

- POLITISK NOTAT

# Efter Covid-19: 11 forslag får oplevelsesøkonomien tilbage

## Styrkede rammevilkår skal hjælpe de danske oplevelseserhverv ud af krisen

Dansk Erhverv arbejder hver dag på, at Danmark skal blive verdens bedste land at drive virksomhed i. Jo bedre vilkår vi giver virksomhederne til at skabe velstand, arbejdspladser og fremgang, jo bedre vilkår giver vi velfærdssamfundet.

Efter 22 måneder med skiftende nedlukning og genåbning ser det nu endelig ud til, at turisme, kultur- og oplevelseserhvervene går en lysere og mere stabil fremtid i møde. Mere end 80 pct. af befolkningen er vaccineret 2. gang, næsten 60 pct. 3. gang, og udsatte borgere får tilbudt 4. stik. Dertil giver den dominerende omikronvariant mildere symptomer og sygdomsforløb end sine forgængere.

Når restriktionerne er endeligt løftet, skal erhvervslivet have gang i hjulene igen. Det gælder især de virksomheder, der lever af at transportere, samle og underholde mennesker, og som har været markant hårdest ramt af de seneste to års nedlukninger. Det vil sige turisme-, kultur- og oplevelseserhvervene.

I 2020 faldt turistindtægterne med svimlende 28,5 mia. kr. og 2021 ender med stort set nulvækst. Det betyder, at turistindtægterne i 2021 endte på ca. 24 mia. kr., hvilket er det laveste siden 1996. Det er et massivt tilbageslag, der i 2020 trak ca. 60 pct. af det samlede fald i BNP på 2,1 pct. Det understreger, at det primært er virksomhederne i og omkring turismeerhvervene, der har lagt ryg til den økonomiske nedtur under coronakrisen.

Dansk Erhverv præsenterer her tre indsatsområder og 11 forslag, der skal sikre, at danske virksomheder inden for turisme, kultur og oplevelser får de bedst mulige rammer at drive virksomhed under. Det skal blandt andet ses i lyset af en intensiveret global konkurrence om turistene. Vores nærmeste konkurrenter investerer og satser i de kommende år på turismen i en sådan grad, at Danmark ikke har råd til at lade være.

*Forslagene skal ses i sammenhæng med de øvrige forslag fra Dansk Erhverv om f.eks. øget arbejdsudbud og adgang til international arbejdskraft.*

### Oversigt over indsatsområder og forslag

#### 1. Styrk konkurrenceevnen

- Sanering af afgifter
- Giv ikke-momspligtige virksomheder adgang til den lave elafgift
- Ligetil afgifter på proces- og rumvarmeenergi
- Energibeskat sommerhuse, campingpladser og lystbådehavne som helårshuse.

#### 2. Invester i markedsføring

- Øget finansiering af Copenhagen Connected og Vestdanmark Connected
- Styrket international markedsføring i en optimeret model
- Udnyt momentum og følg op på "Bare Danmark"-kampagnen
- Danmarks markedsandele af internationale kongresser, sports- og kultur-events skal øges.

### 3. Øg likviditeten

- Udskydelse af A-skat og momslån til 1. august 2022
- Fjern begrænsning på underskudsfræførsel
- Hold hånden under rejsebranchen.

## 1. Styrk konkurrenceevnen

Dansk turisme er et eksporterhverv, der er i konstant konkurrence med nabolandene såvel som destinationer længere herfra. Hvis Danmark også i fremtiden skal kunne tiltrække turister, kræver det, at virksomhederne kan præsentere et produkt, der er konkurrencedygtigt på både pris og kvalitet. Derfor skal virksomhedernes rammevilkår forbedres gennem initiativer, der sænker omkostnings- og afgiftsniveauet for turisterhvervet.

Virksomhederne har oven på to år med corona et væsentligt investeringsefterslæb, hvilket blandt andet afspejles i et dalende lånoptag i virksomhederne. Et lavere omkostnings- og afgiftsniveau kan bidrage til deres muligheder for fortsat at investere i opretholdelse af produktets kvalitet, grøn omstilling, ny teknologi og digitalisering.

### Sanering af afgifter

På kort sigt kan målrettede afgiftslettelser være med til at øge forbruget af grænsefølsomme varer i Danmark. Det skal bl.a. begrænse danskernes valfarten til grænsebutikkerne, så de lægger pengene i danske butikker. Det kan være sanering af chokoladeafgiften, kaffeafgiften, konsumafgiften og tillægsafgiften på mousserende vin. Samtidig vil det gøre danske restauranter mere konkurrencedygtige.

*Derfor foreslår Dansk Erhverv, at der afsættes 1 mia. kr. til at sanere forbrugsafgifter.*

### Giv ikke-momspligtige virksomheder adgang til den lave elafgift

Ikke-momspligtige virksomheder har ikke adgang til den lave elafgift, som de momsomfattede virksomheder har det. Det rammer især oplevelsesvirksomheder som zoologiske anlæg, akvarier og museer hårdt. Med voldsomt stigende energipriser og manglende adgang til den lave elafgift er mange virksomheder i oplevelsesindustrien fanget i et unødvendigt økonomisk krydspres.

Adgang for ikke-momspligtige virksomheder vil ifølge Skatteministeriet med betydelig usikkerhed medføre et mindreprovenu på ca. 225 mio. kr. efter tilbageløb og adfærd i første år. Den varige virkning er 100 mio. kr. årligt.

*Dansk Erhverv foreslår, at ikke-momspligtige virksomheder får adgang til den lave elafgift.*

### Ligestil afgifter på proces- og rumvarmeenergi

Overnatnings- og oplevelsesbranchen betaler en markant højere afgift på energi end de fleste andre eksporterhverv. Blandt andet har danske hoteller væsentligt højere energiudgifter end produktionsvirksomheder, fordi størstedelen af deres energiforbrug klassificeres som rumvarme fremfor procesvarme. Rumvarme har et afgiftsniveau, der er op til 16 gange højere end procesvarme, som eksempelvis vil være den største del af energiudgifterne for en typisk industrivirksomhed.

*Dansk Erhverv foreslår således, at der sker en afgiftsmæssig ligestilling af proces- og rumvarmeenergi på niveau med EU's minimumsafgift.*

### Energibeskat sommerhuse, campingpladser og lystbådehavne som helårshuse

Også sommerhusejere oplever en uforholdsmæssig hård beskatning på energiområdet. Sommerhusejere, der udlejer til turister, bliver beskattet af el-indtægten på trods af, at el-indtægten skal sendes videre til elselskabet. Dette sker i en situation med el-omkostninger i Dan-

mark, der i forvejen er højere end på andre turistdestinationer, og dermed er med til at begrænse udviklingsmulighederne for turismen i landet. En lignende problematik gør sig gældende i forhold til campingpladser, da de ikke kan gøre brug af fradrag ved den el, der bliver solgt videre ude på enhedspladserne til gæster med campingvogne/autocampere eller på havnene ved salg til både. Det samme er tilfældet for lystbådehavnenes el-indtægter.

*Dansk Erhverv foreslår, at sommerhuse, campingpladser og lystbådehavne ikke beskattes af el-indtægter, da el-indtægten sendes videre til elselskabet.*

## **2. Invester i markedsføring**

Danmark er et fantastisk ferieland med oplevelser og tilbud af høj kvalitet. Men destinationerne sælger ikke sig selv. Vores nærmeste konkurrenter og de øvrige markeder i verden forventes at øge den internationale markedsføring af deres destinationer. De eksisterende vellykkede danske tiltag inden for international markedsføring og ruteudvikling skal derfor fortsættes og fremtidssikres. Både i forhold til finansiering og model.

### **Øget finansiering af Copenhagen Connected og Vestdanmark Connected**

Danske lufthavnes internationale rutenet skal understøttes, sikres og udbygges til glæde for hoteller, restauranter, museer og forlystelser – og de mange virksomheder fra det øvrige danske erhvervsliv, der lever af at lave forretning internationalt. Det er afgørende for en lille, åben økonomi som den danske, at vi har en stærk international infrastruktur i form af en central lufthavn med et stærkt rutenetværk og hubfunktion (CPH), og at øvrige lufthavne har stærke netværk. Derfor skal arbejdet med tiltrækning og udvikling af flyruterne til Danmark fortsætte.

*Konkret foreslår Dansk Erhverv, at der afsættes 15 mio. kr. årligt i en fireårig periode til finansiering af ruteudviklingsprojekterne Copenhagen Connected og Vestdanmark Connected.*

### **Styrket international markedsføring i en optimeret model**

Med et forventet øget markedsføringstryk fra mange konkurrenter internationalt er Danmark nødt til at forhøje indsatsen i kampen om de internationale turister, hvis Danmark ikke skal tabe vigtige markedsandele. Der skal derfor sættes ekstraordinære midler af til international markedsføring af Danmark som rejsemål for ferie-, erhvervs- og mødeturister.

Den øgede digitalisering har gjort, at virksomhedernes efterspørgsel og behov for markedsføring er anderledes end tidligere. Det er ikke længere så attraktivt for den enkelte virksomhed at indgå i brede kendskabskampagner, når synlighed og tilstedeværelse kan nås digitalt gennem bookingportaler, adwords og sociale medier. Efterspørgslen har ændret sig, og modellen er ikke længere tidssvarende. Samtidigt har virksomhederne i turismen de seneste år samlet set haft betydelige tab. Robustheden og investeringsmulighederne også i markedsføring er derfor begrænsede.

Det offentlige turismefremmesystem skal derfor påtage sig en større del af opgaven og finansieringen af internationale destinations- og kendskabskampagner. Derfor foreslår Dansk Erhverv at nedjustere de krav om privat medfinansiering, som ofte følger offentlige midler til VisitDenmark og destinationsselskaberne, så virksomhederne kan samle deres arbejde om at skabe konkrete salg.

Coronakrisen har ramt dansk erhvervsliv asymmetrisk i 2020 og 2021. Hvor mange virksomheder inden for f.eks. e-handel og byggeri har set en stor positiv vækst i omsætning og efterspørgsel, har mange virksomheder blandt turisme-, kultur- og oplevelseserhvervene oplevet det modsatte. Det samme har gjort sig gældende geografisk. Hvor Østdanmark har blødt besøgende, gæster og omsætning, har store dele af Vestdanmark klaret sig bedre. Nogle endda med positive væksttal i forhold til 2019. Dansk Erhverv mener derfor, at der særligt skal øre-

mærkes midler, der kan forstærke væksten i kystdestinationerne og samtidig genstarte oplevelsesøkonomien i hovedstaden, så Københavns position internationalt kan genoprettes, og byens erhvervsliv få et nødvendigt boost efter to år uden internationale gæster.

*Dansk Erhverv foreslår, at der i 2022, 2023 og 2024 årligt afsættes 20 mio. kr. til international markedsføring af Danmark og hovedstaden ud over VisitDenmarks og Wonderful Copenhagens hidtidige grundfinansiering. Midlerne udmøntes til VisitDenmark og Wonderful Copenhagen, der koordinerer markedsføringen af Danmark og hovedstaden.*

*Dansk Erhverv foreslår desuden, at kravet om medfinansiering generelt bortfalder for alle offentligt finansierede markedsføringsindsatser.*

### **Udnyt momentum og følg op på "Bare Danmark"-kampagnen**

Internationale rejserestriktioner og nedlukninger har under coronakrisen åbnet mange danskeres øjne for Danmark som ferieland. Det, som tyske, norske og svenske turister har vidst i mange år, gik pludseligt op for danskerne selv. Danmark er et smukt og pragtfuldt ferieland.

Det blev blandt andet understøttet af den stort anlagte markedsføringskampagne, 'Bare Danmark', der var målrettet danskerne, og som blev til i et samarbejde mellem VisitDenmark og Danske Destinationer.

*Dansk Erhverv foreslår, at momentum udnyttes ved i 2022, 2023 og 2024 årligt at afsætte 10 mio. kr. til en ekstraordinær markedsføringsindsats med det formål, at flere danskere bliver i Danmark. Det er for virksomhederne afgørende, at indsatsen koordineres bedst muligt på tværs af de danske destinationer.*

### **Danmarks markedsandele af internationale kongresser, sports- og kulturevents skal øges**

Danmark har i en årrække haft en styrkeposition på eventområdet. København har de seneste 20 år været blandt de største møde- og konferencebyer i verden. Også Aalborg, Aarhus og Odense er at finde på listerne, og har en betydelig kongresforretning drevet af lokale styrkepositioner og forskningsmiljøer på universiteterne. Også på sportseventområdet har Danmark særligt de seneste år været vært for betydeligt flere internationale mesterskaber, end Danmarks størrelse og indflydelse i de internationale idrætsorganisationer burde tilsige. Det samme gælder på kulturområdet.

Baggrunden er dels effektiv logistik (lufthavne, metro m.v.), dels styrker inden for sikkerhed, logistik, IT og venue-området. Disse styrker blev tydeliggjort, da Danmark med kort varsel overtog det fulde værtskab af EM i damehåndbold i december 2020 og ved genåbningen af superligaen i maj-juni 2020, hvor Danmark på baggrund af protokoller udviklet af Divisionsforeningen, sundhedsmæssigt forsvarligt, gennemførte superligakampe med flere tusinde tilskuere. Danmark havde succes med EURO 2020 og det netop gennemførte World Pride var en succes. Danmark bør udnytte denne position til at vinde markedsandele efter coronapandemien.

*Dansk Erhverv foreslår, at der i 2022, 2023 og 2024 årligt afsættes 8 mio. kr. til at forøge tiltrækningen af international møde- og kongresturisme og internationale kulturevents efter pandemien. Midlerne skal bl.a. kompensere for erhvervets reducerede bidrag til arbejdet som følge af manglende likviditet, herunder til investering i destinationsselskabernes budarbejde m.v. Midlerne udmøntes via MeetDenmark.*

*Dansk Erhverv foreslår også, at der i 2022 og 2023 årligt særskilt afsættes 5 mio. kr. til at Wonderful Copenhagen kan positionere København internationalt som World Capital of Architecture 2023 i samarbejde med Københavns Kommune og andre relevante aktører.*

Dansk Erhverv foreslår desuden, at der årligt i 2022, 2023 og 2024 afsættes ekstra 4 mio. kr. i regi af Sport Event Danmark til det langsigtede arbejde med at tiltrække store sportsevents til afvikling i fremtiden og til et kortsigtet arbejde med at udvikle nye formater for sports-events.

### 3. Styrk likviditeten

Efter snart to år i dybfryseren er mange virksomheders kasser tomme. Den manglende indtjening har tæret på egenkapitalen, og det sidste fedtlag er skåret bort. Dansk Erhverv mener derfor, at ellers sunde virksomheder, der står over for mulig konkurs på grund af tilbagebetalingskrav fra det offentlige mv., skal have en hjælpende hånd i en ekstraordinær situation.

#### Udskydelse af A-skat og moms lån til 1. august 2022

En lang række skatte- og momsfrister forfalder i løbet af 2022, og der vil komme nye moms-betalingsfrister i løbet af det første halvår 2022. Coronaen har desværre ikke sluppet sit tag, og som følge af de statslige tvungne nedlukninger hen over vinteren 2021/22 har en del virksomheder fortsat ikke fået den nødvendige indtjening til at tilbagebetale de udskudte Coronalaån.

Dansk Erhverv foreslår derfor, at de fire lån, der står til betaling den 1. april 2022, bliver udskudt til endelig betaling den 1. august 2022. Hvis der ikke kommer yderligere nedlukninger, vil det være Dansk Erhvervs udgangspunkt, at der derefter ikke vil være behov for yderligere udsættelser.

#### Fjern begrænsning på underskudsfrørelse

Virksomhederne har under coronapandemien opbygget store underskud, der i de kommende år risikerer at tynde dem. Som udgangspunkt kan underskud fremføres ubegrænset, men der er grænser for, hvor meget der kan modregnes i et enkelt år. Denne begrænsning gør, at krisen vil tynde hoteller og restauranter i længere tid end nødvendigt. Begrænsningen er u hensigtsmæssig, eftersom man ved at lade virksomhederne modregne de opbyggede underskud kan sikre, at der går færre år, før der igen er overskud, som kan bruges til investeringer.

Dansk Erhverv foreslår derfor permanent at fjerne den beløbsmæssige begrænsning på brug af fremførte underskud, der findes i lovgivningen i dag. Muligheden var også tidligere gældende i Danmark, og den kendes fra flere andre lande som Sverige og Norge. Her og nu vil ophævelsen gavne alle virksomheder.

#### Hold hånden under rejsebranchen

Den nuværende statslige garanti til Rejsegarantifonden på oprindeligt 1,5 mia. kr. står til at udløbe 28. februar 2022. EU's statsstøtteregler giver mulighed for at forlænge garantien til 30. juni 2022. I denne uforudsigelige tid, hvor branchen i lange perioder ikke har haft mulighed for indtjening, vil det være hensigtsmæssigt, at virksomhederne har fortsat mulighed for at optage lån, skulle det blive nødvendigt. Det må forventes, at nogle rejsebureauer vil have brug for at få dækket deres tab på aflyste rejser også efter den 28. februar og frem til 30. juni 2022

Den eksisterende statsgaranterede lånemulighed bygger på en forudsætning om, at aflyste rejser skal være betingede af corona i form af aflysninger på grund af Udenrigsministeriets rejserestriktioner. I dag er det dog modtagerlandenes indrejserestriktioner, som rejsebranchen og de rejsende danskere bøvler med, og som har en begrænsende effekt på branchens virke. Derfor bør det tilsikres, inden for EU's regler på området, at det er alle aflysninger betinget af corona, som er omfattet af ordningen – uanset, om det er Danmarks eller modtagerlandets rejserestriktioner, som betinger aflysningen.

Trækket på lånepakkerne har vist deres relevans, og der er blevet udbetalt over en halv milliard kroner til rejsebureauerne, siden låneordningen blev åbnet. Det er et stort beløb, der skal

tilbagebetales. Der er bekymring for, at flere af rejsebureauerne efter to år med en elendig indtjening ikke vil være i stand til at betale deres lån tilbage i overensstemmelse med låneaf-talen. Man skal her huske på, at lånekonstruktionen til rejsebureauerne blev udtænkt i april og maj 2020. Dengang, alle troede, at i 2021 ville Danmark igen være fri for corona, og at danskerne derfor ville begynde at rejse "normalt" senest i foråret 2021.

Dansk Erhverv opfordrer desuden til, at der politisk arbejdes på ophævelse af alle indrejsere-striktioner i andre lande – især inden for EU. Hvis Danmark åbner, men udlandet opretholder restriktioner på indrejs, kan det skabe en uhensigtsmæssig asymmetri. Både i forhold til dan-skere, som vil rejse på ferie i udlandet, og som mødes med restriktioner. Og for udenlandske turister, som gerne vil til Danmark og bo på vores hoteller og spise på vores restauranter, men som mødes af indrejserestriktioner ved deres hjemrejse.

*Dansk Erhverv foreslår at forlænge den statslige garanti til Rejsegarantifonden til den 30. juni 2022.*

*Dansk Erhverv foreslår samtidig, at alle aflysninger betinget af corona omfattes af ordningen.*

*Dansk Erhverv foreslår yderligere, at der politisk arbejdes for, at regeringen inden for rammerne af statsstøttere reglerne afsøger mulighederne for, at rejsebureauernes lån forbedres.*