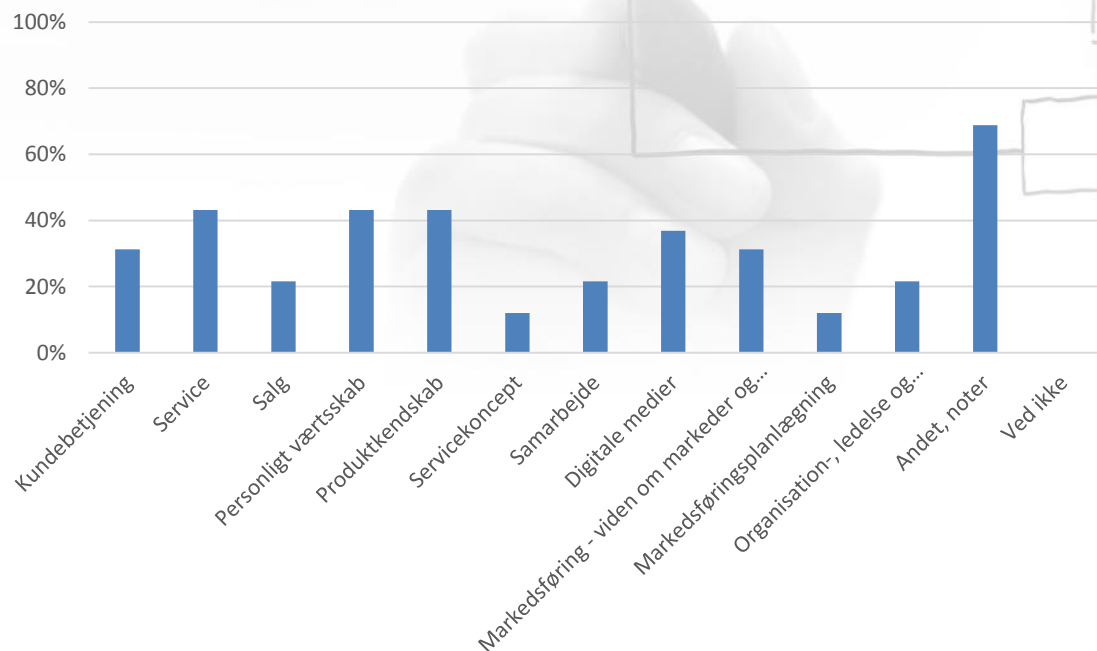
Rejseservice oplever behov for kompetenceudvikling hos de fastansatte inden for:

- Digitale medier
- Markedsføring
- Salg
- For uddybning af andet kategorien se bilag. Bemærk det lave antal respondenter

# Kompetencer - fastansatte

Hvilken form for kompetenceudvikling er der behov for hos de fastansatte?

Kultur og attraktioner.



## Kommentarer

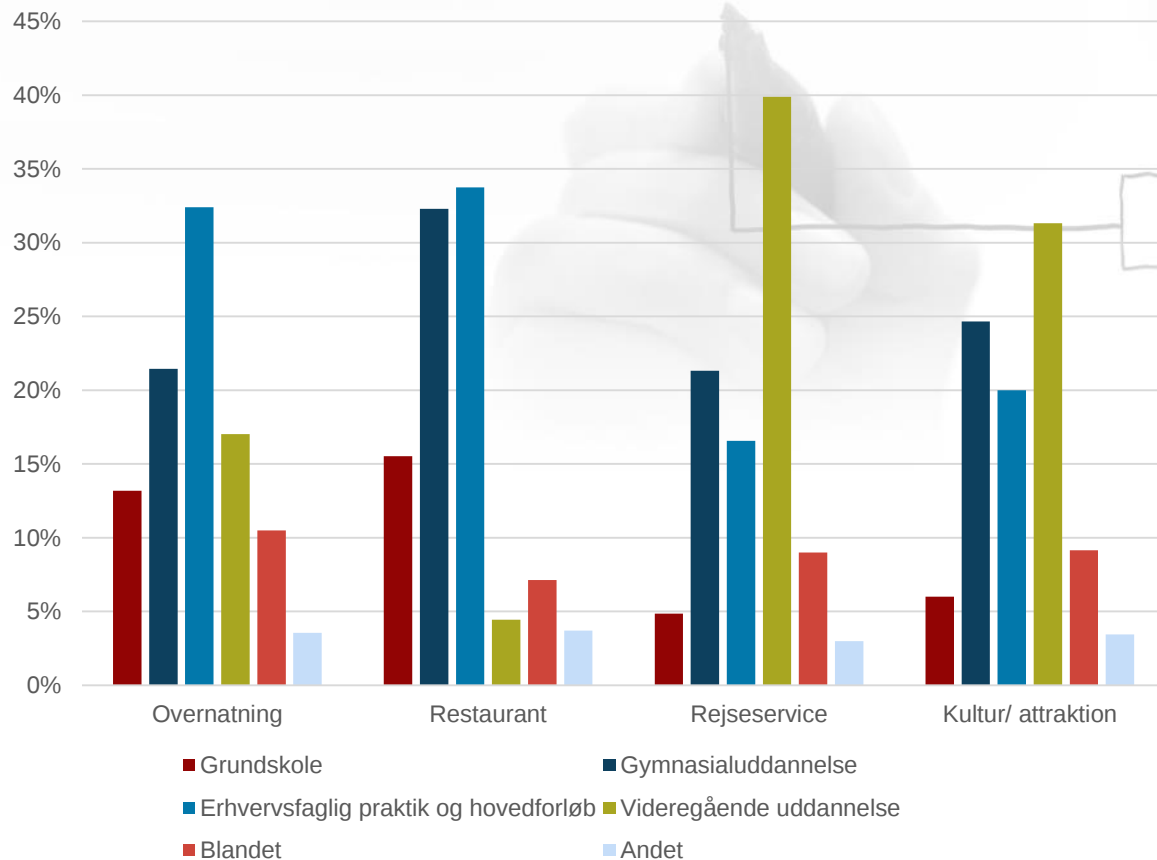
Kultur og attraktioner oplever behov for kompetenceudvikling hos de fastansatte inden for:

- Service
- Personligt værtsskab
- Produktkendskab
- For uddybning af andet kategorien se bilag. Bemærk det lave antal respondenter

Den samlede efterspørgsel blandt virksomhederne på tværs af brancherne (slide 25-28) underbygger i høj grad *Danske Turismekompetencers* forventninger til relevante temaer inden for kompetenceudvikling

# Kompetencer

*Hvilken skoleuddannelse har de fastansatte typisk i jeres virksomhed?*



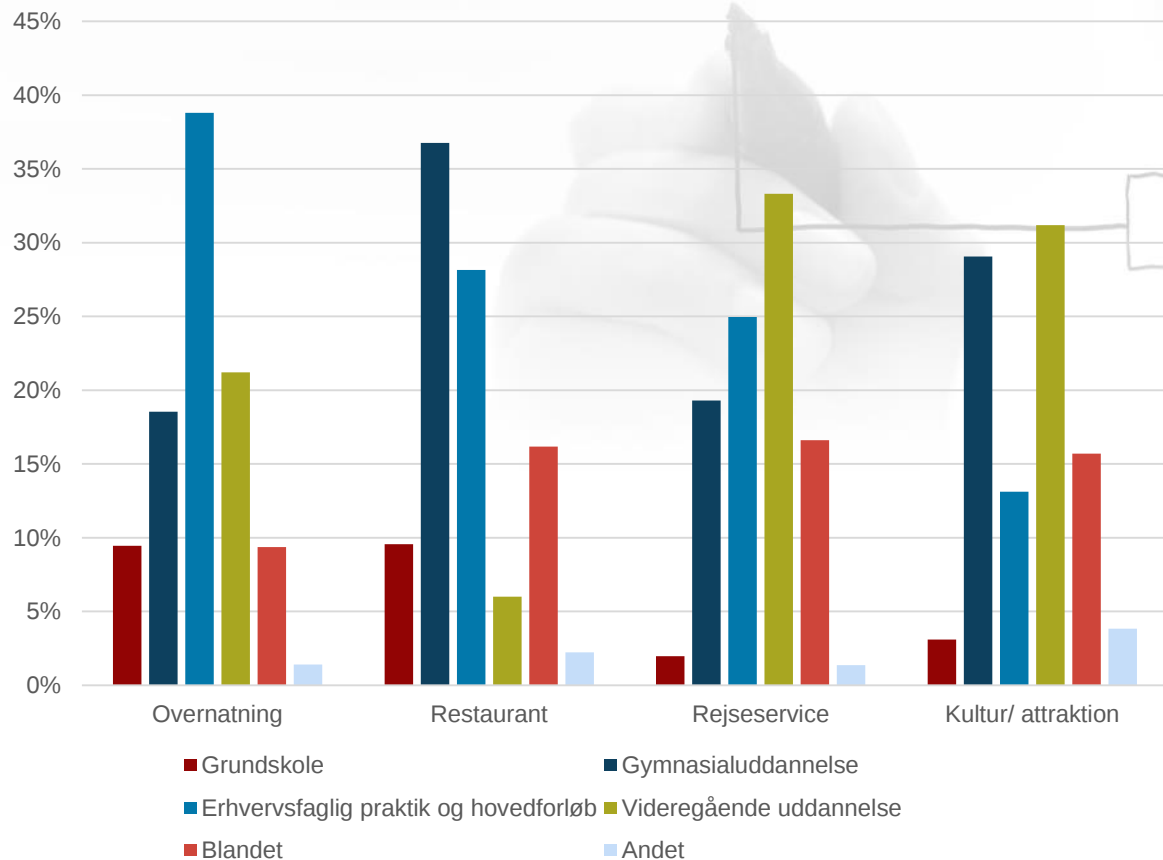
## Kommentarer

- Uddannelsesprofilen varierer fra branche til branche.
- De fastansatte i Rejse-service og Kultur/attraktioner har højeste uddannelse.

# Kompetencer

*Hvilken skoleuddannelse har de fastansatte typisk i jeres virksomhed?*

Vægtet med antal fastansatte



## Kommentarer

- Grafen er et udtryk for andel af antal ansatte. (Ikke for antal virksomheder)
- Arbejdsstyrken hos restaurant- og overnatningsvirksomhederne er præget af mange kortuddannede
- Uddannelsesniveaut er generelt højere blandt virksomheder inden for Rejse-service og Kultur/attraktion, og der er ganske få virksomheder, hvor personalets højeste uddannelse er grundskole

## Økonomiske aspekter af turismen i Destination Sydvestjylland

Her følger et kort skriv, der præsenterer nøgletal for udviklingen og betydning af turismen i Destination Sydvestjylland (DSVJ).

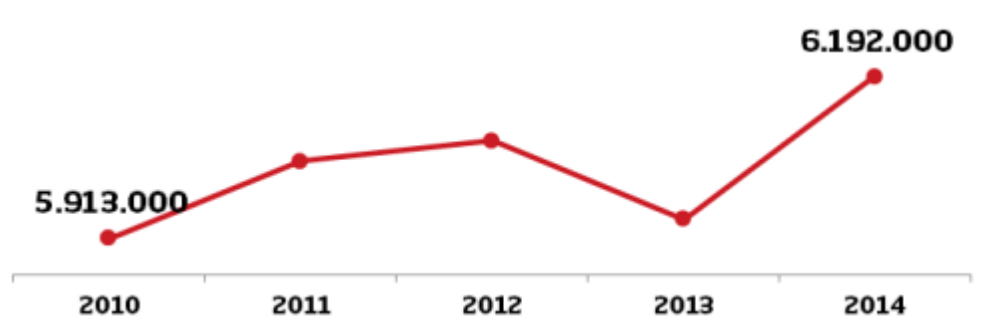
DSVJ består af 4 kommuner – Varde, Esbjerg, Fanø og Tønder. Destinations samarbejdet blev startet i 2012.

Erhvervs- og turistorganisationerne i Esbjerg, Fanø og Varde Kommuner har igangsat en fusionsproces som efter planen kan træde i kraft pr. 1. juli 2016, såfremt fusionen godkendes i organisationerne. Det forventes, at Destinationssamarbejdet fortsætter, og at der laves en samarbejdsaftale med Tønder kommune.

### Overnatningstal og udviklinger

Den bedste tilgang til data for DSVJ er Visit Danmark og Dansk Statistiks Destinationsmonitor.

Fra Destinationsmonitor 2014 – færdiggjort maj 2015 – kommer denne graf over antallet af overnatninger i Destinationens kommuner.



I Destinationens levetid – fra 2012 – ser tallene således ud:

|                            | 2012      | 2013      | 2014      |
|----------------------------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Overnatninger i alt</b> | 6.080.523 | 5.946.140 | 6.191.697 |
| Danmark                    | 1.908.012 | 1.873.234 | 1.921.636 |
| <b>Udlandet</b>            | 4.172.511 | 4.072.906 | 4.270.061 |
| Tyskland                   | 3.794.890 | 3.695.969 | 3.835.440 |

Til sidst kan nævnes, at den gennemsnitlige årlige vækst 2010-2014 er 1,2%.

Vi kan sammenligne med de nationale tal (Destinationens andel angivet i parentes):

|                            | 2012                | 2013                | 2014                |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>Overnatninger i alt</b> | 44.468.461 (13,67%) | 44.602.888 (13,33%) | 46.831.276 (13,22%) |
| Danmark                    | 22.648.760 (8,42%)  | 22.848.273 (8,2%)   | 23.633.791 (8,13%)  |
| <b>Udlandet</b>            | 21.819.701 (19,12%) | 21.754.616 (18,72%) | 23.197.485 (18,41%) |
| Tyskland                   | 12.681.067 (29,93%) | 12.260.151 (30,15%) | 12.978.387 (29,55%) |

Destination Sydvestjyllands andel af den nationale turisme ligger stabilt, og vi kan se, at Destinationen står for omtrent 30% af alle tyske turister i Danmark.

Til sammenligning stod Region Hovedstaden i 2014 for 23,55% af den samlede turisme, men blot 7,96% af den tyske turisme. DSVJ er en kritisk brik i den danske attraktivitet overfor især det tyske marked.

For 2015 findes endnu ikke en samlet opgørelse. Overnatninger i feriehuse bliver først endeligt opgjort i 2016, og da disse overnatninger almindeligvis udgør ca. 64% af destinationens overnatninger, giver det et urigtigt billede at lave en direkte sammenligning mellem 2014 og 2015.

Vi kan dog pege på foreløbige overnatningstal fra Visit Danmark og Dansk Statistik. I 2015 frem til og med november er foreløbigt registreret 46.780.604 overnatninger – en stigning på 4,5% fra 2014. De feriehustal der er tilgængelige peger på en stigning i feriehusovernatninger på 7,4%, tallet er 16.794.814.

Relevant for Destinationen er desuden, at antallet af tyske overnatninger er steget hhv. 6,3% og 7,5% - altså mere end det samlede antal. For en Destination med et overtal af tyske feriehusgæster, er dette meget positivt.

### Den økonomiske betydning for DSVJ

Hvilken økonomisk virkning har denne turisme på Destinationen?

Ifølge Destinationsmonitoren for 2014 er turismeomsætningen i DSVJ 4,6 mia. kr.

Ifølge et effektmålingsnotat fra Visit Danmark anno 2014 kan man estimere samfundsøkonomiske effekter ud fra følgende tabel – her udfyldt med DSVJs 4,6 mia. kroner:

| Estimeret samfundsøkonomisk effekt                          | Effektmultiplikator | Effekt        |
|-------------------------------------------------------------|---------------------|---------------|
| Påvirket turismeomsætning                                   | 1                   | 4.600.000.000 |
| Værditilvækst - direkte                                     | 0,31                | 1.426.000.000 |
| Værditilvækst - indirekte                                   | 0,58                | 2.668.000.000 |
| Personskatter                                               | 0,16                | 736.000.000   |
| Vareskatter, moms og selskabsskatter inkl. Afledte effekter | 0,25                | 1.150.000.000 |
| Skatter i alt                                               | 0,41                | 1.886.000.000 |
| Årsværk (job), pr. million kroner                           | 1,21                | 5.566         |

Tallene fra Visit Danmark er naturligvis nationalt dækkende, så der vil være lokale afvigelser. Da Destinationen blev dannet, fik man udarbejdet en rapport over Turismens Økonomiske Betydning, en såkaldt TØBE-rapport. Tallene er her lidt anderledes, og en tabel ville kunne se således ud:

| Estimeret samfundsøkonomisk effekt | Effektmultiplikator | Effekt        |
|------------------------------------|---------------------|---------------|
| Påvirket turismeomsætning          | 1                   | 4.600.000.000 |
| Værditilvækst                      | 0,495               | 2.277.000.000 |
| Skatter i alt                      | 0,33                | 1.518.000.000 |
| Årsværk (job), pr. million kroner  | 1,2                 | 5520          |

### Fremtidsudsigterne

#### Overnatningsprognose for Danmark 2015-2018

|         | 2011  | 2012   | 2013   | 2014  | 2015*     | 2016*     | 2017* | 2018* |
|---------|-------|--------|--------|-------|-----------|-----------|-------|-------|
| Udland  | 4,7 % | -0,5 % | -0,3 % | 7,5 % | 1½ - 3½ % | 1½ - 3½ % | 1-3 % | 1-3 % |
| Danmark | 2,4 % | -0,3 % | 0,9 %  | 3,5 % | ½-2½ %    | 1-3 %     | 1-3 % | 1-3 % |
| I alt   | 3,5 % | -0,4 % | 0,3 %  | 5,5 % | 1-3 %     | 1-3 %     | 1-3 % | 1-3 % |

\* VisitDenmarks forecast med udgangspunkt i Tourism Economics forecast af 5. februar 2015.

Kilder til overnatninger 2011-2014: Danmarks Statistik

Følgende tabel viser Visit Danmarks prognoser for 2015-2018.

28. januar 2016

Til rette vedkommende

Turismen er et vigtigt erhverv i Destination Sydvestjylland, der er et samarbejde mellem Esbjerg, Fanø, Varde og Tønder kommuner. Den årlige omsætning er således på cirka 4,6 mia. kr. Turismen beskæftiger cirka 5.500 personer og årligt er der 6,2 mio. kommercielle turismeovernatninger i Destinationen.

Destination Sydvestjylland er således en af de største turistdestinationer i Danmark, og specielt når det gælder udenlandske turister er området attraktivt, idet næsten 20 % af alle udenlandske overnatninger finder sted i de samarbejdende kommuner.

Der har været vækst i turismen i 2014 og 2015. De første målinger for 2016 viser, at vi også kan forvente vækst i år, ligesom "forecasts" for 2017 og 2018 indikerer en vækst på mellem 1 og 3 %.

For at styrke udviklingen, er det vigtigt, at der løbende er fokus på innovation og forretningsudvikling i den enkelte virksomhed. Det er derfor af stor betydning for erhvervet, at der fokuseres på uddannelse og efteruddannelse på alle niveauer. Vi kan derfor bakke op om, at der på Erhvervsakademi SydVest etableres en bacheloruddannelse i International Hospitality Management, for at sikre området højt uddannede medarbejdere, og at der samtidig åbnes op for mulighederne for efteruddannelse i branchen gennem etableringen af en akademiuddannelse i oplevelsesøkonomi.

Med venlig hilsen



Tom L. Nielsen  
Direktør, Esbjerg Erhvervsudvikling



Henrik Vej Kastrupsen  
Turistchef, Esbjerg Erhvervsudvikling

Erhvervsakademi Sydvest, Sønderborg  
Att.: Campuschef Jesper M. Axelsen  
Ørstedsgade 53  
6400 Sønderborg

### Vedr. planer om oprettelse af Serviceøkonomuddannelsen

I den nationale vækstplan for turisme fra 2014 og i regeringens plan for vækst og udvikling i hele Danmark fra 2015 fremhæves vigtigheden af og behovet for udvikling af turismen og oplevelsesøkonomien, samt behovet for at skabe rammerne for udviklingen af turismeområdet bredt i Danmark. En central udfordring og et indsatsområde, der går på tværs af både storbyturisme, erhvervsturisme og kyst- og naturturisme, er at løfte det danske serviceniveau og den danske servicekultur.

En uddannelse målrettet udvikling, planlægning, realisering og levering af serviceydelser inden for fx service, event, oplevelser, seværdigheder og attraktioner, ferie- og erhvervsturisme mv. vurderes derfor at være meget relevant.

I Sønderborg Kommune er der udarbejdet en masterplan for handel og turisme. Formålet med masterplanen er blandt andet at tiltrække flere ferie- og erhvervsturister, skabe arbejdspladser i turismesektoren og detailhandelen, udnytte områdets og Destinations Sønderjylland tre styrkepositioner til at skabe synergi og en klar rød tråd i alle indsatser samt at bane vejen for, at Sønderborg kan blive en såkaldt "Eventful city", der arbejder systematisk og integreret med by-, kultur- og turismeudvikling. Oprettelse af en serviceøkonomuddannelse anses i den forbindelse som et af de elementer, der kan understøtte den fremadrettede implementering af masterplanen.

Sønderborg Kommune bakker på den baggrund op om Erhvervsakademi Sydvests planer om oprettelse af en serviceøkonomuddannelse i Sønderborg.

Med venlig hilsen



Tim Hansen  
Direktør, Erhverv, Beskæftigelse og Sundhed