



Turisterhvervet er blevet mere innovativt

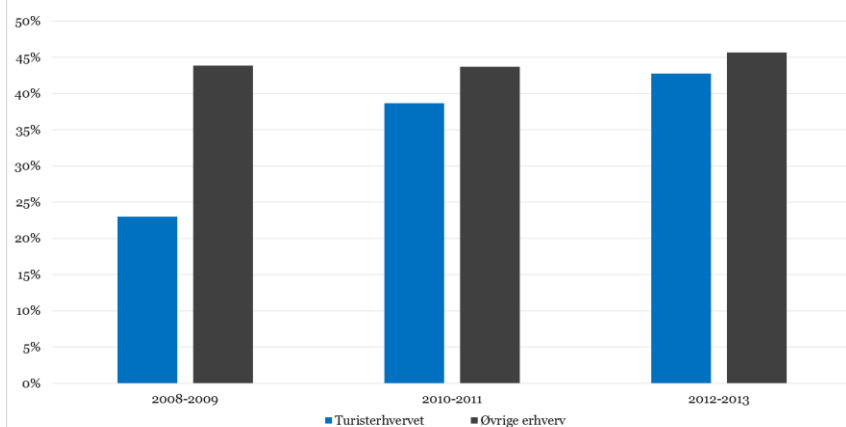
Turisterhvervet er blevet mere innovativt, men der er stadig et betydeligt efterslæb i forhold til det øvrige erhvervsliv. Innovation er vigtigt i arbejdet med at sikre turisterne højkvalitetsoplevelser.

Af fagleder Sune K. Jensen (skj@di.dk) og BSc.scient.pol Lise Sofie Sørensen (liss@di.dk)

Særkørsel fra Danmarks Statistik viser, at turisterhvervet er blevet mere innovativt. Knap halvdelen af virksomhederne har introduceret nye tiltag i perioden 2012-2013. Turisterhvervet har dog et efterslæb i forhold til de foregående år, når man sammenligner med øvrige erhverv¹.

Turisterhvervet har et innovationsefterslæb

Turisterhvervet har et innovationsefterslæb
Andel af innovationsaktive virksomheder



Note: Andel af virksomheder, der har været innovativ inden for produkt, proces, markedsføring eller organisering.
Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik for DI

¹ Innovation er målt ud fra om virksomhederne har introduceret nye produkter, nye processer, andre organisatoriske metoder og eller ny markedsføringsmetoder. Virksomheden kaldes innovativ, hvis den har udført én af de fire områder. Ofte er der en sammenhæng mellem områderne.

Siden 2008-2009 er antallet af innovationsaktive virksomhederne inden for turisterhvervet næsten fordoblet. 43 pct. af turistvirksomhederne har været innovative i løbet af 2012-2013, mens andelen af innovative turistvirksomheder var på 23 pct. i 2008-2009. Det øvrige erhverv har i samme periode oplevet en stigning fra 44 pct. til 46 pct. i antallet af innovationsaktive virksomheder.

Innovative virksomheder tiltrækker turister

Innovation er vigtig i forhold til tiltrækning og fastholdelse af turister. Både i forhold til at udvikle nye spændende produkter og nye opsigtsvækkende måde at markedsføre produkterne, men også i forhold til hele tiden at udvikle og forbedre produktiviteten i virksomhederne.

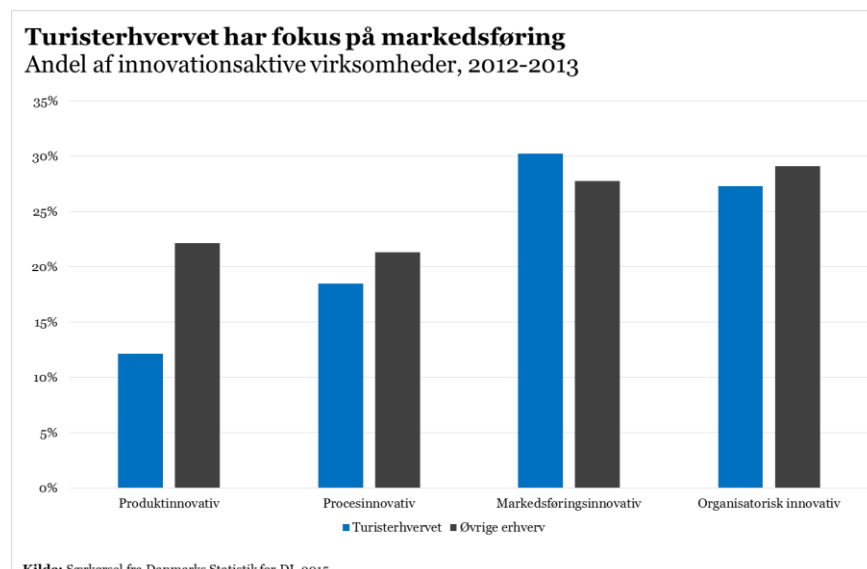
En hollandsk undersøgelse² peger på, at forlystelsesparker skal introducere nye attraktioner cirka hvert andet år for at kunne fastholde og tiltrække gæster.

Det høje prisniveau i Danmark stiller særlige krav til, at turisterhvervet hele tiden tænker nyt og udvikler nye interessante produkter og oplevelserne til turisterne. Analyse fra Videncenter for Kystturisme viser, at turisterne ikke i tilstrækkelig grad oplever, at der er sammenhæng mellem kvalitet og pris³.

Turisterhvervet er særligt innovative inden for markedsføring

Der er betydelige forskel på, hvilke områder turisterhvervet innoverer mest inden for, og her udmærker de sig særligt inden for områderne markedsføringsinnovation og organisatorisk innovation.

30 pct. af turisterhvervet er innovativ inden for markedsføring



² Cornelis, Pieter C.M. (2010), Impact of new attractions on theme park attendance, Worldwide Hospitality and Tourism Themes Vol. 2., No. 3 pp 262-280

³ Videncenter for Kystturisme (2014), Kystturisternes tilfredshed

Analysen tyder på, at turisterhvervet er særligt opmærksom på hele tiden at udvikle nye opsigtsvækkende tiltag for at tiltrække turister fra ind- og udland. Turisterhvervet er således mere innovativt inden for dette område end det øvrige erhverv. 30 pct. af turisterhvervet har i perioden 2012-2013 introduceret nye tiltag inden for markedsføring.

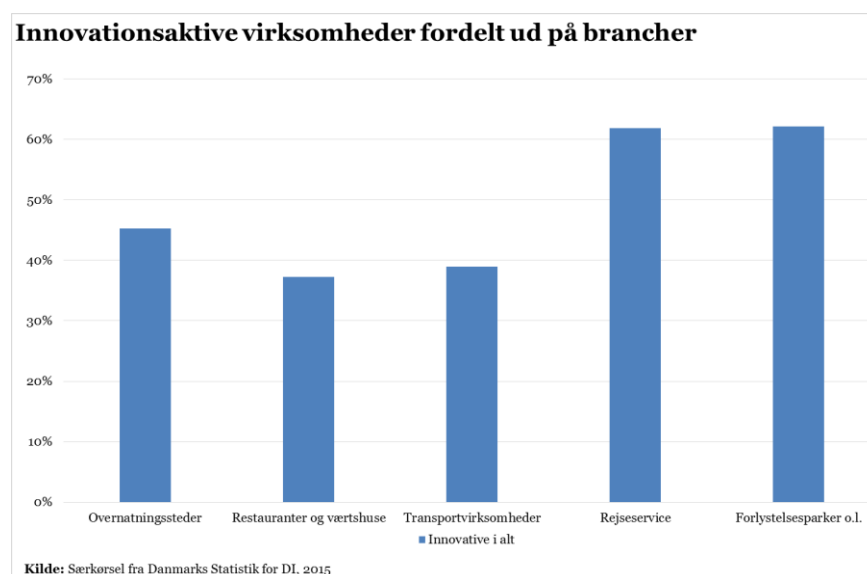
Hver 8. virksomhed har introduceret nye produkter eller services

Kun cirka hver ottende turistvirksomhed har i perioden 2012-2013 introduceret produkter eller services, der enten er nye eller væsentligt ændret. Turisterhvervet ligger her markant lavere end det øvrige erhvervsliv. Der er dog sket en stigning i antallet af produktinnovative turistvirksomheder i forhold til 2008-2009, hvor det var under 8 pct. af virksomhederne, der havde introduceret nye produkter eller services.

I 2008-2009 havde knap hver ottende turistvirksomhed indført nye eller væsentligt ændrede principper i forhold til deres organisering og arbejdsgange. I 2012-2013 var dette mere en fordoblet til godt hver fjerde turistvirksomhed.

Forskelle på innovationsniveauet inden for turisterhvervet

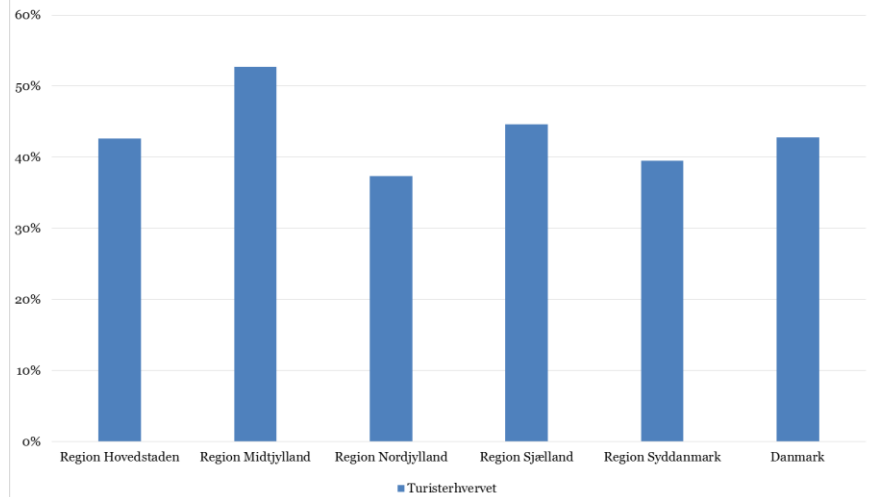
Der er forskelle på innovationsniveauet inden for turisterhvervet. Ikke mindst blandt rejsebureauer, rejsearrangører og forlystelsesparkerne har mange af virksomhederne introduceret nye tiltag i perioden 2012-2013.



Regionale forskelle

På tværs af landet er der ligeledes regionale forskelle. Særligt region Midtjylland skiller sig ud, hvor over halvdelen af turisterhvervet har været innovationsaktive i perioden 2012-2013.

Innovationsaktive virksomheder fordelt på regioner



Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik for DI