

# Optimistiske meldinger fra turistbranchen

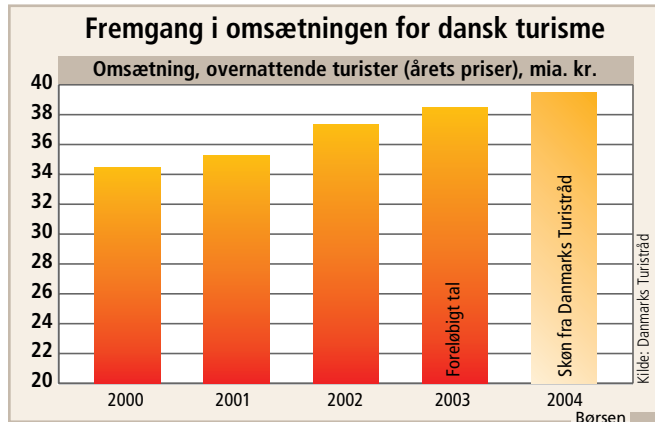
Trods det dårlige sommervejr tror hovedparten af turistindustrien på fremgang i 2004. Kun på campingområdet forventer man en beskedent tilbagegang

## Turisme

AF LAURITS HARMER LASSEN

Selv ikke det lunefulde danske sommervejr kan ødelægge humøret i den danske turistbranche. Branchen har det generelt godt, og trods sommerregn i strid strømme forventer branchen stigende turistindtægter i 2004. Det er meldingen fra en række foreninger i branchen.

I Danmarks Turistråd forventer man en fremgang i omsætningen fra overnattende turister på omkring 1 mia. kr. i forhold til 2003. Hvis det hol-



der stik, bliver omsætningen fra turister, der vælger at tilbringe natten i Danmark, på næsten 39,5 mia. kr. i år.

»Det er et løst skøn, der bl.a. er baseret på meldinger fra vores repræsentationer i udlandet. Vi får bl.a. meget positive meldinger fra USA, Japan og Kina,« siger ansvarlig for Danmarks Turistråds markedskontor, Flemming Bruhn, der dog ikke vil spå om udviklingen i endagsturismen.

Flemming Bruhn afviser hermed, at den seneste måneds knap så turistvenlige vejr får den helt store indflydel-

se på omsætningen i branchen.

»Mange planlægger deres ferie lang tid i forvejen og kommer uanset vejret. Vi er mere nervøse for, om det påvirker turismen næste år, men på den anden side har hele Nordeuropa haft dårligt vejr,« siger han.

## Horesta optimistisk

Også hotellernes, restauratørernes og turisterhvervenes brancheorganisationen, Horesta, har bevaret optimismen. Formand Egon Klitgaard forventer, at branchen vil nyde godt af det spirende økonomi-

ske opsving, men han fremhæver vejret som en hæmmende faktor. Set over hele året tror Egon Klitgaard på en beskedent fremgang.

Omtrent samme melding kommer fra Feriehusudlejernes Brancheorganisation. Her fremhæver formand Kaj Frederiksen, at man i forvejen ikke har haft nogen ledig kapacitet de sidste par uger. Dermed har regnvejret ikke fået den store indflydelse.

Et af de områder, der formentlig igen i år slår alle rekorder, er krydstogtturismen. 270 skibe har meldt deres ankomst til København i 2004 mod sidste års rekord på 246 skibe. Wonderful Copenhagen forventer, at krydstogtturismen i alt vil generere en rekord-omsætning på 578 mio. kr. i København i år.

Mens de fleste i turistbranchen melder om positive udsigter, forventer formand for Campingrådet, Preben Christensen, en tilbagegang på omkring 2 pct. sammenlignet med sidste år.

»Vejret er ikke med os, og camping er og bliver vejrafhængigt. Men efterårssæsonen kan jo stadig blive god,« siger han.

En opgørelse fra Danmarks Statistik tidligere på sommeren viste, at antallet af camping-overnatninger mellem januar og maj er steget med 11,4 pct. i forhold til sidste år. Samme opgørelse viser, at hoteller og feriecentre gik frem med 3,1 pct. i årets første fem måneder.

laurits.harmer.lassen@borsen.dk

## Fly presser busselskaber

AF LAURITS HARMER LASSEN  
OG JACOB BREJNEBØL KNUDSEN

Busbranchen er i disse dage i chok over den tragiske ulykke ved Köln i weekenden, men de danske busvognmænd slås også med for mange udbydere inden for udlandskørslen.

Direktør i brancheorganisationen Danske Busvognmænd, Steen Bundgaard, peger desuden på, at busmarkedet er under stigende pres fra flyselskaberne. Det rammer især de lange ture til Sydeuropa.

»Det er ikke særligt lukrativt blot at køre gæsterne frem og tilbage mellem Danmark og turistlandet. Men når vi taler egentlige rundture, hvor bussen følger gæsterne helt ud til de enkelte udflugtsmål, går det bedre,« forklarer Steen Bundgaard.

Han kalder branchen særdeles presset, men tror dog, at det vil gå en smule frem de kommende år.

## Flere afslår at køre til udlandet

Flere selskaber afstår i dag helt fra at køre til udlandet, fordi det ikke kan betale sig på det pressede busmarked.

»Jeg må decideret fravælge turistikørsel sydpå – jeg kan ikke få det til at løbe rundt,« siger Preben Paaske, der er direktør i Auto-Paaske, som har 31 busser til turistikørsel.

Han langer ud efter nogle af sine konkurrenter, som ikke følger spillereglerne på markedet. Der er både problemer med urealistisk lave priser og sort arbejde inden for branchen. Grundlæggende savner Preben Paaske mere moral blandt busvognmændene.

Direktør Carsten Andersen fra Lyngby Turistfart mener til gengæld, at det er branchens lod at være presset.

»Sådan har det sgu altid været,« hævder han, der har været i busbranchen i 22 år.

Han er ikke enig i, at der er for mange brodne kar. Sådan var det tidligere, men det har ændret sig i det seneste årti. Men heller ikke han har lyst til at prøve lykken i udlandet.

Danske Busvognmænd anslår, at busselskaberne omsætter for ca. 4 mia. kr. på rutekørsel for det offentlige og et lignende niveau på turistikørsel. Branchens samlede overskud formodes at ligge på beskedne 1-2 pct. af omsætningen.

laurits.harmer.lassen@borsen.dk  
jacob.knudsen@borsen.dk

# Ny dansk teknologi revolutionerer designanalyse

## IT

AF NIELS BARFOD

På Amager sidder to nyuddannede medialoger fra Aalborg Universitet med et højteknologisk forretningskoncept, der åbner helt nye muligheder for designanalyse.

András Ács og Jakob de Lemos kombinerer opfattelsessevne og computersyn med kognitiv adfærdspsykologi og billedbehandling. Ved hjælp af et computerkamera rettet mod en persons øjne kan de aflæse en persons følelser ved at lade en computer analysere mimikken, herunder øjenreaktioner, uden at personen selv kan påvirke analyseresultatet.

Frygt giver store pupiller, men også en række andre emotionelle reaktioner kan aflæses ret præcist, eksempelvis glæde, begejstring, aggression og angst.

## Godt analyseværktøj

Teknologien, som de kalder iMotions, kan eksempelvis bruges som et analyseværktøj, når et produkt design skal vurderes, før det sættes i produktion, men der er også mange andre muligheder.

»En producent ønsker i dag at have et godt kendskab til kundernes præferencer. Tag f.eks. de mange reolmeter med shampoo-flasker i super-



Ny dansk teknologi kan revolutionere den måde, som virksomheder tester et nyt produkt design på, før det sættes i produktion. Her ses András Ács, som er en af opfinderne bag iMotions.

markedet. Produkterne kan stort set det samme, så det er i realiteten emballagen, som bliver afgørende for kundens valg,« siger Jakob de Lemos.

András Ács supplerer: »Skal man købe en bil, så er det i høj grad den emotionelle påvirkning, der i sidste ende afgør købet af bilen.«

## Søger ny kapital

Ud over sin medialoguddannelse, har han også en IT-baggrund fra Ungarn. Han kom til Danmark for fem år siden, hvor han mødte Jakob, der på det tidspunkt læste Datalogi.

Lige nu søger de to kapital til at udvikle den første beta-version af iMotions, og de har indledt drøftelser med potentielle investorer.

I dag anvendes en række forskellige teknologier, når fokusgrupper reaktioner på et produkt skal analyseres, uden at forsøgspersonen selv har mulighed for at påvirke analyseresultatet. Det kan være måling af puls, blodtryk, åndedræt eller målinger af hudens evne til at lede strøm. Teknologier som er beslægtet med løgnedetektoren.

»Med iMotions kan vi gøre det billigere, hurtigere og mere præcist. Vi kan således registrere 60 pct. af den non verbale kommunikation, fordi vi kan analysere mimik,« siger Jakob de Lemos.

Han tilføjer, at teknologien har mødt stor interesse fra forskningskredse.

»Der bruges rigtig mange penge på at finde ud af, hvorfor kunderne vælger den ene vare fremfor den anden. Kan vi forbedre kommunikationen med bare to pct. overfor en målgruppe, har det stor betydning,« siger András Ács.

Ifølge de to iværksættere kan iMotions også anvendes i helt andre sammenhænge, eksempelvis i vurderingen af reklamefilm, computerspil, reklamer, sikkerhed og e-learning.

Jakob de Lemos giver et eksempel: »Hvis en person træder ud på gaden foran en lastbil, kan vi aflæse førerens øjenreaktion og igangsætte en nedbremsning seks gange hurtigere end ved en normal muskelreaktion,« forklarer han.

## Interface-design

Jakob de Lemos ser følelses-aflæsnings-teknologien som det nye, store tiltag inden for moderne interface-design.

»Det er vigtigt, at computeren og mennesket lærer hinandens adfærd bedre at kende, så kommunikationen mellem de to bliver mere målrettet og produktivitet optimeres,« siger Jakob de Lemos.

niels.barfod@borsen.dk