



© Frame & Work



© Kim Wyon



© Mette Johnsen

Det Nationale Turisforum  
Statusanalyse af turismens udvikling  
og konkurrenceevne  
Januar 2024

## Statusanalysen af turismens udvikling og konkurrenceevne

**Udarbejdet** af VisitDenmark på vegne af Det Nationale Turismeforum

**Udgivet** af Det Nationale Turismeforum

Januar 2024

**Udarbejdet af:**

VisitDenmark

**Fotografer: forsidebilleder**

Øverste venstre hjørne: Frame & Work

Øverste højre hjørne: Kim Wyon

Nederst: Mette Johnsen

**Billeder:**

Denmark Media Center

# Indhold

1. Indledning .....	2
2. Turisme og bæredygtighed .....	6
2.1 Den globale dagsorden .....	8
2.2 Monitorering af bæredygtig turisme .....	9
2.3 Indikatorer for miljøcertificeringer af offentlige turismeorganisationer og overnatningssteder .....	9
2.3.1 Bæredygtigheds-certificeringer af offentlige turismeorganisationer .....	10
2.3.2 Bæredygtigheds-certificeringer af overnatningssteder .....	10
2.4 Turismeintensitet og -densitet.....	10
2.5 Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme.....	15
2.5.1 Indikator for Danmark som miljøvenligt rejsemål .....	16
2.5.2 Internationale turisternes syn på bæredygtighed .....	16
2.5.3 Indikator for borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning .....	20
3. Dansk turismes markedspostion og konkurrenceevne .....	23
3.1 Dansk turismes markedspostion .....	25
3.2 Dansk turismes konkurrenceevne.....	27
4. Status for turismeforbruget i Danmark.....	30
4.1 Turismeforbruget i Danmark i 2021.....	32
4.1.1 Indikator for turismeomsætningen i 2030.....	33
4.1.2 Turismeforbruget i destinationer og på forretningsområder .....	33
4.1.3 Turismeforbruget i kommunerne .....	35
4.2 Turismeskabt værditilvækst og beskæftigelse.....	36
5. Udvikling og vækst .....	40
5.1 Indikatorer for overnatninger i den nationale strategi for dansk turisme.....	42
5.1.1 Indikator for overnatninger i alt .....	42
5.1.2 Indikator for andel af overnatninger uden for højsæsonen .....	43
5.2 Udviklingen i dansk turisme fra 2015 til 2022.....	44
5.2.1 Overnatninger fordelt på forretningsområder .....	45
5.2.2 Overnatninger i de danske destinationer .....	47
5.2.3 Overnatninger i de danske kommuner .....	48
5.2.4 Overnatninger fordelt på overnatningsformer .....	49
5.2.5 Overnatninger fordelt på nationalitet .....	50
5.2.6 Overnatninger booket via online platforme .....	51
5.3 Vækst på hovedmarkeder og vækstmarkeder.....	54
5.4 Danmarks markedsandele .....	55
5.4.1 Storby- og kystturismens markedsandele .....	57
5.5 Besøg på danske attraktioner .....	61
6. Vækstforventninger og kapacitet .....	63

6.1 Vækstforventninger og kapacitet .....	65
6.1.1 Vækst kræver kapacitet .....	66
6.2 Kapacitetsudnyttelse .....	67
6.2.1 Feriehuse.....	67
6.2.2 Hoteller .....	68
6.2.3 Feriecentre.....	70
6.2.4 Campingpladser .....	73
7 Kendskab til og tilfredshed med Danmark som feriedestination .....	76
7.1 Kendskab til Danmark .....	78
7.1.1 Kendskab til de fire store byer i Danmark .....	79
7.2 Rejseintentioner til de nordeuropæiske feriedestinationer .....	81
7.3 Tilfredshed med opholdet i Danmark .....	82
7.4 De internationale turisternes tilfredshed med ferien sammenlignet med konkurrentfeltet .....	82
7.4.1 Indikator for udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen .....	85
8 Forhold mellem pris og kvalitet .....	86
8.1 Prisniveauet i Danmark .....	87
8.2 Oplevelsen af prisniveauet blandt turisterne i Danmark.....	88
8.3 Internationale turisternes oplevelse af pris og kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet .....	89
9 Transport og tilgængelighed .....	92
9.1 Transportmuligheder til Danmark og forskellige dele af landet .....	93
9.1.1 Flytrafik .....	94
9.1.2 Færgetrafik.....	95
9.1.3 Krydstogter .....	97
9.2 Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark.....	98
10. Konkurrencedygtigt turismeerhverv.....	102
10.1 Momssatser og -fradrag.....	104
10.1.1 Momsfradrag .....	105
10.2 Elpriser .....	105
10.3 Omsætning.....	106
10.4 Produktivitet .....	107
10.5 Arbejdsmarked.....	109
10.5 Medarbejderes tilfredshed .....	114
10.6 Overskud og investeringer .....	115
10.7 Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder .....	117
10.8 Turismeerhvervets brug af hjælpepakker .....	118
Appendiks til kapitel 2.....	119
Appendiks til kapitel 4.....	121
Appendiks til kapitel 10.....	122



# 1. Indledning

# 1. Indledning

Turismen er en dansk styrkeposition, der hvert år bidrager med vækst og tusindvis af arbejdspladser i hele landet. Foruden et væsentligt bidrag til dansk eksport og økonomi er turismen mange steder i landet en særlig vigtig trækraft med stor betydning for den lokale udvikling og for levedygtige samfund.

2022 blev et rekordår for dansk turisme med 62,9 mio. overnatninger, hvilket var 12,1 pct. flere end det seneste rekordår i 2019. Det betød også, at Danmark klarede sig bedst sammenlignet med de andre EU-lande i forhold til det totale antal overnatninger i 2022 relativt til 2019. Det momentum er fortsat ind i 2023, og selvom danskerne igen i højere grad er begyndt at holde ferie i udlandet, så ser 2023 også ud til at blive et stærkt år for dansk turisme. De foreløbige omsætningstal for 2022 er ligeledes positive, og med ca. 153 mia. kr. i turismeforbrug står 2022 også til at have slået rekord i forhold til den samlede turismeomsætning. Det går med andre ord rigtig godt for dansk turisme.

Det er vigtigt, at dette momentum udnyttes, så den positive udvikling inden for dansk turisme fortsætter i de kommende år. Med den *Nationale Strategi for Bæredygtig Vækst i Dansk Turisme* fra 2022 er der sat en fælles retning for den bæredygtige udvikling af turismen i Danmark frem mod 2030. Planens tre pejlemærker og ni indikatorer fordeler sig på tværs af de tre bæredygtighedsdimensioner; økonomisk, miljømæssig og social og bæredygtighed. Årets statusanalyse giver et indblik i nogle af de udviklingsområder, der findes for dansk turisme, i forhold til at sikre at turismen kan blive ved med at bidrage til bæredygtig vækst og arbejdspladser i Danmark.

## Økonomisk bæredygtighed

Grundlaget for, at turismen kan blive ved med at bidrage med vækst og arbejdspladser i Danmark i fremtiden, er, at der sikres et økonomisk bæredygtigt turismeerhverv. Derfor indgår der i den nationale strategi et pejlemærke om *Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark* med tre tilhørende indikatorer. En af indikatorerne er, at turismeomsætningen skal nå 190 mia. kr. i 2030, og med en forventning om et forbrug på 153 mia. i 2022 er Danmark godt på vej mod denne. En anden af indikatorerne er, at antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre to tredjedele af overnatninger i 2030. I 2022 var 64,1 pct. af alle overnatninger i Danmark uden for højsæsonen, hvilket dermed var en anelse højere end i det sidste normalår 2019, men for at indfri indikatoren skal andelen af overnatninger uden for højsæsonen stige med 2,4 procentpoint i forhold til andelen i 2022. Dette betyder, at antallet af overnatninger uden for højsæsonen skal vokse hurtigere end i højsæsonen.

## Miljømæssig bæredygtighed

Den positive turismeudvikling skal gå hånd i hånd med klimaet og miljøet. I den nationale strategi indgår derfor et pejlemærke om *Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimatryk*, hvortil der er sat tre ambitiøse indikatorer for udviklingen frem mod 2030. En af disse er, at Danmark skal opfattes som det mest miljøvenlige rejsemål i det nordeuropæiske konkurrencefelt i 2030. Årets tal viser, at Danmark for tredje år i streg ligger på en tredjeplads med et godt stykke op til førerpositionen. En anden indikator er, at 70 pct. af alle overnatningssteder i Danmark skal være bæredygtigheds certificerede. Det arbejdes der med at realisere i hele landet, blandt andet som en del af *Partnerskab for bæredygtig turismeudvikling*, hvor der for eksempel arbejdes med konkrete certificeringsforløb for virksomhederne.

## Social bæredygtighed

Det er vigtigt, at turismeudviklingen sker med et fokus på social bæredygtighed. Derfor indgår der i den nationale strategi et pejlemærke om *Tilfredse turister, borgere og medarbejdere* med tre indikatorer for udviklingen mod 2030. En af disse er, at borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning som positiv for det danske samfund øges. Derfor udarbejder VisitDenmark en årlig rapport om borgernes syn på turismens betydning for Danmark. I 2023 havde 78 pct. af danskerne en overordnet positiv opfattelse af turismen, hvilket var på niveau med 2022 (79 pct.) og 2021 (78 pct.). En anden indikator er, at Danmark skal ligge i top-3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet. For andet år i streg ligger Danmark i 2023 på en samlet fjerdeplads med et godt stykke op til tredjepladsen. Danmark ligger særligt efter konkurrenterne i forhold til forholdet mellem pris og kvalitet samt udvalget af historiske

seværdigheder/museer og shoppingmuligheder.

## Udfordringsbillede for dansk turisme

Dansk turisme klarer sig generelt godt, og arbejdet med at realisere de nationale pejlemærker og indikatorer skrider fremad. Der eksisterer imidlertid en række udfordringer i forhold til at sikre en fortsat positiv og bæredygtig udvikling af turismen i Danmark. Herunder skitseres en række af disse udfordringer.

### Investerings efterslæb i kyst- og naturturismen

En udfordring i forhold til at sikre den økonomiske bæredygtighed er, at antallet af investeringerne i kyst- og naturturismen ikke har fulgt med stigningen i antallet af turister. Investerings efterslæbet risikerer at medføre en gradvis nedslidning af turismeproduktet og potentielt føre til, at Danmark taber markedsandele til for eksempel Sverige og Nederlandene. Konkret kan der visse steder endda være en udfordring med fuld kapacitetsudnyttelse i højsæsonen, hvilket udgør en direkte begrænsning for væksten i erhvervet.

### Flere turister uden for højsæsonen

Turismeerhvervet i Danmark skaber mest aktivitet i højsæsonen, juli og august, og Danmarks turisme er i højere grad koncentreret i højsæsonen i forhold til gennemsnittet for EU-lande, herunder også for vores nærmeste nordeuropæiske konkurrenter. Øget aktivitet uden for højsæsonen kan medføre en bedre udnyttelse af overnatningskapaciteten, øget turismeomsætning og bedre mulighed for stabile ansættelser for medarbejderne i turismeindustrien – også i landdistrikterne, hvor helårsturisme har potentiale til at styrke vilkårene for bosætning.

### Digitale og innovative løsninger i turismeerhvervet

Der stilles stadig større krav til effektiv drift, innovation og digitalisering i turismeerhvervet. Det gælder både i forhold til det stigende fokus på at styrke den digitale oplevelse for turisterne, men også i forhold til digital omstilling i selve turismeerhvervet, hvor nye digitale- og databaserede løsninger er med til at sikre en effektiv drift og minimere driftsomkostninger.

### Turismens indvirkning på klima, miljø og natur

De miljømæssige indikatorer understreger, at der fortsat er behov for at fokusere på, at turismen i Danmark bliver mere bæredygtig, så den både *er* og *opfattes* som dette. Det er blandt andet vigtigt, at de danske overnatningssteder bliver bæredygtigheds certificerede, da det vil sikre en reel bæredygtig udvikling, der også troværdigt kan kommunikeres til turisterne, der i stigende grad efterspørger hensyntagen til klima og miljø.

### Sammenhæng med lokalsamfund

Selvom den overordnede borgertilfredshed med turismen er høj, så er der lidt lavere opbakning i udvalgte områder af Danmark, hvor trængsel, støj og skrald mv. forbundet med turismen fremhæves som negativt. Turismen har omvendt et stort potentiale til at bidrage til levedygtige lokalsamfund, ligesom lokalbefolkningen kan høste fordele af investeringer og tilbud rettet mod turister. Øget fokus på turismens bidrag til lokalsamfundene og på destinationsudvikling, der kan sprede turisterne ud, kan bidrage til at styrke tilfredsheden.

### Vurdering af ferieoplevelsen i Danmark

Turisterne er generelt tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark, og tilfredsheden ligger på samme niveau som gennemsnittet for både Nordeuropa og Norden. Der er dog på udvalgte områder plads til forbedring i forhold til turisternes oplevelse af ferien i Danmark, hvor målinger som nævnt viser, at Danmark igen i år ligger efter vores konkurrenter i forhold til turisternes tilfredshed med forholdet mellem pris og kvalitet samt udvalget af historiske seværdigheder/museer og shoppingmuligheder. En styrkelse af kulturlivets appel til de udenlandske turister vil kunne bidrage til at øge tilfredsheden, ligesom at der kan arbejdes med at tiltrække flere store events til Danmark.

### Mangel på kvalificeret arbejdskraft

Turismeerhvervet oplever, ligesom det øvrige erhvervsliv, en stigende udfordring med at finde kvalificeret arbejdskraft. Inden for hotel- og restaurationsbranchen var andelen af forgæves rekrutteringer i februar 2023 således 39 pct., og den manglende arbejdskraft opleves i stigende grad som produktionsbegrænsende. Samtidig

ligger medarbejdertilfredsheden i turismeerhvervene på 74 pct., hvilket er 6 pct. under indikatoren for dette på 80 pct. fra den nationale strategi.

### **Statusanalysens indhold**

Statusanalysen 2023 fokuserer på udviklingen fra 2015-2022 og dækker kun 2023 visse steder. Analysen er inddelt i ti kapitler, der giver et bredt indblik i turismens udvikling og konkurrence i Danmark. Der følges i årets analyse op på syv af de ni indikatorer fra den nationale strategi, og der vil blive fulgt op på de andre, når data foreligger.





## 2. Turisme og bæredygtighed

## 2. Turisme og bæredygtighed

### Opsummering

#### Bæredygtighed og den nationale strategi

- Den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme indeholder en indikator om, at Danmark i 2030 skal ligge nr. 1 blandt landene i det nordeuropæiske konkurrencefelt i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål.
- I den seneste analyse fra marts 2023 lå Danmark nr. 3 i konkurrencefeltet. Danmark lå også nr. 3 i 2020, 2021 og 2022.

#### Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme

- Mellem 18 og 42 pct. af befolkningerne i Danmark, Tyskland, Norge, Sverige og Nederlandene forventer, at bæredygtige hensyn vil påvirke deres fremtidige rejsevalg. Det er markant flere end andelen, der svarer, at deres seneste ferievalg var påvirket af bæredygtige hensyn.
- Andelen af befolkninger, der vil prioritere bæredygtige hensyn ved fremtidige rejsevalg, faldt signifikant fra 2022 til 2023 i Sverige og Nederlandene og var uændret i Tyskland, Norge, og Danmark.
- Mellem 42 og 56 pct. af befolkningerne i London, Milano, Rom og Paris forventer, at bæredygtighed vil påvirke deres næste ferievalg. Det er markant højere end den andel, der svarede, at bæredygtighed påvirkede deres seneste ferievalg.
- Andelen af befolkninger, der vil prioritere bæredygtige hensyn fremadrettet, er uændret fra 2022 til 2023 i både Rom, Milano, London og Paris.
- Sammenholdt med andre konkrete rejsemotiver var bæredygtighed ikke udslagsgivende for valget af feriedestination.
- Danmark ses i høj grad som en attraktiv feriedestination blandt dem, der vil prioritere bæredygtighed ved valg af næste ferierejse til udlandet.
- Overordnet set mener danskerne, at turismen har flere positive end negative konsekvenser for både Danmark og lokalområderne. Niveauet i 2023 er uændret sammenlignet med 2022 og 2021.
- Særligt de erhvervsmæssige aspekter af turismen bliver vurderet til at bidrage positivt til samfundet, herunder turismens bidrag til lokal økonomi, handelsliv, beskæftigelse samt udvalg og kvalitet af fx spisesteder, kulturtilbud og aktiviteter.

#### Den globale dagsorden

- Med de 17 verdensmål har FN sat scenen for bæredygtig udvikling frem mod 2030.
- FN's turismeorganisation (UNWTO) anbefaler, at der i arbejdet med bæredygtig turisme både fokuseres på de økonomiske, miljømæssige og sociale aspekter, jf. den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme.

#### Turismeintensitet og -densitet

- I 2022 var turismeintensiteten (overnatninger pr. indbygger) størst i Fanø Kommune med 256 overnatninger pr. indbygger.
- I 2022 var turismedensiteten (overnatninger pr. km<sup>2</sup>) størst i Københavns Kommune med 103.735 overnatninger pr. km<sup>2</sup>.

I juni 2022 lancerede regeringen en ny national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, der sætter retning for udviklingen af dansk turisme frem mod 2030. Strategien opstiller pejlemærker inden for alle tre dimensioner af bæredygtighed, og sætter dermed fokus på, at udvikling af turismen skal ske på en bæredygtig måde, hvor

hensyn til klima og miljø går hånd i hånd med økonomisk vækst, beskæftigelse og udvikling i hele Danmark. I Statusanalysen 2022 følges der op på syv af de i alt ni indikatorer, der er opstillet under de tre pejlemærker, jf. tabellen nedenfor. Der vil blive fulgt op på de øvrige i takt med, at data foreligger.

**Table 1 Opfølgning på pejlemærker**

Pejlemærke	Indikator*	Opfølgning
Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk	Alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificeret	To af tre nationale turismeorganisationer og fire af 18 <sup>1</sup> destinationsselskaber er ultimo 2023 Green Key-certificerede.
	70 pct. af alle overnatningssteder i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede	Afventer opfølgning.
	Danmark skal ligge nr. 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål	Danmark ligger på en tredjeplads.
Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark	Turismeomsætningen i Danmark skal nå 190 mia. kr.	118,2 mia. kr. i 2021, foreløbigt opgjort til 152,3 mia. kr. i 2022.
	Dansk turisme skal runde 72 mio. overnatninger	62,9 mio. i 2022, hvilket er over vækstkurven mod målet om 72. mio. overnatninger i 2030.
	Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 2/3 af overnatningerne i 2030	64 pct. af overnatninger var uden for højsæsonen i 2022.
Tilfredse turister, borgere og medarbejdere	Danmark skal ligge i top-3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisteligesom i 2022. overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet	Danmark lå på en fjerdeplads i 2023
	Borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning som positiv for de danske samfund øges	78 pct. af danskerne havde en overordnet positiv opfattelse af turisme i 2023. I 2022 lå andelen på 79 pct.
	Mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed	74 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet var tilfredse med deres job som helhed i 2021. I 2018 lå andelen på 76 pct.

## 2.1 Den globale dagsorden

I årene før COVID-19 steg antallet af internationale turistankomster på verdensplan med 21 pct. fra 1.207.000 i 2015 til 1.465.000 i 2019. COVID-19 satte dog en stopper for fremgangen i turisme og i 2020 og 2021 faldt antallet af internationale turismeankomster til henholdsvis 407.000 og 456.000. I 2022 lå antallet af internationale turistankomster på 963 mio., og der er således et stykke vej op til niveauet i 2019. Antallet af internationale ankomster forventes først at nå tilbage til 2019-niveauet i 2024.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Kun Green Key certificeringer er medtaget, kilde: <https://www.greentourismorganization.dk/map-search/?search=&organisers=All+of+Denmark&categories=Turistorganisationer>. De nationale turismeorganisationer tæller her tre selskaber: VisitDenmark, Wonderful Copenhagen (inkl. Meet Denmark) og Dansk Kyst- og Naturturisme. Destinationsselskaberne består i udgangspunktet af 19 selskaber, men tæller her kun 18, da Wonderful Copenhagen er repræsenteret som et nationalt udviklingsselskab.

<sup>2</sup> Kilde: Tourism Economics.

De seneste årtiers fremgang i turismen og forventningerne om fortsat vækst frem mod 2030 har skabt øget international opmærksomhed på turismens potentielt negative effekter på miljø og lokalsamfund. Samtidig anerkendes det, at turisme er en kilde til vækst og beskæftigelse særligt i mange lokalsamfund, hvor turisme er den primære indtægtskilde.

I 2015 vedtog FN's stats- og regeringsledere 17 verdensmål, herunder 169 delmål, der sigter mod at fremme bæredygtig udvikling globalt. Turisme- og oplevelseserhvervet kan som få andre erhverv bidrage positivt til at opnå disse mål inden for tre dimensioner af bæredygtig udvikling, herunder en økonomisk, social og miljømæssig dimension. Særligt relevante for turismeerhvervet er målene om økonomisk vækst, anstændige jobs, ansvarligt forbrug, ansvarlig produktion samt bæredygtige byer og lokalsamfund.

Bæredygtighed har således stor betydning for udviklingen af fremtidens turisme. Samtidig har mange turister bæredygtighed som et væsentligt hensyn, når de planlægger deres rejse, og der ses generelt en stor bevidsthed om turismens indvirkninger på lokalsamfund, klima, miljø og natur.

FN's internationale turismeorganisation (UNWTO) definerer bæredygtig turisme som *"Turisme, der til fulde tager hensyn til de nuværende og fremtidige økonomiske, sociale og miljømæssige konsekvenser ved at adressere behovene hos de besøgende, erhvervet, miljøet og værtssamfundet."*<sup>3</sup> For at favne de forskellige dimensioner af bæredygtig turisme arbejder UNWTO med en tredobbelt bundlinje ved bæredygtig turisme, hvorved udviklingsdagsordenen simultant fokuserer på turismens økonomiske, miljømæssige og sociale forhold:

- **Økonomiske forhold** omhandler bl.a. beskæftigelse og indtægter forbundet med turismen.
- **Sociale forhold** omhandler bl.a. presset på lokalområder og lokalbefolkningens tilfredshed med og opbakning til turismen.
- **Miljømæssige forhold** omhandler bl.a. turismens effekt på energiforbrug, herunder CO<sub>2</sub>-udledning.

## 2.2 Monitorering af bæredygtig turisme

Vidensindsamling og -deling er en vigtig forudsætning for, at de positive effekter af turismen kan maksimeres og de potentielt negative konsekvenser kan håndteres inden for de tre forskellige dimensioner af bæredygtighed. Vidensindsamling og -deling samt monitorering indgår derfor i verdensmål nr. 17, partnerskaber for handling.

Internationale organisationer som OECD, UNWTO og ETC arbejder mod et fælles sæt af internationale indikatorer for monitorering af bæredygtig turisme, som muliggør en sammenligning på tværs af lande. VisitDenmark deltager i det internationale samarbejde med at udvikle indikatorer og styrke adgangen til data via de internationale organisationer.

ETC har indtil videre defineret 13 konkrete indikatorer, herunder turismeintensitet, døgnforbrug og andel af overnatninger med miljøcertificeringer, jf. Appendiks til kapitel 2.

Som led i arbejdet med at etablere indikatorer for turismens sociale bæredygtighed er der i Metodeudvalget under Det Nationale Turisforum vedtaget en metode til at afdække danskernes syn på turismens betydning for landet. Det er et eksempel på, hvordan der i Danmark arbejdes med måling og opfølgning på indikatorerne i den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. I 2021 blev der indhentet data for første gang, og undersøgelsen blev gentaget i efteråret 2022 og efteråret 2023. Resultaterne præsenteres i afsnit 2.5.3.

## 2.3 Indikatorer for miljøcertificeringer af offentlige turismeorganisationer og overnatningssteder

I den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme indgår to indikatorer om miljøcertificeringer. Den ene omhandler de offentlige turismeorganisationer i Danmark. Den anden omhandler overnatningsstederne.

---

<sup>3</sup> Kilde: UNWTO, [sdt.unwto.org](http://sdt.unwto.org)

Der er nedsat en Task Force for Certificeringer bestående af repræsentanter fra Partnerskab for Bæredygtig Turismeudvikling og Danske Destinationer. Task Force skal udarbejde konkrete anbefalinger til NTF med indstilling om, hvilke certificeringsordninger der med fordel kan udbredes i dansk turisme. Arbejdet forventes at være afsluttet i 2024.

### 2.3.1 Bæredygtighedscertificeringer af offentlige turismeorganisationer

Indikatoren lyder på, at alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificerede i 2030. Det betyder, at de fire nationale turismeorganisationer og de 19 destinationsselskaber i 2030 skal være bæredygtighedscertificerede.

I årets Statusanalyse er det alene turismeorganisationer med Green Tourism Organisation(GTO)-certificeringer, der er medregnet. De nationale turismeorganisationer tæller tre selskaber: VisitDenmark, Wonderful Copenhagen (inklusiv Meet Denmark) og Dansk Kyst- og Naturturisme. To af disse er GTO-certificerede, jf. tabel 2.

Destinationsselskaberne består i udgangspunktet af 19 selskaber, men tæller i denne opgørelse kun 18, da Wonderful Copenhagen er repræsenteret under de nationale turismeorganisationer. Fire af de 18 destinationsselskaber har i udgangen af 2023 angivet at være GTO-certificerede, jf. tabel 2<sup>4</sup>.

**Tabel 2 GTO-certificerede udviklings- og destinationsselskaber<sup>5</sup>**

#### Udviklings-/destinationsselskab

VisitDenmark

Wonderful Copenhagen

Destination Himmerland

Destination Nord

Destination Fyn

Aarhusregionen

### 2.3.2 Bæredygtighedscertificeringer af overnatningssteder

Indikatoren for certificeringen af overnatningssteder lyder på, at 70 pct. af alle overnatningssteder i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede i 2030.

Ultimo november 2023 er det endnu ikke fastlagt, hvilke certificeringsordninger der skal inkluderes. Der er nedsat en Task Force for certificeringsordninger, der skal komme med anbefalinger til både hvilke certificeringsordninger og hvilke overnatningsformer, der skal være omfattet af indikatoren.

Opfølgningen på indikatoren forventes at være med i næste års statusanalyse.

## 2.4 Turismeintensitet og -densitet

Turismeintensitet og turismedensitet er to indikatorer for bæredygtig turisme, der er et udtryk for henholdsvis antal overnatninger pr. indbygger og antal overnatninger pr. arealstørrelse (km<sup>2</sup>). Disse kan både ses som mål for et lokalsamfunds afhængighed af turismen, men også et relativt udtryk for spidsbelastning

Tabel 3 viser udviklingen i turismeintensitet (antal overnatninger pr. indbygger) i de 19 danske destinationsselskaber fra 2019 til 2022. I alle årene havde Destination Vesterhavet det højeste antal overnatninger

<sup>4</sup> Fire destinationer har ikke besvaret henvendelsen, så antallet kan være højere.

<sup>5</sup> Det er kun GTO-certificeringer, der er medregnet

pr. indbygger blandt de 19 destinationsselskaber efterfulgt af Destination Bornholm. Fra 2021 til 2022 steg turismeintensiteten i 16 af de 19 destinationsselskaber. Undtagelserne var Destination Bornholm, VisitNordsjælland og Visit Sydsjælland & Møn, hvor niveauet stort set var uændret.

I 2022 lå turismeintensiteten over 2019-niveauet i alle 19 destinationsselskaber.

**Table 3 Turismeintensitet i de 19 danske destinationsselskaber i 2019, 2020, 2021 og 2022 samt udvikling i pct. fra 2019-2022 og 2021-2022**

Destinationsselskab	Overnatninger pr. indbygger				Udvikling (pct.)	
	2019	2020	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Destination Vesterhavet	81,1	71,5	80,5	97,3	20%	21%
Destination Bornholm	42,6	40,5	46,3	45,7	7%	-1%
Destination NordVestkysten	25,9	25,0	27,6	29,1	12%	5%
Destination Sønderjylland	24,4	22,5	25,0	28,9	18%	15%
VisitLolland-Falster	18,0	17,3	19,3	21,2	18%	10%
Destination Vadehavskysten	12,0	10,1	11,1	12,8	6%	15%
Destination Trekantområdet	10,0	6,3	7,6	11,3	13%	49%
Destination Himmerland	10,8	10,4	11,2	12,3	14%	10%
Destination Limfjorden	9,5	9,5	10,9	11,9	26%	9%
Destination Nord	8,6	7,5	8,2	9,4	9%	14%
Destination Fyn	7,6	7,0	8,0	8,2	8%	2%
Wonderful Copenhagen	7,1	2,8	4,0	7,4	5%	86%
Destination Kystlandet	5,3	5,1	5,7	6,1	14%	7%
VisitNordsjælland	5,9	5,5	6,0	6,0	2%	0%
Visit Sydsjælland & Møn	5,7	5,5	5,9	5,9	4%	1%
Aarhusregionen	5,1	4,6	5,3	5,8	14%	9%
Destination Sjælland	3,6	3,4	3,7	3,8	3%	2%
VisitFjordlandet	2,5	1,9	2,3	2,8	12%	24%
VisitHerning	2,5	1,5	1,7	2,6	2%	48%
<i>Uden for destination</i>	4,1	4,1	4,5	4,8	17%	8%

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Tabel 4 viser udviklingen i turismedensiteten i de 19 danske destinationsselskaber fra 2019 til 2022. I 2022 lå turismedensiteten over 2019-niveauet i alle destinationsselskaberne. I 16 ud af 19 destinationer var niveauet i 2022 over 2021-niveauet. Undtagelserne var Destination Bornholm, VisitNordsjælland og Visit Sydsjælland & Møn, hvor niveauet stort set var det samme i 2022 som i 2021.

**Tabel 4 Turismedensitet i de 19 danske destinationsselskaber i 2019, 2020, 2021 og 2022 samt udvikling i pct. fra 2019-2022 og 2021-2022**

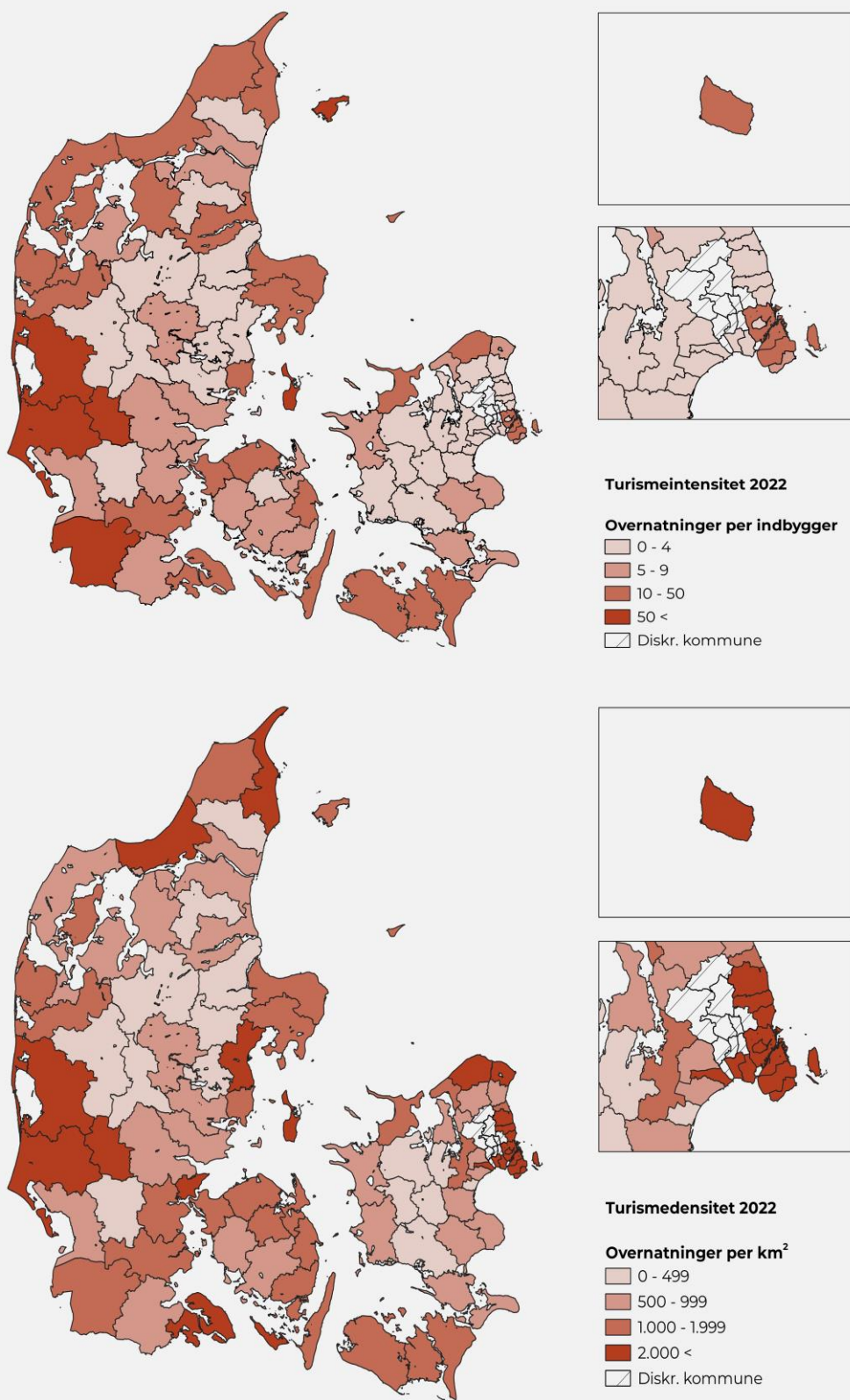
Destinationsselskab	Overnatninger pr. km <sup>2</sup>				Udvikling (pct.)	
	2019	2020	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Wonderful Copenhagen	11.288	4.417	6.419	12.044	7%	88%
Destination Vesterhavet	3.215	2.813	3.153	3.811	19%	21%
Destination Bornholm	2.869	2.715	3.125	3.072	7%	-2%
Destination Vadehavskysten	1.761	1.483	1.629	1.869	6%	15%
Destination Sønderjylland	1.597	1.461	1.618	1.869	17%	15%
Destination NordVestkysten	1.403	1.351	1.489	1.561	11%	5%
Destination Trekantområdet	1.223	781	936	1.409	15%	51%
VisitNordsjælland	1.329	1.240	1.363	1.378	4%	1%
VisitLolland-Falster	1.030	982	1.089	1.191	16%	9%
Destination Fyn	1.094	1.011	1.156	1.185	8%	2%
Destination Nord	1.064	934	1.029	1.175	10%	14%
Aarhusregionen	727	660	764	844	16%	10%
Destination Limfjorden	644	643	729	793	23%	9%
Destination Kystlandet	661	639	713	777	17%	9%
VisitFjordlandet	584	440	533	666	14%	25%
Destination Himmerland	573	547	586	644	12%	10%
Visit Sydsjælland & Møn	549	527	567	575	5%	1%
Destination Sjælland	411	380	417	428	4%	3%
VisitHerning	160	99	110	163	2%	49%
Uden for destination	447	443	490	530	19%	8%

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Figur 1 viser turismeintensiteten og -densiteten i de danske kommuner i 2022.



Figur 1 Turismeintensitet og -densitet i de danske kommuner, 2022



Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Samlet set var turismeintensiteten i Danmark 10,7 overnatninger pr. indbygger i 2022 mod 8,8 i 2021 og 9,6 i 2019. Til sammenligning var turismeintensiteten i Sverige 6,4 overnatninger pr. indbygger i 2022, i Norge var den på 6,6 overnatninger pr. indbygger, og i Nederlandene var 7,3<sup>6</sup>.

Turismedensiteten i Danmark var 1.468 overnatninger pr. km<sup>2</sup> i 2022 mod 1.205 i 2021 og 1.312 i 2019. Variationer kommunerne imellem var ganske store. I 2022 havde Fanø Kommune den højeste turismeintensitet med 256 overnatninger pr. indbygger, jf. Tabel 5, mens Københavns Kommune havde den højeste turismedensitet med 103.238 overnatninger pr. km<sup>2</sup>.

Tabel 5 viser top-10 kommuner målt på henholdsvis turismeintensitet og turismedensitet i 2022 samt placering i forhold til 2021. Fra 2021 til 2022 rykkede Ringkøbing-Skjern Kommune og Lemvig Kommune en plads op i top-10 over turismeintensitet, og Billund Kommune rykkede hele fem pladser op. I forhold til turismedensitet rykkede Frederiksberg Kommune en plads op fra 2021 til 2022, og Ishøj Kommune og Hvidovre Kommune rykkede fire pladser op.

**Tabel 5 Turismeintensitet og -densitet i kommuner, top-10 i 2022 samt placering i forhold til 2021**

Top 10 kommuner			Turisme-intensitet 2022	Top 10 kommuner			Turisme-densitet 2022
			Overnatninger pr. indbygger				Overnatninger pr. km <sup>2</sup>
1	-	Fanø	256	1	-	København	103.735
2	-	Varde	109	2	(+1)	Frederiksberg	26.601
3	(+1)	Ringkøbing-Skjern	86	3	(-1)	Fanø	15.289
4	(-1)	Læsø	81	4	-	Tårnby	10.964
5	-	Samsø	71	5	-	Dragør	5.963
6	(+5)	Billund	61	6	-	Varde	4.409
7	-	Tønder	56	7	-	Helsingør	4.387
8	(-2)	Jammerbugt	48	8	-	Brøndby	4.359
9	(+1)	Lemvig	47	9	(+4)	Ishøj	3.514
10	(-2)	Bornholm	46	10	(+4)	Hvidovre	3.383

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

## 2.5 Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme

I de senere år er der gennemført en række analyser, der på forskellig vis belyser bæredygtig turisme.

Som et nyt initiativ i første halvdel af 2021 etablerede Metodeudvalget<sup>7</sup> under Det Nationale Turisforum en metode til at afdække danskernes syn på turismens betydning for landet, og i efteråret 2021 gennemførte VisitDenmark den første nationale undersøgelse blandt knap 8.400 danskere.<sup>8</sup> Undersøgelsen vil fremadrettet blive gennemført årligt for at indhente viden om, hvordan befolkningens holdning til turismen i Danmark udvikler sig, og inden for hvilke områder turismen opleves at bidrage henholdsvis positivt og negativt til nærmiljøet og det danske samfund som helhed. Resultaterne af undersøgelsen præsenteres nedenfor.

Som led i den årlige image- og potentialeanalyse gennemførte VisitDenmark i marts/april 2023 en international måling med fokus på blandt andet bæredygtighed blandt godt 5.000 borgere i Tyskland, Norge, Sverige og

<sup>6</sup> Kilde: Statistisk Sentralbyrå, Statistikmyndigheten Sverige, Tillväxtverket, Centraal Bureau voor de Statistiek

<sup>7</sup> Metodeudvalget består af repræsentanter fra VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, Danmarks Statistik, Wonderful Copenhagen, Aarhusregionen og Center for Regional- og Turisforskning,

<sup>8</sup> Rapporten kan findes via dette link: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/danskernes-opbakning-til-turismen-i-danmark>

Nederlandene og godt 4.000 borgere i Greater London, Milano, Rom og Paris. I samme periode gennemførte Dansk Kyst- og Naturturisme i samarbejde med VisitDenmark en tilsvarende analyse på det danske marked blandt flere end 1.500 danskere. Formålet med analyserne var at afdække turisternes forventninger til deres egen rejseadfærd fremadrettet, betydningen af bæredygtighed for destinationsvalg og adfærd på feriedestination samt Danmarks image som et bæredygtigt rejsemål på udvalgte parametre.<sup>9</sup> Undersøgelserne tager således udgangspunkt i turisternes holdninger og forventninger, som kan være forskellige fra deres reelle handlinger. Eksempelvis kan nogle turister have intentioner uden at handle på dem, fx i forhold til bæredygtig adfærd på ferien.

### 2.5.1 Indikator for Danmark som miljøvenligt rejsemål

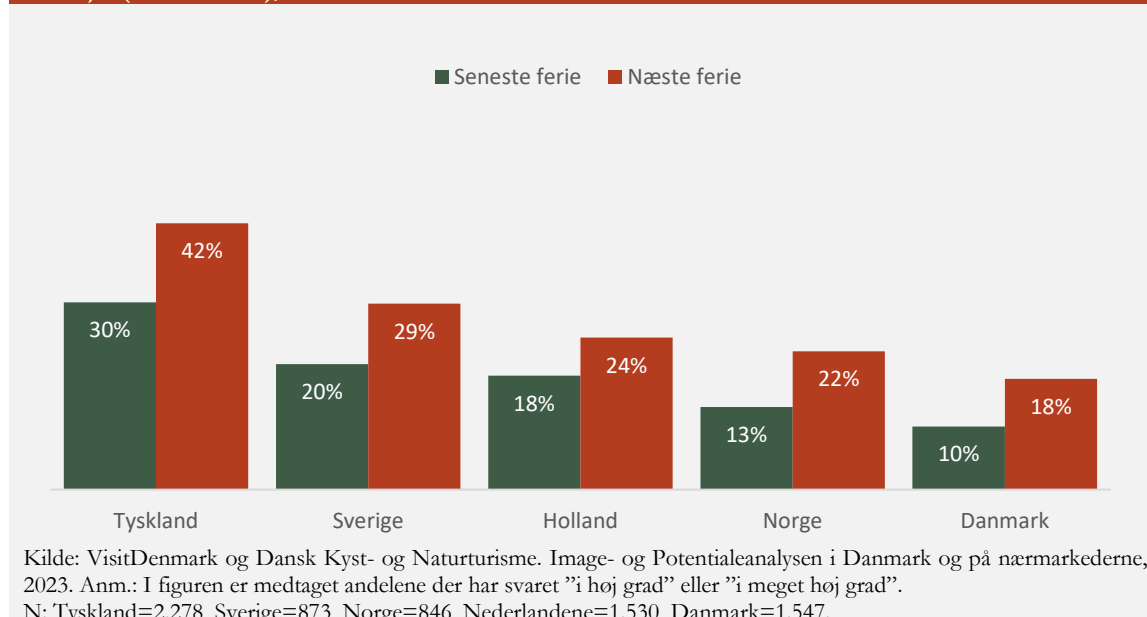
En af indikatorerne i den nationale strategi for bæredygtig vækst er, at Danmark i 2030 skal ligge nr. 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål.

I den seneste analyse fra foråret 2023 ligger Danmark nr. 2 i Norge og nr. 3 i Tyskland, Sverige og Nederlandene i det nordeuropæiske konkurrentfelt, når det gælder opfattelsen af landet som et miljøvenligt rejsemål.<sup>10</sup> Ses samlet på de respondenter fra de fire nærmarkeder, ligger Danmark på en tredjeplads. Der er således et stykke vej op til målet for 2030.

### 2.5.2 Internationale turisternes syn på bæredygtighed

VisitDenmarks analyse fra foråret 2023 tydede på, at bæredygtighed i stigende grad er et medvirkende rejsemotiv og fremadrettet kan forventes at få større betydning for valg af feriedestination, transportform, overnatningsform mv. Der var således markant forskel på andelen, der tilkendegav, at bæredygtige og miljøvenlige hensyn havde betydning for valget af seneste udenlandsferie, og andelen, der vil medtænke det næste gang, der skal vælges feriedestination i udlandet.

**Figur 2 Andel af befolkningen, der prioriterede / vil prioritere bæredygtige og miljøvenlige hensyn ved valg af ferierejse (nærmarkeder), 2022**



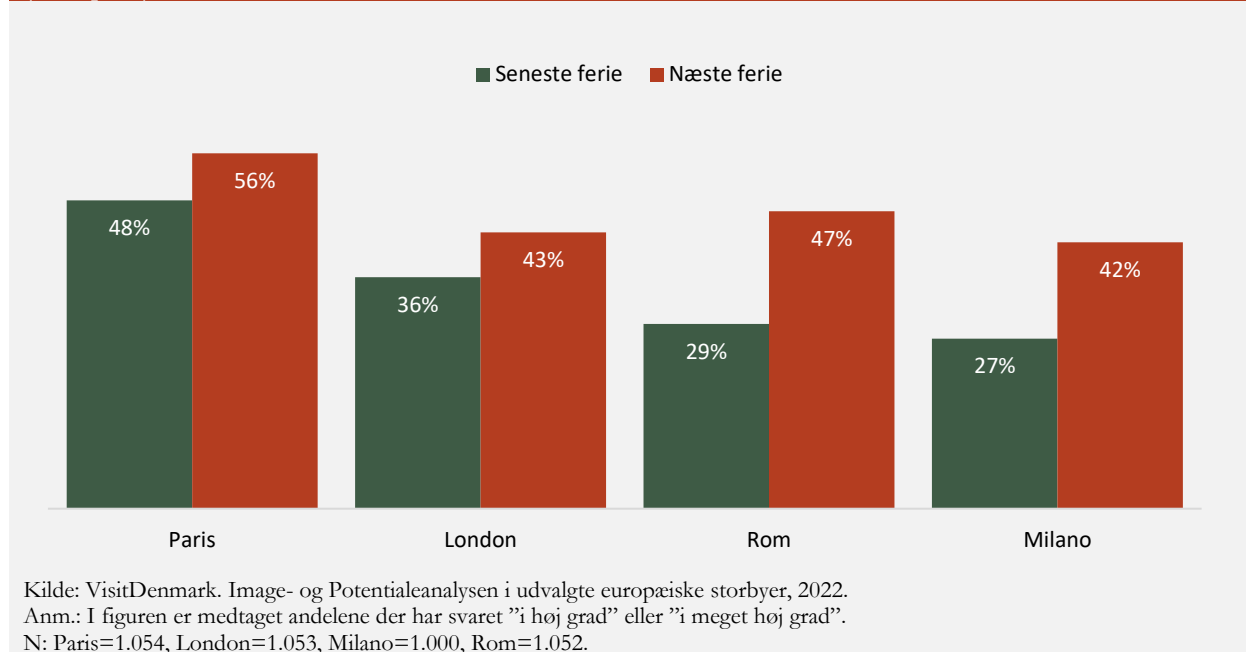
I Tyskland prioriterede tre ud af 10 bæredygtige og miljøvenlige hensyn højt eller meget højt, da de valgte deres seneste udlandsdestination, mens 42 pct. angav, at de ville medtænke bæredygtige og miljøvenlige hensyn næste

<sup>9</sup> Kilde: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/baeredygtighed-og-naermarkeder>

<sup>10</sup> Kilde: VisitDenmarks internationale image- og potentialeanalyse 2023. Udvalgte resultater fra undersøgelsen kan læses her <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/analyser/kendskab-attraktivitet-og-rejselyst>

gang, de skal vælge udlandsdestination. Også på de øvrige nærmarkeder ses en større andel, der vil prioritere bæredygtige og miljøvenlige hensyn i valget af næste udlandsferiedestination sammenlignet med andelen, der prioriterede det i valget af deres seneste feriedestination.

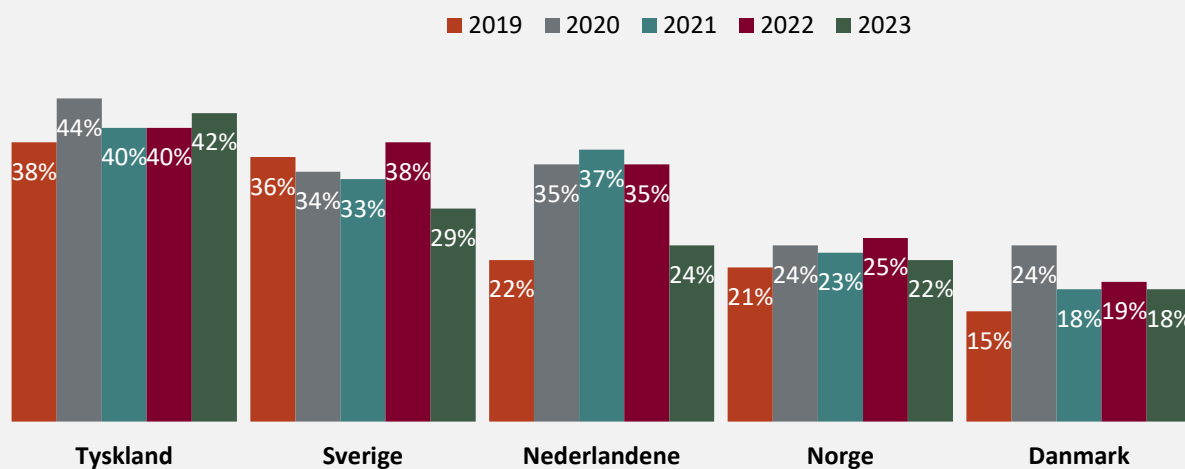
**Figur 3 Andel af befolkningen, der prioriterede / vil prioritere bæredygtighed og miljøvenlige hensyn ved valg af ferierejse (metropoler), 2022**



Blandt borgerne i Paris medtænkte flest bæredygtighed i forbindelse med valg af seneste rejse (48 pct.), og 56 pct. vil have det med i overvejelserne næste gang, de skal vælge udlandsferiedestination. I alle metropoler overstiger andelen, der vil medtænke bæredygtige og miljøvenlige hensyn fremadrettet, andelen der medtænkte det ved seneste valg af udlandsdestination.

Figur 4 og Figur 5 viser udviklingen i andelen, der tilkendegav, at de ville prioritere bæredygtige og miljøvenlige hensyn i forbindelse med fremtidige valg af feriedestinationer i udlandet fra 2019 til 2023.

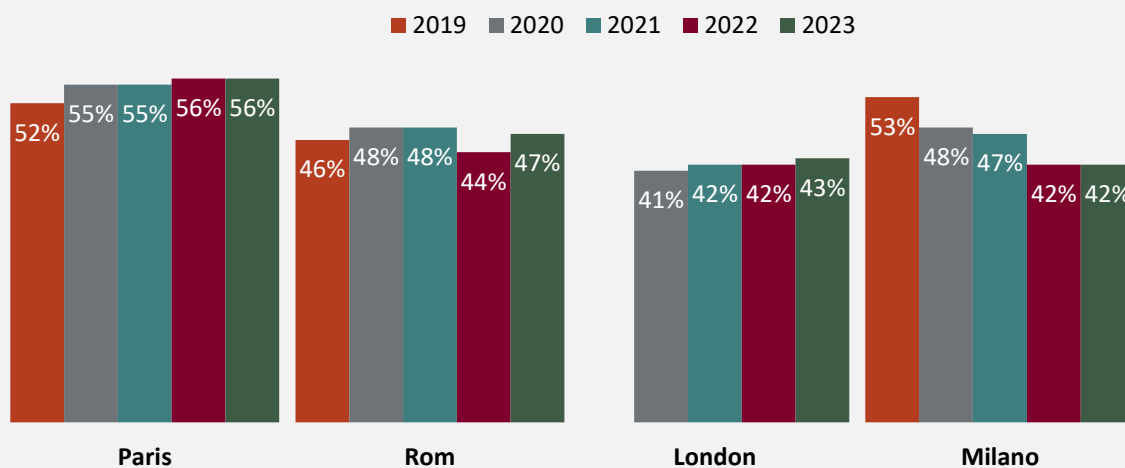
Figur 4 Andel af befolkningen, der vil prioritere bæredygtighed ved valg af næste ferierejse (nærmarkeder)



Kilde: VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme. Image- og Potentialeanalysen i Danmark og på nærmarkederne, 2019-2023.  
 Anm.: I figuren er medtaget andelen der har svaret ”i høj grad” eller ”i meget høj grad”.  
 N: Tyskland=2278, Sverige=873, Norge=846, Nederlandene=1530, Danmark=1547.

I Tyskland angav godt fire ud af 10 borgere, at de ville prioritere bæredygtighed i valget af næste udlandsrejse. Andelen er uændret i forhold til sidste år men over niveauet i 2019. I Sverige og Nederlandene var der fra 2022 til 2023 et signifikant fald i andelen af turister, der angav at ville prioritere bæredygtighed ved en kommende ferie, mens andelen stort set var uændrede fra 2022 til 2023 i Norge og Danmark.

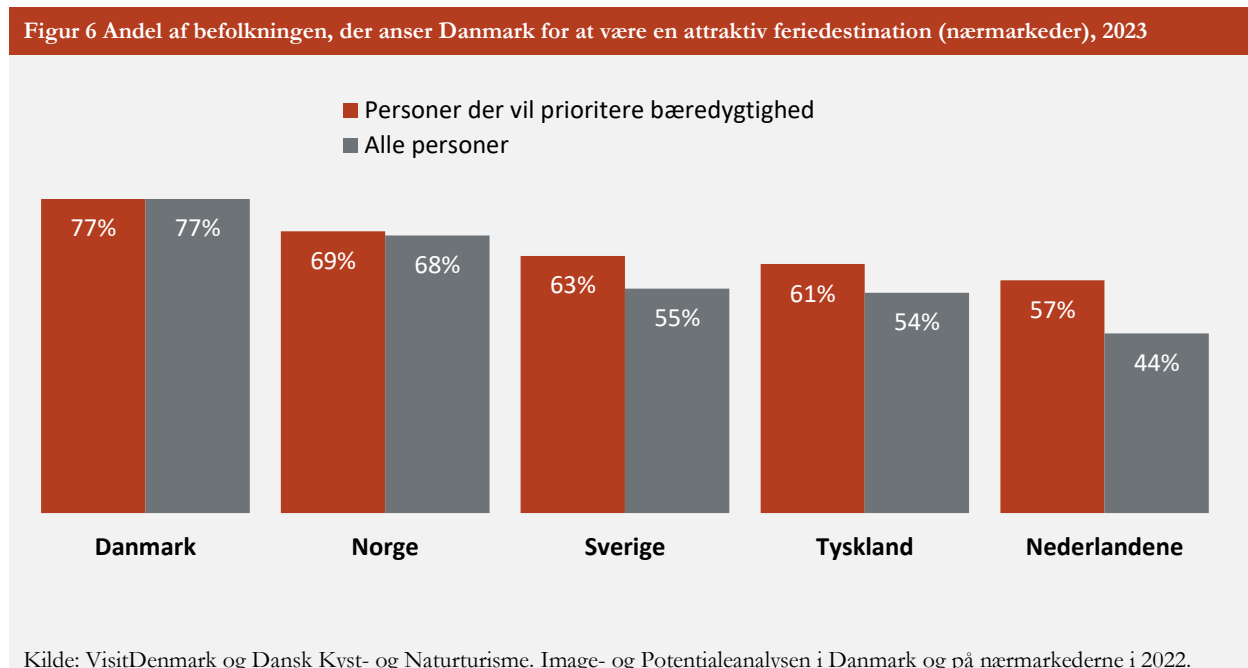
Figur 5 Andel af befolkningen, der vil prioritere bæredygtighed ved valg af næste ferierejse (metropoler)



Kilde: VisitDenmark. Image- og Potentialeanalysen i udvalgte europæiske storbyer, 2019-2023.  
 Anm.: I 2019 blev dataindsamlingen i Storbritannien gennemført i hele landet, mens fokus i 2020 og 2021 udelukkende er på Greater London. Der er således ikke sammenlignelige data fra 2019.  
 Anm.: I figuren er medtaget andelen der har svaret ”i høj grad” eller ”i meget høj grad”.  
 N: Paris=1054, London=1053, Milano=1000, Rom=1052.

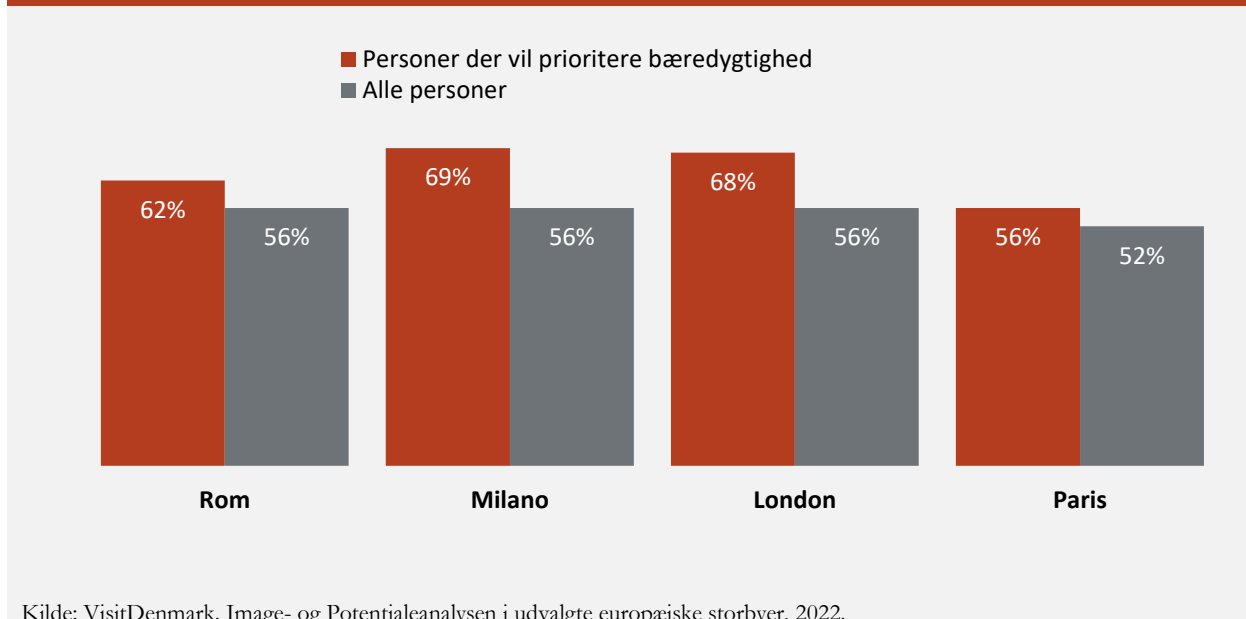
I Paris angav 56 pct. at de ville prioritere bæredygtighed i forbindelse med valget af næste rejse. Det tilsvarende gjorde sig gældende for godt fire ud af 10 i Milano. I alle fire metropoler var andelen, der angav at de ville prioritere bæredygtighed ved valg af næste rejse, på samme niveau eller lidt højere i 2023 sammenlignet med 2022.

Danmark blev generelt vurderet som at være en attraktiv feriedestination, især blandt turister, der ville prioritere bæredygtighed på en kommende ferie, jf. Figur 6. Fra 2022 til 2023 faldt andelen, der vurderede Danmark som en attraktiv feriedestination, blandt danskerne, tyskere og nederlændere, mens niveauet var uændret blandt nordmænd og svenskere. Andelen, der ville prioritere bæredygtighed på næste rejse og anså Danmark for at være en attraktiv feriedestination, lå i 2023 under niveauet i 2022 i Danmark, Norge og Nederlandene og på niveau i Sverige og Tyskland.



Blandt befolkningerne i de fire europæiske storbyer anså flere end hver anden Danmark for at være en attraktiv feriedestination. Ses der udelukkende på dem, der ville prioritere bæredygtighed i forbindelse med næste ferievalg, var andelen lidt større, jf. Figur 7. Andelen af de samlede befolkninger, der anså Danmark for at være en attraktiv feriedestination, lå på samme niveau i 2022 og i 2023. Blandt dem, der ville prioritere bæredygtighed, var andelen i 2023 på niveau med i 2022 i London og Paris, under niveau i Rom og over niveau i Milano.

Figur 7 Andel af befolkningen, der anser Danmark for at være en attraktiv feriedestination (metropoler), 2022



Danmark blev især vurderet højt på parametrene *venlig og imødekommende befolkning, gode muligheder for at cykle, høj livskvalitet og levevilkår, ren destination og en følelse af sikkerhed/tryghed*. De nordiske lande blev alle vurderet højt på parametre vedrørende bæredygtighed.

Når danskerne besøgte en feriedestination, følte knap syv ud af 10 et ansvar for at beskytte miljøet i det land, som de besøgte. Samtidig mente seks ud af 10, at det var vigtigt, at de penge, de brugte på ferien, gavnede lokalsamfundet snarere end en international virksomhed. Godt hver femte dansker (22 pct.) overvejede at rejse mindre til udlandet af hensyn til miljøet, mens knap fire ud af 10 oplevede, at det var svært i forbindelse med ferieplanlægningen at finde ud af, hvilke valg, der var miljøvenlige.

Læs mere i publikationen Dansk Image- og Potentialeanalyse 2023 på <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/dansk-image-og-potentialeanalyse>.

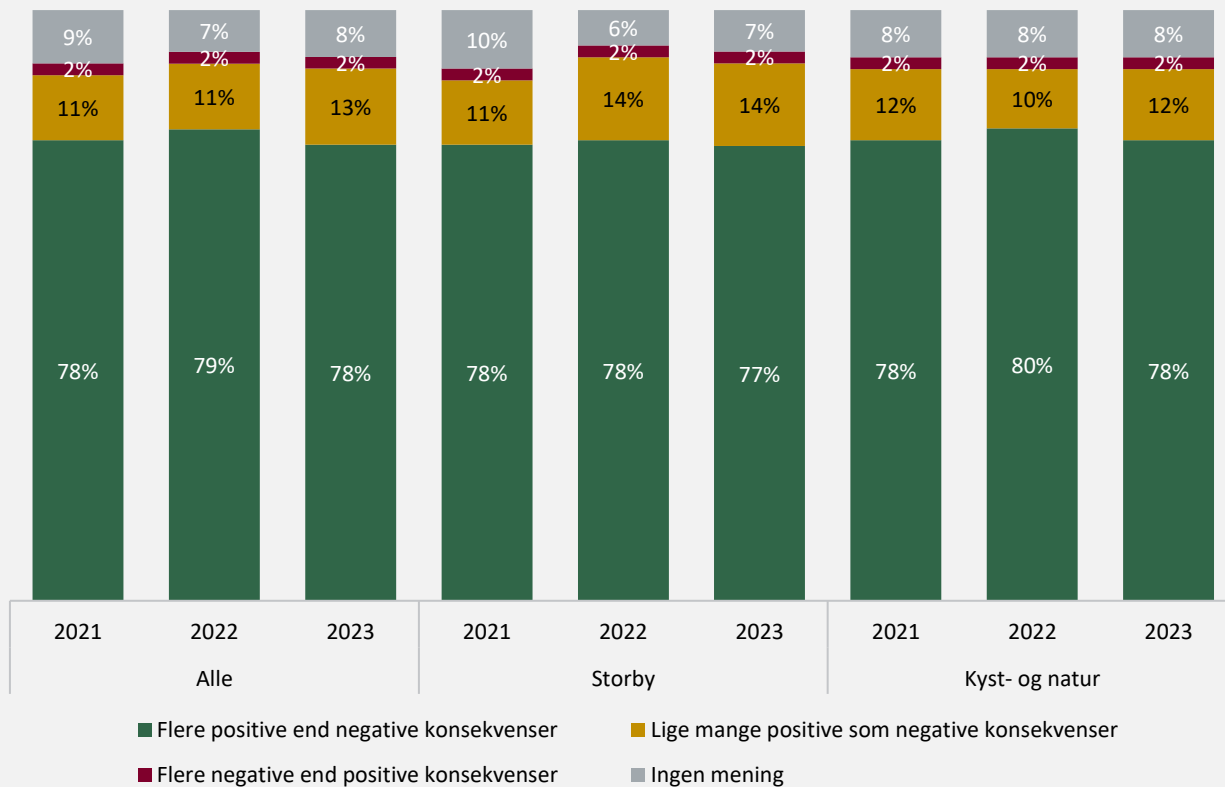
### 2.5.3 Indikator for borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning

En af indikatorerne i den nationale strategi for bæredygtig vækst er, at borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning som positiv for det danske samfund øges.

Overordnet set vurderede danskerne i efteråret 2023, at turismen bidrog positivt til Danmark og lokalområdet. Langt størstedelen mente, at turismen havde flere positive end negative konsekvenser for både Danmark (78 pct.) og lokalområdet (71 pct.). Niveauerne var uændrede i forhold til den tilsvarende måling i 2022 og 2021.

Figur 8 Danskernes syn på turismens betydning for Danmark, 2021 og 2022

Mener du overordnet set, at turismen i Danmark skaber...

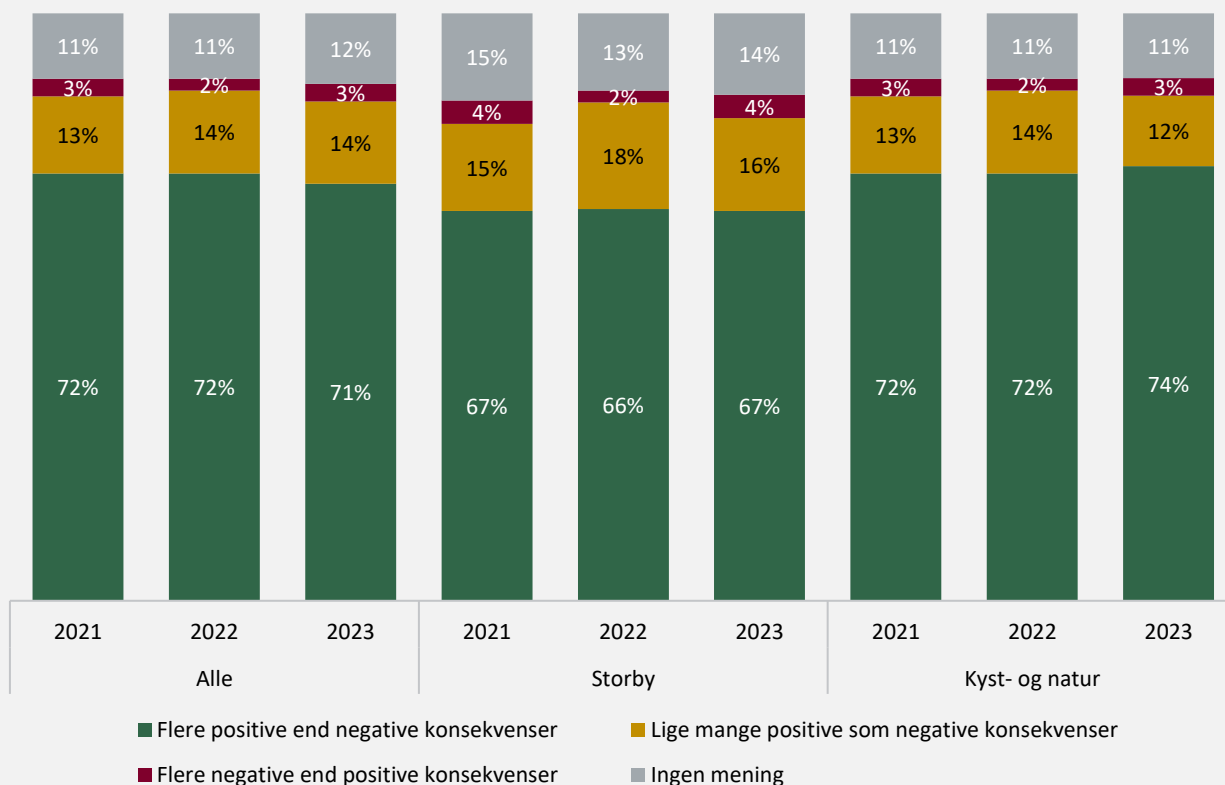


Kilde: VisitDenmark, 2023.



Figur 9 Danskernes syn på turismens betydning for lokalområdet, 2021 og 2022

Mener du overordnet set, at turismen i dit lokalområde skaber...



Kilde: VisitDenmark, 2023.

Danskerne var især opmærksomme på de lokaløkonomiske gevinster ved turismen. Dette var udtalt både i og uden for de store byer.

Selvom holdningen til turismen ofte præges af økonomiske rationaler, blev turismens bidrag til fx udvalg af restauranter og kulturelle oplevelser også anset som vigtige drivere til opbakningen. De oplevede ulemper ved turismen var især knyttet til trængsel, udfordret naturbeskyttelse samt slid på natur og omgivelser. Opfattelsen var mest udtalt i storbyerne.



### 3. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

### 3. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

#### Opsummering

##### Dansk turismes markedsposition

- Fra 2021 til 2022 steg antallet af udenlandske turistovernatninger i både Danmark og de lande, som Danmark umiddelbart konkurrerer med.
- Det er dog kun Danmark, der har oplevet en stigning i antallet af udenlandske turistovernatninger i 2022, når der sammenlignes med 2019. Alle Danmarks umiddelbare konkurrentlande lå i 2022 stadig under 2019-niveauet.
- De ikke-europæiske overnatninger lå stadig noget under 2019-niveau for både Danmark og de lande, Danmark konkurrerer med.

##### Dansk turismes konkurrenceevne

- **Tilgængelighed:** Danmark har en god flytilgængelighed og antallet af udenlandske flypassagerer pr. indbygger ligger over det nordeuropæiske gennemsnit.
- **Forhold mellem pris og kvalitet:** Irland har det højeste prisniveau i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Umiddelbart efter følger Danmark og Norge.
- **Konkurrencedygtigt turismeerhverv:** Omkostningerne forbundet med turismeerhvervet er generelt høje i Danmark i forhold til det nordeuropæiske gennemsnit, både når det kommer til momsatsen og lønniveau.
- **Attraktive produkter og oplevelser:** Turisterne er generelt set lige så tilfredse med deres ferie i Danmark som det nordeuropæiske konkurrentfelt generelt. Når det drejer sig om kvaliteten af overnatnings- og spisesteder klarer Danmark sig noget bedre end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Den internationale konkurrence om turisternes opmærksomhed er hård og skærpet som følge af efterdøningerne af coronapandemien. Hvis Danmark skal forblive en attraktiv turistdestination og stå stærkt i konkurrencen om de internationale turister, er det vigtigt at kende til dansk turismes styrker og svagheder sammenlignet med konkurrentlandene i Norden og Nordeuropa.

Danmark er som udgangspunkt i konkurrence med både europæiske naboer og oversøiske destinationer i forhold til at tiltrække turister. Forudsætningerne og vilkårene for dansk turisme er dog markant anderledes end for eksempelvis Sydafrika, Thailand, Australien, Grækenland og Brasilien i forhold til både klima, naturoplevelser, attraktioner og kultur, som kun kan påvirkes i meget begrænset omfang.

Det Nationale Turisforum har derfor besluttet at fokusere på et nordeuropæisk konkurrentfelt bestående af følgende lande: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene (NE8). Disse lande er koldtvandsdestinationer og anses for at være dem, som Danmark er i direkte konkurrence med, da de trods forskelligheder har mange fællestræk og tilbyder en række af de samme produkter og oplevelser.<sup>11</sup> Det gør, at man meningsfyldt kan sammenligne markedsposition og konkurrenceevne med henblik på at afdække, hvor Danmark står stærkt, og hvor der er potentiale for forbedring.

Dette kapitel fokuserer på data om udenlandske turister, da det giver det mest reelle billede af dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne i forhold til det internationale konkurrentfelt. Indenlandsk turisme spiller dog en central rolle for Danmark, og før corona blev knap halvdelen af alle turistovernatninger i Danmark foretaget

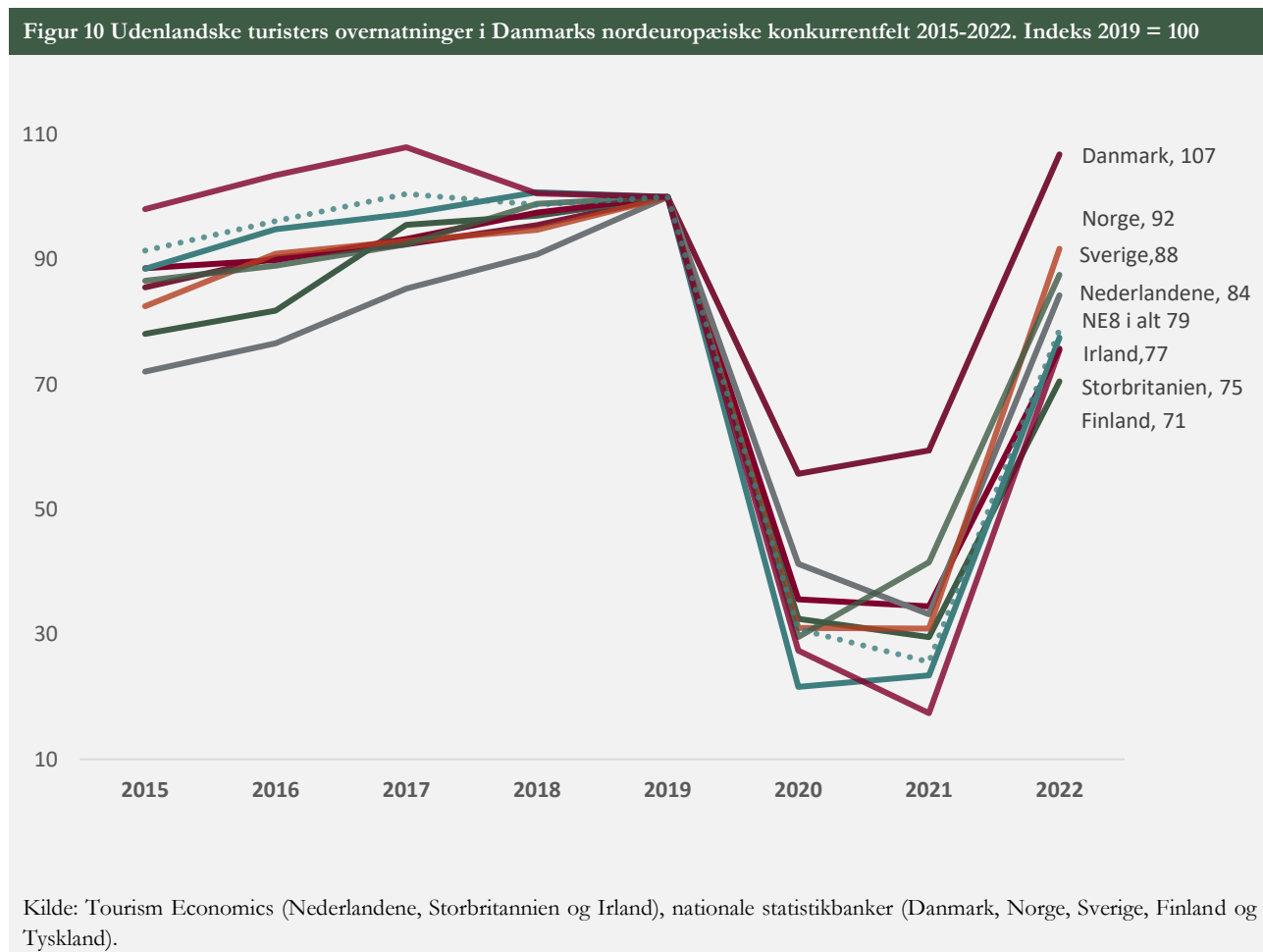
<sup>11</sup> Disse destinationer vurderes at være destinationer, som er i direkte konkurrence med Danmark, i modsætning til de nordiske destinationer i Nordatlanten, herunder Island, Grønland og Færøerne, der tilbyder et væsentligt anderledes turismeprodukt.

af danske turister. I 2020 og 2021 forstærkede corona denne tendens, og omkring to tredjedele af turistovernatningerne i Danmark var danske. I 2022 udgjorde danske overnatninger igen omkring halvdelen af alle overnatninger i Danmark. Betydningen af den indenlandske turisme belyses i de efterfølgende kapitler.

### 3.1 Dansk turismes markedsposition

Figur 10 viser udviklingen i antallet af udenlandske overnatninger i Danmark fra 2015 til 2022 sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt. Fra 2015 til 2019 oplevede samtlige nordeuropæiske lande fremgang i antallet af udenlandske overnatninger. Særligt Nederlandene (39 pct.) oplevede vækst efterfulgt af Finland (28 pct.), Norge (21 pct.) og Danmark (17 pct.).

Corona bremsede den positive udvikling for landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt, og samtlige lande oplevede et fald i antallet af udenlandske overnatninger fra 2019 til 2021. Efter corona steg rejselysten, og samtlige lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt oplevede således en stigning i antallet af udenlandske overnatninger fra 2021 til 2022. Danmark var dog det eneste land, der samlet set så en stigning fra 2019 til 2022 (7 pct.). Resten af landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt er endnu ikke tilbage på niveauet før corona.



Dansk turismes markedsposition i det nordeuropæiske konkurrentfelt afhænger af, om der fokuseres på overnatninger foretaget af europæiske turister eller overnatninger fra internationale turister fra ikke-europæiske lande.

Fremgangen i antallet af udenlandske overnatninger i Danmark på 7 pct. fra 2019 til 2022 afspejler en stigning på 11 pct. i de europæiske overnatninger og et fald på 32 pct. i overnatninger fra resten af verden. Til sammenligning

afspejler tilbagegangen i udenlandske overnatninger på 21 pct. for det nordeuropæiske konkurrentfelt et fald på 17 pct. i de europæiske overnatninger og et fald på 29 pct. fra resten af verden, jf. Tabel 6.

Fra 2019 til 2022 oplevede kun Danmark og Norge en stigning i antallet af europæiske overnatninger. I forhold til antallet af ikke-europæiske overnatninger oplevede Sverige, Irland, Tyskland, Storbritannien og Finland et mindre fald end Danmark.

**Tabel 6 Udvikling i udenlandske overnatninger fra 2019 til 2022 og fra 2021 til 2022**

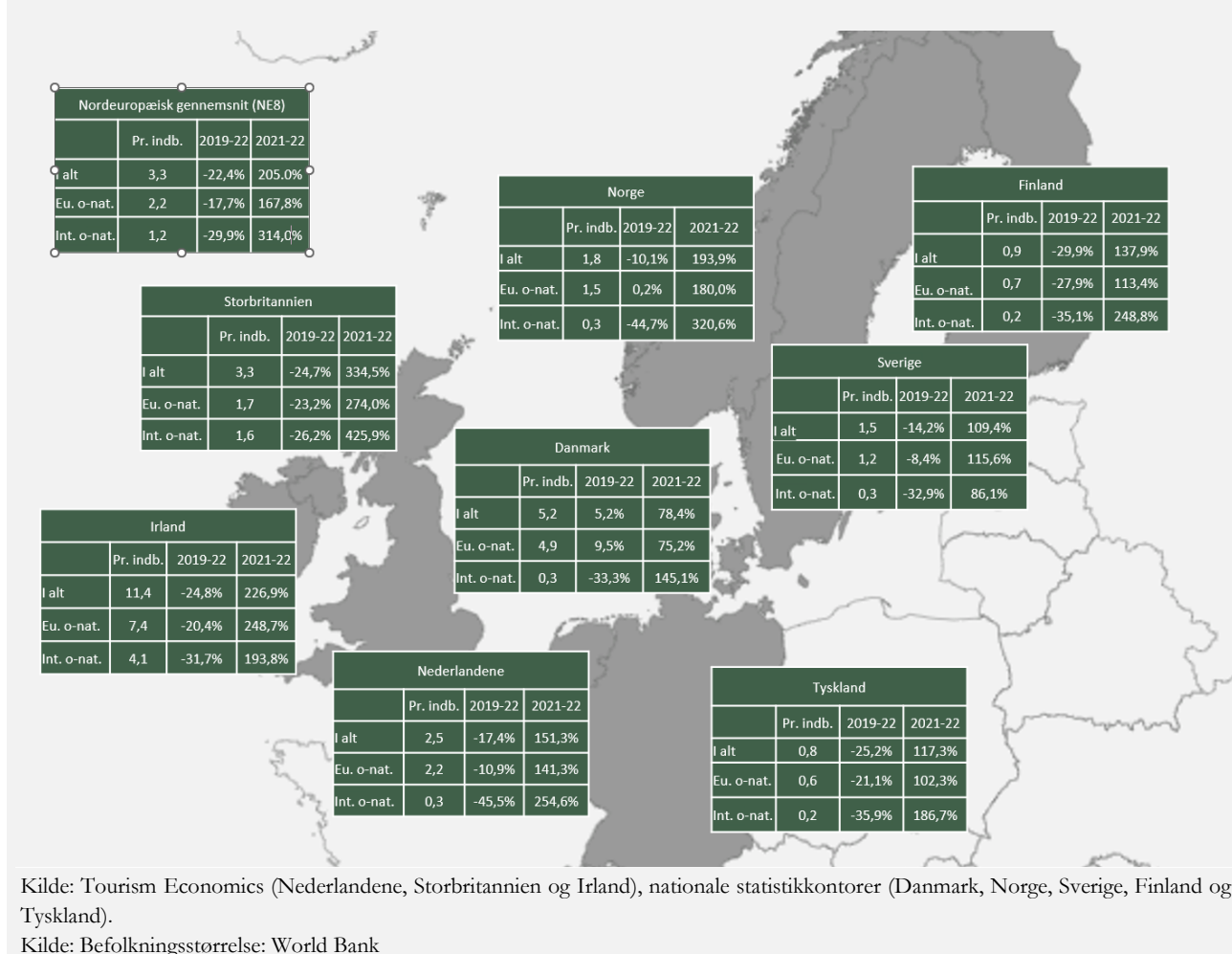
Pct.	Udvikling 2019-2022			Udvikling 2021-2022		
	Europæiske overnatninger	Ikke-europæiske overnatninger	Udenlandske overnatninger i alt	Europæiske overnatninger	Ikke-europæiske overnatninger	Udenlandske overnatninger i alt
Danmark	11,2%	-32,3%	6,8%	76,5%	147,0%	79,8%
Norge	2,2	-43,6	-8,3	117,1	87,4	110,9
Sverige	-6,5	-31,5	-12,5	182,5	324,4	196,5
Nederlandene	-9,0	-44,4	-15,7	114,0	249,8	138,6
Irland	-17,9	-29,6	-22,5	104,4	189,7	119,6
Tyskland	-20,2	-35,2	-24,3	143,6	258,0	153,8
Storbritannien	-23,0	-26,0	-24,5	252,4	197,0	230,4
Finland	-27,4	-34,7	-29,5	273,7	425,4	334,2
<b>Nordeuropæiske konkurrentfelt</b>	<b>-16,5</b>	<b>-28,9</b>	<b>-21,2</b>	<b>170,4</b>	<b>317,6</b>	<b>207,8</b>

Kilde: Tourism Economics (Nederlandene, Storbritannien Tyskland og Irland), nationale statistikbanker (Danmark, Norge, Sverige og Finland). Kilde: Europæiske overnatninger – Tourism Economics

Figur 11 viser udviklingen i overnatningstal pr. indbygger i det nordeuropæiske konkurrentfelt fra 2019 til 2022 og fra 2021 til 2022. I 2022 var der i gennemsnit 2,2 europæiske overnatninger pr. indbygger i Nordeuropa, mens der i Danmark var 4,9 europæiske overnatninger pr. indbygger. Danmark havde dermed væsentligt flere europæiske overnatninger pr. indbygger end alle andre lande i konkurrentfeltet. Tyske turister udgjorde den største udenlandske turistgruppe i Danmark med 63 pct. af samtlige udenlandske overnatninger i 2022.

Med 0,3 pct. ikke-europæiske overnatninger pr. indbygger i 2022 lå Danmark under gennemsnittet på 1,2 overnatninger pr. indbygger i det nordeuropæiske konkurrencefelt. Særligt Irland havde et højere antal ikke-europæiske overnatninger pr. indbygger.

Figur 11 Europæiske overnatningstal pr. indbygger i 2022 i det nordeuropæiske felt



### 3.2 Dansk turismes konkurrenceevne

Danmarks konkurrenceevne afgør, i hvilken grad Danmark kan få del i væksten i den internationale turisme. Figur 12 viser ti indikatorer fordelt på fire områder, som sammen tegner et billede af dansk turismes konkurrenceevne: tilgængelighed, forhold mellem pris og kvalitet, konkurrencedygtigt turismeerhverv samt attraktive produkter og oplevelser. De 10 indikatorer behandles mere indgående i kapitel 7-10.

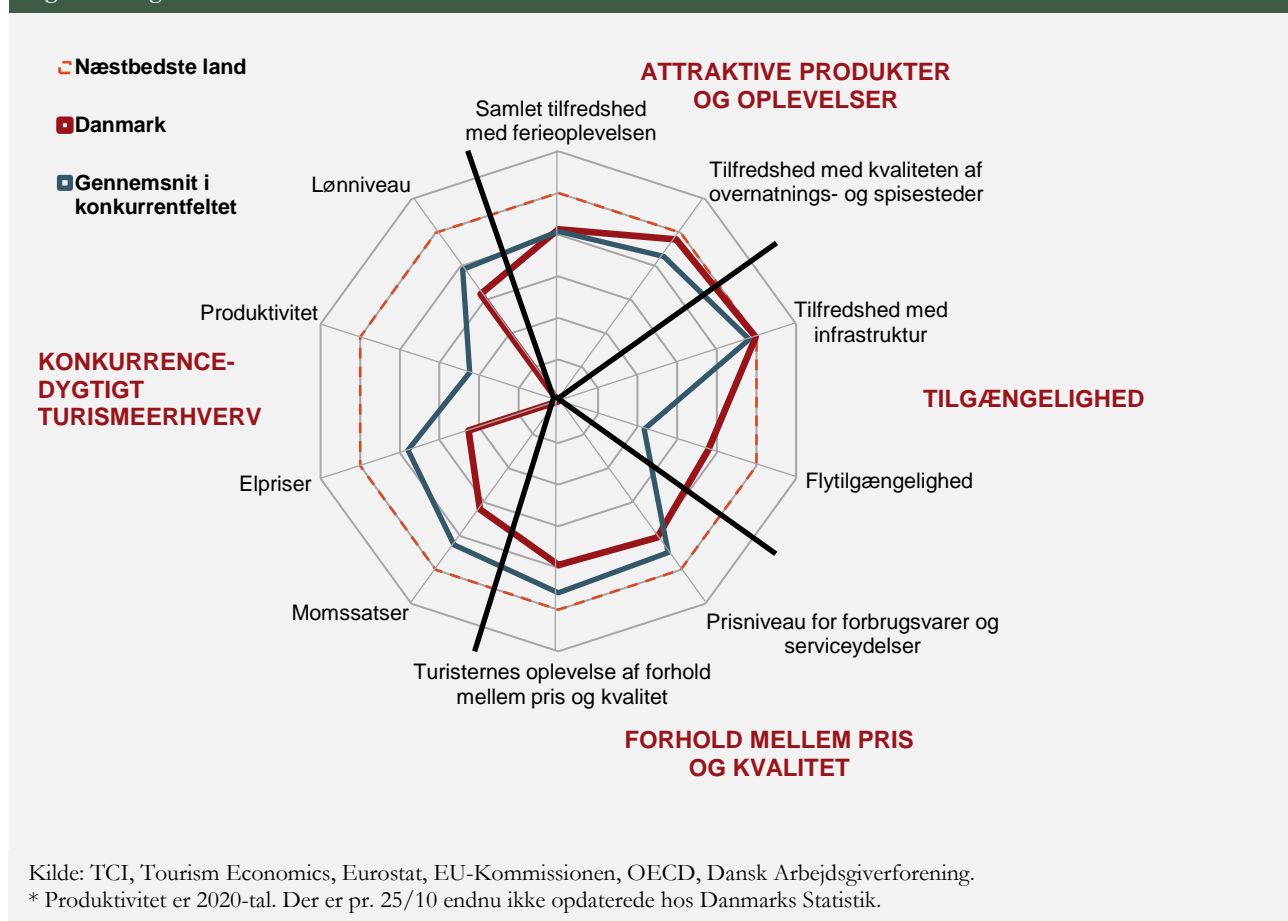
Hver indikator viser Danmarks præstation sammenlignet med det næstbedst scorende land og gennemsnittet for alle otte lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Det næstbedst scorende land har indeksscoren 100, og de øvrige landes indeksscorer udregnes i forhold til den bedste score. For eksempel opnår det næstbedste nordeuropæiske land en score på 173, når det gælder turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet. Her opnår Danmark en score på 136 i forhold til gennemsnittet på 159 for alle otte lande. Når det næstbedste land sættes til indeks 100, får Danmark indeksscore 79<sup>12</sup>, og gennemsnittet tildeles en indeksscore på 92<sup>13</sup>. Det næstbedste land er anvendt som topscorer, da nogle lande scorer markant højere på enkelte indikatorer på grund af særlige geografiske eller strukturelle forhold. Der er således ofte tale om outliers, hvor sammenligning med andre lande ikke altid er meningsfuld.

<sup>12</sup> 136 (Danmarks score) / 173 (næstbedste score) \* 100 = 79

<sup>13</sup> 159 (gennemsnittet) / 173 (næstbedste score) \* 100 = 92

I forbindelse med udvælgelsen af indikatorerne er der lagt vægt på at give et nuanceret billede af konkurrencepositionen med udgangspunkt i de datakilder, som indgår i Statusanalysen 2023, og hvor det er muligt at finde sammenlignelige data for det nordeuropæiske konkurrencefelt.<sup>14</sup> På flere af konkurrenceevneindikatorerne ligger Danmark under gennemsnittet. Det kan indikere, at der er brug for en styrket indsats, hvis der skal skabes højere vækstrater, og Danmark skal fastholde sin markedsposition.<sup>15</sup>

Figur 12 Diagram over dansk turismes konkurrenceevne



### Tilgængelighed

Danmark har en relativ høj flytilgængelighed sammenlignet med det europæiske konkurrencefelt. I 2022 var der i gennemsnit 4,6 udenlandske flypassagerer pr. dansker, hvilket er over gennemsnittet på 2,6 udenlandske passagerer pr. indbygger i det nordeuropæiske konkurrencefelt.

Turisterne er tilfredse, når det kommer til infrastrukturen i Danmark. Når det kommer til den overordnede tilfredshed med offentlig transport, vejinfrastruktur, tilgængelighed til/fra lufthavnen og transportomkostninger

<sup>14</sup> Data stammer fra blandt andet TCI, Eurostat, OECD, Dansk Arbejdsgiverforening og EU-Kommissionen. På grund af begrænsninger i datamaterialet anvendes hotel- og restaurationsbranchen som substitut for turismebranchen i sammenligningerne af produktivitet og lønniveau.

<sup>15</sup> Det er værd at notere, at indikatorerne kun er baseret på dansk turismes konkurrenceevne. Fx scorer Danmark lavt, når det kommer til lønniveauet i turismebranchen. Dette er fordi, det danske lønniveau er højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrencefelt. Et højt lønniveau gør produktionen i turismebranchen dyrere og således branchen mindre konkurrencedygtig. Dette betyder dog ikke, at en styrket indsats skal fokusere på at sænke lønnen indenfor dansk turisme.

på at komme frem til sin destination, ligger Danmark over gennemsnittet og er sammen med Tyskland de lande, der scorer næsthøjest.

### **Forhold mellem pris og kvalitet**

Prisniveauet for forbrugsvarer og serviceydelser i Danmark ligger 11 pct. højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrencefelt. I 2022 var prisniveauet højest i Irland efterfulgt af Danmark og Norge.

Både Danmark og Norge klarer sig også dårligere end gennemsnittet, når det kommer til turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet. Irland er til gengæld det land, der ligger højest i det nordeuropæiske konkurrencefelt, når det kommer til forholdet mellem pris og kvalitet.

### **Konkurrencedygtigt turismeerhverv**

Momssatserne i Danmark er generelt høje sammenlignet med det nordeuropæiske gennemsnit. Indikatoren for momssatser tager dog ikke højde for, at privat feriehusudlejning som udgangspunkt er momsfrataget i Danmark, samt at der er 100 pct. momsfradrag på hotelophold i forbindelse med erhvervsrejser.<sup>16</sup>

I 2022 var elpriserne for danske turismevirksomheder højere end i samtlige af de øvrige nordeuropæiske lande. Det placerer Danmark nederst i det nordeuropæiske konkurrencefelt. I Danmark betales der forskellige elafgifter for erhverv og private samt for el anvendt til forskellige formål.<sup>17</sup>

Produktiviteten i turismeerhvervet er stort set stagneret det seneste årti. Dertil er lønniveauet i det danske turismeerhverv højere end i det nordeuropæiske gennemsnit.<sup>18</sup>

Lønniveauet i Danmark var i 2022 højere end i samtlige konkurrentlande. Dette betyder at produktionen i den danske turismebranche er relativt dyrere og således branchen mindre konkurrencedygtig sammenlignet med de andre nordeuropæiske lande.

### **Attraktive produkter og oplevelser**

Turisterne er overordnet set lige så tilfredse med deres ferie i Danmark som i det nordeuropæiske konkurrencefelt generelt. Norge og Irland er de to lande, turisterne scorer højest, mens Tyskland og Nederlandene er de to lande, turisterne scorer lavest.

Når det kommer til turisternes tilfredshed med kvaliteten af overnatnings- og spisesteder, klarer Danmark sig noget bedre end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrencefelt. Her er Finland og Norge de to lande, der scorer højest, mens Nederlandene og Storbritannien scorer lavest.

---

<sup>16</sup> Jf. afsnit 10.1.

<sup>17</sup> Jf. afsnit 10.2.

<sup>18</sup> Jf. afsnit 10.5.





## 4. Status for turismeforbruget i Danmark

## 4 Status for turismeforbruget i Danmark

### Opsummering

#### Turismeforbruget i Danmark

- Udenlandske og danske turister brugte samlet set 118,2 mia. kr. i Danmark i 2021.
- Turismeforbruget i 2022 estimeres foreløbigt til 152,3 mia. kr., hvilket er en stigning sammenlignet med både 2021 og 2019. Bemærk at estimatet er ikke beregnet ved satellitregnskabsmetoden, men bygger på en fremskrivning af turismeforbruget med udviklingen i overnatningstal og priser. Stigningen er ikke lige så stor, hvis man korrigerer for den kraftige prisudvikling. Prisudviklingen kan forklare 11 pct. af stigningen fra 2019 til 2022. Korrigeres turismeforbrugstallene med inflationen fås et turismeforbrug på 138,9 mia. kr. i 2022, målt i faste priser, sammenlignet med 2019, dvs. knap 2 mia. kr. over 2019-niveaet.
- **Kyst- og naturturisme:** I 2021 blev der samlet set brugt 70,9 mia. kr. inden for til kyst- og naturturismen. Dette svarer til 60 pct. af det totale turismeforbrug i Danmark.
- **Storbyturisme:** I 2021 blev der samlet set brugt 22,3 mia. kr. inden for storbyturismen, svarende til 19 pct. af det samlede turismeforbrug. 74 pct. af dette forbrug blev lagt i Storkøbenhavn, mens de resterende 26 pct. blev lagt i de tre øvrige storbyer.
- **Erhvervs- og mødeturisme:** I 2021 blev der samlet set brugt 25,0 mia. kr. inden for erhvervs- og mødeturismen, svarende til 21 pct. af den totale turismeomsætning i Danmark. 40 pct af dette forbrug blev lagt i Storkøbenhavn.

#### Geografi

- Wonderful Copenhagen var i 2021 det destinationsselskab, hvor turisterne brugte flest penge inden for storbyturismen samt erhvervs- og mødeturismen. Wonderful Copenhagen var desuden destinationsselskabet i Danmark med den højeste turismeomsætning samlet set.
- Inden for kyst- og naturturismen blev der brugt flest penge i Destination Nordvestkysten efterfulgt af Destination Vesterhavet.
- De ti største turismekommuner i Danmark tegnede sig for 42 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark i 2021. Med en andel på 34,9 pct. var Fanø den kommune, hvor turismen fyldte relativt mest af det samlede udbud af varer og tjenester.

#### Værditilvækst og beskæftigelse

- Den turismeskabte værditilvækst var på 57,8 mia. kr. i 2021. Størstedelen (61 pct.) af værditilvæksten blev skabt af kyst- og naturturismen, mens storbyturismen og erhvervs- og mødeturismen stod for henholdsvis 19 pct. og 20 pct. af den turismeskabte værditilvækst.

I dette kapitel afdækkes turismeforbruget i Danmark i 2021, som er det seneste år, hvor forbrugsdata er endeligt opgjort. Data omfatter både udenlandske og danske turisternes forbrug, herunder både turister, der overnatter på kommercielle overnatningssteder (for eksempel på hotel eller i lejet feriehus), og turister, der overnatter på ikke-kommercielle overnatningssteder (for eksempel i eget feriehus eller hos familie og venner) samt endagsbesøgende.<sup>19</sup> Opgørelsen af turismens økonomiske betydning i Danmark følger den internationalt

<sup>19</sup> Kapitlet bygger på resultater fra rapporten Turismens økonomiske betydning 2021 udgivet i 2023. Rapporten udarbejdes i et samarbejde mellem VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning (CRT) og indeholder ikke danske turisternes forbrug på ferie i udlandet eller udenlandske turisternes forbrug på vej til Danmark, herunder fx internationale flybilletter.

anerkendte definition af turisme: "Turister er en delmængde af rejsende, for hvem rejsen foregår uden for personens sædvanlige miljø, i mindre end et år og med andet formål end at være ansat på den besøgte lokalitet."<sup>20</sup>

For at give et mere aktuelt billede af betydningen af corona for turismeforbruget perspektiveres der til et foreløbigt estimat for turismeforbruget i 2022. Bemærk at dette estimat ikke følger satellitregnskabsmetoden, men bygger på en fremskrivning af turismeforbruget med udviklingen i overnatningstal og priser. Den endelige opgørelse af turismeforbruget i 2022 ventes offentliggjort i august 2024.

I Danmark opdeles turismen i tre forskellige forretningsområder:<sup>21</sup>

- Storbyturisme: ferieturisme i København, Aarhus, Odense og Aalborg<sup>22</sup>
- Kyst- og naturturisme: ferieturisme uden for de fire storbyer
- Erhvervs- og mødeturisme: turisme i forbindelse med erhvervsrelaterede ophold, herunder møder og kongresser i hele landet

#### 4.1 Turismeforbruget i Danmark i 2021

Turismens økonomiske betydning opgøres i et turismesatellitregnskab, der kobler turisternes forbrug til nationalregnskabet. Metoden følger de internationale retningslinjer for turismesatellitregnskaber,<sup>23</sup> hvor omsætningen opgøres med udgangspunkt i turisternes efterspørgsel. Turismens økonomiske betydning er en strukturrapport, hvor datakilderne løbende opdateres (for eksempel opdateres tal for døgnforbrug typisk hvert tredje år), og hvor metoden løbende udvikles (for eksempel blev det fra 2021 muligt at medregne overnatninger booket via online platforme). Data om turismeforbrug egner sig dermed ikke som konjunkturværktøj til sammenligning årene imellem.

I 2021 brugte turisterne i Danmark i alt 118,2 mia. kr. Heraf kan 74 pct. (87,6 mia. kr.) henføres til danske turisternes forbrug, mens 26 pct. (30,6 mia. kr.) kan henføres til udenlandske turisternes forbrug, jf. Figur 13. 76 pct. af de danske turisternes forbrug skete i forbindelse med ferieophold, mens 24 pct. kan tilskrives erhvervs- og mødeturismen. For udenlandske turister kan 87 pct. af forbruget tilskrives ferieophold.<sup>24</sup>

Både udenlandske og danske turisternes forbrug har stor samfundsøkonomisk betydning for Danmark, såvel nationalt som lokalt. Udenlandske turister skaber som udgangspunkt et merforbrug i Danmark, da de alternativt ville have brugt pengene hjemme eller på en anden feriedestination. Det samme gælder de danskere, der holder ferie i Danmark i stedet for i udlandet. For denne gruppe er der dog tale om et forbrug eller en økonomisk aktivitet, som flyttes fra et sted i landet til et andet.

Figur 13 viser danske og udenlandske turisternes forbrug i Danmark i 2021 fordelt på forretningsområder. Kyst- og naturturismen var det største forretningsområde med en omsætning på 70,9 mia. kr., hvoraf 73 pct. kom fra danske turisternes forbrug. Tilsvarende kan 64 pct. af omsætningen inden for storbyturismen og 85 pct. af omsætningen inden for erhvervs- og mødeturismen henføres til danske turister.

---

<sup>20</sup> Kilde: [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf\\_80rev1e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1e.pdf)

<sup>21</sup> Læs mere om forretningsområderne her:

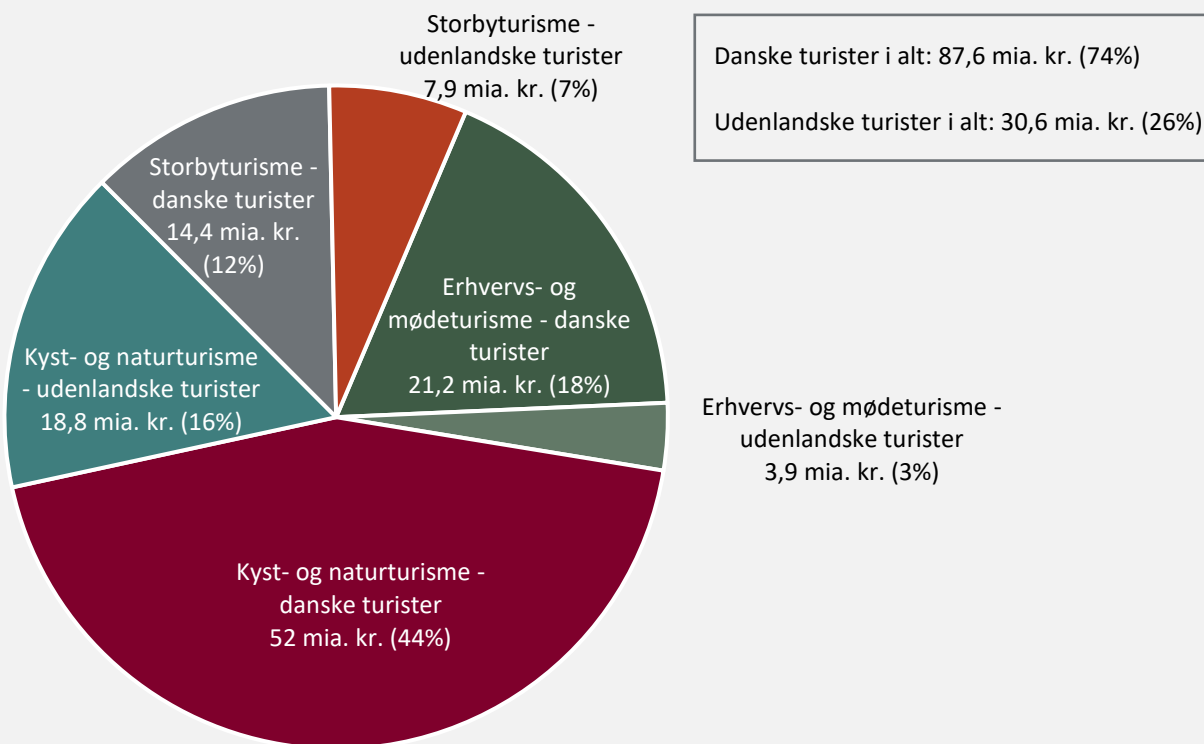
<https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/forretningsomraader/forretningsomraader>

<sup>22</sup> Storbyturisme dækker ferieophold i København (4 bykommuner og 13 omegnskommuner, som tilsammen udgør landsdelene København by og omegn), Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

<sup>23</sup> <https://www.oecd.org/cfe/tourism/tourismsatelliteaccountrecommendedmethodologicalframework.htm>

<sup>24</sup> Data for udenlandske endagsforretningsrejsende er ikke tilgængeligt, hvorfor omsætningen genereret af den udenlandske erhvervs- og mødeturisme muligvis undervurderes.

Figur 13 Turismeomsætning i Danmark fordelt på forretningsområder, 2021



Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

NB: Danmarks Statistik registrerer ikke erhvervs- og mødeturisters nationalitet. Nationalitet for erhvervs- og mødeturister er derfor beregnet under antagelse om, at fordelingen mellem ferie- og forretningsturisme er den samme for både danske og udenlandske overnatninger på hotel.

#### 4.1.1 Indikator for turismeomsætningen i 2030

I den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme er en af indikatorerne, at turismeomsætningen i 2030 skal nå 190 mia. kr. i forhold til 137,0 mia. kr. i turismeomsætning i 2019. Det svarer til en gennemsnitligt årlig vækst i turismeomsætningen på 3,0 pct. eller 4,8 mia. kr. om året frem mod 2030.

Corona har påvirket turismeomsætningen betydeligt: Fra 2019 til 2020 faldt turismeforbruget med ca. 34,5 mia. kr. fra 137,0 mia. kr. til 102,5 mia. kr. Fra 2020 til 2021 steg turismeforbruget med 15,7 mia. kr. til 118,2 mia. kr., hvilket stadig var under niveauet i 2019. Turismeforbruget i 2022 er foreløbigt opgjort til 152,3 mia. kr., hvilket er 11 pct. over niveauet i 2019. Stigningen er dog ikke lige så stor, hvis man korrigerer for den kraftige prisudvikling, der kan forklare 11 pct. af stigningen fra 2019 til 2022. Korrigeres turismeforbrugstallene med inflationen fås et turismeforbrug på 138,9 mia. kr. i 2022, målt i faste priser, sammenlignet med 2019, dvs. knap 2 mia. kr. over 2019-niveauet.

#### 4.1.2 Turismeforbruget i destinationer og på forretningsområder

Blandt de 19 danske destinationsselskaber tegnede Wonderful Copenhagen sig i 2021 for det højeste turismeforbrug, hvilket svarer til knap en fjerdedel af den samlede turismeomsætning i Danmark (24,6 pct.), jf. Tabel 7. Herefter fulgte Aarhusregionen og Destination NordVestkysten med henholdsvis 9,8 pct. og 8,1 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark.

I forhold til turismens relative betydning var Destination Bornholm den destination i 2021, hvor turismen udgjorde den største andel af destinationsselskabets samlede økonomi (11,5 pct.) efterfulgt af Destination Vesterhavet (5,6 pct.). Turismen udgjorde den laveste andel af destinationsselskabets samlede økonomi i VisitHerning (1,0 pct.) og Wonderful Copenhagen (1,2 pct.). Samlet set stod turismeforbruget for 1,8 pct. af hele landets økonomi.

**Tabel 7 Turismeomsætningen fordelt på destinationsselskaber og forretningsområder, 2021**

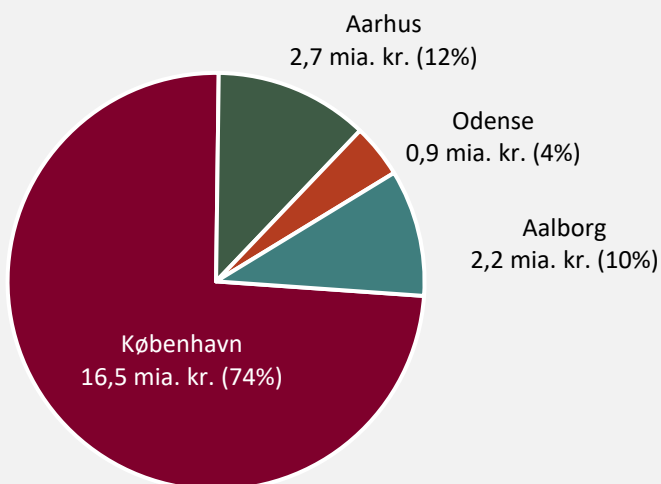
	Turismeomsætning, mia. kr.				Turismeandel	
	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	I alt	Pct. af omsætningen	Pct. af samlet økonomi
Wonderful Copenhagen	2,4	16,5	10,1	29,0	24,6	1,2
Aarhusregionen	5,6	2,7	3,3	11,6	9,8	1,4
Destination Nordvestkysten	9,2	-	0,4	9,6	8,1	4,3
Destination Vesterhavet	8,6	-	0,3	8,8	7,5	5,6
Destination Fyn	4,4	0,9	2,1	7,4	6,3	1,8
Destination Nord	3,0	2,2	1,3	6,6	5,5	2,1
Destination Sønderjylland	5,6	-	0,6	6,2	5,2	2,7
Destination Trekantområdet	3,7	-	1,8	5,5	4,6	1,4
VisitNordsjælland	4,0	-	0,4	4,4	3,7	2,8
Destination Bornholm	3,4	-	0,2	3,6	3,1	11,5
Visit Lolland-Falster	3,0	-	0,4	3,4	2,9	4,9
Destination Sjælland	2,1	-	0,7	2,8	2,4	1,3
Visit Sydsjælland & Møn	2,4	-	0,4	2,8	2,3	2,5
Destination Vadehavskysten	1,8	-	0,5	2,3	1,9	1,9
Destination Kystlandet	1,7	-	0,5	2,2	1,9	1,4
VisitFjordlandet	1,8	-	0,3	2,2	1,8	1,8
Destination Himmerland	1,8	-	0,1	1,9	1,6	2,4
VisitHerning	1,0	-	0,8	1,8	1,5	1,0
Destination Limfjorden	1,4	-	0,1	1,5	1,3	2,0
Uden for destination	3,9	-	0,8	4,6	3,9	1,9
<b>Hele landet</b>	<b>70,9</b>	<b>22,3</b>	<b>25,0</b>	<b>118,2</b>	<b>100</b>	<b>1,8</b>

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Ses der udelukkende på turismeforbruget inden for kyst- og naturturismen, var Destination NordVestkysten og Destination Vesterhavet de største destinationsselskaber med turismeforbrug på henholdsvis 9,2 mia. kr. og 8,6 mia. kr. i 2021. I alt 40,5 pct. af erhvervs- og mødeturismens turismeforbrug på 25,0 mia. kr. blev brugt i Wonderful Copenhagen, efterfulgt af Aarhusregionen (13,2 pct.) og Destination Fyn (8,4 pct.). Der er således stor forskel på, hvilke destinationsselskaber, der er størst inden for de forskellige forretningsområder.

Inden for storbyturisme kan 74 pct. af det totale turismeforbrug på 22,3 mia. kr. i 2021 henføres til hovedstaden, jf. Figur 14. De tre storbyer (Aarhus, Aalborg og Odense) stod for de resterende 26 pct. af omsætningen inden for storbyturismen.

Figur 14 Storbyturismens omsætning fordelt på de fire danske storbyer, 2021

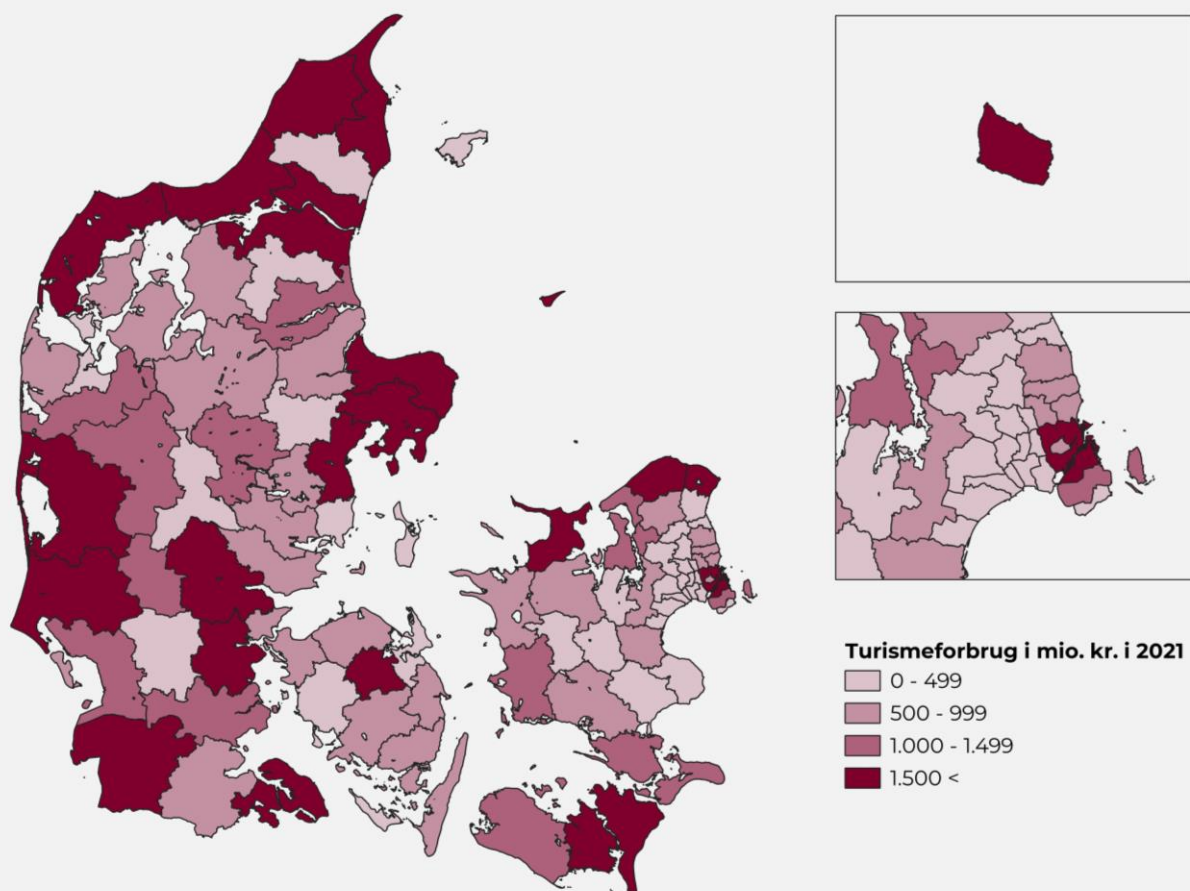


Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

#### 4.1.3 Turismeforbruget i kommunerne

Figur 15 viser det samlede turismeforbrug i Danmark i 2021 fordelt på kommuner.

Figur 15 Turismeforbrug fordelt på kommuner, 2021



Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Tabel 8 viser de ti største turismekommuner i Danmark opgjort på (1) turismeforbrugets størrelse og (2) turismeforbrugets andel af det samlede udbud af varer og tjenester i den pågældende kommune. De ti største turismekommuner i Danmark tegnede sig for 42 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark i 2021. Heraf blev der brugt mest i København og Aarhus blandt andet på grund af højtforbrugende hotelgæster på ferie- og forretningsrejser samt endagsbesøgende.<sup>25</sup>

Fanø Kommune var med en andel på 34,9 pct. den kommune, hvor turismen fyldte relativt mest af det samlede udbud af varer og tjenester i 2021. I samtlige ti kommuner lå turismeandelen væsentligt over landsgennemsnittet på 1,8 pct. Målt på både den absolutte og relative størrelse af turismen er Varde, Bornholm og Jammerbugt i top-10.

**Tabel 8 Samlet turismeforbrug og turismeandele på kommuner, top 10, 2021 samt placering i forhold til 2019**

Top 10 kommuner: Turismeforbrug				Top 10 kommuner: Turismeandel af samlet økonomi			
			Mio. kr.				Pct.
1	-	København	18.291	1	-	Fanø	34,9
2	-	Aarhus	4.721	2	-	Læsø	18,6
3	-	Varde	4.660	3	+1	Bornholm	11,5
4	-	Ringkøbing-Skjern	4.180	4	+2	Samsø	11,1
5	+1	Bornholm	3.643	5	-2	Jammerbugt	11,1
6	-1	Aalborg	3.166	6	-1	Varde	10,4
7	+1	Jammerbugt	3.010	7	-	Gribskov	9,1
8	-1	Frederikshavn	2.852	8	+2	Odsherred	8,4
9	-	Hjørring	2.754	9	-1	Ærø	7,5
10	+9	Guldborgsund	2.158	10	+2	Syddjurs	7,5

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

## 4.2 Turismeskabt værditilvækst og beskæftigelse

Turisternes forbrug bidrager til en række samfundsøkonomiske effekter i form af værditilvækst, beskæftigelse og skatteindtægter. Værditilvæksten beskriver den samlede økonomiske værdi af produktionen i en branche fratrukket forbruget i produktionen. Den samlede årlige værditilvækst i den danske økonomi er bruttonationalproduktet (BNP) ekskl. produktskatter og -subsidier.

Det danske turismeerhverv skabte i 2021 en samlet værditilvækst på 57,8 mia. kr. inklusiv afledte effekter, hvilket svarer til 2,7 pct. af den samlede værditilvækst i Danmark. Turismen skaber stor værdi i mange dele af samfundet og inden for mange forskellige brancher, og i 2021 blev næsten 70 pct. af den samlede turismeskabte værditilvækst skabt uden for de typiske turismeerhverv.<sup>26</sup> Tabel 9 viser den turismeskabte værditilvækst fordelt på erhverv og forretningsområde i 2021. Samlet set skaber kyst- og naturturismen 61 pct. af den samlede turismeafledte værditilvækst, erhvervs- og mødeturismen skaber 20 pct., og storbyturismen skaber 19 pct.

<sup>25</sup> Det kommunale turismeforbrug er generel forbundet med usikkerhed, navnlig fordi de bagvedliggende turistmængder (overnatninger og endagsbesøg) i nogen grad er estimerede og på grund af antagelsen om, at turistens forbrug bliver lagt i overnatningskommunen. Herudover er data fra nationalregnskabet på produktniveau sjældent geografisk opdelt. Derfor fordeler Center for Regional- og Turismeforskning og Danmarks Statistik bl.a. omsætningen på kommuner vha. estimeringsmetoder. En af metoderne er at anvende lønsummen på arbejdsstederne til at fordele en branches omsætning.

<sup>26</sup> Defineres som overnatningssteder, restauranter, transportvirksomheder, kultur og forlystelser m.m.

Sammenligner man forretningsområdernes værdiskabelse, skaber erhvervs- og mødeturismen især værditilvækst inden for transportvirksomheder, overnatningssteder samt restauranter og værtshuse, mens kyst- og naturturismen skaber relativt mere værditilvækst i detailbranchen.

**Table 9 Turismeskabt værditilvækst fordelt på erhverv og forretningsområde, 2021**

	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt værditilvækst, mio. kr.				Pct.
<b>Turismeerhverv</b>	<b>7.214</b>	<b>3.241</b>	<b>7.362</b>	<b>17.817</b>	<b>31%</b>
Overnatningssteder	1.400	719	2.307	4.426	8%
Restauranter og værtshuse	3.461	1.405	1.749	6.615	11%
Transportvirksomheder	530	300	2.879	3.709	6%
Rejsservice	16	38	319	373	1%
Kultur, forlystelser og sport	1.808	778	109	2.694	5%
<b>Detailhandel*</b>	<b>9.146</b>	<b>2.158</b>	<b>703</b>	<b>12.008</b>	<b>21%</b>
<b>Andre brancher**</b>	<b>19.099</b>	<b>5.306</b>	<b>3.594</b>	<b>27.999</b>	<b>48%</b>
Ejendomsmæglere, bolig og husleje	6.437	1.392	869	8.698	15%
Erhvervsservice	2.705	943	821	4.469	8%
Øvrige	9.957	2.971	1.904	14.833	26%
<b>I alt</b>	<b>35.459</b>	<b>10.706</b>	<b>11.660</b>	<b>57.824</b>	<b>100%</b>

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Inklusiv direkte, indirekte og inducerede effekter.

\*Detailhandel omfatter turismeskabt værditilvækst i detailhandel, engroshandel, fødevarer, drikkevarer og tobak, fremstillingsindustri, råolie, naturgas og olieindustri.

\*\*Andre brancher er brancher, hvor turismen ikke tegner sig for størstedelen af omsætningen. "Ejendomsmægler, bolig og husleje" omfatter blandt andet udlejning af feriehuse, mens "Erhvervsservice" blandt andet "producerer" biludlejning. "Øvrige" dækker blandt andet "Offentlig service", "Andre personlige serviceydelser", "Finans og forsikring" og "Udgivelse, tv/radio og it".

I 2021 skabte turismeforbruget lige over 120.000 arbejdspladser i Danmark, jf. Tabel 10, hvilket svarer til 3,9 pct. af den samlede beskæftigelse. Turismen betyder således relativt mere for beskæftigelse og jobskabelse end for værditilvækst (2,7 pct.). Det skyldes bl.a., at turisme er et erhverv med lav produktivitet (se afsnit 10.4). Samlet set tegnede kyst- og naturturismen sig for størstedelen (58 pct.) af den samlede turismeafledte beskæftigelse, mens erhvervs- og mødeturismen skabte 23 pct. og storbyturismen 19 pct. af den samlede turismeafledte beskæftigelse.

**Table 10 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på erhverv og forretningsområde, 2021**

	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt beskæftigelse, årsværk				Pct.
<b>Turismeerhverv</b>	<b>29.330</b>	<b>12.764</b>	<b>22.979</b>	<b>65.072</b>	<b>54%</b>
Overnatningssteder	3.754	2.736	7.526	14.016	12%
Restauranter og værtshuse	19.454	7.501	9.792	36.747	31%
Transportvirksomheder	976	383	2.796	4.154	3%
Rejsservice	128	243	2.575	2.946	2%
Kultur, forlystelser og sport	5.017	1.902	290	7.209	6%
<b>Detailhandel*</b>	<b>19.868</b>	<b>4.441</b>	<b>1.340</b>	<b>25.649</b>	<b>21%</b>
<b>Andre brancher**</b>	<b>20.278</b>	<b>5.617</b>	<b>3.641</b>	<b>29.535</b>	<b>25%</b>
Ejendomsmæglere, bolig og husleje	769	229	129	1.127	1%
Erhvervsservice	4.865	1.436	1.356	7.657	6%
Øvrige	14.643	3.952	2.156	20.751	17%
<b>I alt</b>	<b>69.476</b>	<b>22.822</b>	<b>27.960</b>	<b>120.257</b>	<b>100%</b>

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Inklusiv direkte, indirekte og inducerede effekter.

\*Detailhandel omfatter turismeskabte job i brancherne detailhandel, engroshandel, fødevarer, drikkevarer og tobak, fremstillingsindustri, råolie, naturgas og olieindustri.



\*\* Andre brancher omfatter brancher, hvor turismen ikke tegner sig for størstedelen af omsætningen. "Ejendomsmægler, bolig og husleje" omfatter blandt andet udlejning af feriehuse, mens "Erhvervsservice" blandt andet "producerer" biludlejning. "Øvrige" dækker blandt andet "Offentlig service", "Andre personlige serviceydelser", "Finans og forsikring" og "Udgivelse, tv/radio og it".

Sammenligner man den turismeskabte beskæftigelse i destinationsselskaberne, tegnede Wonderful Copenhagen sig i 2021 for den højeste andel af den samlede turismeskabte beskæftigelseseffekt i Danmark (24,6 pct.) efterfulgt af Aarhusregionen, Destination NordVestkysten og Destination Vesterhavet med henholdsvis 9,9 pct., 7,6 pct. og 6,8 pct., jf. Tabel 11.

I forhold til destinationsselskabernes samlede beskæftigelse fyldte den turismeskabte beskæftigelse relativt mest i Destination Bornholm (19,6 pct.) og Destination Vesterhavet (15,1 pct.), mens den fyldte relativt mindst i VisitHerning (2,6 pct.), Aarhusregionen (2,7 pct.) og Destination Kystlandet (2,9 pct.).

**Tabel 11 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på destinationsselskaber, 2021**

Destinationsselskab	Turismeskabt beskæftigelse	Fordeling	Andel af samlet beskæftigelse i destinationen	Total beskæftigelse
	Fuldtidsjob	Pct.	Pct.	Fuldtidsjob
Wonderful Copenhagen	29.557	24,6	2,9	1.004.432
Aarhusregionen	11.932	9,9	2,7	436.381
Destination Nordvestkysten	9.122	7,6	8,2	111.186
Destination Vesterhavet	8.144	6,8	15,1	53.920
Destination Fyn	7.634	6,3	3,3	232.223
Destination Nord	6.696	5,6	4,2	159.761
Destination Sønderjylland	6.172	5,1	5,6	109.667
Destination Trekantområdet	5.652	4,7	3,4	164.317
VisitNordsjælland	4.235	3,5	6,0	70.385
Visit Lolland-Falster	3.755	3,1	9,3	40.282
Destination Bornholm	3.426	2,8	19,6	17.443
Destination Sjælland	3.258	2,7	3,4	96.247
Visit Sydsjælland & Møn	3.141	2,6	4,7	67.522
VisitFjordlandet	2.515	2,1	3,6	69.707
Destination Kystlandet	2.240	1,9	2,9	76.947
Destination Vadehavskysten	2.201	1,8	3,6	60.487
Destination Himmerland	1.973	1,6	5,0	39.086
VisitHerning	1.881	1,6	2,6	72.880
Destination Limfjorden	1.637	1,4	4,2	38.827
Uden for destination	5.086	4,2	4,1	124.088
<b>Hele landet</b>	<b>120.257</b>	<b>100</b>	<b>3,9</b>	<b>3.045.791</b>

Kilde: VisitDenmark, Center for Regional- og Turismeforskning, Danmarks Statistik.  
Beskæftigelse inklusiv direkte, indirekte og inducerede effekter.

Tabel 12 viser beskæftigelsen inden for turismetypiske brancher og andre brancher i 2021 fordelt på uddannelsesniveau. Ser man på uddannelsesprofilen i de brancher, hvor turismen skaber en betydelig del af beskæftigelsen, viser det sig, at der er en stor andel af beskæftigede med en kortere uddannelse. Beskæftigede med grundskole og gymnasium som højeste uddannelse tegnede sig for henholdsvis 40 pct. og 24 pct. af beskæftigelsen inden for hoteller og restauranter, mens personer med videregående uddannelser tegnede sig for 16 pct. Uden for de turismetypiske brancher ("andre brancher") havde hele 46 pct. en videregående uddannelse,

mens kun 23 pct. havde enten grundskole eller gymnasium som højeste afsluttede uddannelse. Dermed skabte turismen især arbejde til personer uden en videregående uddannelse.

**Tabel 12 Beskæftigelse fordelt efter branche og højeste afsluttede uddannelse, 2021 (pct.)**

	Grundskole	Gymnasiale uddannelser	Erhvervsfaglige uddannelser	Videregående uddannelser	Uoplyst mv.	I alt
	Pct. af branche					
Hoteller og restauranter	40	24	19	16	2	100
Transport	33	11	35	19	2	100
Kultur og fritid	26	19	18	35	1	100
Handel	31	14	34	20	1	100
<b>Andre brancher</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>30</b>	<b>46</b>	<b>1</b>	<b>100</b>
<b>Alle brancher</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	<b>30</b>	<b>39</b>	<b>1</b>	<b>100</b>

Kilde: Danmarks Statistik (RAS310).

Andel af beskæftigede ultimo november 2021. Beskæftigelsen indeholder kun personer bosat i Danmark.

Bemærk at tabellen ikke kan sammenlignes direkte med Tabel 10 (beskæftigelse fordelt på erhverv og forretningsområde), idet branchegrupperingen i RAS-statistikken ikke er helt så detaljeret. Der er desuden tale om forskellige beskæftigelsesstatistikker (turismeskabt beskæftigelse mod samlet beskæftigelse).

Inklusiv afledte effekter skabte turismeforbruget 43,7 mia. kr. i skatteprovenu i 2021, hvilket svarer til 4,2 pct. af det samlede provenu fra skatter og afgifter i Danmark. Momsindtægterne på 19,3 mia. kr. udgjorde den største del af skatteprovenuet fra turismen, svarende til 44,2 pct. af de samlede skatteindtægter. De resterende 24,4 mia. kr. kan tilskrives personskatter (32,3 pct.), vareafgifter (18,8 pct.) og selskabsskatter (4,7 pct.).



© Mads Tolstrup

## 5. Udvikling og vækst

## 5 Udvikling og vækst i dansk turisme

### Opsummering

#### Antal overnatninger i Danmark

- I 2022 blev der foretaget i alt 62,9 mio. overnatninger i Danmark, hvilket er 22,1 pct. flere end i 2021 og 12,1 pct. flere end i 2019. Overnatningerne i Danmark er således over niveauet før corona, hvilket er den hurtigste genopretning blandt samtlige EU-lande målt på det samlede overnatningstal i 2022 sammenlignet med 2019.
- I den nationale strategi fra 2022 er indikatoren for antallet af overnatninger fastsat til 72 mio. i 2030. Hvis indikatoren skal indfries, skal antallet af overnatninger vokse med 15 pct. fra 2022 til 2030. Det svarer til 9,1 mio. flere overnatninger i 2030 end i 2022 eller en årlig vækst på 1,7 pct.
- I 2022 lå det samlede antal overnatninger i Danmark over fremskrivningen for indikatoren. Overnatningerne inden for erhvervs- og mødeturismen lå en smule under fremskrivningen for forretningsområdets indikator.
- I den nationale strategi fra 2022 er indikatoren for andelen af overnatninger uden for højsæsonen fastsat til 2/3 dele. Hvis indikatoren skal indfries, forudsætter det, at andelen af overnatninger uden for højsæsonen stiger med 2,4 procentpoint fra 2022 til 2030. I 2022 lå andelen af overnatninger uden for højsæsonen 0,3 procentpoint under fremskrivningen for indikatoren.

#### Antal overnatninger fordelt på forretningsområder

- Kyst- og naturturismen var med 72 pct. af alle overnatninger i 2022 fortsat det største forretningsområde i dansk turisme. Antallet af overnatninger inden for kyst- og naturturisme steg med 4,2 mio. fra 2021 til 2022, svarende til en stigning på 10,5 pct.
- Antallet af overnatninger inden for storbyturismen steg med 70,8 pct. fra 2021 til 2022. Antal overnatninger inden for storbyturismen i 2022 lå således over niveauet før corona.
- Antallet af overnatninger inden for erhvervs- og mødeturismen steg med 3,0 mio. fra 2021 til 2022 og var således 0,1 mio. over niveauet i 2019.
- Alle tre forretningsområder oplevede en stigning i antallet af overnatninger fra 2019 til 2022. Stigningen var størst for kyst- og naturturismen (14 pct.) efterfulgt af storbyturismen (13 pct.) og erhvervs- og mødeturismen (1 pct.).

#### Udenlandske turisternes overnatninger

- Fra 2021 til 2022 steg antallet af overnatninger fra alle Danmarks prioriterede markeder.
- Sammenlignet med 2019 oplevede tre af Danmarks prioriterede markeder en vækst i antallet af overnatninger: Tyskland, Nederlandene og Frankrig.
- Med 19,4 mio. overnatninger stod Tyskland fortsat for størstedelen af de udenlandske overnatninger i Danmark i 2022. Også Norge, Sverige og Nederlandene var vigtige markeder for dansk turisme i 2022.
- Med 30,8 mio. registrerede udenlandske overnatninger i 2022 havde Danmark flere udenlandske overnatninger end Sverige, Norge og Finland, som tilsammen havde 30,1 mio. udenlandske overnatninger.

#### Overnatninger booket via online bookingplatforme

- I 2022 bookede danske og udenlandske turister i alt 4,6 mio. overnatninger via online bookingplatforme. Det var 1,4 mio. flere overnatninger end i 2021, men 0,3 mio. færre overnatninger end i 2019.
- 25 pct. af de turister, der bookede overnatninger via online bookingplatforme i 2022, var danskere. Tyske turister stod for 24 pct. af det samlede antal overnatninger booket via

I dette kapitel beskrives turismens udvikling i Danmark til og med 2022 målt på antallet af overnatninger og besøg på danske attraktioner. På grund af de særlige omstændigheder som følge af corona, perspektiveres overnatningstallene både til sidste normalår (2019) og sidste coronaår (2021).

Antallet af overnatninger analyseres på følgende måder:

- det samlede antal registrerede overnatninger i Danmark,
- overnatninger fordelt på de tre forretningsområder i dansk turisme: storbyturisme, kyst- og naturturisme samt erhvervs- og mødeturisme,
- overnatninger fordelt på kommuner og destinationsselskaber,
- overnatninger fordelt på overnatningsformer,
- overnatninger fordelt på turisternes nationalitet.

Kapitlet redegør desuden for Danmarks markedsandel af den internationale turisme i 2022 i henholdsvis Norden, Nordeuropa og Europa.

## 5.1 Indikatorer for overnatninger i den nationale strategi for dansk turisme

### 5.1.1 Indikator for overnatninger i alt

I den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme fra 2022 indgår en indikator om, at dansk turisme skal runde 72 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en vækst på 9,1 mio. eller 15 pct. i forhold til 2022-niveauet. For at nå indikatoren skal antallet af overnatninger gennemsnitligt stige med 1,7 pct. om året fra 2022 til 2030.

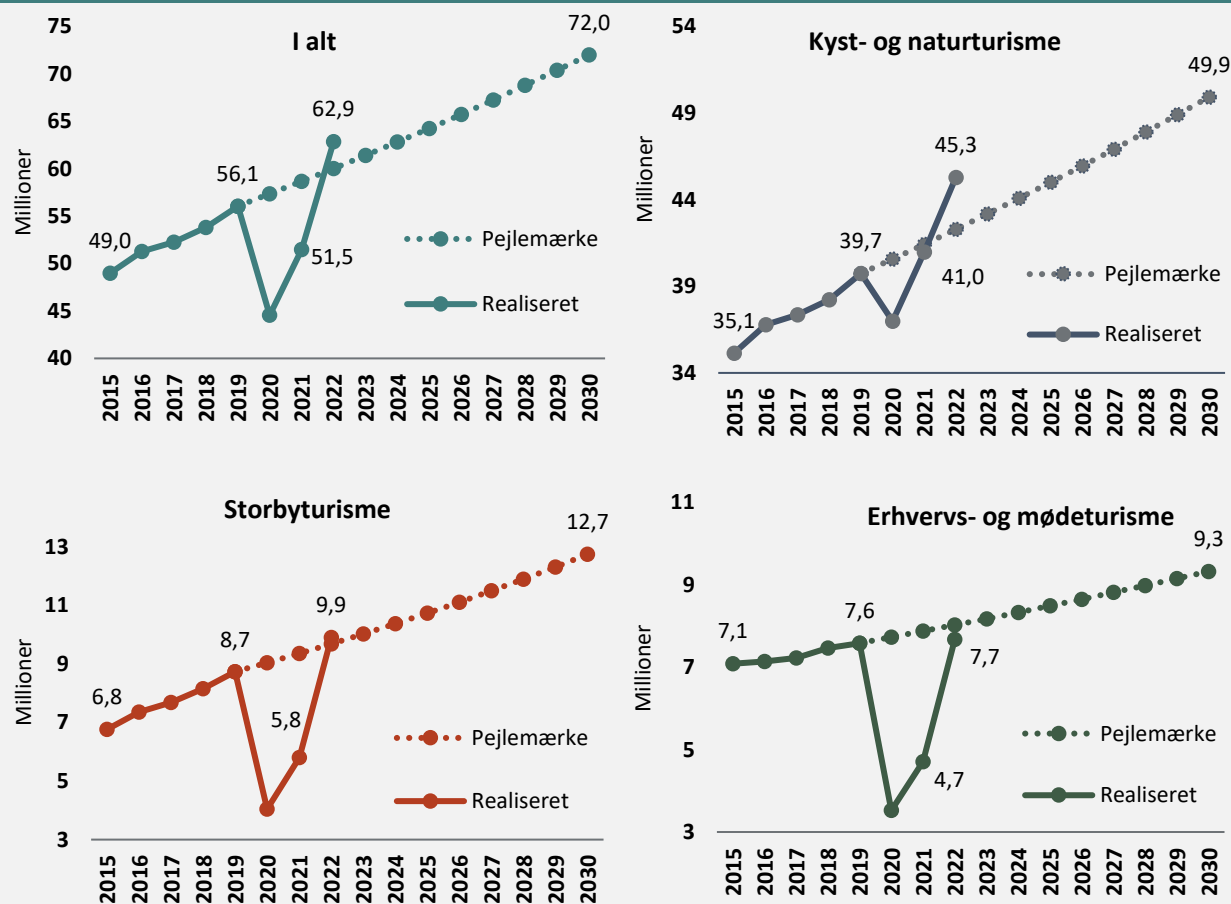
VisitDenmark har sammen med turismeudviklingsselskaberne (Dansk Kyst- og Naturturisme, Wonderful Copenhagen og MeetDenmark) nedbrudt indikatoren på de tre forretningsområder i dansk turisme. Nedbrydningen er sket med afsæt i den en prognose for dansk turisme, som blev udarbejdet i begyndelsen af 2022 forud for lanceringen den nationale strategi for bæredygtig vækst for dansk turisme.

- Kyst- og naturturisme: Der sigtes mod 49,9 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 1,2 pct. fra 2022 til 2030.
- Storbyturisme: Der sigtes mod 12,7 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 3,2 pct. fra 2022 til 2030.
- Erhvervs- og mødeturisme: Der sigtes mod 9,3 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 2,5 pct. fra 2022 til 2030.

Som følge af corona faldt antallet af overnatninger i Danmark fra 2019 til 2020 med 20,5 pct. og lå dermed 27,4 mio. under 2030-indikatoren, jf. Figur 16. Der var nedgang inden for alle tre forretningsområder. Fra 2020 til 2021 steg antallet af overnatninger i Danmark inden for alle tre forretningsområder. Samlet set steg overnatningerne i Danmark med 15,5 pct. mellem 2020 og 2021 og lå dermed 20,5 mio. under 2030-indikatoren. Inden for kyst- og naturturismen var antallet af overnatninger i denne periode over 2019-niveauet, men lige under fremskrivningen for indikatoren.

Fra 2021 til 2022 steg antallet af overnatninger inden for alle tre forretningsområder, således at antallet af overnatninger lå over niveauet i 2019. I 2022 lå det samlede antal overnatninger i Danmark desuden 2,9 mio. over fremskrivningen for indikatoren for den nationale strategi. Både kyst- og naturturismen og storbyturismen lå over deres respektive fremskrivninger, mens erhvervs- og mødeturismen lå under fremskrivningen for indikatoren.

Figur 16 Udvikling i overnatninger fra 2015 til 2022 sammenholdt med indikatorer frem mod 2030, mio. overnatninger



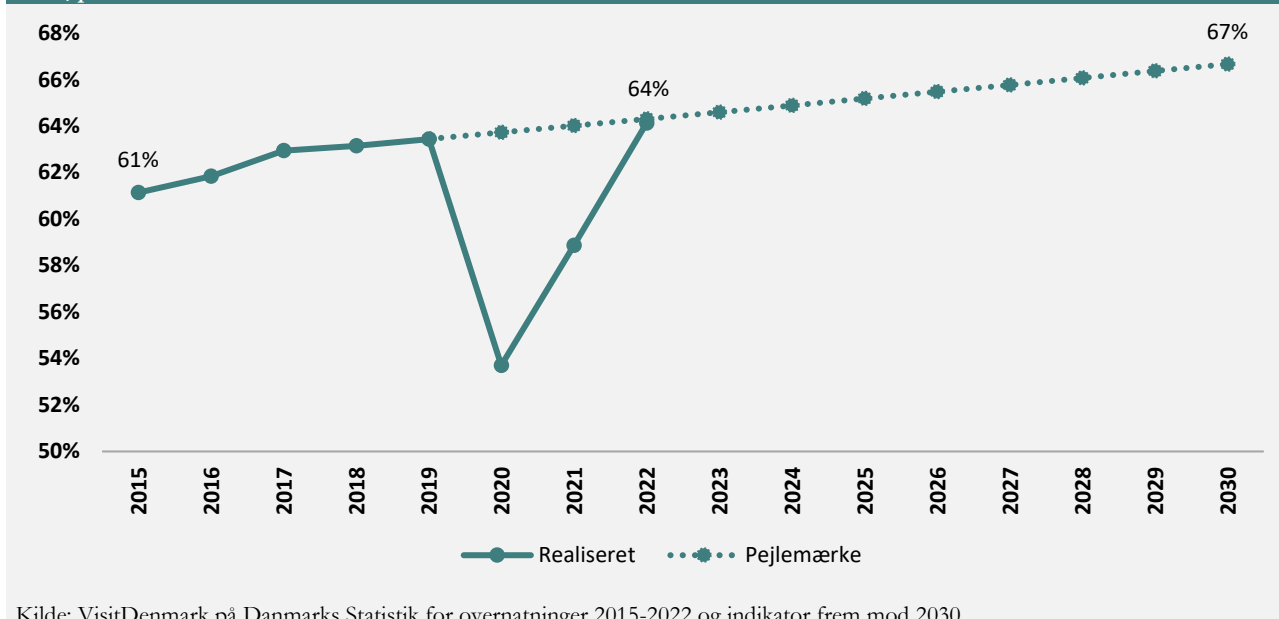
Kilde: VisitDenmark på Danmarks Statistik for overnatninger 2015-2022 og indikator frem mod 2030

### 5.1.2 Indikator for andel af overnatninger uden for højsæsonen

Fra 2015 til 2019 steg andelen af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) fra år til år, jf. Figur 17. Da corona ramte i 2020, påvirkede det primært overnatninger uden for højsæsonen, eftersom restriktionerne både i Danmark og udlandet var mest strikse i disse perioder. Fra 2019 til 2020 faldt andelen af overnatninger uden for højsæsonen således fra 63,4 pct. til 53,7 pct. Fra 2020 til 2021 steg andelen af overnatninger uden for sæsonen til 58,9 pct., hvilket stadig var under niveau i 2019. I 2022 var 64,1 pct. af alle overnatninger i Danmark uden for højsæsonen, hvilket dermed var en anelse højere end i det sidste normalår 2019.

I den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme fra 2022 indgår en indikator om, at antallet af overnatninger uden for højsæsonen skal udgøre 2/3 dele af overnatningerne i 2030. I 2022 lå andelen af overnatninger uden for højsæsonen 0,3 procentpoint under fremskrivningen for indikatoren. For at indfri indikatoren i 2030 skal andelen af overnatninger uden for højsæsonen stige med 2,4 procentpoint i forhold til andelen i 2022. Dette betyder, at antallet af overnatninger uden for højsæsonen skal vokse hurtigere end antallet af overnatninger i højsæsonen.

Figur 17 Udvikling i andelen af overnatninger uden for højsæsonen fra 2015 til 2022 sammenholdt med indikatoren frem mod 2030, pct.



Kilde: VisitDenmark på Danmarks Statistik for overnatninger 2015-2022 og indikator frem mod 2030

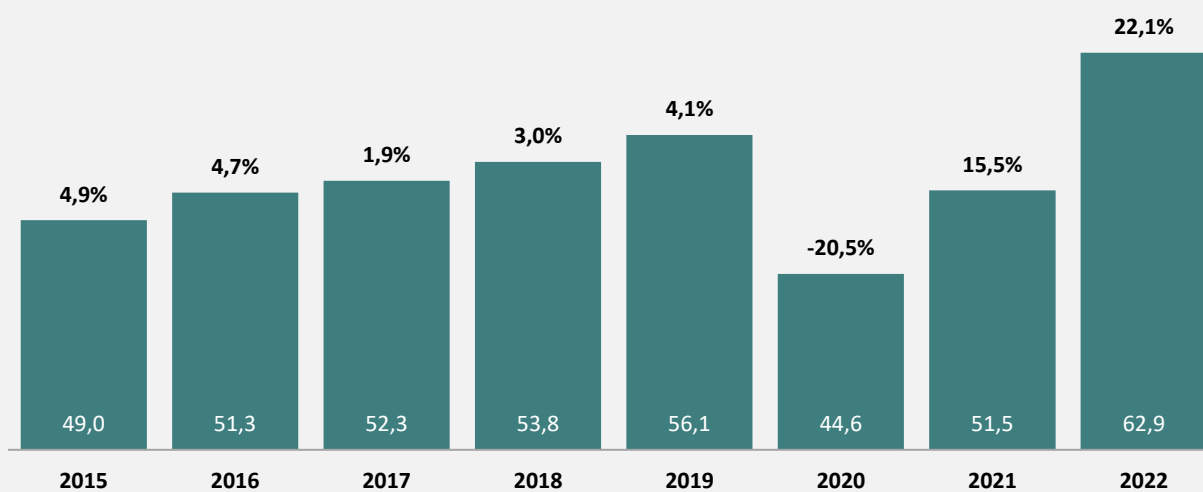
## 5.2 Udviklingen i dansk turisme fra 2015 til 2022

Danmarks Statistik registrerer alle kommercielle overnatninger på eksempelvis hotel, i feriecenter og i lejet feriehus, men ikke overnatninger i eget feriehus, hos familie og venner eller overnatninger booket via online bookingplatforme. I dette kapitel er fokus primært de kommercielle overnatningsformer, som Danmarks Statistik registrerer. Med henblik på at belyse markedet for overnatninger booket via online bookingplatforme, henter VisitDenmark data fra Eurostat. Disse overnatningsdata er beskrevet i afsnit 5.2.6.

Turisme- og oplevelseserhvervet var blandt de mest påvirkede af corona-pandemien, og i 2020 og 2021 faldt antallet af overnatninger markant både i Danmark og på verdensplan. På trods efterdønningerne af corona, krig i Ukraine samt stigende energi- og forbrugerpriser var den internationale turisme i Danmark tilbage på 2019-niveau allerede i 2022. Figur 18 viser antallet af registrerede overnatninger i Danmark fra 2015 til 2022. Fra 2015 til 2019 steg antallet af overnatninger i Danmark, hvilket betød, at antallet af overnatninger i 2019 satte rekord for sjetten år i træk. Under corona i 2020 og 2021 faldt antallet af overnatninger. I 2022 blev der registreret i alt 62,9 mio. overnatninger i Danmark, hvilket var en ny rekord.

<sup>27</sup> Kilde: Tourism Economics.

Figur 18 Udvikling i alle registrerede overnatninger i Danmark, 2015-2022 (ændring i pct. og mio.)



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: TURIST).

### 5.2.1 Overnatninger fordelt på forretningsområder

Dansk turisme er organiseret i tre forretningsområder:

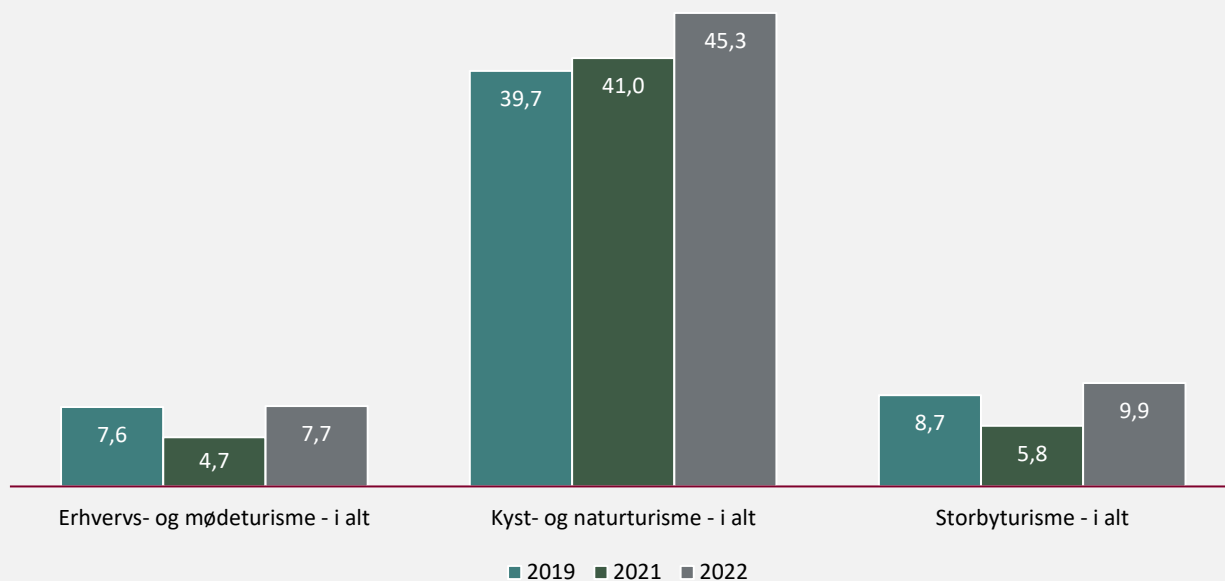
1. Storbyturisme (ferieturisme i København, Aarhus, Odense og Aalborg)<sup>28</sup>,
2. Kyst- og naturturisme (ferieturisme uden for de fire store byer),
3. Erhvervs- og mødeturisme (turisme i forbindelse med erhvervsrelaterede ophold, herunder møder og kongresser i hele landet).

Kyst- og naturturismen er det største forretningsområde i dansk turisme målt på antal overnatninger, jf. Figur 19. I 2019 stod kyst- og naturturismen for 71 pct. af alle overnatninger i Danmark. I 2021 var andelen steget til 80 pct. I 2022 faldt andelen igen til 72 pct. Storbyturismen var det næststørste forretningsområde med 9,9 mio. overnatninger, og erhvervs- og mødeturismen var det mindste forretningsområde med 7,7 mio. overnatninger, svarende til henholdsvis 16 pct. og 12 pct. af alle registrerede overnatninger i 2022.

<sup>28</sup> Storbyturisme dækker ferieophold i Storkøbenhavn (fire bykommuner og 13 omegnskommuner, som tilsammen udgør landsdelene København by og omegn), Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.



Figur 19 Overnatninger i alt per forretningsområde, 2019, 2021 og 2022 (mio.)



Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

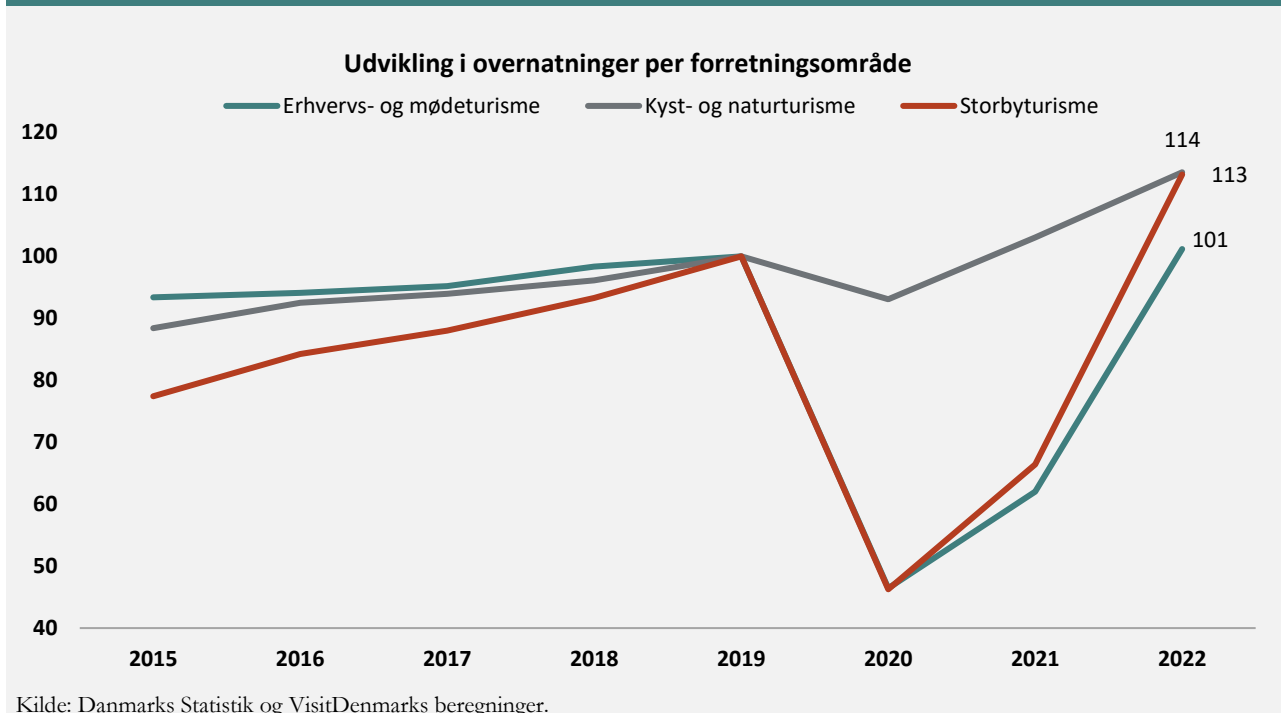
Note: Storbyturisme: ferieophold i København (fire bykommuner og 13 omegnskommuner, som tilsammen udgør landsdelene København by og omegn), Aarhus Kommune, Aalborg Kommune og Odense Kommune.

Note: Kyst- og naturturisme: Ferieturisme uden for de fire storbyer.

Note: Erhvervs- og mødeturisme: Turisme i forbindelse med erhvervsrelaterede ophold, herunder møder og kongresser i hele landet.

Fra 2020 til 2021 og igen fra 2021 til 2022 steg antallet af overnatninger inden for alle tre forretningsområder, jf. Figur 20. Fra 2019 til 2022 var der en stigning i antallet af overnatninger inden for alle tre forretningsområder. Kyst- og naturturismen så den største stigning på 14 pct. sammenlignet med 2019 efterfulgt af storbyturismen på 13 pct. og erhvervs- og mødeturismen på 1 pct.

Figur 20 Udvikling i overnatninger pr. forretningsområde og nationalitet, 2015-2022. Indeks 2019 = 100

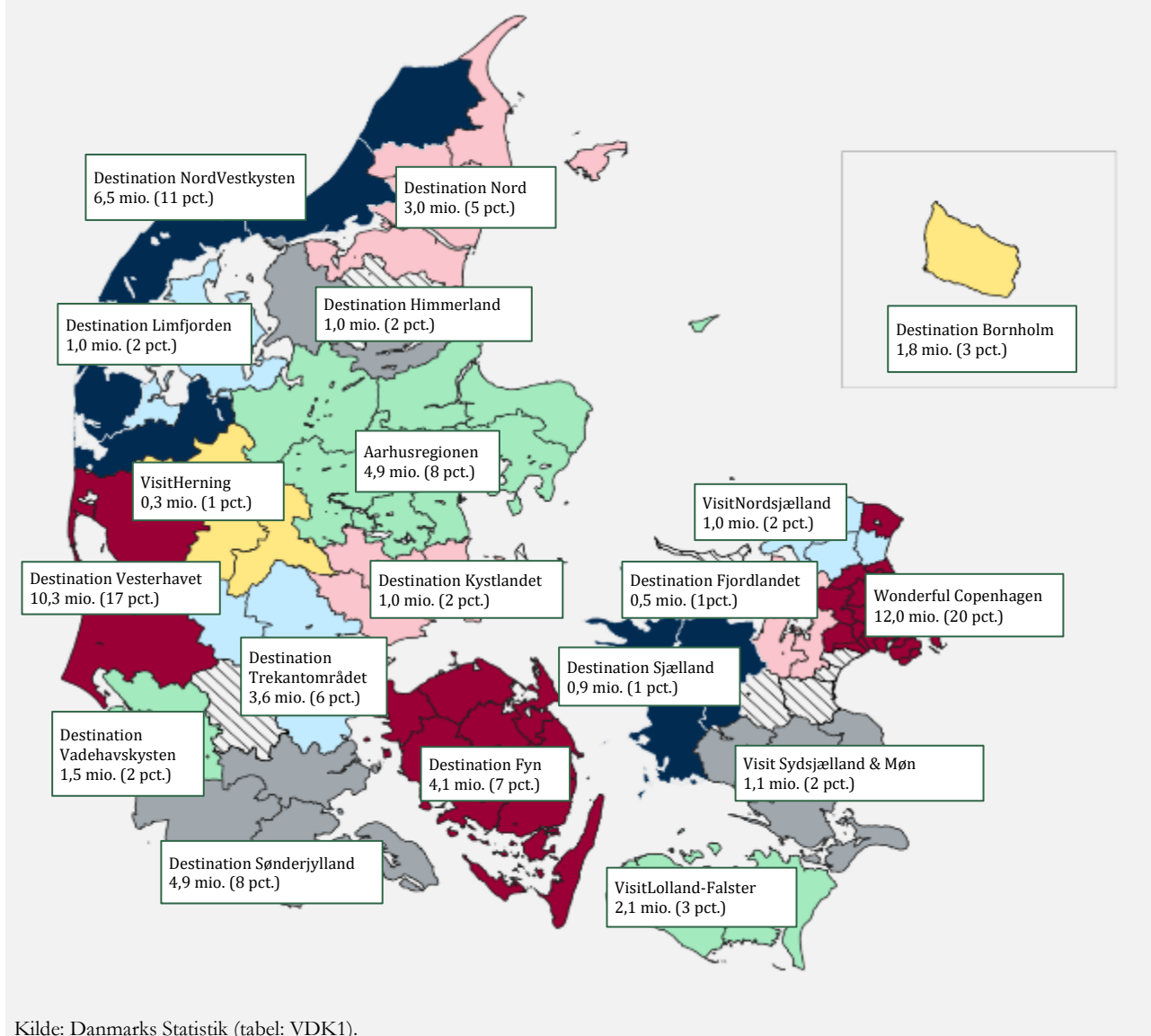


### 5.2.2 Overnatninger i de danske destinationer

Figur 21 viser fordelingen af alle registrerede overnatninger i Danmark i 2022 på de 19 danske destinationsselskaber. De fem største destinationsselskaber tegnede sig samlet set for 63 pct. af overnatningerne i Danmark i 2022. Wonderful Copenhagen stod for flest overnatninger (20 pct.) efterfulgt af Destination Vesterhavet (17 pct.), Destination Nordvestkysten (11 pct.), Aarhusregionen (8 pct.) og Destination Sønderjylland (8 pct.).

Alle 19 destinationsselskaber oplevede en vækst i antallet af overnatninger fra 2019 til 2022. Destination Limfjorden så med 23 pct. den største vækst, efterfulgt af Destination Vesterhavet (18 pct.) og Destination Kystlandet (17 pct.). Fra 2021 til 2022 oplevede 18 destinationsselskaber en vækst i antallet af overnatninger, mens overnatningerne i Destination Bornholm faldt med 2 pct.

Figur 21 Alle registrerede overnatninger fordelt på destinationsselskaber, 2022 (mio. og pct.)



### 5.2.3 Overnatninger i de danske kommuner

Med 9,3 mio. overnatninger var Københavns Kommune den danske kommune, der havde flest overnatninger i 2022 (jf. Tabel 13) efterfulgt af Vestkystkommunerne Varde og Ringkøbing-Skjern med henholdsvis 5,4 mio. og 4,9 mio. overnatninger. I de to Vestkystkommuner kan antallet af turister især tilskrives turistbyer som Blåvand og Hvide Sande.

Alle top-10 kommuner havde flere overnatninger i 2022 end i 2019. Ringkøbing-Skjern Kommune oplevede den største relative stigning på 21 pct. fra 2019 til 2022 efterfulgt af Sønderborg og Varde kommuner med henholdsvis 20 pct. og 16 pct. flere overnatninger i 2022 end i 2019.

Den positive udvikling i antallet af overnatninger fra 2019 til 2022 var drevet af både danske og udenlandske turister. Københavns Kommune var den eneste kommune på top-10 listen, der oplevede et fald i antallet af udenlandske overnatninger fra 2019 til 2022.

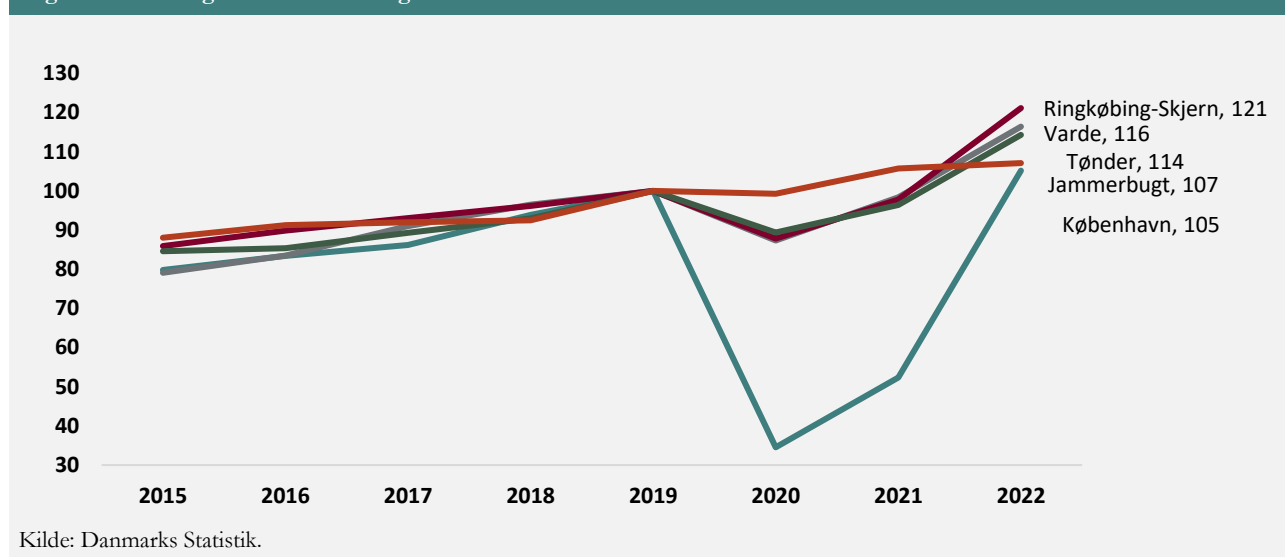
**Tabel 13 Top-10 over kommuner med flest overnatninger i 2022 og udvikling i forhold til 2019**

Nr.	Kommune	I alt	Danske turister		Udenlandske turister		
			Over- natninger	Udvikling 2019-2022	Over- natninger	Udvikling 2019-2022	
2022							
1	- København	9.315.364	5%	4.071.316	31%	5.244.048	-9%
2	- Varde	5.437.215	16%	1.219.008	14%	4.218.207	17%
3	- Ringkøbing-Skjern	4.861.275	21%	881.585	44%	3.979.690	17%
4	- Tønder	2.067.937	14%	649.240	11%	1.418.696	16%
5	- Jammerbugt	1.850.349	7%	990.662	9%	859.687	5%
6	- Bornholm	1.806.306	7%	1.092.653	11%	713.654	1,8%
7	- Hjørring	1.783.884	7%	775.248	10%	1.008.636	5%
8	- Frederikshavn	1.685.492	16%	964.786	23%	720.706	7%
9	- Billund	1.643.973	15%	815.887	16%	828.086	15%
10	- Sønderborg	1.496.537	20%	656.514	30%	840.024	14%

Kilde: Danmarks Statistik.

Figur 22 viser udviklingen i antallet af overnatninger i de fem største turismekommuner (baseret på antallet af overnatninger i 2022) fra 2015 til 2022. Tønder Kommune var den eneste af top-5 kommunerne, der havde flere overnatninger under corona i 2021 end i 2019. Københavns Kommune var, ikke overraskende, den top-5 kommune, der var hårdest ramt under coronapandemien: I 2020 og 2021 lå overnatningerne i Københavns Kommune henholdsvis 65 pct. og 48 pct. under niveauet i 2019.

**Figur 22 Udvikling i antal overnatninger i de fem største turismekommuner 2015-2022. Indeks 2019 = 100**

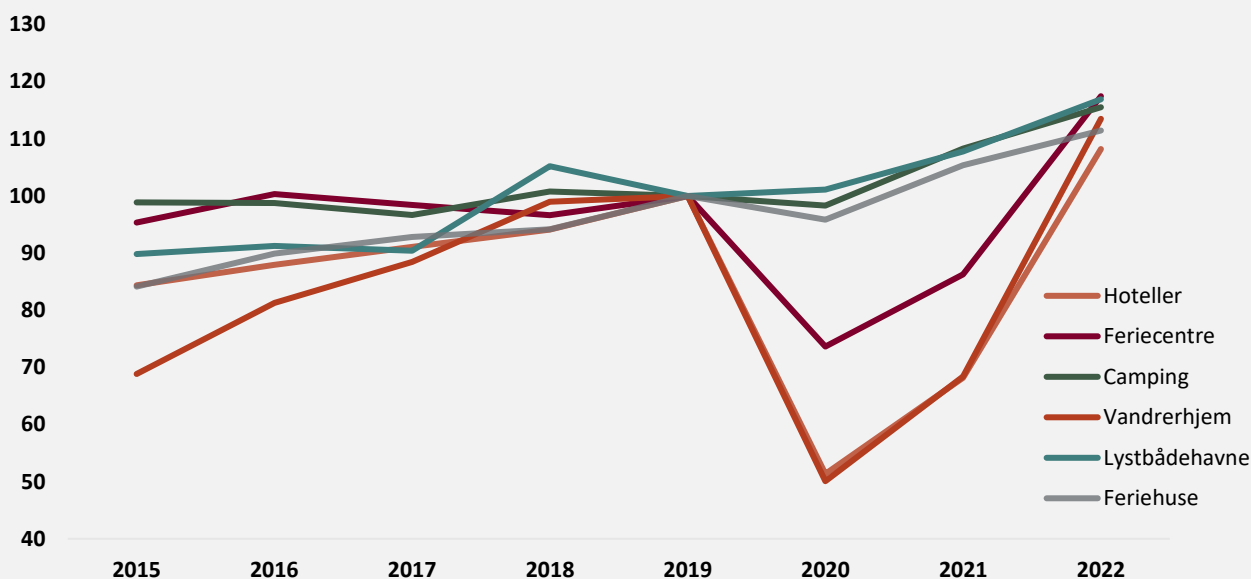


Kilde: Danmarks Statistik.

#### 5.2.4 Overnatninger fordelt på overnatningsformer

Turistovernatninger registreres på seks forskellige kommercielle overnatningsformer: feriehuse, hoteller, campingpladser, vandrerhjem, feriecentre og lystbådehavne. Fra 2020 til 2021 og igen fra 2021 til 2022 steg antallet af registrerede overnatninger inden for hver af de seks overnatningsformer (jf. Figur 23). Den største relative stigning fra 2020 til 2022 fandt sted på vandrerhjem (127 pct.) og hoteller (111 pct.). Begge overnatningsformer så således mere end en fordobling i antallet af overnatninger på to år. Inden for alle overnatningsformer var antallet af overnatninger i 2022 over niveauet i 2019.

Figur 23 Udvikling i alle registrerede overnatningsformer i Danmark, 2015-2022. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: TURIST).

Turister i lejet feriehus<sup>29</sup> tegnede sig for 37 pct. af alle registrerede overnatninger i Danmark i 2022 efterfulgt af turister på hotel (29 pct.) og camping<sup>30</sup> (20 pct.). Overnatninger på feriecenter, i lystbådehavne og på vandrerhjem udgjorde de resterende 13 pct.

Blandt danske turister var hoteller (36 pct.), camping (27 pct.) og lejede feriehus (20 pct.) de tre foretrukne overnatningsformer i 2022. Den udenlandske fordeling var noget anderledes. Her var lejede feriehus (54 pct.) den foretrukne overnatningsform efterfulgt af hoteller (22 pct.) og camping (13 pct.)

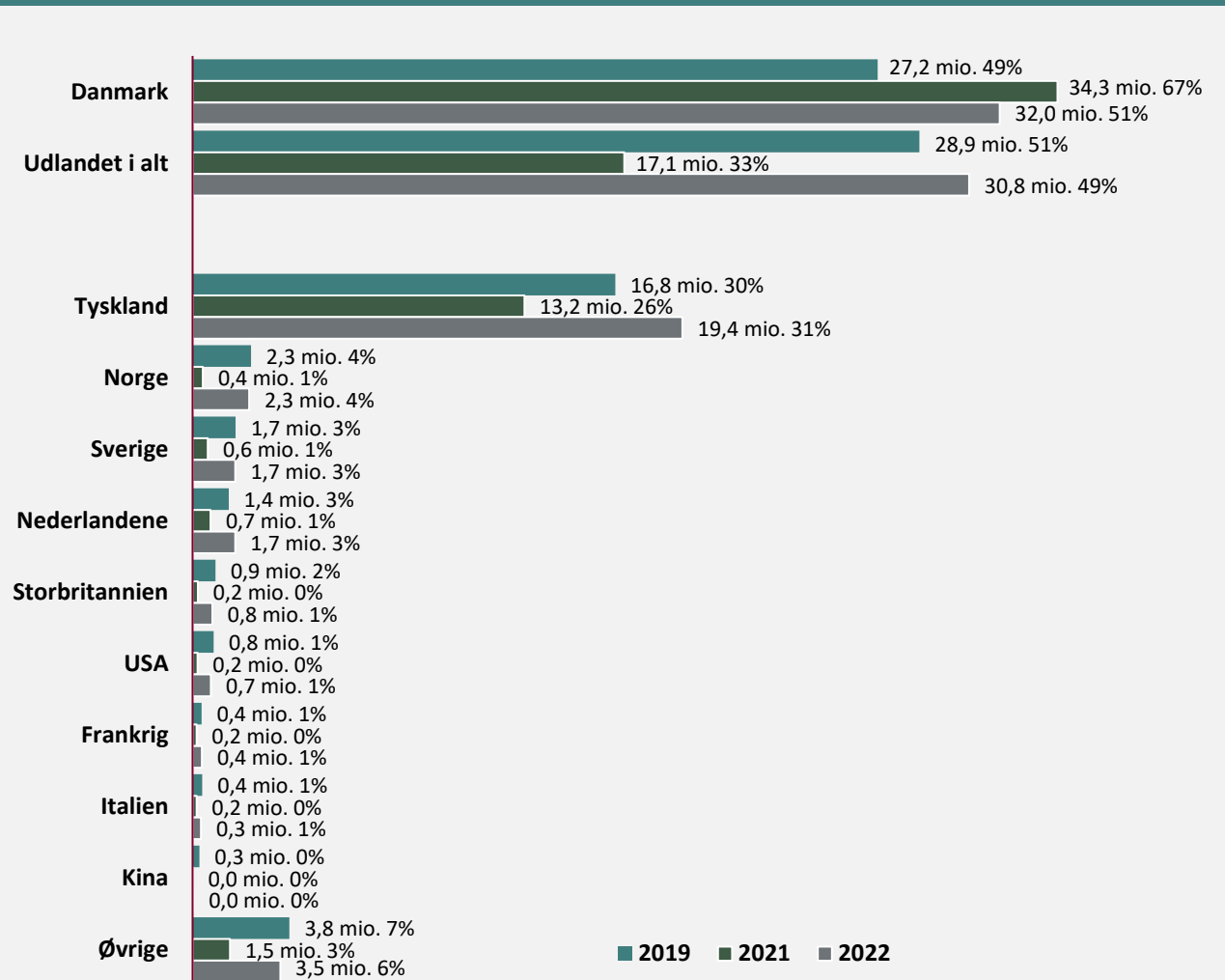
#### 5.2.5 Overnatninger fordelt på nationalitet

Både danske og udenlandske turisternes overnatninger er vigtige for dansk turisme. I 2022 udgjorde udenlandske overnatninger 49 pct. (30,8 mio.) af samtlige registrerede overnatninger i Danmark, og danske overnatninger udgjorde 51 pct. (32,0 mio.). Danmarks vigtigste markeder (Tyskland, Nederlandene, Sverige, Norge og Storbritannien) tegnede sig for 40 pct. af overnatningerne i Danmark i 2022. Med 19,4 mio. overnatninger stod Tyskland for 31 pct. af det samlede antal overnatninger, svarende til 63 pct. af alle udenlandske overnatninger i Danmark i 2022, jf. Figur 24.

<sup>29</sup> Feriehuse er det samme som sommerhuse.

<sup>30</sup> Fastliggende campisters overnatninger indgår i overnatningsstatistikken. Det gør overnatninger i eget feriehus ikke. Derfor undervurderer opgørelsen feriehusenes andel af det samlede antal overnatninger i forhold til camping.

Figur 24 Fordeling af registrerede overnatninger på nationalitet, 2019, 2021 og 2022 overnatninger og andel (mio. og pct.)



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: TURIST).

Forholdet mellem antallet af danske og udenlandske overnatninger har ændret sig siden starten af 1990'erne: Der var omkring 10 mio. flere udenlandske end danske overnatninger i 1992. Fra 1993 til 2007 steg antallet af danske overnatninger med en årlig vækstrate på 3,0 pct., mens de udenlandske overnatninger faldt med 1,3 pct. årligt i samme periode. Derefter steg antallet af danske overnatninger og oversteg antallet af udenlandske overnatninger fra 2007 frem til 2015, hvor udenlandske overnatninger igen var i overtal til og med 2019. I 2020 var der omkring 12 mio. flere danske end udenlandske overnatninger og i 2021 var forskellen omkring 17 mio.

I 2022 var der stadig flere danske end udenlandske overnatninger, men her var forskellen faldet til 1,2 mio. Grunden til dette er både, at de udenlandske turister kom tilbage til Danmark efter corona, og at danskerne igen rejste til udlandet.

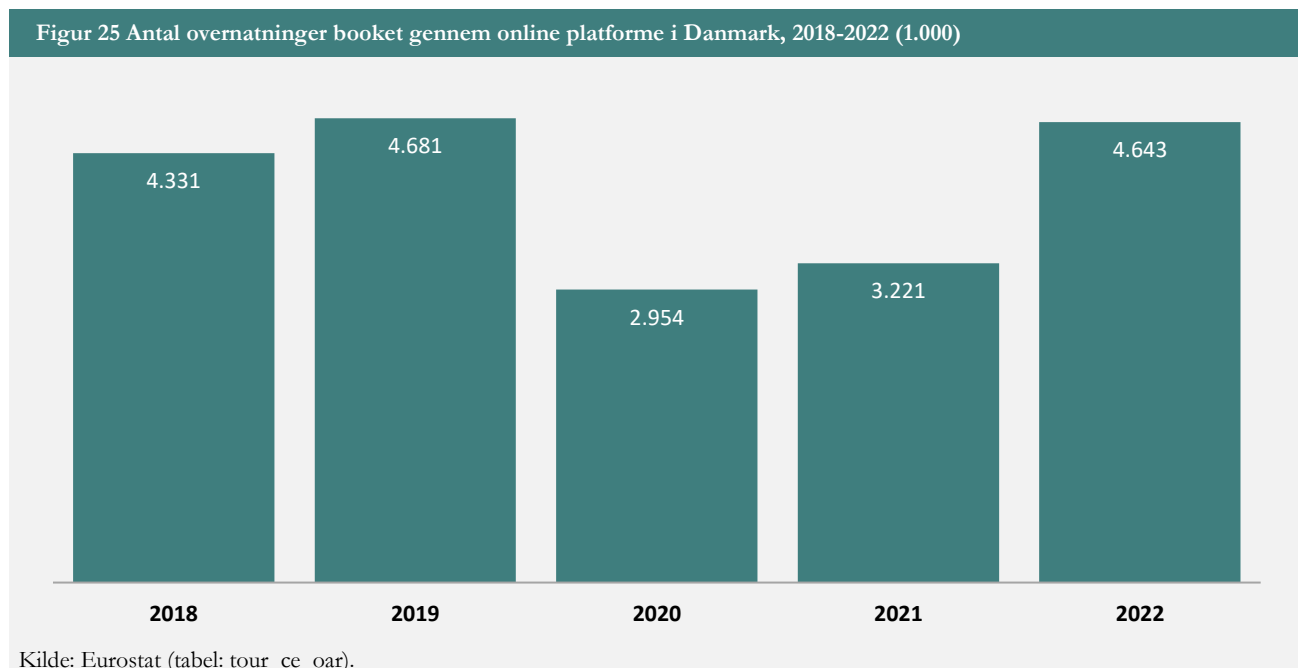
### 5.2.6 Overnatninger booket via online platforme

Udlejning via online bookingplatforme har i de seneste år været i kraftig vækst.<sup>31</sup> Udviklingen i de kommercielle

<sup>31</sup> Antallet af Airbnb gæster i København steg fx fra 22.500 i 2012 til 450.000 i 2016 (<https://www.berlingske.dk/samfund/airbnb-brugere-paa-noerrebro-og-bispebjerg-har-tjent-trecifret>). I 2019 bookede over 1,1 mio. gæster Airbnb i Danmark, hvoraf over 500.000 af bookingerne var i København ([https://www.visitdenmark.dk/sites/visitdenmark.com/files/2020-04/Airbnb-g%C3%A6ster%20i%20Danmark\\_\\_2019.pdf](https://www.visitdenmark.dk/sites/visitdenmark.com/files/2020-04/Airbnb-g%C3%A6ster%20i%20Danmark__2019.pdf)).

turistovernatninger registreres løbende af Danmarks Statistik, men overnatninger booket via online platforme indgår endnu ikke fuldt ud i statistikken. Eurostats data om bookinger via fire online platforme (Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor) vil fremadrettet blive offentliggjort årligt, og bidrager således til at forbedre kvaliteten af de eksisterende data om turisternes overnatninger.<sup>32</sup>

Udviklingen i antallet af overnatninger booket via online platforme i Danmark har fulgt udviklingen i kommercielle overnatninger fra 2018 til 2022. Fra 2018 til 2019 steg antallet af overnatninger booket via online platforme, men faldt i 2020 som følge af corona. Fra 2020 til 2021 steg antallet overnatninger booket via online bookingplatforme, men lå stadig betydeligt under 2019-niveau. I 2022 steg antallet af overnatninger igen og nåede op på 4,6 mio. Dette tangerede niveauet i 2019, jf. Figur 25.



Tallene viser et skift i turisternes rejseadfærd i kølvandet på corona: I 2018 og 2019 overnattede henholdsvis 58 pct. og 54 pct. i en af de fire storbyer, men denne andel faldt til henholdsvis 28 pct. og 30 pct. i 2020 og 2021. I 2022 var der tegn på en normalisering, men med 40 pct. overnattende turister i en af de fire storbyer lå andelen stadig under niveauet i 2019. Dette er drevet af overnatninger booket via online platforme i København, der endnu ikke er tilbage på 2019-niveau. Ud af de fire storbyer tiltrak København flest overnatninger (79 pct.) efterfulgt af Aarhus (11 pct.), Aalborg (6 pct.) og Odense (4 pct.).

<sup>32</sup> Dette er eksperimentelle data indhentet af Eurostat. Data omfatter udlejning af ferieboliger og private hjem via de fire platforme. På grund af mulig dobbelttælling kan indholdet i dette afsnit derfor ikke direkte sammenlignes med eksisterende statistikker med eksempelvis antal overnatninger i feriehus eller hoteller. Mere information om data kan findes på: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/experimental-statistics/collaborative-economy-platforms>.

Figur 26 Antal overnatninger booket gennem online platforme fordelt på område, 2018-2022 (1.000)



Blandt de 4,6 mio. overnatninger booket via online platforme i 2022 blev 75 pct. foretaget af udenlandske turister og 25 pct. af danske turister. Dette er en ændring i sammensætningen i forhold til 2021, hvor udenlandske turister stod for 51 pct. af overnatningerne og viser, at de udenlandske turister er kommet tilbage til Danmark efter corona.

I 2022 udgjorde tyske turister den største udenlandske gruppe med 24 pct. af alle overnatninger booket via online platforme efterfulgt af Norge (7 pct.) og USA (6 pct.). Antallet af overnatninger steg for alle registrerede udenlandske markeder fra 2021 til 2022. Kun bookingerne fra danske turister faldt.

Tabel 14 Antal overnatninger booket gennem online platforme fordelt på nationalitet 2021 og 2022 samt udvikling fra 2021 til 2022

	2021	Fordeling af overnatninger 2021	2022	Fordeling af overnatninger 2022	Udvikling i antal overnatninger 2021-2022
<b>I alt</b>	<b>3.220.839</b>	<b>100%</b>	<b>4.643.160</b>	<b>100%</b>	<b>44%</b>
<b>Danmark</b>	<b>1.580.913</b>	<b>49%</b>	<b>1.157.591</b>	<b>25%</b>	<b>-27%</b>
<b>Udlandet i alt</b>	<b>1.639.926</b>	<b>51%</b>	<b>3.485.569</b>	<b>75%</b>	<b>113%</b>
Tyskland	703.357	22%	1.131.258	24%	61%
Norge	52.744	2%	319.116	7%	505%
USA	110.894	3%	271.050	6%	144%
Nederlandene	117.445	4%	246.849	5%	110%
Storbritannien	67.408	2%	197.054	4%	192%
Frankrig	88.397	3%	174.655	4%	98%
Sverige	51.189	2%	164.863	4%	222%
Schweiz og Lichtenstein	40.124	1%	89.664	2%	123%
Belgien	41.999	1%	88.184	2%	110%
Polen	38.055	1%	76.515	2%	101%
Øvrige lande	328.314	10%	727.737	16%	122%

Kilde: Eurostat (tabel: tour\_ce\_oar).



### 5.3 Vækst på hovedmarkeder og vækstmarkeder

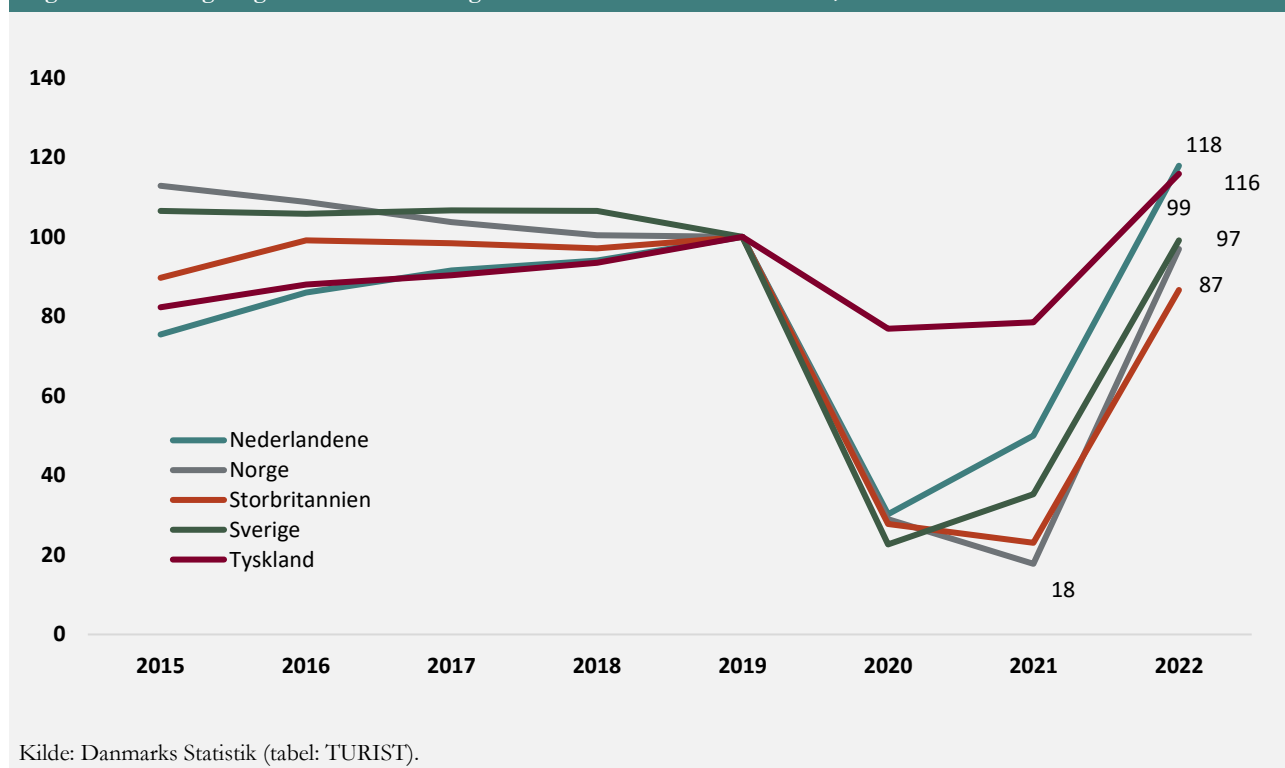
Markederne for dansk turisme kan inddeles i hoved- og vækstmarkeder. Hovedmarkederne omfatter Danmarks nabolande (Tyskland, Sverige, Norge, Nederlandene og Storbritannien), hvorfra der er kommet mange turister igennem en længere årrække. Vækstmarkederne er de nyere markeder i dansk turisme, herunder Frankrig, Italien, USA og Kina, der trods en mindre volumen målt i antal overnatninger har haft høje vækstrater de seneste år med undtagelse af under corona.

Fra 2015 til 2019 steg antallet af overnatninger fra tre af de fem hovedmarkeder. Særligt fra Nederlandene var der fremgang med 32 pct. (352.000) flere overnatninger i 2019 sammenlignet med 2015 efterfulgt af Tyskland og Storbritannien med vækstrater på henholdsvis 21 pct. (3,0 mio.) og 12 pct. (94.000). Antallet af overnatninger fra det svenske og norske marked faldt med henholdsvis 6 pct. (113.000) og 11 pct. (299.000) fra 2015 til 2019.

Grundet corona faldt antallet af overnatninger fra alle hovedmarkeder i 2020 til under 2019-niveauet. Selvom antallet af overnatninger for tre ud af fem hovedmarkeder (Tyskland, Nederlandene og Sverige) steg fra 2020 til 2021, lå det stadig under 2019-niveau for alle fem hovedmarkeder. Særligt antallet af overnatninger fra det norske og britiske marked har været hårdt ramt under corona og lå i 2021 henholdsvis 82 pct. (1,9 mio.) og 77 pct. (697.000) under 2019-niveauet. Danmarks genåbning for lande med lav smitte betød et mindre fald i antal overnatninger fra det tyske marked fra 2019 til 2021 på 21 pct. (jf. Figur 27).

Fra 2021 til 2022 steg antallet af overnatninger fra alle hovedmarkederne. For både Tyskland og Nederlandene lå antallet af overnatninger henholdsvis 16 pct. og 18 pct. højere end i 2019, mens det for Storbritannien, Norge og Sverige lå henholdsvis 13 pct., 3 pct. og 1 pct. under niveauet i 2019.

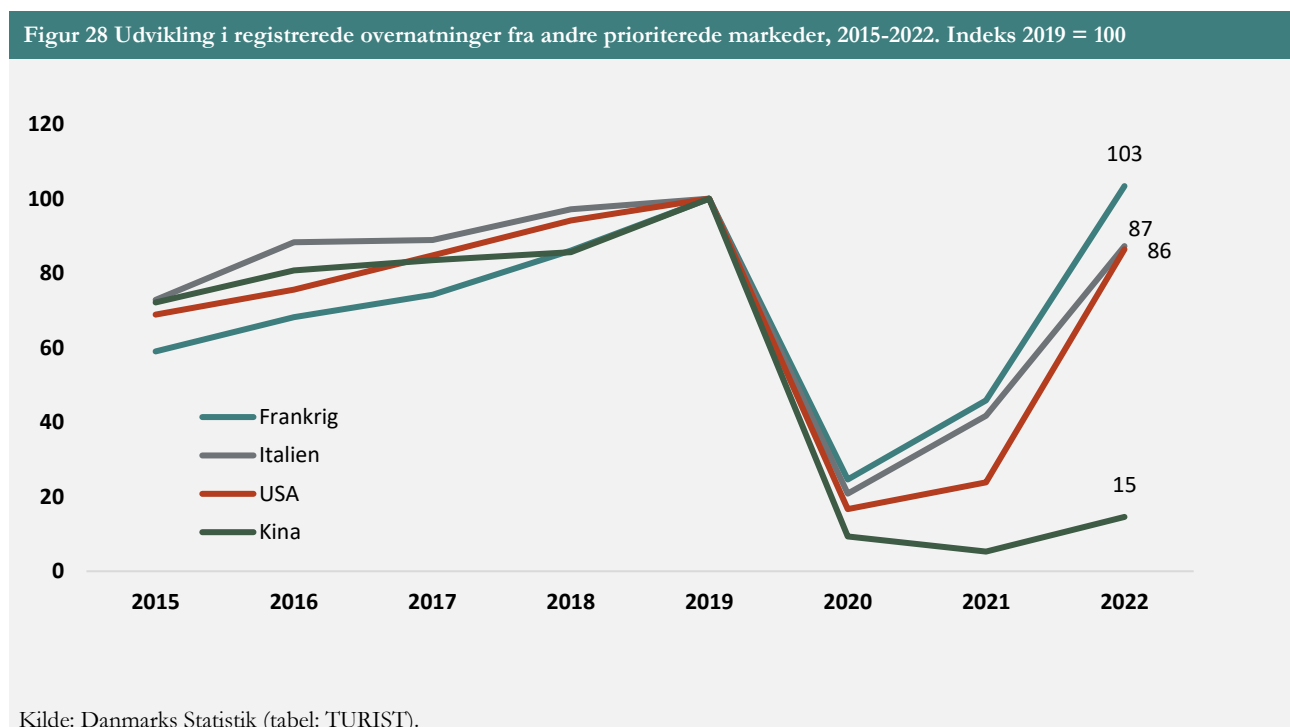
Figur 27 Udvikling i registrerede overnatninger fra udenlandske hovedmarkeder, 2015-2022. Indeks 2019 = 100



Danmark har oplevet høje vækstrater i antallet af overnatninger fra vækstmarkeder frem til 2019, jf. Figur 28. Eksempelvis steg antallet af overnatninger fra det franske marked med 69 pct. fra 2015 til 2019, og antallet af overnatninger fra de øvrige vækstmarkeder (Italien, USA og Kina) steg mere end 37 pct.

Corona satte også sat en stopper for væksten i antallet af overnatninger fra disse markeder. Fra 2019 til 2020 faldt antallet af overnatninger fra alle fire vækstmarkeder. Fra 2020 til 2021 steg antallet af overnatninger en smule for Frankrig, Italien og USA, men overnatningerne lå stadig markant under 2019-niveauet.

I 2022 lå antallet af overnatninger fra vækstmarkederne under 2019- niveauet med undtagelse af overnatninger fra Frankrig, som lå 3 pct. over. Antallet af overnatninger fra de resterende vækstmarkeder lå mellem 85 pct. og 13 pct. under niveauet i 2019.



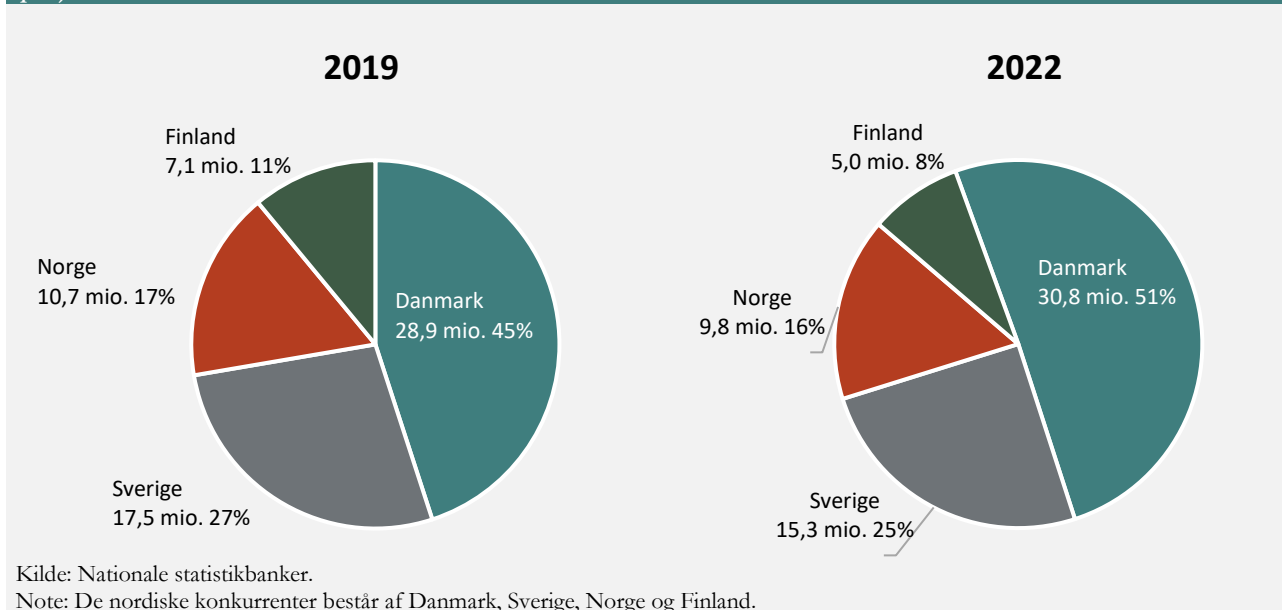
Andelen af udenlandske overnatninger fra Danmarks nærmarkeder er steget fra at udgøre 80 pct. af alle overnatninger i 2019 til at udgøre 88 pct. i 2021 og 84 pct. i 2022. Nærmarkederne blev dermed endnu vigtigere sammenlignet med fjernmarkederne under og lige efter corona.

## 5.4 Danmarks markedsandele

Med 30,8 mio. udenlandske overnatninger i 2022 havde Danmark flere udenlandske overnatninger end Sverige, Norge og Finland tilsammen (30,1 mio. overnatninger). Danmark havde også før corona en stærk position i Norden med en markedsandel på 45 pct. af det totale antal udenlandske overnatninger i Danmark, Sverige, Norge og Finland i 2019, jf. Figur 29.<sup>33</sup>

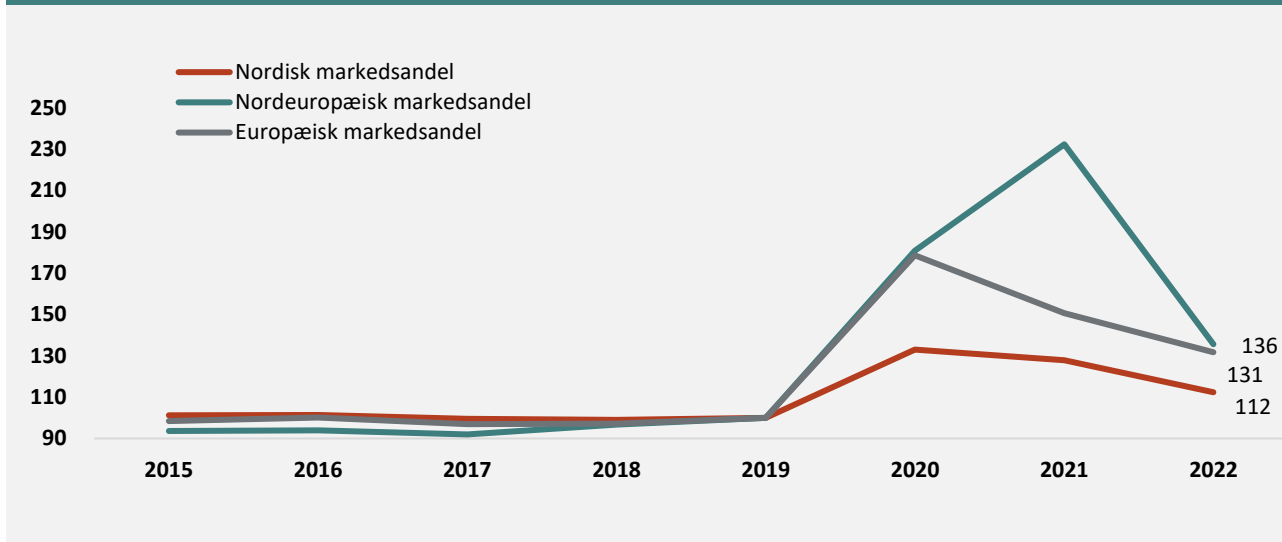
<sup>33</sup> Sverige, Norge og Finland vurderes at være destinationer, som er i direkte konkurrence med Danmark, i modsætning til de nordiske destinationer i Nordatlanten: Island, Grønland og Færøerne, der tilbyder et væsentligt anderledes turismeprodukt.

Figur 29 Danmarks markedsandel af udenlandske overnatninger i forhold til de nordiske konkurrenter, 2019 og 2022 (mio. og pct.)



Fra 2015 til 2019 var der små udsving i Danmarks markedsandele på både nordisk, nordeuropæisk og europæisk plan, jf. Figur 30. I 2019 lå Danmarks markedsandel i Norden på 45,0 pct. af de udenlandske overnatninger, i Nordeuropa lå den på 5,1 pct., og i Europa lå den på 1,5 pct. Fra 2019 til 2020 øgede Danmark sin markedsandel inden for alle tre områder, mens den faldt fra 2020 til 2022 til 50,6 pct. i Norden, 6,9 pct. i Nordeuropa og 1,9 pct. i Europa. Alle tre markedsandele lå dog stadig over 2019-niveauet.

Figur 30 Danmarks europæiske, nordeuropæiske og nordiske markedsandel af udenlandske overnatninger, 2015-2022. Indeks 2019 = 100



Kilde: Tourism Economics (det samlede europæiske marked, Storbritannien og Irland), nationale statistikbanker (Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland og Nederlandene).

Note: Norden består af Danmark, Sverige, Norge og Finland.

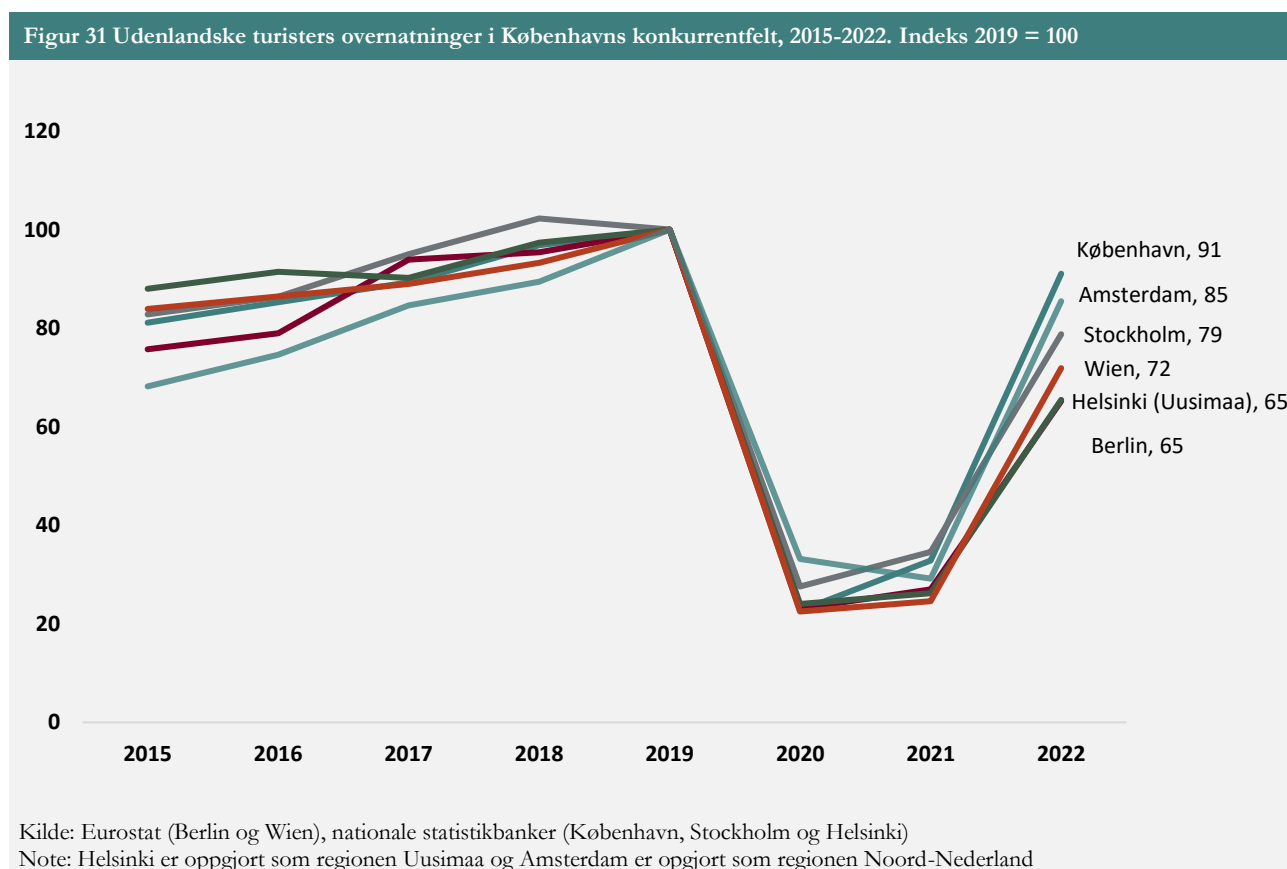
Note: Nordeuropa består af Danmark, Sverige, Norge, Finland, Tyskland, Nederlandene, Storbritannien og Irland.

#### 5.4.1 Storby- og kystturismens markedsandele

Danmarks primære konkurrentfelt kan inddeles i storbyturisme og kyst- og naturturisme og afhænger af geografisk placering.<sup>34</sup>

Figur 31 viser udviklingen i antallet af udenlandske turisters overnatninger i de seks storbyer, som udgør Københavns konkurrentfelt i forhold til storbyturisme. Fra 2015 til 2019 steg antallet af udenlandske overnatninger i alle seks hovedstæder, men faldt i 2020 og 2021. Fra 2019 til 2021 oplevede Wien det største fald i antallet af udenlandske overnatninger (75 pct.) efterfulgt af Berlin (74 pct.) og Helsinki (73 pct.).

Fra 2021 til 2022 steg antallet af overnatninger inden for alle seks storbyer. Dog var der ikke nogen af storbyerne, der nåede over niveauet i 2019. København lå tættest på niveauet (9 pct. under) efterfulgt af Amsterdam (15 pct. under) og Stockholm (21 pct. under).



Københavns markedsandel var stort set uændret i perioden 2015 til 2022, selvom antallet af overnatninger ændrede sig meget årene imellem. I 2019 stod København for 9 pct. af overnatningerne i konkurrentfeltet, og dette tal var 10 pct. i 2022.

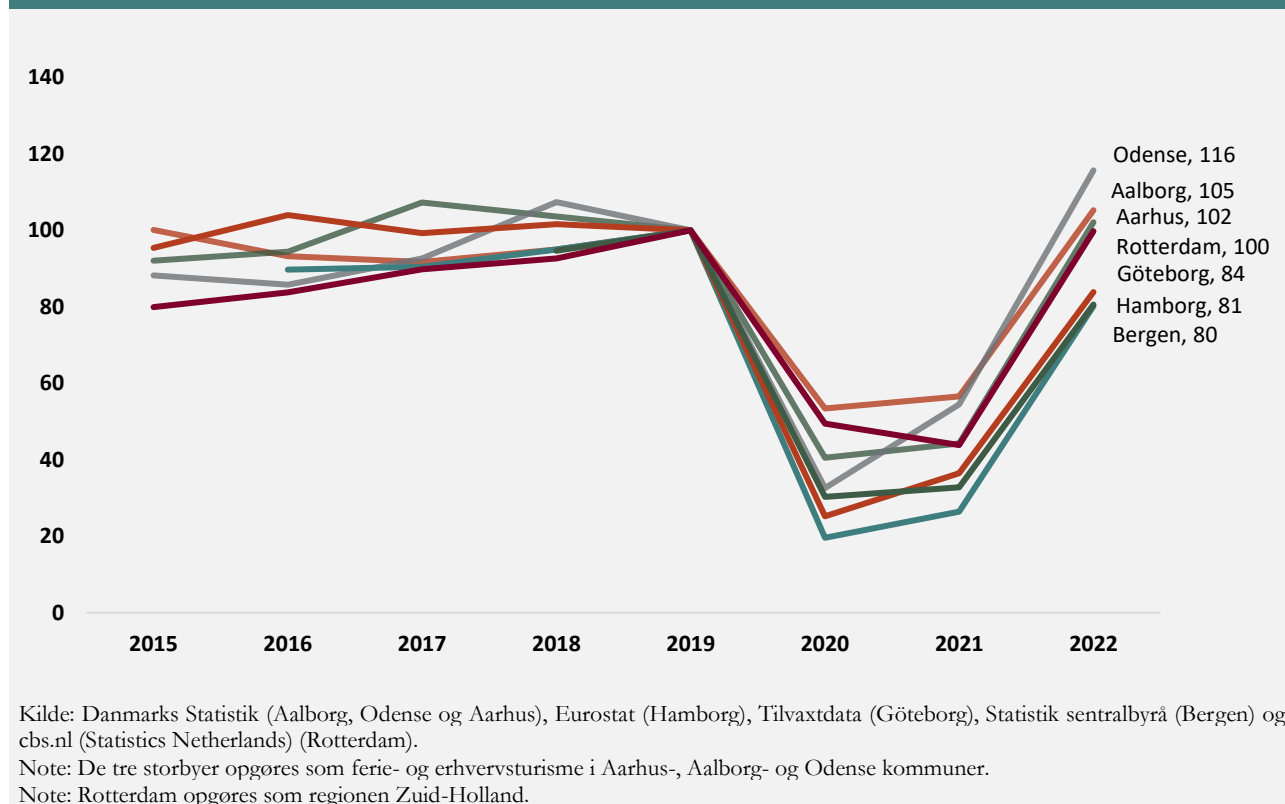
I "second-city"<sup>35</sup> konkurrencefeltet oplevede de danske byer (Aalborg, Odense og Aarhus) et relativt lille fald i antallet af udenlandske overnatninger fra 2019 til 2021 på mellem 43 pct. og 56 pct. Med et fald på 74 pct. oplevede Bergen det største fald i antallet af udenlandske overnatninger i perioden, jf. Figur 32. I 2022 var de

<sup>34</sup> Opdelingen i dette kapitel er udelukkende geografisk, da internationale statistikker ikke inddeler overnatninger efter formål (ferie/forretning).

<sup>35</sup> Second-city refererer til storbyer, som ikke er hovedstæder.

danske byer de eneste byer i konkurrencefeltet, der lå over niveauet i 2019. Rotterdam lå på samme niveau som i 2019, mens Göteborg, Hamborg og Bergen lå henholdsvis 16 pct., 19 pct. og 20 pct. under niveauet i 2019.

Figur 32 Udenlandske turisters overnatninger i Aarhus, Aalborg og Odenses konkurrencefelt, 2015-2022. Indeks 2019 = 100



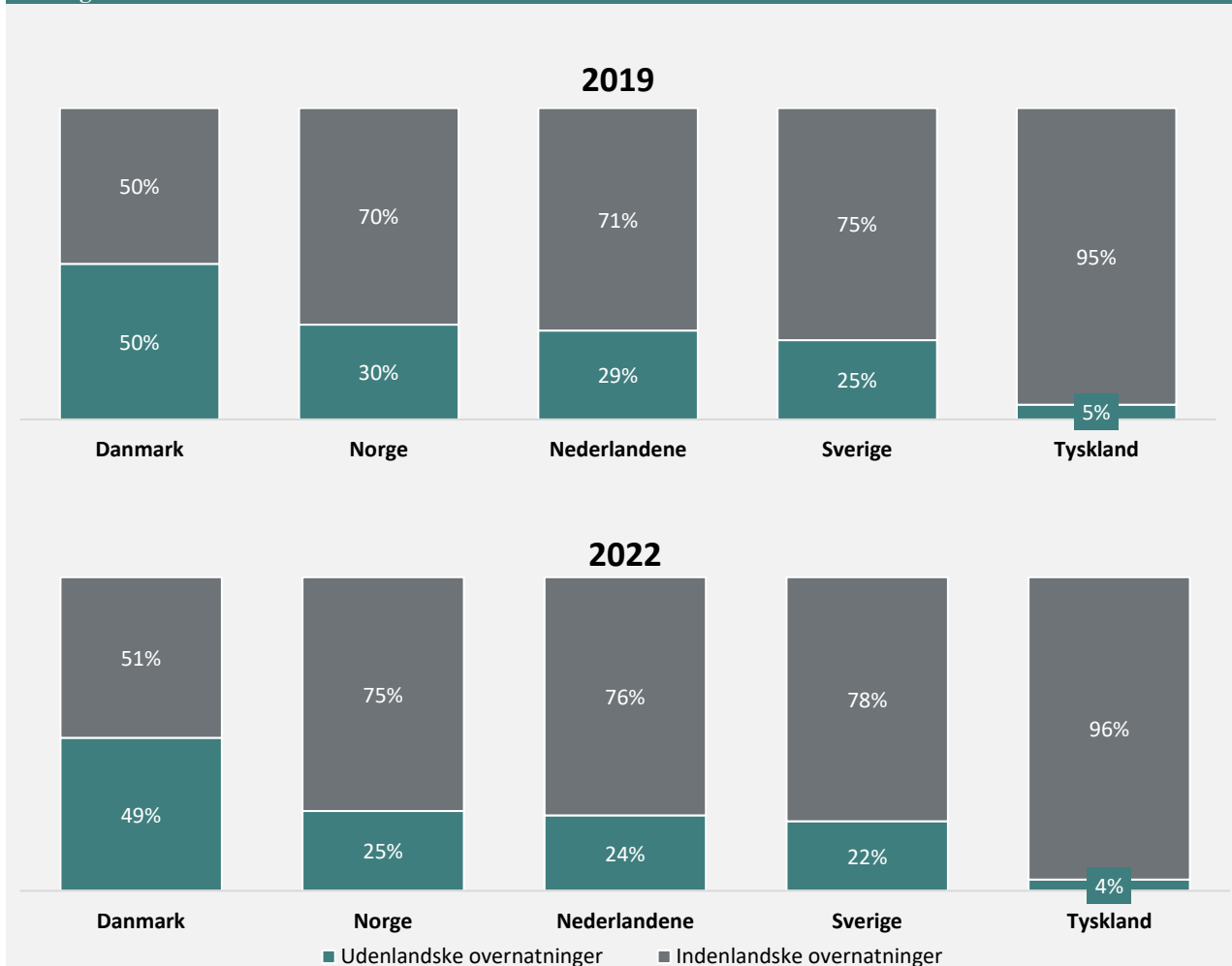
Odense, Aarhus og Aalborg havde tilsammen en markedsandel på 8 pct. af de udenlandske overnatninger i "second-city" konkurrencefeltet i 2022. Det var lidt over niveauet i 2019, hvor de tre byer samlet set tegnede sig for 7 pct. af de udenlandske overnatninger i second-city konkurrencefeltet. Af de tre danske storbyer havde Aalborg den største markedsandel (4 pct.) efterfulgt af Aarhus (3 pct.) og Odense (1 pct.) i 2022. I 2019 lå de tilsvarende andele på 3 pct. for Aalborg, 3 pct. for Aarhus og 1 pct. for Odense.

For kyst- og naturturismen består konkurrencefeltet af både udenlandske og hjemlige destinationer, da der på nogle markeder er en række lighedspunkter mellem turistoplevelsen i Danmark og hjemlandet. Når for eksempel tyske, norske, svenske og nederlandske turister planlægger en kyst- og naturferie, står valg af feriedestination ofte mellem Danmark og hjemlandet. VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme har lavet følgende afgrænsning af Danmarks konkurrencefelt inden for kyst- og naturturismen:

1. Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern,
2. Sverige: Götaland ekskl. Göteborg og Malmö,
3. Norge: Sør-Østlandet og Vestlandet,
4. Nederlandene: hele landet ekskl. Amsterdam, Rotterdam og Haag.

Fra 2019 til 2022 faldt andelen af udenlandske overnatninger i kyst- og naturturismen en smule. I begge år havde Danmark den største andel af udenlandske kyst- og naturturister sammenlignet med konkurrencefeltet, jf. Figur 33.

Figur 33 Fordeling af inden- og udenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrencefelt for kyst- og naturturisme, 2019 og 2022

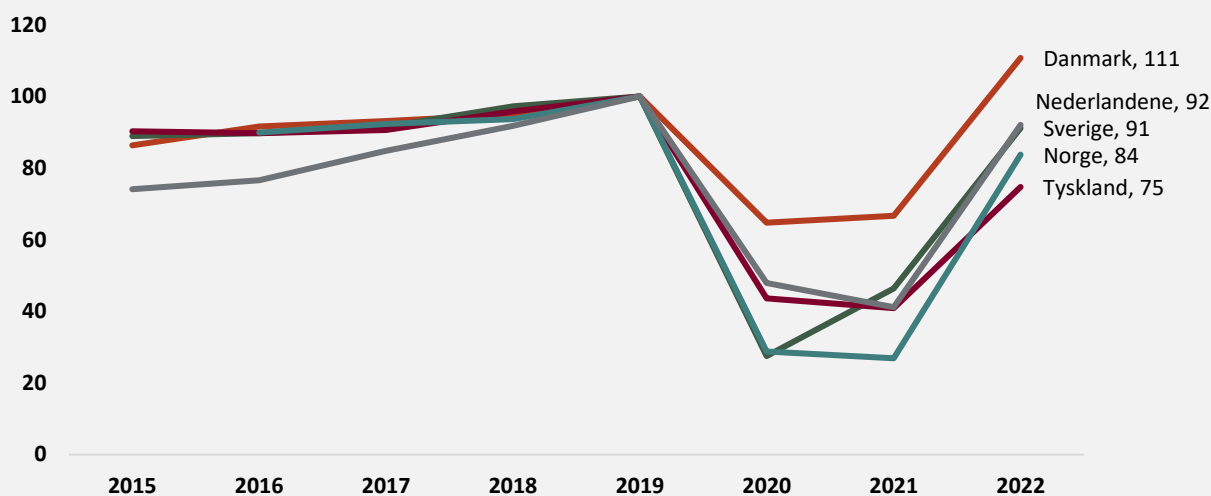


Kilde: Danmarks Statistik (Danmark), Statistisk sentralbyrå (Norge), Tillvaxtdata (Sverige), Statistisches Bundesamt (Tyskland) og Statistics Netherlands (Nederlandene).

Note: Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København. Konkurrencefeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern. Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Regionerne Viken, Vestfold og Telemark og Vestland. Nederlandene: Hele landet med undtagelse af Noord-Holland og Zuid-Holland (Amsterdam, Rotterdam og Haag regionerne).

Dansk kyst- og naturturisme blev knap så hårdt ramt af corona som storbyturismen og klarede sig bedre igennem 2020 og 2021 end de øvrige nordeuropæiske lande. Fra 2019 til 2021 faldt antallet af udenlandske overnatninger eksempelvis med 33 pct. i Danmark sammenlignet med 54 pct. i Sverige, 59 pct. i Nederlandene og Tyskland og 73 pct. i Norge, jf. Figur 34. I 2022 var antallet af udenlandske overnatninger inden for dansk kyst- og naturturisme 11 pct. over niveauet i 2019, mens de andre lande endnu ikke var kommet tilbage på 2019-niveau.

Figur 34 Udenlandske turisternes overnatninger i Danmarks konkurrencefelt for kyst- og naturturisme, 2015-2022. Indeks 2019 = 100

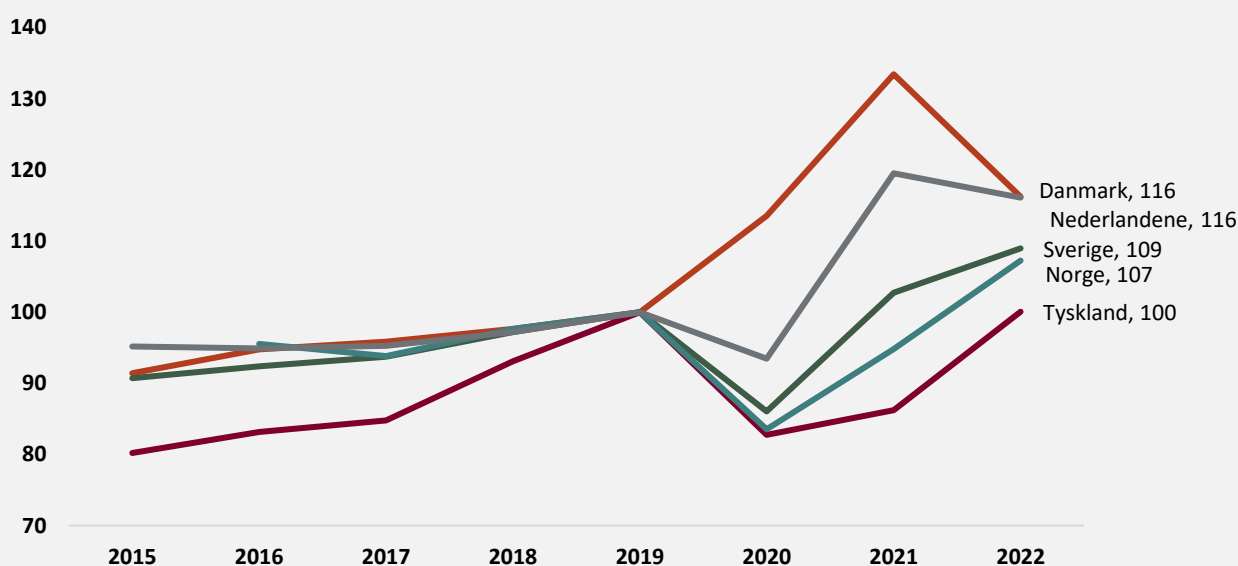


Kilde: Danmarks Statistik (Danmark), Statistisk sentralbyrå (Norge), Tillvaxtdata (Sverige), Statistisches Bundesamt (Tyskland) og Statistics Netherlands (Nederlandene).

Note: Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København. Konkurrencefeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern. Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Regionerne Viken, Vestfold og Telemark og Vestland. Nederlandene: Hele landet med undtagelse af Noord-Holland og Zuid-Holland (Amsterdam, Rotterdam og Haag regionerne).

I modsætning til de øvrige lande i konkurrencefeltet for kyst- og naturturisme oplevede Danmark en stigning i antallet af indenlandske overnatninger fra 2019 til 2020. Fra 2020 til 2021 oplevede alle lande en stigning i antallet af indenlandske overnatninger. Fra 2021 til 2022 oplevede Danmark og Nederlandene som de eneste et fald i antallet af indenlandske overnatninger, mens de resterende lande oplevede endnu en stigning, jf. Figur 35.

Figur 35 Indenlandske turisternes overnatninger i Danmarks konkurrencefelt for kyst- og naturturisme, 2015-2022. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik (Danmark), Statistisk sentralbyrå (Norge), Tillvaxtdata (Sverige), Statistisches Bundesamt (Tyskland) og Statistics Netherlands (Nederlandene).

Note: Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København. Konkurrencefeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern. Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Regionerne Viken, Vestfold og Telemark og Vestland. Nederlandene: Hele landet med undtagelse af Noord-Holland og Zuid-Holland (Amsterdam, Rotterdam og Haag regionerne).

## 5.5 Besøg på danske attraktioner

Attraktioner (forlystelsesparker, museer, zoologiske haver mv.) er vigtige turismeprodukter, som med deres aktiviteter og tilbud bidrager væsentligt til turisternes samlede ferieoplevelse i Danmark. Besøgstillene på de danske attraktioner kan sammen med overnatningstillene give et billede af tilstanden og udviklingen i turismeerhvervet. Dette afsnit afdækker derfor besøgstillene for danske og udenlandske turister på de mest besøgte attraktioner i Danmark.

Attraktionerne i Danmark var ligesom de øvrige turismeprodukter også mærket af et faldende antal turister i 2020 og 2021 som følge corona, men var i 2022 tættere på 2019-niveauet. Samlet set lå antallet af besøgende i top-50 attraktionerne i 2022 på 24,2 mio. Det er 65,6 pct. flere end i 2021, men 11,5 pct. færre end i 2019.

Tivoli var fortsat den mest besøgte danske attraktion med knap 3,9 mio. besøgende i 2022. Fra 2021 til 2022 oplevede Tivoli en stigning på 60,7 pct. i besøgstillen. Besøgstillen lå dog fortsat 15,9 pct. under 2019-niveauet.

**Tabel 15 De 10 mest besøgte attraktioner i Danmark, 2022 (afrundede tal)**

Top 10 attraktioner	Besøg 2022	Udvikling 2019-2022	Udvikling 2021-2022
1 Tivoli	3.854.000	-15,9%	60,7%
2 Dyrehavsbakken*	1.806.000	-17,9%	
3 Zoologisk Have i København	1.332.500	-15,2%	33,8%
4 Djurs Sommerland	878.200	12,5%	7,1%
5 Faarup Sommerland	768.700	33,2%	26,4%
6 Aquadome - Lalandia Billund	750.000	10,0%	66,7%
7 Botanisk Have i København	685.700	-9,3%	97,7%
8 Louisiana	613.000	-19,0%	83,0%
9 Rundetårn	607.900	-22,3%	148,8%
10 Experimentarium	545.900	19,5%	77,3%

Kilde: VisitDenmarks Attraktionsliste 2022. Baseret på besøgstal fra Danmarks Statistik, Foreningen af Forlystelsesparker i Danmark og individuelle indberetninger.

\*Dyrehavsbakken opgjorde ikke tal i 2021.

Note: Legoland har ikke opgjort tal fra 2022 eller 2021, men var med i top-10 i 2021.

Tabel 16 viser de tre mest besøgte attraktioner i hver af de 19 destinationsselskaber. Tabellen omfatter mange forskellige typer af attraktioner, herunder forlystelsesparker, zoologiske haver og dyreparker, museer og oplevelsescentre.



**Tabel 16 De tre mest besøgte attraktioner i de 19 destinationsselskaber, 2022**

Destinationsselskab	Mest besøgte attraktion	Næstmest besøgte attraktion	Tredje mest besøgte attraktion
Aarhusregionen	Djurs Sommerland <sup>1</sup>	Tivoli Friheden <sup>1</sup>	ARoS, Aarhus Kunstmuseum
Destination Bornholm	Brændesgårdshaven	NaturBornholm	Bornholms Middelaldercenter
Destination Fjordlandet	Vikingskibsmuseet	Sagnlandet Lejre	Danmarks Rockmuseum
Destination Fyn	Odense Zoo <sup>1</sup>	Egeskov Slot	H. C. Andersens hus og Barndomshjem
Destination Himmerland	Limfjordsmuseet	Vikingecenter Fyrkat	Boldrup Museum
Destination Kystlandet	FÆNGSLET	Industrimuseet, Horsens	Horsens Kunstmuseum
Destination Limfjorden	Jesperhus Feriepark	Spøttrup Middelalderborg	Museum Mors
Destination Nord	Aalborg Zoo <sup>1</sup>	Skagens Museum	KUNSTEN Museum of Modern Art Aalborg
Destination NordVestkysten	Faarup Sommerland <sup>1</sup>	Nordsøen Oceanarium	Jyllandsakvariet Thyborøn
Destination Sjælland	Sommerland Sjælland	Vikingeborgen Trelleborg, Nationalmuseet	Oplevelsescenter Nyvang
Visit Sydsjælland & Møn	Geocenter Møns Klint	Camp Adventure	Danmarks Borgcenter
Destination Sønderjylland	Universe	Sønderborg Slot	Historiecenter Dybbøl Banke
Destination Trekantområdet	Aquadome - Lalandia Billund <sup>1</sup>	Givskud Zoo Zootopia <sup>1</sup>	Lego House
Destination Vadehavskysten	Fiskeri- og Søfartsmuseet	Ribe Vikingecenter	Vadehavsentret
Destination Vesterhavet	Aquadome - Lalandia Søndervig	Jyllands Park Zoo	Tirpitz Stillingen
Visit Herning	C.H. Pedersen og E. Alfelts museum	HEART Herning Kunstmuseum	Søby Brunkulsmuseum
Visit Lolland-Falster	Aquadome – Lalandia Rødby	Knuthenborg Safaripark	Guldborgsund Zoo og Botanisk Have
Visit Nordsjælland	Louisiana <sup>1</sup>	Kronborg Slot	Det Nationalhistoriske Museum på Frederiksborg Slot
Wonderful Copenhagen	Tivoli <sup>1</sup>	Dyrehavsbakken <sup>1</sup>	Zoologisk Have i København <sup>1</sup>

Kilde: VisitDenmarks Attraktionsliste 2022. Baseret på besøgstal fra Danmarks Statistik, Foreningen af Forlystelsesparker i Danmark og individuelle indberetninger.

Note: sorteret alfabetisk efter navnet på destinationsselskaberne.

Note: 1. Omfattet af top-10 over de mest besøgte attraktioner i 2022.



© Utzon Center (2008) – Jørn Utzon & Kim Utzon. Fotograf: Mette Johnsen

## 6. Vækstforventninger og kapacitet

## 6. Vækstforventninger og kapacitet

### Opsummering

#### Vækstforventninger frem mod 2030

- Dansk turisme har oplevet en hurtig genopretning efter corona og har allerede i 2022 nået 62,7 mio. overnatninger. Det er 22 pct. over 2021-niveauet og 12 pct. over 2019-niveauet. Den positive udvikling er især drevet af, at de udenlandske turister er vendt tilbage til Danmark.
- Alt tyder på, at 2023 bliver endnu et rekordår for turismen i Danmark med en forventet stigning i antallet af overnatninger på 2 pct. i forhold til 2022.
- I 2022 lå antallet af danske overnatninger på 32,0 mio., hvilket er 18 pct. højere end i 2019. De udenlandske overnatninger lå i 2022 på 30,7 mio., hvilket er 6 pct. over niveauet i 2019.
- I 2030 forventes der i alt 75,6 mio. overnatninger, hvoraf 39,0 mio. anslås at være udenlandske. Krigen i Ukraine, stigende energipriser og inflation er eksempler på usikkerhedsfaktorer, som kan have betydning for udviklingen i antallet af overnatninger fremadrettet og dermed betydning for, om prognosen bliver nået.
- Hvis de globale vækstforventninger for 2030 realiseres, svarer det til en gennemsnitlig årlig vækst i antallet af overnatninger på 2,4 pct. fra 2023 til 2030. Antallet af danske overnatninger forventes at vokse med 1,9 pct. om året i gennemsnit fra 2023 til 2030, mens antallet af udenlandske overnatninger forventes at vokse med 3,0 pct. om året.

#### Kapacitetsudvikling

- Målt på antallet af sengepladser steg kapaciteten på de danske hoteller, campingpladser, feriecentre og i feriehuse med 7,1 pct. fra 2015 til 2022. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækst på 1,0 pct.
- Fra 2021 til 2022 faldt feriehuskapaciteten med 553 huse til udlejning. På trods af faldet i kapacitet, blev de danske feriehuse udlejet i 773.024 uger i 2022, hvilket var mere end noget andet år. Det svarer til, at hvert feriehus blev udlejet 20,0 uger i 2022 mod 17,5 uger i 2019 og 18,2 uger i 2021. Feriehusene blev især udlejet i sommermånederne.
- Fra 2015 til 2022 er hotelkapaciteten steget støt, eftersom mange planlagte hoteludvidelser og nye hoteller er blevet realiseret.
- Udnyttelsen af hotelværelser i 2022 lå i gennemsnit på 59 pct., hvilket er en markant forbedring i forhold til coronaårene 2020 og 2021, hvor udnyttelsen lå på henholdsvis 30 pct. og 39 pct. Desuden er dette næsten oppe på kapacitetsudnyttelsen i 2019 på 62 pct.
- Wonderful Copenhagen havde den største hotelkapacitet og den næsthøjeste kapacitetsudnyttelse i 2022. Destination Vadehavskysten havde den højeste hoteludnyttelse med 66 pct. i gennemsnit i 2022. Kapacitetsudnyttelsen på hoteller steg for samtlige destinationer fra 2021 til 2022.
- På landets feriecentre var værelsesudnyttelsen i 2022 over niveauet i 2019 (47 pct. sammenlignet med 37 pct.). Feriecentrenes samlede kapacitet steg fra 2021 til 2022, men lå stadig under niveauet i 2019.
- Antallet af campingenheder har fluktueret omkring 90.000 siden 2015. Kapacitetsudnyttelsen på landets campingpladser steg fra 14 pct. til 15 pct. fra 2020 til 2021 og igen til 17 pct. i 2022. Før corona lå niveauet stabilt på 15 pct.

## 6.1 Vækstforventninger og kapacitet

I dette kapitel præsenteres en fremskrivning af udviklingen i antallet af overnatninger i Danmark frem mod 2030, jf. Tabel 17.<sup>36</sup> Vækstprognosen er baseret for forventningerne til efterspørgslen efter overnatninger i Danmark de kommende år, men er mere usikker end normalt som følge af usikkerhed om konsekvenserne af krigen i Ukraine, stigende energi- og forbrugerpriser og historisk høj inflation. Disse forhold påvirker den internationale økonomi og rejseaktiviteten, hvilket kan påvirke turismen på globalt plan.

Den kortsigtede prognose for 2023 er baseret på data om hotel-, feriehus- og flybookinger samt markedsundersøgelser af turisternes rejseintentioner. På længere sigt tager prognosen ikke højde for faktorer som for eksempel tilstrækkelig overnatningskapacitet, tilgængelige flyruter, kvaliteten af turistproduktet, ændret rejseadfærd eller øget efterspørgsel efter bæredygtige løsninger.

Mens dansk turisme stod i skyggen af coronapandemien i 2020 og 2021, blev 2022 et historisk godt år. Antallet af danske og udenlandske overnatninger lå således henholdsvis 18 pct. og 6 pct. over 2019-niveauet med 32,0 mio. og 30,7 mio. overnatninger. Ud over flere danske overnatninger er væksten især drevet af en fremgang i tyske og nederlandske overnatninger sammenlignet med 2019.

Selvom turismen allerede i 2022 er genoprettet målt på antal overnatninger, er antallet af turister fra de fleste udenlandske markeder stadig betydeligt under 2019-niveauet. Dette gælder for eksempel turister fra Norge, Storbritannien, USA og Asien. Derudover er der geografisk forskel på, hvor hurtigt efterspørgslen fra forskellige markeder normaliseres: Selvom alle 19 destinationsselskaber havde flere overnatninger i 2022 end i 2019, er det ikke alle, der havde flere udenlandske turister i 2022 end i 2019.

Den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme fra 2022 indeholder en indikator om 72 mio. overnatninger i 2030, hvilket svarer til en gennemsnitlig årlig vækst i antallet af overnatninger på 1,7 pct. fra 2023 til 2030. Som prognosen ser ud nu, vil målet indfries i 2028. Fra 2022 til 2026 forventes de danske overnatninger at ligge en smule under niveauet i 2021 i takt med at rejsemønstrene gradvist normaliseres, og danskerne igen holder ferie i udlandet. I 2030 forventes der 36,6 mio. danske overnatninger og 39,0 mio. udenlandske overnatninger, hvilket svarer til en gennemsnitlig vækst på henholdsvis 1,9 pct. og 3,0 pct. fra 2023 til 2030.

**Tabel 17 Prognose for udviklingen i antal overnatninger, 2019-2030**

	Overnatninger				Prognose								Gns. årlig vækst 2023-2030	Samlet vækst 2023-2030
	2019	2020	2021	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*	2029*	2030*		
	Mio. overnatninger												Pct.	
<b>Danske</b>	27,2	28,5	34,3	32,0	32,1	32,6	33,2	34,2	34,7	35,3	35,9	36,6	1,9%	14,1%
<b>Udenlandske</b>	28,9	16,1	17,1	30,7	31,8	33,5	35,5	36,4	37,0	37,6	38,3	39,0	3,0%	22,6%
<b>I alt</b>	<b>56,1</b>	<b>44,6</b>	<b>51,5</b>	<b>62,7</b>	<b>63,9</b>	<b>66,1</b>	<b>68,8</b>	<b>70,5</b>	<b>71,7</b>	<b>72,9</b>	<b>74,3</b>	<b>75,6</b>	<b>2,4%</b>	<b>18,3%</b>

Kilde: Danmarks Statistik (TURIST) og Tourism Economics.

\* Forventede antal overnatninger (Tourism Economics' prognose).

<sup>36</sup> Prognosen er baseret på en økonometrisk model udarbejdet af Tourism Economics. Modellen tager udgangspunkt i den forventede økonomiske udvikling på en række markeder. De økonomiske faktorer, der vurderes at have størst betydning for efterspørgslen, er udviklingen i BNP, privatforbrug og valutakurs. Historisk er der dokumenteret en positiv sammenhæng mellem den økonomiske udvikling i et land og outbound-turismen fra landet.

### 6.1.1 Vækst kræver kapacitet

Hvis vækstprognosen skal indfries, kræver det tilstrækkelig kapacitet af høj kvalitet, så turisternes efterspørgsel kan imødekommes. Dette kapitel afdækker kapaciteten på de største overnatningsformer i Danmark: feriehus, hoteller, feriecentre og camping, der i 2022 stod for 94 pct. af samtlige registrerede kommercielle overnatninger. Resten af overnatningerne fandt sted på vandrerhjem og i lystbådehavne.

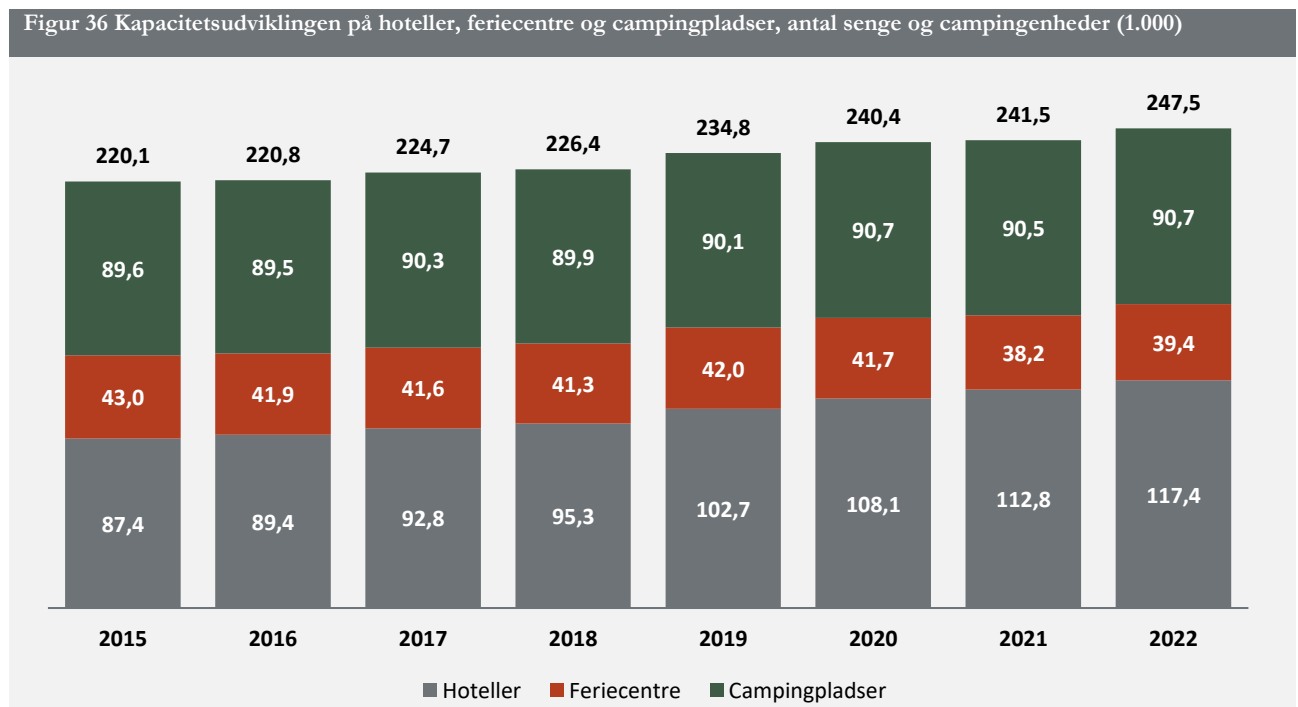
Figur 36 viser udviklingen i den maksimale kapacitet på hoteller, feriecentre og campingpladser målt i antal senge og campingenheder fra 2015 til 2022.<sup>37</sup> Fra 2015 til 2022 steg kapaciteten med i alt 11,7 pct. fra 220.100 til 247.500 sengepladser, svarende til en årlig vækst på 1,7 pct.

Kapacitetsforøgelsen var i vid udstrækning drevet af hotellerne, der fra 2015 til 2022 udvidede med 30.000 senge, heraf 4.700 nye senge fra 2021 til 2022. Kapaciteten steg også på campingpladser og feriecentre fra 2021 til 2022, dog ikke helt så meget, med henholdsvis 200 campingenheder og 1.200 senge. I de kommende år forventes hotelkapaciteten i særligt hovedstaden fortsat at stige som følge af store investeringer.

Fra 2015 til 2022 steg antallet af feriehus til udlejning med 727, svarende til omkring 4.400 flere disponible sengepladser<sup>38</sup> eller en gennemsnitlig årlig vækst på 0,3 pct. Denne udvikling dækker over en stigning i kapaciteten fra 2015 til 2017 og et fald fra 2017 til 2022.

Lægges den officielle kapacitet for hoteller, feriecentre og campingpladser sammen med den estimerede feriehuskapacitet, steg antallet af sovepladser med 7,1 pct. fra 2015 til 2022, svarende til en gennemsnitlig årlig vækst på 1,0 pct.

I det følgende ses mere detaljeret på udviklingen i kapacitetsudnyttelsen for forskellige overnatningsformer i Danmark.



<sup>37</sup> En campingenhed svarer til en kapacitet på 3 personer

(<https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/erhvervsliv/overnatninger-og-rejser/campingpladser>).

<sup>38</sup> Danmarks Statistiks tabel FERIEH5. Statistikken går tilbage til 2012. Der er antaget 6 sengepladser pr. feriehus jf. oplysninger fra VisitDenmarks Sommerhusundersøgelse 2022.

Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL6, CAMP3).

Note: Kapacitet er opgjort som max. antal på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent, typisk om sommeren.

## 6.2 Kapacitetsudnyttelse

### 6.2.1 Feriehuse

Knap en femtedel (17 pct.) af de danske feriehuse udlejes gennem et bureau.<sup>39</sup> I 2022 var der i alt 38.727 feriehuse til rådighed for udlejning, hvilket var 553 færre end i 2021 og 1.574 færre end i 2017, hvor antallet af feriehuse til rådighed for udlejning toppede, jf. Tabel 18. På trods af den lavere kapacitet blev de danske feriehuse i 2022 samlet set udlejet i 773.024 uger. Det er det højeste niveau nogensinde og svarer til, at hvert feriehus blev udlejet 20,0 uger i 2022 mod 18,2 uger i 2021.

**Tabel 18 Udlejning og kapacitet i feriehusene**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Udlejningskapacitet, huse	38.000	40.028	40.301	39.800	39.550	39.725	39.280	38.727
Estimat på antal senge	266.000	280.196	282.107	278.600	276.850	278.075	274.960	271.089
Udlejede husuger	589.832	625.092	649.265	651.130	691.120	652.547	713.980	773.024

Kilde: Danmarks Statistik (FERIEH3, FERIEH5), VisitDenmarks Sommerhusundersøgelse 2022 og VisitDenmarks egne beregninger.

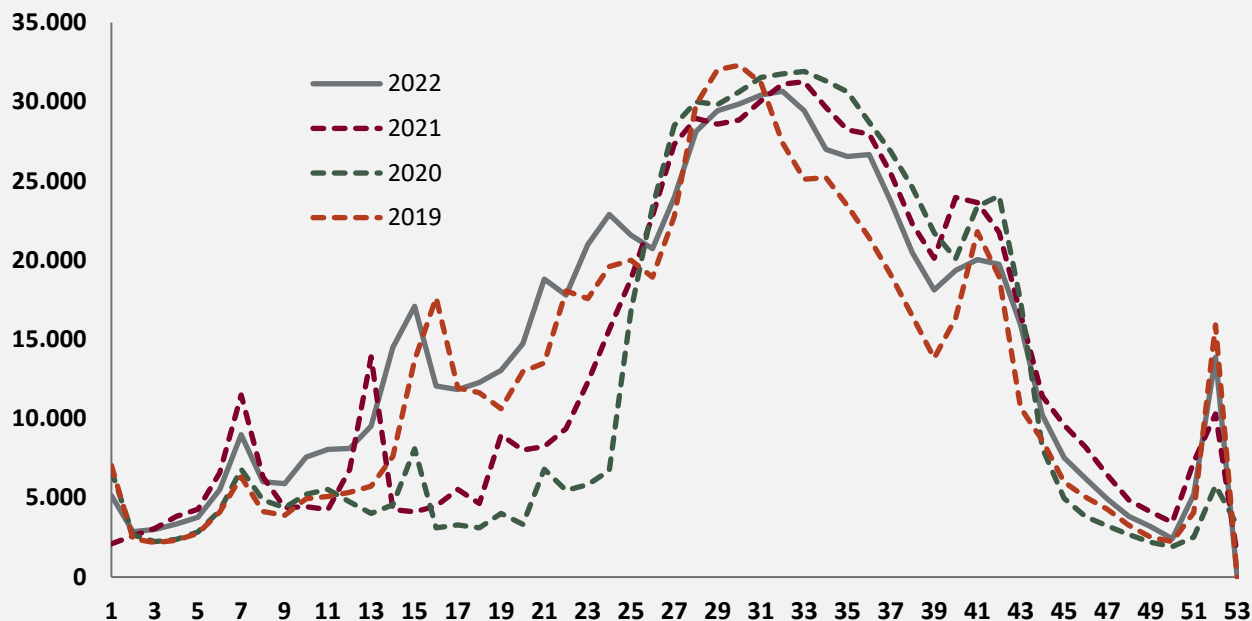
Der er store geografiske forskelle på, hvor stor en andel sommerhusene, der stilles til rådighed for udlejning. Tønder, Varde og Lemvig var de tre kommuner med de største andele af sommerhuse til rådighed for udlejning i juli 2022 på henholdsvis 66,8 pct., 50,8 pct. og 47,6 pct.<sup>40</sup> Både husenes stand, kystnærhed og størrelse samt ejernes brug og villighed til at udleje spiller en rolle for udlejningspotentialet.

Højsæsonen for feriehusudlejning er juli og august, jf. Figur 37. Sæsonmønstret kan ændre sig fra år til år og afhænger blandt andet af tyskernes feriekalender. I 2020 og 2021 var sæsonmønstret desuden påvirket af corona og skiftende rejserestriktioner.

<sup>39</sup> Danmarks Statistik (BOL101, FERIEH5). Størstedelen af feriehusovernatningerne foregår således i eget eller lånt feriehus. Disse overnatninger er ikke omfattet af statistikkerne.

<sup>40</sup> [Udlejning af feriehuse størst i Jylland - Danmarks Statistik \(dst.dk\)](#)

Figur 37 Antal udlejede husuger i feriehuse, 2019-2022

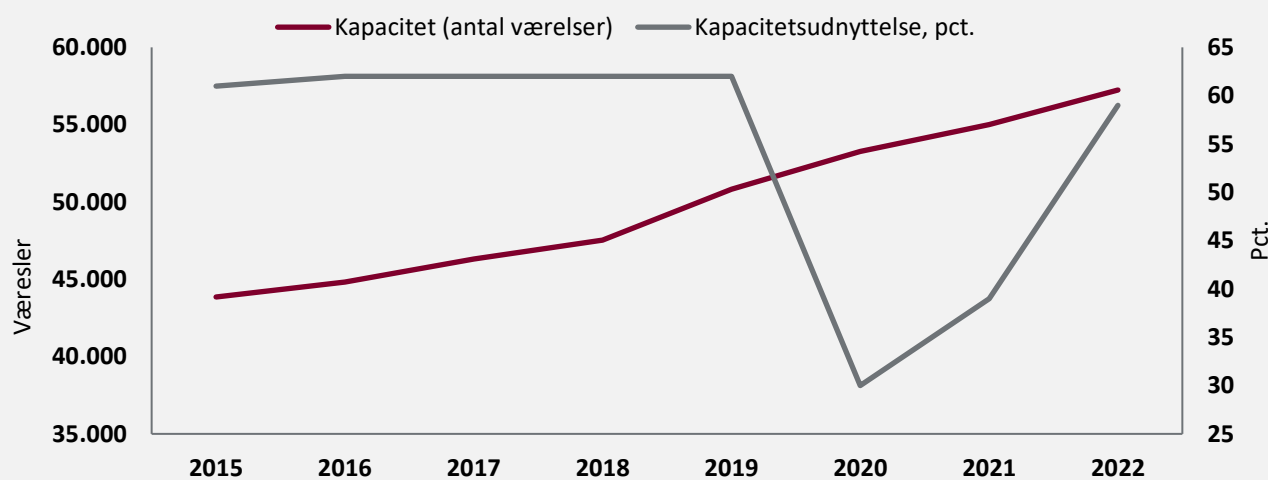


Kilde: Danmarks Statistik (FERIEH4).

### 6.2.2 Hoteller

Fra 2016 til 2019 lå den gennemsnitlige værelseskapacitetsudnyttelse for hoteller på landsplan stabilt på 62 pct., selvom kapacitetsudbuddet steg hvert år.<sup>41</sup> Fra 2015 til 2022 steg den maksimale kapacitet på hotellerne med 13.388 værelser, svarende til 30.000 senge. Under coronapandemien i faldt kapacitetsudnyttelsen til 30 pct. i 2020 og 39 pct. i 2021. I 2022 oplevede hotellerne en markant fremgang og var således næsten på 2019-niveau igen med en gennemsnitlig værelseskapacitetsudnyttelse på 59 pct., jf. Figur 38.

Figur 38 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på hoteller, 2015-2022

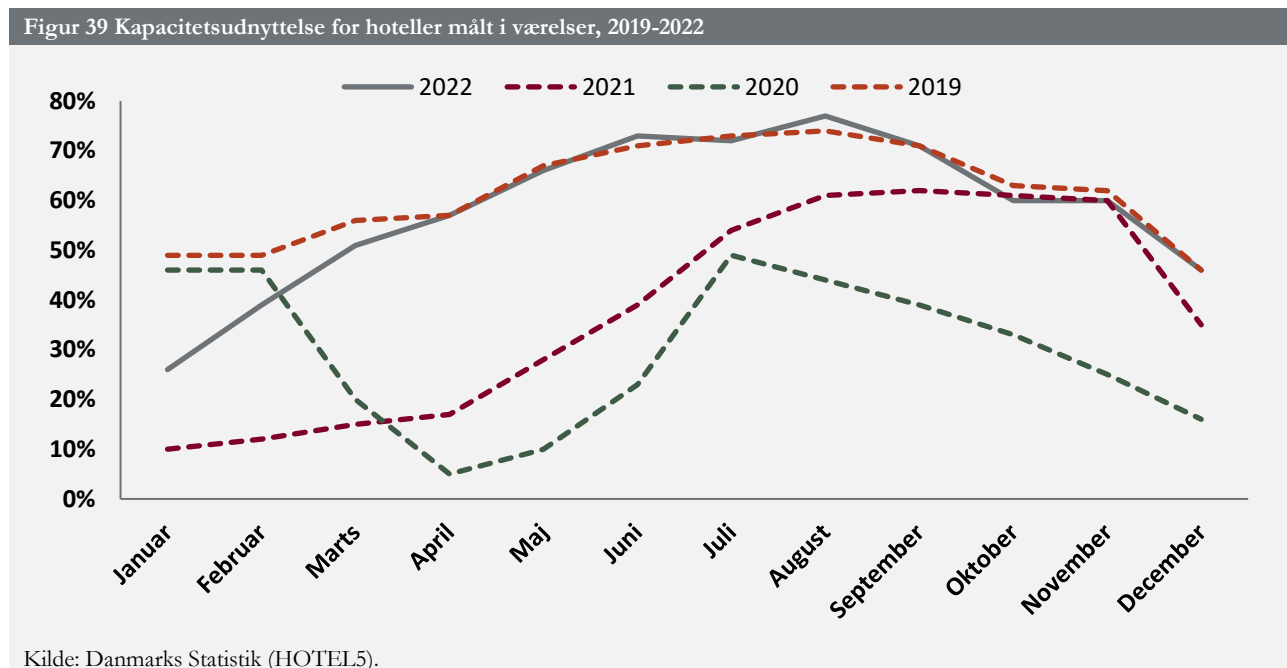


Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL6).

Note: Kapaciteten er opgjort som max. antal værelser på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent, typisk om sommeren.

<sup>41</sup> Hotellernes nettokapacitetsudnyttelse er beregnet som antal belagte senge/værelser i forhold til senge-/værelseskapaciteten gange antal åbningsdage i perioden.

Den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse i 2022 afspejler et år på vej ud af skyggen fra coronapandemien. Således var udnyttelsen i begyndelsen af året under både 2019 og 2020-niveau, men fra april var kapacitetsudnyttelsen på niveau med 2019, jf. Figur 39.



Samtlige danske destinationer oplevede et fald i kapacitetsudnyttelsen fra 2019 til 2020 som følge af corona. Især Wonderful Copenhagen var hårdt ramt med et fald fra 73 pct. i 2019 til 26 pct. i 2020. Fra 2020 til 2021 steg kapacitetsudnyttelsen for hovedparten af destinationerne, dog uden at nå tilbage på 2019-niveauet. Fra 2021 til 2022 steg kapacitetsudnyttelsen for samtlige 19 destinationer. For størstedelen af destinationerne (14) var udnyttelsen i 2022 desuden højere end i 2019 før corona ramte.

Destination Vadehavskysten havde med 66 pct. den højeste kapacitetsudnyttelse i 2022. Wonderful Copenhagen havde den næsthøjeste udnyttelse i 2022 og var også den destination, der oplevede den største fremgang i kapacitetsudnyttelsen fra 2021 til 2022.

**Tabel 19 Gennemsnitlig værelsesudnyttelse og antal værelser på destinationsselskabernes hoteller, 2019-2022**

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse				Antal værelser 2022	Antal virksomheder 2022
	2019	2020	2021	2022		
Destination Vadehavskysten	65%	50%	56%	66%	816	10
Wonderful Copenhagen	73%	26%	36%	63%	27.458	153
Destination Trekantområdet	59%	29%	38%	60%	3.120	32
Aarhusregionen	57%	33%	43%	58%	5.140	62
Destination Fyn	51%	31%	41%	56%	4.253	55
Destination Kystlandet	53%	33%	39%	56%	866	12
Destination Nord	54%	31%	38%	56%	3.633	47
Destination Sønderjylland	50%	35%	45%	55%	1.577	33
Destination Bornholm	51%	40%	46%	54%	1.426	34
Destination Himmerland	48%	34%	43%	53%	274	7



VisitLollandFalster	41%	38%	49%	53%	463	12
Visit Sydsjælland og Møn	45%	34%	41%	52%	688	14
Destination Sjælland	47%	33%	46%	52%	840	17
Destination Fjordlandet	54%	28%	37%	51%	737	13
Destination Limfjorden	50%	39%	39%	48%	320	6
Destination Vesterhavet	50%	38%	42%	47%	650	17
Destination NordVestkysten	41%	30%	37%	46%	1.395	37
VisitNordsjælland	44%	29%	35%	44%	673	11
VisitHerning	44%	22%	25%	40%	1.199	17

Kilde: Danmarks Statistik (VDK1).

Note: Data er sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse 2022. Antal værelser og virksomheder er opgjort som max. antal på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent (typisk om sommeren).

Tabel 20 viser kapacitetsudnyttelsen i højsæsonen<sup>42</sup> for de ti kommuner med flest hotelovernatninger i 2022. I alle kommuner undtagen Fredericia steg udnyttelsen fra 2021 til 2022. Hotellerne på Bornholm og i Tårnby Kommune havde de højeste kapacitetsudnyttelser i højsæsonen 2022 på henholdsvis 89 pct. og 87 pct. For størstedelen af kommunerne (seks ud af de ti) var kapacitetsudnyttelsen i 2022 højere end niveauet i 2019 før corona.

**Tabel 20 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæsonen for top 10 hotelkommuner målt på antal overnatninger, 2022**

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2022	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2021	Udnyttelse, højsæson 2022	Antal virksomheder højsæson 2022
1	København	7.628.763	..	65%	83%	103
2	Aarhus	1.063.145	76%	77%	80%	26
3	Tårnby	712.059	93%	61%	87%	6
4	Aalborg	630.389	69%	66%	75%	21
5	Frederikshavn	492.138	..	75%	84%	23
6	Odense	461.485	64%	73%	77%	14
7	Vejle	399.484	68%	74%	74%	14
8	Bornholm	353.776	86%	82%	89%	34
9	Frederiksberg	231.325	92%	41%	84%	5
10	Fredericia	193.657	73%	81%	78%	8

Kilde: Danmarks Statistik (VDK1).

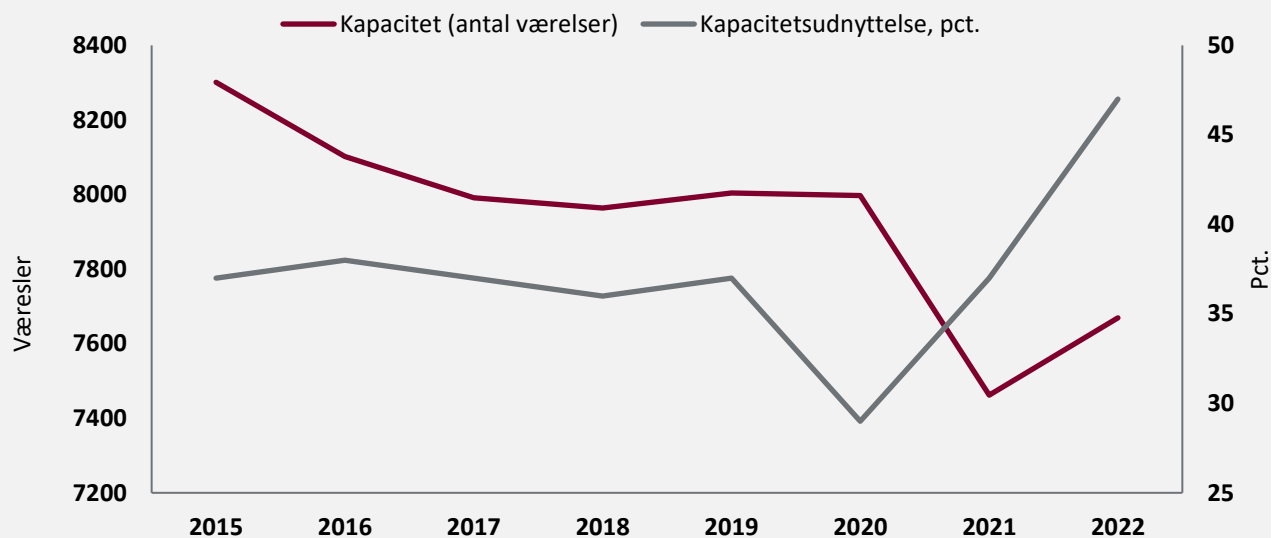
Note: .. angiver at observationen mangler, er diskretioneret eller er for usikker til at kunne angives.

### 6.2.3 Feriecentre

På landets feriecentre steg den gennemsnitlige værelseskapacitetsudnyttelse fra 29 pct. i 2020 til 37 pct. i 2021 og 47 pct. i 2022. I 2022 var udnyttelsen dermed over niveauet før corona, jf. Figur 40. Samtidig steg antallet af værelser fra 7.462 i 2020 til 7.669 i 2022. Kapaciteten i 2022 ligger dog stadig markant under niveauet i 2015 på 8.301 værelser.

<sup>42</sup> Måneden med højest belægning.

Figur 40 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på feriecentre, 2015-2022

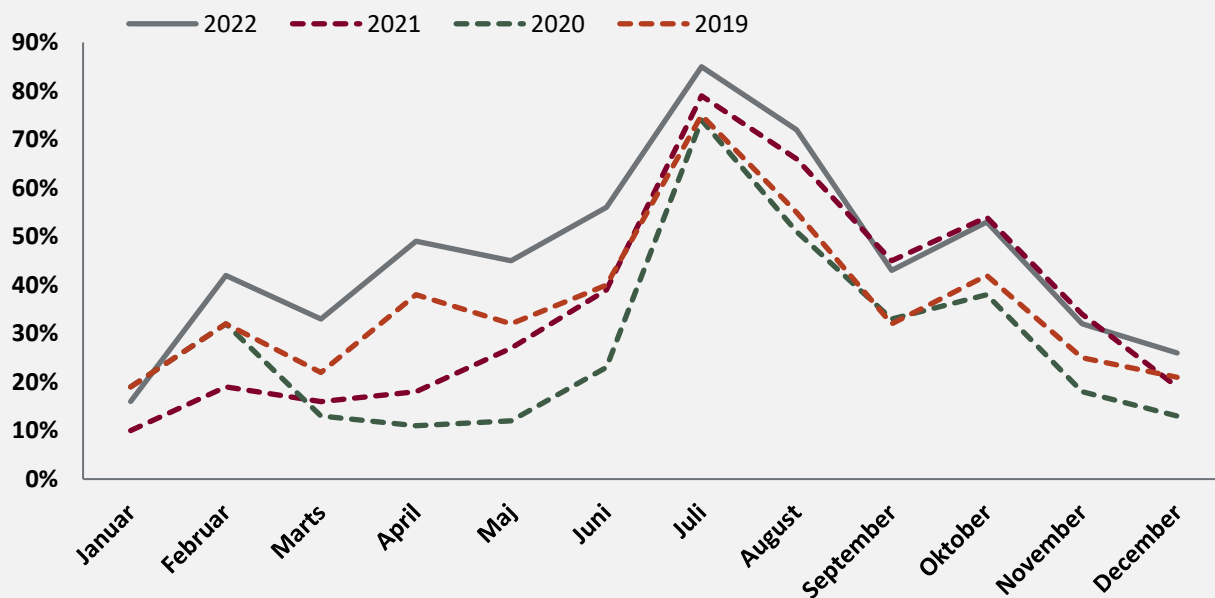


Kilde: Danmarks Statistik (Tabel: HOTEL6).

Note: Kapacitet er opgjørt som max. antal værelser på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent, typisk om sommeren.

Kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene var i 2022 højest i sommermånederne, særligt i juli med 85 pct., jf. Figur 41. Niveaulet i 2022 var højere end i 2019 i samtlige måneder undtagen januar. Også feriecentrenes kapacitetsudnyttelse er således genoprettet efter corona. Kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene er noget mere sæsonpræget end på landets hoteller, hvor flere forretningsrejsende giver mere sæsonspredning.

Figur 41 Kapacitetsudnyttelse for feriecentre målt i værelser 2019-2022



Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL5).

Målt på antal værelser lå kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene i 2022 pænt over både 2019- og 2021-niveaulet i stort set alle destinationer, jf. Tabel 21. Destination Nordvestkysten havde den største kapacitet i 2022, mens udnyttelsen var højest i Destination Trekantområdet og Visit Lolland-Falster. Feriecentrene i Destination Sønderjylland og VisitNordsjælland havde derimod de laveste belægninger i 2022 på henholdsvis 41 pct. og 38 pct.

**Tabel 21 Gennemsnitlig udnyttelse og antal værelser på destinationsselskabernes feriecentre, 2019-2022**

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse				Antal værelser 2022	Antal virksomheder 2022
	2019	2020	2021	2022		
Destination Trekantområdet	51%	34%	42%	62%	996	4
VisitLolland-Falster	37%	27%	36%	51%	892	7
Destination Vadehavskysten	44%	35%	43%	48%	170	3
Destination Bornholm	38%	33%	45%	47%	372	7
Aarhusregionen	33%	28%	35%	47%	387	5
Destination Vesterhavet	30%	25%	27%	46%	970	6
Destination NordVestkysten	33%	26%	38%	44%	1.246	13
Destination Fyn	30%	31%	35%	43%	230	5
Visit Sydsjælland & Møn	22%	22%	45%	43%	156	5
Destination Nord	27%	24%	36%	42%	300	6
Destination Himmerland	44%	32%	35%	42%	457	4
Destination Sønderjylland	37%	33%	36%	41%	666	8
VisitNordsjælland	28%	20%	43%	38%	164	3

Kilde: Danmarks Statistik-

Note: Data er sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse 2022. Antal værelser og virksomheder er opgjort som max. antal på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent, typisk om sommeren.

De fleste af kommunerne på top-10-listen over kommuner med flest overnatninger på feriecentre havde en god højsæson<sup>43</sup> i 2022 sammenlignet med både 2019 og 2021, jf. Tabel 22. Lolland og Hjørring kommuner var de kommuner med flest feriecenterovernatninger og havde også nogle af landets højeste kapacitetsudnyttelser i højsæsonen i 2022.

**Tabel 22 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæson på feriecentre for top 10 kommuner, 2022**

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2022	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2021	Udnyttelse, højsæson 2022	Virksomheder, højsæson 2022
1	Lolland	628.491	91%	93%	91%	3
2	Hjørring	400.775	82%	90%	90%	5
3	Ringkøbing-Skjern	332.538	69%	71%	92%	4
4	Tønder	231.431	67%	65%	64%	5
5	Jammerbugt	229.320	74%	86%	89%	3
6	Vesthimmerlands	229.250	70%	69%	73%	3
7	Bornholm	126.769	82%	83%	77%	7
8	Frederikshavn	110.244	74%	80%	85%	3
9	Thisted	67.211	73%	84%	88%	3
10	Gribskov	63.000	58%	74%	64%	3

Kilde: Danmarks Statistik.

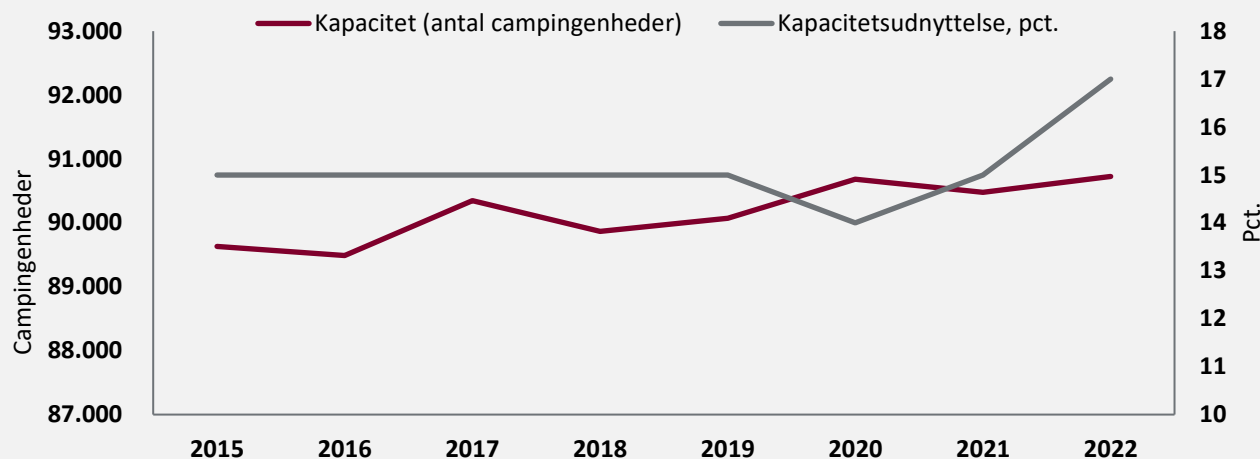
Note: Der diskretioneres, hvis der er færre end 3 virksomheder i kommunen. Med andre ord er der nogle kommuner med flere overnatninger end eksempelvis Gribskov, som ikke kan vises her, fordi to eller færre virksomheder havde åbent under højsæsonen 2022. 6 kommuner er fjernet i denne top-10-liste grundet diskretioneringen.

<sup>43</sup> Den måned med højest belægning.

#### 6.2.4 Campingpladser

Antallet af campingenheder har fluktueret omkring 90.000 enheder siden 2015. Fra 2020 til 2021 faldt kapaciteten med ca. 200 enheder, og steg igen med knap over 250 enheder fra 2021 til 2022. Kapacitetsudnyttelsen<sup>44</sup> steg samtidigt fra 14 pct. til 15 pct. fra 2020 til 2021 og igen til 17 pct. i 2022.

Figur 42 Udvikling i kapacitet og -udnyttelse på campingenheder, 2015-2022

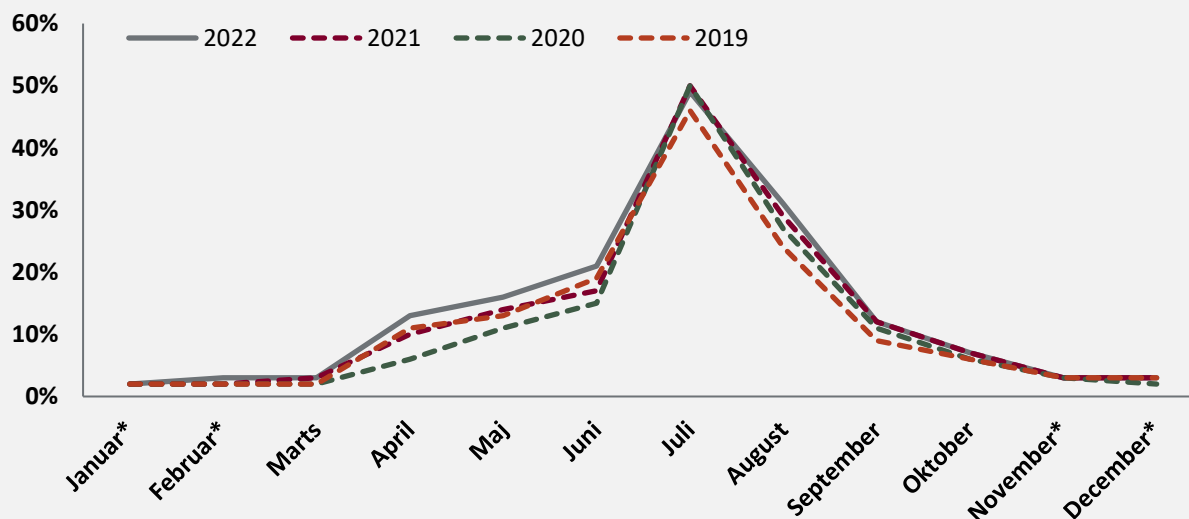


Kilde: Danmarks Statistik (CAMP3).

Note: Kapacitet er opgjort som max. antal på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent (typisk om sommeren).

I campingpladsernes højsæson (juli) var kapacitetsudnyttelsen i 2022 på 49 pct., hvilket er på niveau med niveauet i 2020 og 2021 på 50 pct., jf. Figur 43. Med undtagelse af månederne november, december og januar lå kapacitetsudnyttelsen i 2022 over niveauet i 2019. Kapacitetsudnyttelsen inden for camping er lav sammenlignet med for eksempel hoteller, og overnatningsmønstret på campingpladser er meget sæsonpræget.

Figur 43 Kapacitetsudnyttelse for campingpladser, 2019-2022



Kilde: Danmarks Statistik (CAMP2).

\* Ifølge Campingreglementet må arealet til vintercamping (overnatning i månederne november, december, januar og februar) højst udgøre ca. 70 pct. af det samlede tilladte antal campingenheder. For nogle campingpladser kan dette areal være større. Kapacitetsstatistikken tager ikke højde for dette. Kapacitetsudnyttelsen kan derfor reel være lidt højere i de fire vintermåneder, end den er afbilledet i figuren.

<sup>44</sup> Kapacitetsudnyttelsen beregnes som antal udlejede pladser i forhold til kapaciteten gange antal åbningdage i perioden. Fastligere tæller med i overnatningsstatistikken.

Destination Vesterhavet havde den højeste gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse i 2022 på 30 pct. Med undtagelse af Destination Bornholm, VisitLollandFalster og VisitHerning oplevede alle landets destinationer en højere gennemsnitlig kapacitetsudnyttelse i 2022 end i 2019. Destination Sønderjylland, Destination Nordvestkysten og Destination Fyn var i 2022 de tre største campingdestinationer med mellem 10.122 og 11.302 campingenheder, jf. Tabel 23.

**Tabel 23 Gennemsnitlig udnyttelse og antal enheder på destinationsselskabernes campingpladser, 2019-2022**

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse				Antal campingenheder 2022	Antal virksomheder 2022
	2019	2020	2021	2022		
Destination Vesterhavet	24%	23%	26%	30%	5.890	25
Destination Fjordlandet	24%	20%	21%	25%	750	4
Destination Trekantområdet	18%	13%	15%	21%	3.855	16
Destination Bornholm	21%	22%	22%	21%	2.394	14
Destination Fyn	17%	18%	19%	18%	10.122	48
Destination Kystlandet	13%	14%	16%	18%	2.265	13
Wonderful Copenhagen	16%	10%	13%	17%	2.827	12
Aarhusregionen	15%	16%	17%	17%	9.922	43
Destination Vadehavskysten	16%	13%	14%	16%	2.715	11
Destination Sønderjylland	13%	13%	13%	15%	11.302	43
Destination Limfjorden	14%	12%	15%	15%	3.248	16
Visit Sydsjælland og Møn	13%	13%	14%	15%	3.691	13
Destination Nord	15%	15%	15%	15%	6.321	20
Destination Himmerland	13%	13%	13%	15%	2.364	13
Destination NordVestkysten	13%	13%	13%	14%	10.800	45
Destination Sjælland	11%	11%	12%	13%	3.019	19
VisitNordsjælland	12%	11%	12%	12%	2.466	12
VisitLollandFalster	12%	11%	12%	12%	2.607	16
VisitHerning	9%	6%	6%	7%	408	3

Kilde: Danmarks Statistik (VDK1).

Note: Sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse. Antal campingenheder og virksomheder er opgjort som max. antal på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent, typisk om sommeren.

Varde Kommune var i 2022 den kommune, der i højsæsonen<sup>45</sup> havde flest campingovernatninger og højest kapacitetsudnyttelse. Generelt havde de største campingkommuner en dårligere højsæsonmåned i 2022 end i 2021. Halvdelen havde en bedre højsæsonmåned i 2022 end i 2019.

**Tablet 24 Kapacitetsudnyttelse af campingenheder i højsæson for top 10 kommuner, 2022**

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2022	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2021	Udnyttelse, højsæson 2022	Antal virksomheder, højsæson 2022
1	Varde	984.065	77%	89%	88%	12
2	Frederikshavn	526.657	54%	52%	52%	10
3	Jammerbugt	520.037	45%	48%	45%	14
4	Tønder	464.001	39%	38%	35%	13
5	Ringkøbing-Skjern	448.250	53%	57%	51%	13
6	Haderslev	431.245	45%	50%	51%	8
7	Sønderborg	371.404	38%	47%	44%	16
8	Bornholm	340.973	66%	72%	62%	14
9	Vejle	325.092	55%	47%	57%	9
10	Hjørring	318.746	44%	44%	43%	13

Kilde: Danmarks Statistik (VDK1).

Kapacitetsudnyttelsen og antal virksomheder er opgjort som max. på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent, typisk om sommeren.

<sup>45</sup> Den måned med højest belægning.



© Michael Fiukowski & Sarah Moritz

## 7. Kendskab til og tilfredshed med Danmark som feriedestination

## 7 Kendskab til og tilfredshed med Danmark som feriedestination

### Opsummering

#### Kendskab til Danmark

- I 2023 var kendskabet til Danmark som feriedestination størst i områder tæt på Danmark. Kendskabet faldt typisk med stigende rejseafstand.
- Blandt nordmændene og svenskerne kendte godt seks ud af 10 (henholdsvis 63 pct. og 61 pct.) noget eller meget til Danmark som feriedestination. Blandt tyskerne var den tilsvarende andel på 41 pct., og blandt nederlænderne var den 16 pct.
- Fra 2012 til 2023 er kendskabet til Danmark som feriedestination steget i Nederlandene, mens det stort set er uændret i Tyskland, Sverige og Norge.

#### Kendskab til større byer i Danmark

- I foråret 2023 var kendskabet til København højere end kendskabet til Danmark i den norske og svenske befolkning. I Nederlandene var kendskabet til København på samme niveau som kendskabet til Danmark, mens kendskabet til København lå under kendskabet til Danmark i Tyskland.
- På alle fire nærmarkeder var kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense lavere end kendskabet til København og Danmark.

#### Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

- Blandt svenskere var Danmark den mest kendte udenlandske nordeuropæiske feriedestination i 2023. Blandt nordmænd lå Sverige nummer et foran Danmark på andenpladsen.
- I den tyske og nederlandske befolkning var Danmark den mest kendte feriedestination i Norden.

#### Rejseintention til nordeuropæiske feriedestinationer

- Næst efter hjemlandet var Danmark den mest efterspurgte feriedestination i Nordeuropa i den svenske og norske befolkning i 2023.
- I 2022 og 2023 var andelen af tyskere, der forventede at holde ferie i Danmark, lidt højere end i 2018 til 2021. Danmark var fortsat det land i Norden, som flest tyskere overvejede at besøge på en ferie.
- Blandt nederlændere steg intentionen om at besøge Danmark fra 2019 til 2023 og lå lidt over intentionen om at besøge Norge og Sverige.

#### Tilfredsheden med opholdet i Danmark

- I 2022 gennemførte VisitDenmark en større dataindsamling blandt danske og udenlandske turister i Danmark.
- Undersøgelsen viste, at ni ud af 10 var tilfredse med ferieoplevelsen i Danmark.
- Generelt er der høj tilfredshed med opholdet blandt de kystturister, storbyturister og forretningsturister, der besøgte Danmark i 2022.



### De udenlandske turisters tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa

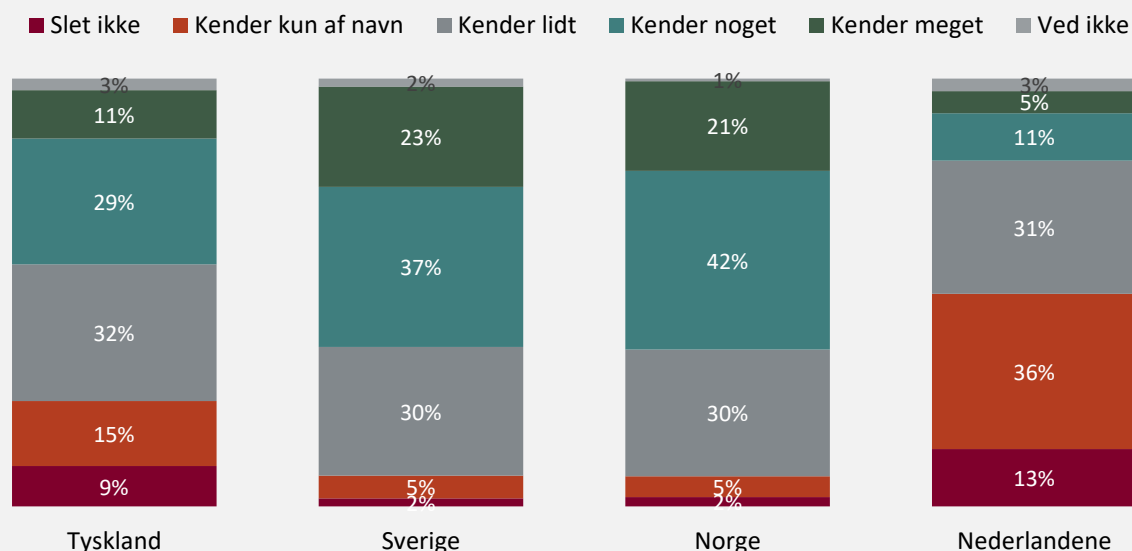
- I 2022 opnåede Danmark en høj score ift. udenlandske turisters tilfredshed med ferien i Danmark. Ligesom i 2019 lå Danmark på niveau med gennemsnittet i Norden og Nordeuropa.
- Niveaulet i 2022 var det samme som i 2022 for alle tilfredshedsparametre.
- Fra 2019 til 2022 blev Danmarks score forbedret på disse parametre: *befolkningens venlighed, udvalg af historiske seværdigheder, service på spisesteder, udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter, service i butikker og udvalg af shopping og indkøbsmuligheder.*
- På parametrene forlystelsesparker og temaparker scorede Danmark højere end det nordiske og nordeuropæiske gennemsnit.

Dette kapitel handler om kendskabet til og tilfredsheden med Danmark som feriedestination i med fokus på de største og vigtigste udenlandske markeder for dansk turisme: Sverige, Norge, Tyskland og Nederlandene. Kapitlet ser samtidig på danskernes, tyskerne, svenskerne, nordmændenes og nederlændernes rejseplaner til de nordeuropæiske lande samt de udenlandske turisters tilfredshed med ferieoplevelsen i Danmark sammenholdt med landene i det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.

## 7.1 Kendskab til Danmark

Kendskabet til Danmark som feriedestination er udbredt i vores nabolande. I en analyse fra 2023 svarede 63 pct. af nordmændene, 61 pct. af svenskerne, 41 pct. af tyskerne og 16 pct. af nederlænderne, at de kendte noget eller meget til Danmark som feriedestination, jf. Figur 44. Resultaterne dækker over store regionale forskelle. I Nordvesttyskland, Syd- og Vestsverige og Sydnorge var der typisk flere, der kendte Danmark, end i Midt- og Syd-tyskland og det nordlige Sverige og Norge.<sup>46</sup>

Figur 44 Kendskab til Danmark som feriedestination på de fire hovedmarkeder, 2023



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2023.

Spørgsmål: "Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?"

N = Nederlandene: 1.530, Tyskland: 2.278, Norge: 846, Sverige: 873.

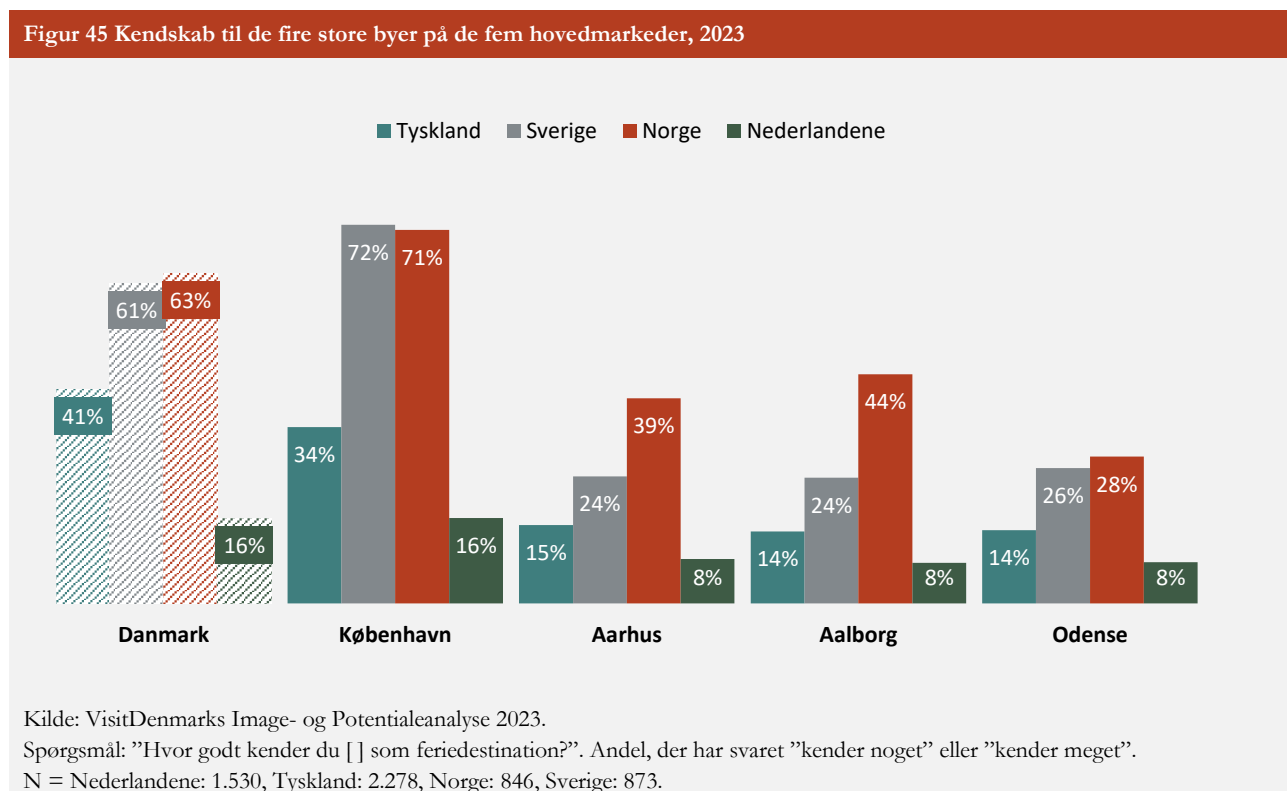
<sup>46</sup> Kendskabsmålingerne gennemføres som nationalt repræsentative undersøgelser. Det er muligt at bryde resultaterne ned på for eksempel demografi og segmenter med forbehold for stikprøvestørrelser.

Ser man på udviklingen i landenes kendskab til Danmark fra 2012 til 2022, er trenden stigende på det nederlandske marked, mens kendskabsniveauet stort set er stagneret på øvrige tre markeder.

### 7.1.1 Kendskab til de fire store byer i Danmark

Figur 45 viser, hvor stor en andel af befolkningerne på de fire hovedmarkeder, som i 2023 kendte noget eller meget til de fire største byer i Danmark som feriedestinationer. Kendskabet til byerne var i foråret 2023 højest i Norge og Sverige og noget lavere i de øvrige to lande.

Nordmænd og svenskere kendte mere til København som feriedestination end Danmark. I den nederlandske befolkning var kendskabet til København på niveau med kendskabet til Danmark, mens kendskabet til København i den tyske befolkning lå under kendskabet til Danmark. Kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense var lavere end kendskabet til København og Danmark samlet set. Tallet har ligget forholdsvis stabilt siden 2010.<sup>47</sup>



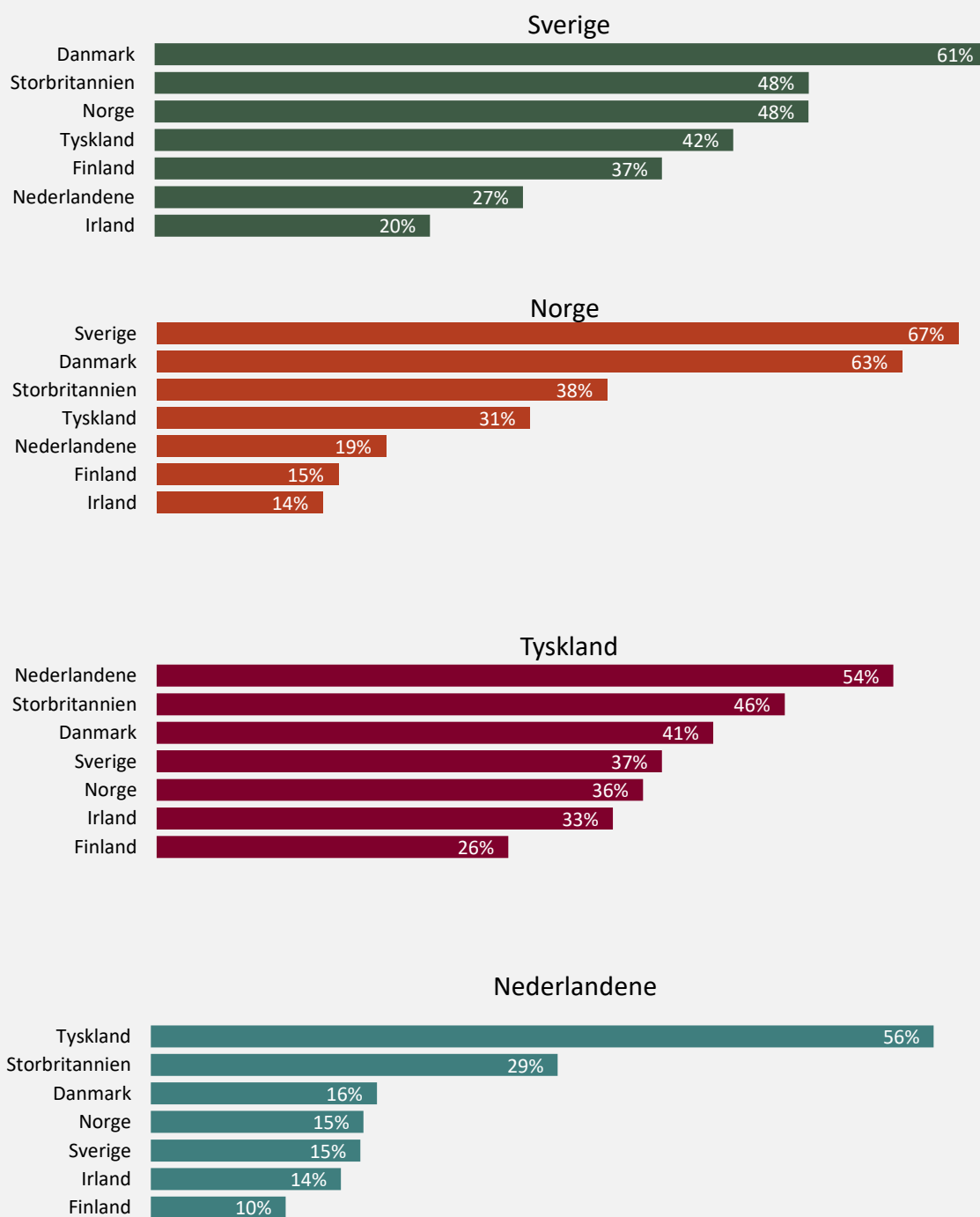
### 7.1.2 Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

Figur 46 viser andelen af befolkningerne i henholdsvis Tyskland, Norge, Sverige og Nederlandene, som kender noget eller meget til de nordeuropæiske feriedestinationer i Danmarks konkurrentfelt. Kendskabet til Danmark som feriedestination var mest udbredt i Skandinavien, og andelen, der kender noget eller meget til Danmark som feriedestination, falder i takt med stigende afstand til Danmark.

Danmark var i foråret 2023 den mest kendte feriedestination blandt svenskere (61 pct.), mens Sverige var den mest kendte blandt nordmændene (67 pct.). I den tyske befolkning var Nederlandene kendt af flest (54 pct.), mens Danmark var den mest kendte i de nordiske lande samlet set. Blandt nederlænderne var Tyskland kendt af flest (56 pct.). Her var kendskabet til Danmark som feriedestination også lidt mere udbredt end kendskabet til Norge og Sverige.

<sup>47</sup> Det bemærkes, at der kræves et massivt markedsføringspres for at øge det generelle landsrepræsentative kendskab.

Figur 46 De fire hovedmarkeders kendskab til nordeuropæiske lande som feriedestinationer, 2022



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2023.

Spørgsmål: ”Hvor godt kender du [land] som feriedestination?”. Andel, der har svaret ”kender noget” eller ”kender meget”. N= Nederlandene: 1.530, Tyskland: 2.278, Norge: 846, Sverige: 873.

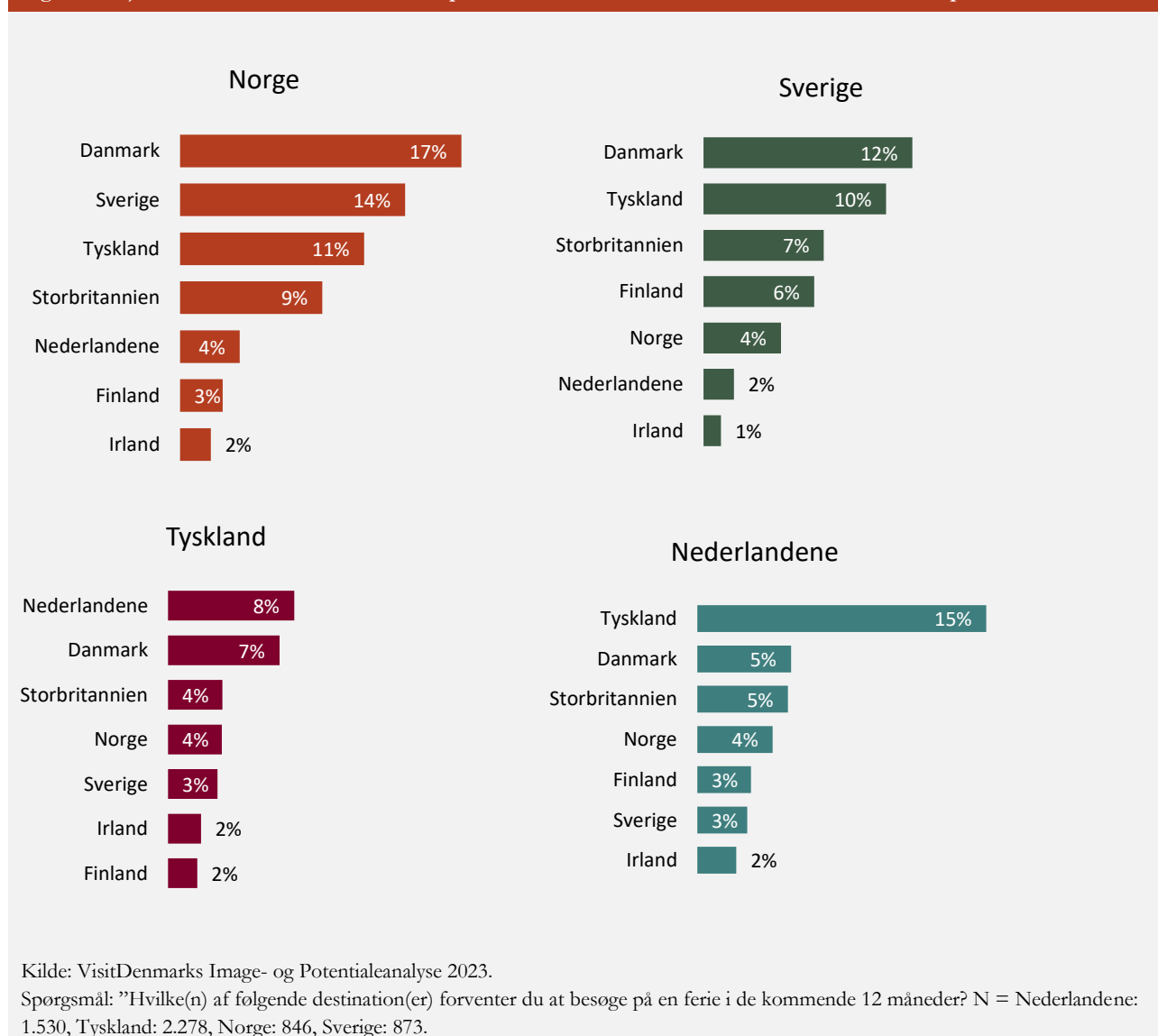
## 7.2 Rejseintentioner til de nordeuropæiske feriedestinationer

Figur 47 viser andelen af befolkningerne på de fire nærmarkeder, der forventede at besøge Danmark på en ferie i det kommende år. En ferie er defineret som en ferierejse med minimum en overnatning og omfatter både betalt og privat indkvartering.

Andelen, der forventede at tage på ferie i Danmark i de kommende 12 måneder, var størst i Norge, hvor 17 pct. overvejede at tage på ferie til Danmark. I Sverige overvejede 12 pct. en ferie i Danmark, mens 7 pct. af tyskerne og 5 pct. af nederlænderne overvejede at tage på en ferie i Danmark inden for 12 måneder.

Overvejelserne om at holde ferie i eget hjemland var udbredte. Flest blandt tyskerne (38 pct.) og nordmændene (32 pct.) forventede at tage på en ferie i eget land. Også blandt svenskerne var andelen høj (29 pct.), mens andelen var lidt lavere i den nederlandske befolkning (25pct.). Tallene om turisternes rejseintentioner dækker, ligesom kendskabet til Danmark, over store geografiske forskelle. Intentionen om at tage på ferie til Danmark er typisk væsentlig højere i områder tæt på Danmark (for eksempel Nordvesttyskland, Syd-/Vestsverige og Sydnorge) end i Midt-/Sydtyskland og det nordlige Sverige og Norge.

Figur 47 Rejseintention til lande i det nordeuropæiske konkurrencefelt i de kommende 12 måneder vist pr. marked, 2022



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2023.

Spørgsmål: "Hvilke(n) af følgende destination(er) forventer du at besøge på en ferie i de kommende 12 måneder? N = Nederlandene: 1.530, Tyskland: 2.278, Norge: 846, Sverige: 873.

### 7.3 Tilfredshed med opholdet i Danmark

I dette afsnit er vist de overordnede resultater af turisternes tilfredshed med ferien i Danmark i 2022. Data stammer fra VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017 og 2022.

Som det fremgår af Tabel 27 er tilfredsheden med opholdet i Danmark i 2017 og 2022 udtalt. Blandt både de udenlandske og danske turister var der i 2022 en lige så stor andel tilfredse turister som i 2017. Det gælder inden for alle tre forretningsområder.

**Tabel 25 Tilfredsheden med opholdet i Danmark i 2022**

	Kyst		Storby		Forretning	
	2017	2022	2017	2022	2017	2022
Udland	92 pct.	93 pct.	90 pct.	90 pct.	91 pct.	93 pct.
Danmark	93 pct.	94 pct.	90 pct.	91 pct.	92 pct.	91 pct.
I alt	93 pct.	94 pct.	90 pct.	90 pct.	92 pct.	92 pct.

Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017 og 2022.

*Der henvises til VisitDenmarks rapporter om henholdsvis Storbyturisterne i Danmark<sup>48</sup> og Kyst- og naturturisterne i Danmark<sup>49</sup> for yderligere information om turisternes tilfredshed med forskellige elementer på ferien i Danmark.*

### 7.4 De internationale turisternes tilfredshed med ferien sammenlignet med konkurrentfeltet

I dette afsnit ses på de udenlandske turisternes tilfredshed med Danmark som rejsemål og den generelle tilfredshed blandt udenlandske turister med landene i Danmarks nordiske konkurrentfelt (Danmark, Norge, Sverige og Finland) og Danmarks nordeuropæiske konkurrentfelt (Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene).<sup>50</sup> Data stammer fra den internationale tilfredshedsmåling Travelsat Competitive Index (TCI).

Tabel 26 viser, hvordan Danmark har klaret sig på en række parametre, som er vigtige for turisternes tilfredshed med ferien. Scorerne for Danmark sammenlignes med scorerne i henholdsvis det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt. Kolonne 1 lister en række tilfredshedsparametre, og kolonne 2 viser, hvilke scorer Danmark har fået på parametrene. Kolonne 3 viser, om scoren ligger i kategorien Elite, Høj, Ok, Lav eller Meget lav, og i de sidste to kolonner sammenlignes Danmarks scorer med gennemsnittet for henholdsvis Norden og Nordeuropa. I tabellen er forskellen mellem Danmarks og konkurrenternes scorer kun vist, hvis scorerne er signifikant forskellige fra hinanden, det vil sige, hvis forskellen på scorerne er 15 point eller mere. Scoren er fremhævet med grøn, hvis den er signifikant højere end scoren i henholdsvis Norden og Nordeuropa. Scoren er fremhævet med rød, hvis den er signifikant lavere.

Alle scorerne for Danmark ligger i enten Elite- eller Høj-kategorien. På den overordnede tilfredshed med opholdet scorede Danmark 222 sammenlignet med en gennemsnitlig score i Nordeuropa på 219 og i Norden på 221. De udenlandske turister i Danmark var dermed lige så tilfredse med ferieoplevelsen som gennemsnittet for både Nordeuropa og Norden. Dette var også tilfældet i 2022.

<sup>48</sup> Link til storbyrapport: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/forretningsomraader/storbyturismen-i-danmark>

<sup>49</sup> Link til Kystrapport: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/forretningsomraader/kyst-og-naturturisme>

<sup>50</sup> I Nordeuropa består undersøgelsen af i alt 2.985 interview med udenlandske turister, hvoraf der er 705 interview for Danmark og 1.568 for Norden. Indekset for tilfredshed opdeles i fem niveauer: -50-0 er meget lav, 0-100 er lav, 100-150 er ok, 150-250 er høj, og 250-400 er eliteniveau.

På et tilfredshedsparameter *forlystelsesparker og temparker* oversteg Danmarks score både det nordeuropæiske og det nordiske gennemsnit signifikant. I forhold til parametrene *flotte strande, oplevelse af sikkerhed under opholdet, befolkningens venlighed/imødekommenhed og overordnet kvalitet af spisesteder* scorede Danmark over det nordeuropæiske gennemsnit. Selvom Danmark generelt har opnået pæne scorere, blev Danmark på et par parametre overgået af landene i Nordeuropa og Norden (jf. Tabel 26).

**Tabel 26 Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparametre i forhold til Norden og Nordeuropa**

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Flotte strande	299	Elite score: 250-400: Exceptionel oplevelse	-16	+24
Oplevelse af sikkerhed under opholdet	259		-	+25
Forlystelsesparker og -temparker	257		+39	+32
Flotte landskaber	242	Høj score: 150-250 Oplevelse af, at kvalitet overstiger forventninger	-31	-
Befolkningens venlighed/imødekommenhed	240		-	+26
Service på historiske seværdigheder/museer	236		-	-
Udvalg af historiske seværdigheder/museer	234		-	-17
Service på overnatningssteder	225		-	-
Overordnet kvalitet af overnatning	223		-	-
<b>Overordnet tilfredshed med opholdet</b>	<b>222</b>		-	-
Service på spisesteder	206		-	-
Udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter	196		+17	-
Service i butikker	194		-	-
Overordnet kvalitet af spisesteder	190	-	+28	
Udvalg af shopping og indkøb	173	-	-24	

Kilde: Travelsat Competitive Index 2023. Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.

Ferie- og erhvervsturisme samlet. De grønne og røde scorere markerer, hvor Danmark scorer henholdsvis signifikant bedre eller signifikant dårligere end henholdsvis Norden og Nordeuropa.

Service er oversat fra "hospitality".

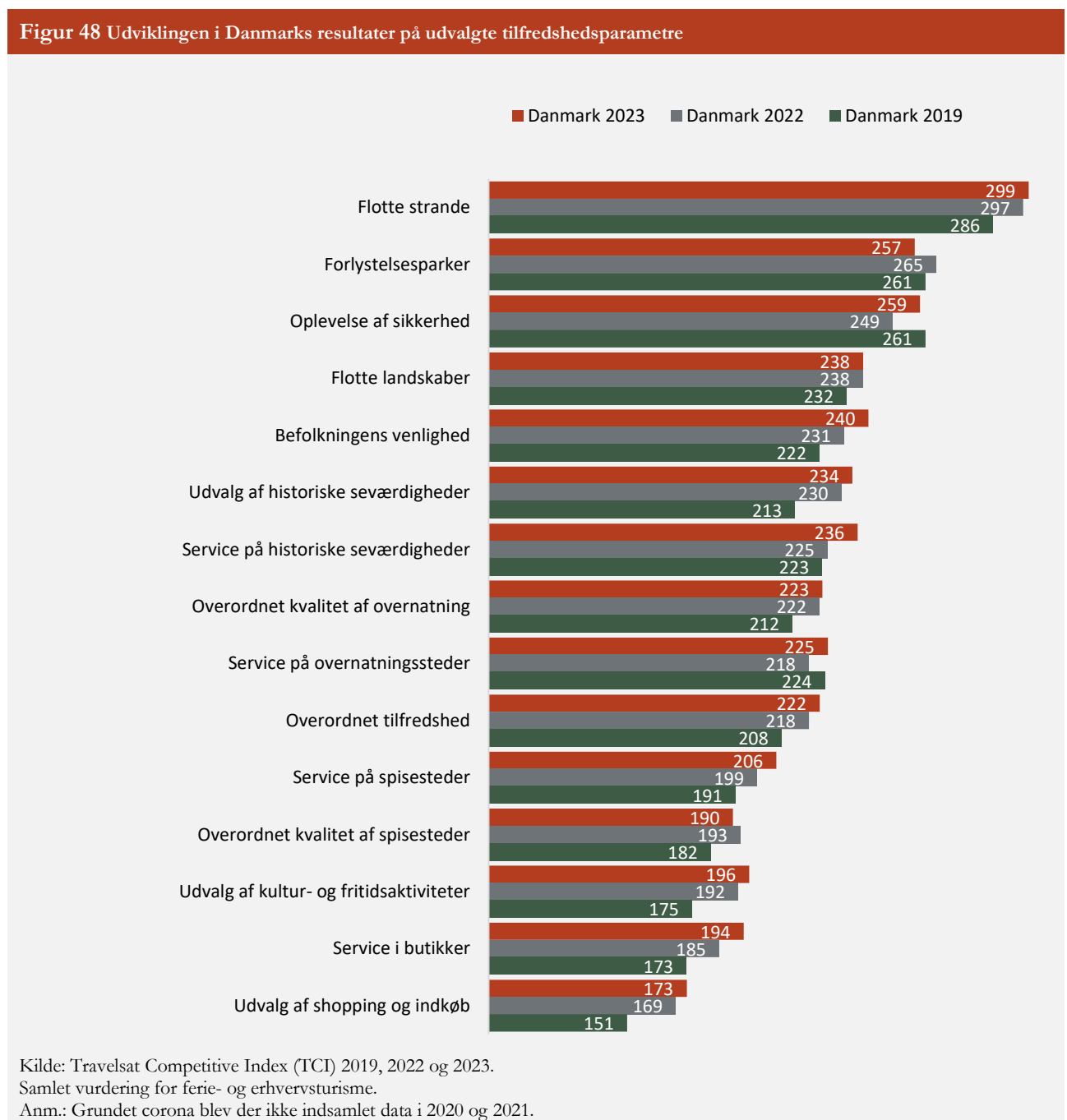
Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Af Figur 48 fremgår udviklingen i Danmarks tilfredshedsscorer på en række parametre fra 2019 til 2023. Data for 2020 og 2021 findes ikke, fordi TCI i disse år satte deres dataindsamling i bero som følge af COVID-19.

Der kræves en forskel på mindst 15 point, før forskellen er statistisk signifikant. De øverste bjælker under hvert parameter viser tilfredshedsscorerne i 2023.

Der er ikke signifikante forskelle i scorerne i 2023 sammenlignet med 2022. Sammenlignes resultaterne i 2023 med 2019 (før corona) lå tilfredsheden på parametrene *befolkningens venlighed*, *udvalget af historiske seværdigheder*, *udvalg af shopping og indkøb*, *service i butikker* og *udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter* i 2023 over niveauet i 2019. Ingen scorer i 2023 lå signifikant under 2019-niveauet.



Service er oversat fra ”hospitality”.

#### 7.4.1 Indikator for udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen

I den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme fra 2022 indgår en indikator om, at Danmark skal ligge i top-3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet.

Tabel 27 viser scorerne for de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i de otte nordeuropæiske lande. Med en score på 222 i 2023 lå Danmark på en 4. plads efter Norge (272), Irland (268) og Finland (252). I 2022 lå Danmark ligeledes på en 4. plads, mens Danmark i 2019 indtog en 6. plads.

**Tabel 27 Score for udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen og placering**

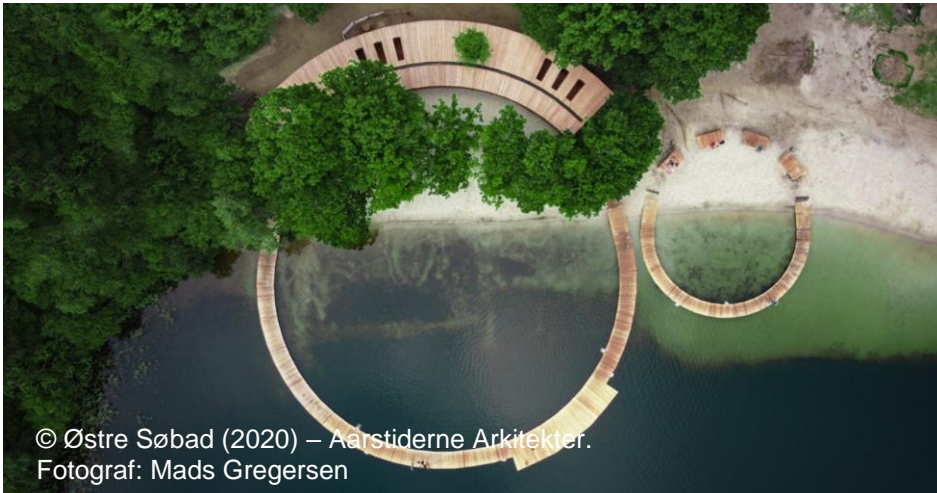
	2019	2022	2023	Udv. 2019-2023*	Udv. 2022-2023*
Norge	252	276	272	20	-4
Irland	241	267	268	27	1
Finland	235	265	252	17	-13
Danmark	208	218	222	14	4
Storbritannien	187	206	215	28	9
Sverige	215	207	201	-14	-6
Nederlandene	192	196	200	8	4
Tyskland	190	206	199	9	-7
Norden (gns.)	211	224	221	10	-3
Nordeuropa (gns.)	205	218	219	14	1

Kilde: Travelsat Competitive Index (TCI) 2019, 2022 og 2023.

Anm.: grundet corona blev der ikke indsamlet data i 2020 og 2021.

\* Differencen skal være på 15 point eller mere for at være signifikant. Scorer markeret med grøn skrift viser en signifikant positiv forskel i scorene.





© Østre Søbad (2020) – Aarstiderne Arkitekter.  
Fotograf: Mads Gregersen

## 8. Forhold mellem pris og kvalitet

## 8 Forhold mellem pris og kvalitet

### Opsummering

#### Prisniveauet i Danmark

- I 2022 havde Danmark det næsthøjeste prisniveau på forbrugsvarer og serviceydelser i det nordeuropæiske konkurrentfelt kun overgået af Irland.

#### Oplevelsen af prisniveauet blandt turisterne i Danmark

- Blandt turister, der var på ferie i Danmark i 2022, var syv ud af 10 tilfredse eller meget tilfredse med pris i forhold til kvalitet. Flere danske end udenlandske turister var tilfredse med parameteret.
- Blandt de forretningsrejsende var syv ud af 10 tilfredse med pris i forhold til kvalitet. Danskerne var mere tilfredse med parameteret end de udenlandske forretningsrejsende.

#### De internationale turisternes oplevelse af pris og kvalitet

- De udenlandske turister i Danmark var generelt mere tilfredse med den overordnede ferieoplevelse end med feriens pris i forhold til kvalitet.
- I forholdt til de udenlandske turisternes tilfredshed med den overordnede værdi for pengene lå Danmark på niveau med de andre nordiske lande, men lavere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt.
- Danmark scorer i 2023 på samme niveau som i 2022 på alle parametre, der relaterer sig til turisternes prisoplevelse og oplevelse af værdi for pengene.
- Danmark blev vurderet bedre end landene i Norden og Nordeuropa på parametrene *transportomkostninger til destinationen* og *pris for offentlig transport*.
- Danmark blev derudover vurderet bedre end landene i Norden på parameteret *pris for fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)*.
- På parametrene *værdi for pengene, hele opholdet* og *værdi for pengene, shopping* scorede Danmark lavere end det nordeuropæiske gennemsnit.
- På ingen af parametrene scorede Danmark under gennemsnittet i Norden.

I dette kapitel ses på turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet. Et lands markedsposition er blandt andet betinget af landets evne i forhold til at levere værdi for pengene. Danmark er et relativt dyrt land at holde ferie i sammenlignet med en række af de øvrige lande i konkurrentfeltet. Det er derfor afgørende for Danmarks konkurrenceposition, at turisterne synes, at de får værdi for pengene.

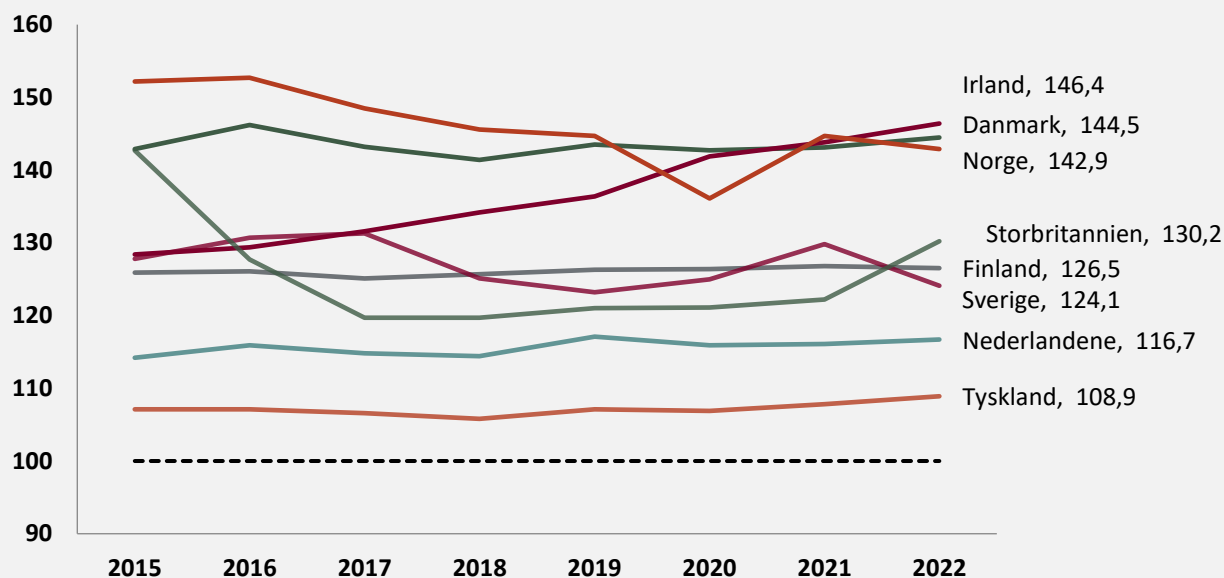
Kapitlet indledes med en oversigt over prisniveauet på forbrugsvarer og serviceydelser i landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Dernæst ses på danske og udenlandske turisternes vurdering af forholdet mellem pris og kvalitet på deres ferie i Danmark i 2022. Afslutningsvis præsenteres de udenlandske turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet i Danmark sammenholdt med konkurrentlandene i Nordeuropa og Norden.

### 8.1 Prisniveauet i Danmark

Når udviklingen i prisniveauerne i det nordeuropæiske konkurrentfelt sammenlignes med den gennemsnitlige prisudvikling i EU (indeks 100), havde Irland i 2022 det højeste prisniveau i det nordeuropæiske konkurrentfelt efterfulgt af Danmark. Alle nordeuropæiske lande lå over EU-gennemsnittet. Danmarks prisniveau har ligget

relativt stabilt fra 2015 til 2022 i forhold til gennemsnittet i EU. Prisudviklingen i Norge og Sverige har fluktueret noget mere.<sup>51</sup>

Figur 49 Sammenligning af udviklingen i prisniveauet i det nordeuropæiske konkurrencefelt, 2015-2022



Kilde: Eurostat. Prisniveauer for husholdningernes endelige forbrug af forbrugsvarer og serviceydelser, inkl. indirekte skatter.

## 8.2 Oplevelsen af prisniveauet blandt turisterne i Danmark

I Tabel 28 er vist, hvordan udenlandske og danske ferieturister og forretningsrejsende i henholdsvis 2017 og 2022 oplevede forholdet mellem pris og kvalitet under deres ophold i Danmark.

Blandt de udenlandske og danske turister - både kyst- og storby - var der et fald i tilfredsheden fra 2017 til 2022. Blandt de forretningsrejsende var derimod en stigning i tilfredshedsniveauet.

Tabel 28 Oplevelsen af forholdet mellem pris og kvalitet under opholdet i Danmark

	Kyst		Storby		Forretning	
	2017	2022	2017	2022	2017	2022
Udland	83 pct.	67 pct.	70 pct.	57 pct.	65 pct.	67 pct.
Danmark	85 pct.	77 pct.	77 pct.	71 pct.	63 pct.	71 pct.
I alt	84 pct.	73 pct.	73 pct.	65 pct.	64 pct.	70 pct.

Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017 og 2022.

<sup>51</sup> De relative prisændringer for Sverige og Norge skyldes i vid udstrækning ændringer i landenes valutakurser i forhold til Euroen.

Der henvises til VisitDenmarks rapporter om henholdsvis Storbyturisterne i Danmark<sup>52</sup> og Kyst- og naturturisterne i Danmark<sup>53</sup> for yderligere information om turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet og andre forhold på ferien i Danmark.

### 8.3 Internationale turisternes oplevelse af pris og kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet

Tabel 29 viser, hvordan de udenlandske turisternes oplever forholdet mellem pris og kvalitet på forskellige elementer af deres ferie i Danmark sammenlignet med det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.<sup>54</sup> Data stammer fra Travelsat Competitive Index (TCI). Første kolonne viser en række tilfredshedsparametre. Næste kolonne viser, hvilke scorer Danmark har fået på parametrene på en skala med kategorierne Elite, Høj, Ok, Lav og Meget lav. Indeks-kolonnen viser, hvilken kategori, scoren ligger indenfor. I de sidste to kolonner sammenlignes Danmarks scorer med gennemsnittet i henholdsvis Norden og Nordeuropa. Der, hvor Danmarks scorer signifikant højere end gennemsnittet, er scoren farvet grøn, og der, hvor Danmark scorer signifikant lavere, er den farvet rød.

I 2023 har Danmark opnået scoren Høj på et af de otte tilfredshedsparametre, som omhandler oplevelsen af forholdet mellem pris og kvalitet: *værdi for pengene, overnatning*. Danmark har samtidig scoret Ok på fem tilfredshedsparametre, og Lav på to parametre: *pris, fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)* og *værdi for pengene, shopping*.

Danmark har scoret på niveau med eller højere end det nordiske konkurrentfelt på samtlige parametre. I forhold til Nordeuropa har Danmark scoret signifikant lavere på to af de otte parametre, på niveau med på fire parametre og signifikant over niveauet på to parametre: *transportomkostninger til destinationen* og *pris på offentlig transport*.

---

<sup>52</sup> Link til Storbyrapport:

<https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/forretningsomraader/storbyturismen-i-danmark>

<sup>53</sup> Link til Kystrapport: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/forretningsomraader/kyst-og-naturturisme>

<sup>54</sup> Kapitel 7 indeholder flere parametre om turisternes tilfredshed.

**Tabel 29 Udenlandske turisters tilfredshed med parametre, som måler prisoplevelsen**

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Værdi for pengene, overnatning	161	Høj Score: 150-250 Oplevelse af kvalitet overstiger forventninger	-	-
Pris, historiske seværdigheder og museer	139		-	-
Værdi for pengene, hele opholdet	136	Ok score: 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	-	<b>-23</b>
Transportomkostninger til destinationen	129		<b>+28</b>	<b>+18</b>
Pris, offentlig transport	123		<b>+27</b>	<b>+19</b>
Værdi for pengene, spisesteder	115	Lav score: 0-100 Inkonsistent oplevelse af kvalitet	-	-
Pris, fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)	88		<b>+28</b>	-
Værdi for pengene, shopping	67		-	<b>-40</b>

Kilde: Travelsat Competitive Index 2023.

Ferie- og erhvervsturisme samlet. De grønne og røde scorer markerer, hvor Danmark scorer henholdsvis signifikant bedre eller signifikant dårligere end henholdsvis Norden og Nordeuropa.

Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

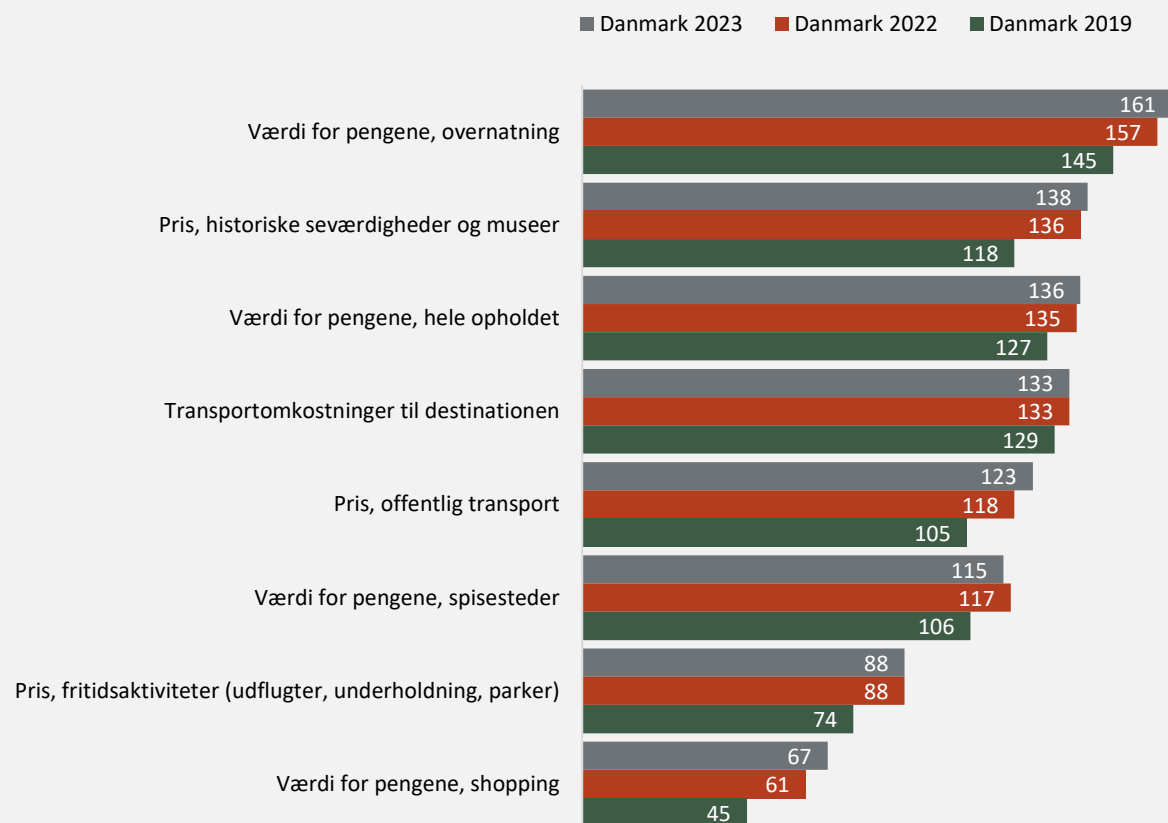
Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Figur 50 viser udviklingen i Danmarks scorer på en række tilfredshedsparametre. En statistisk signifikant forskel forudsætter en forskel mellem to scorer på mindst 15 point.

De øverste bjælker viser tilfredshedsscorerne i 2023. Ingen af scorerne i 2023 er signifikant forskellige fra scorerne i 2022. Derimod er der nogle signifikante forskelle, hvis 2023 sammenlignes med 2019.

På fire af de otte parametre scorede Danmark signifikant bedre i 2023 end i 2019. Det drejer sig om parametrene *værdi for pengene på overnatning*, *pris på for historiske seværdigheder og museer*, *pris på offentlig transport* og *værdi for pengene for shopping*. På de øvrige parametre var niveauet uændret fra 2019 til 2023

Figur 50 Udvikling i Danmarks resultater på parametre, som måler prisoplevelsen



Kilde: Travelsat Competitive Index 2019, 2022 og 2023.

Anm.: Grundet corona blev der ikke indsamlet data i 2020 og 2021.

Samlet vurdering for ferie- og erhvervssturisme.



© Gammel Havn  
Fotograf: Michael Fiukowski & Sarah Moritz

## 9. Transport og tilgængelighed

## 9 Transport og tilgængelighed

### Opsummering

#### Transportmuligheder

- Fra 2021 til 2022 steg antallet af passagerer i de danske lufthavne med 138,5 pct. fra 11,7 mio. til 28,0 mio. Alle større lufthavne havde flere passagerer i 2022 end i 2021, men fortsat færre end i 2019.
- Danmark havde i 2022 i alt 4,6 udenrigspassagerer pr. indbygger sammenlignet med 1,9 i 2021 og 6,0 i 2019.
- Fra 2015 til 2022 lå antallet af indenrigsfærgeruter mellem 38 og 44. I både 2021 og 2022 var antallet af ruter 42.
- Antallet af udenrigsfærgeruter lå stabilt fra 2015 til 2020. I 2021 faldt antallet til 14, hvilket er det laveste i perioden. I 2022 steg antallet til 15. Fra 2015 til 2019 steg antallet af krydstogtpassagerer i Danmark gennemsnitligt med 10 pct. årligt. Antallet af krydstogtpassagerer har været meget påvirket af pandemien og er i 2022 på 791.000 passagerer. Til sammenligning var der 1.136.000 passagerer i 2019.

#### Tilfredshed med infrastruktur

- Turisterne var mest tilfredse med tilgængeligheden til offentlig transport, infrastruktur (veje) og adgang til og fra lufthavne.
- Danmark scorede signifikant over niveauet i både Norden og Nordeuropa på tilfredshedsparametre, der vedrører service inden for offentlig transport, transportomkostninger til destinationen og pris på offentlig transport.
- Samtidig scorede Danmark over niveauet i Nordeuropa på parameteret tilgængelighed i forhold til parkering.
- På samtlige parametre lå Danmarks score i 2023 på niveau med 2022.
- I forhold til 2019 havde Danmark i 2023 forbedret sin score signifikant på parametrene *tilgængelighed til offentlig transport, service inden for offentlig transport, skiltning/nemt at finde rundt, taxa-tjenester og pris for offentlig transport*.

Tilgængeligheden til en destination er vigtig for både danske og udenlandske turister. Flytilgængeligheden har især betydning for, om udenlandske turister rejser til Danmark, og infrastrukturen i landet har betydning for, hvor nemt det er at rejse rundt i landet og besøge forskellige destinationer og seværdigheder. Dette kapitel kortlægger Danmarks tilgængelighed ved at sammenligne antallet af udenrigspassagerer pr. indbygger i Danmark med landene i det nordeuropæiske konkurrencefelt. Kapitlet giver samtidig en status på de områder, som med afsæt i de mest retvisende og nutidige data beskriver Danmarks tilgængelighed i 2022, herunder fly- og færgetrafik og krydstogter

### 9.1 Transportmuligheder til Danmark og forskellige dele af landet

Turisternes valg af transportmidler, når de rejser til og rundt i Danmark, afhænger af turisternes bopælsland og valg af overnattingssted. Bil og fly er de mest benyttede transportformer til Danmark. I 2022 benyttede flere end hver anden udenlandske og tre ud af fire danske turister bil, da de skulle på ferie i Danmark. For de udenlandske turister var fly det næst hyppigste benyttede transportmiddel til Danmark efterfulgt af færger, som især er vigtige for turismen til flere ø-kommuner og for turister fra lande med færgeruter til Danmark.<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Kilde: Turistundersøgelsen 2022, VisitDenmark.



### 9.1.1 Flytrafik

Flytilgængeligheden til og i Danmark kan afdækkes ved at se på udviklingen i antallet af inden- og udenrigspassagerer i de danske lufthavne. For at kunne sammenligne Danmark med konkurrentfeltet opgøres antallet af udenrigspassagerer pr. indbygger i Danmark og de nordeuropæiske lande.

#### Passagerer i de danske lufthavne

Tabel 30 viser, at antallet af passagerer i de danske lufthavne steg med 138,5 pct. fra 2021 til 2022. Alle lufthavne havde markant positiv vækst. Københavns Lufthavn registrerede flest passagerer i 2022 med i alt 22,1 mio. passagerer, svarende til 79 pct. af samtlige passagerer i de danske lufthavne

**Tabel 30 Passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs (1.000)**

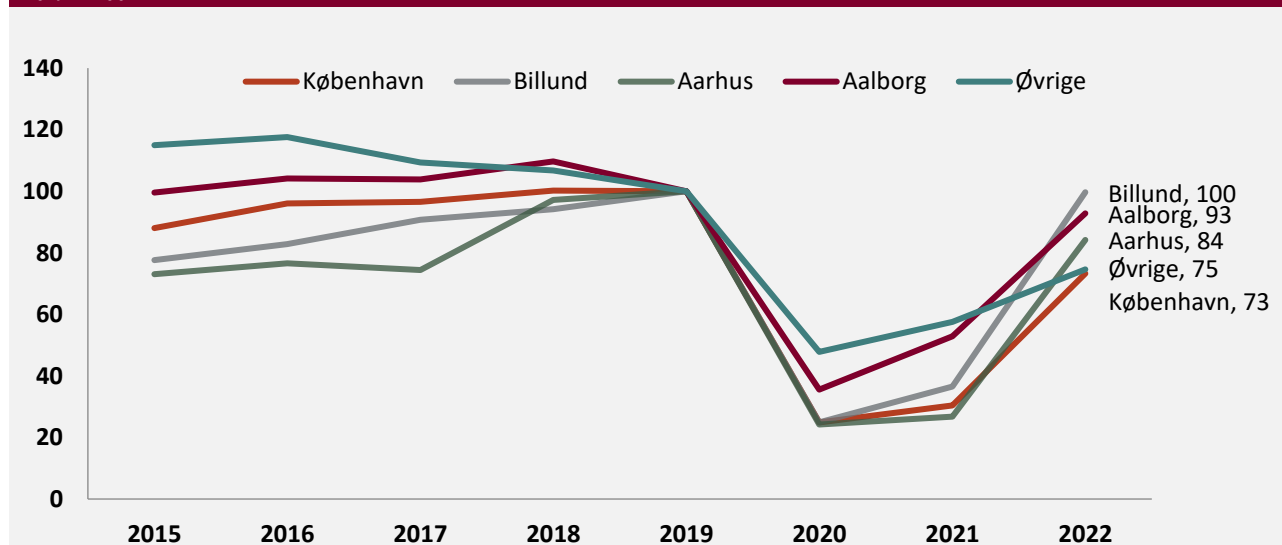
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Udv. fra 2019-2022	Udv. fra 2021-2022
<b>I alt</b>	<b>31.869</b>	<b>34.587</b>	<b>34.966</b>	<b>36.390</b>	<b>36.385</b>	<b>9.323</b>	<b>11.726</b>	<b>27.967</b>	<b>-23,1 %</b>	<b>138,5 %</b>
<b>København</b>	26.577	29.003	29.148	30.259	30.197	7.512	9.167	22.110	-26,8 %	141,2 %
<b>Billund</b>	2.885	3.081	3.373	3.501	3.718	926	1.358	3.704	-0,4 %	172,8 %
<b>Aalborg</b>	1.440	1.506	1.501	1.586	1.446	514	765	1.342	-7,2 %	75,4 %
<b>Aarhus</b>	365	383	372	486	500	121	134	421	-15,8 %	214,2 %
<b>Øvrige lufthavne*</b>	600	600	600	600	500	300	300	390	-25,4 %	29,6 %

Kilde: Danmarks Statistik, FLYV31.

\* Øvrige lufthavne: Karup, Esbjerg, Bornholm, Sønderborg og Roskilde.

Som det fremgår af Figur 51, havde alle lufthavne i 2022 markant flere passagerer end i 2021, men kun Billund Lufthavn er tilbage på niveauet i 2019.

**Figur 51 Udviklingen i antal passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs, 2015-2022. Indeks 2019 = 100**



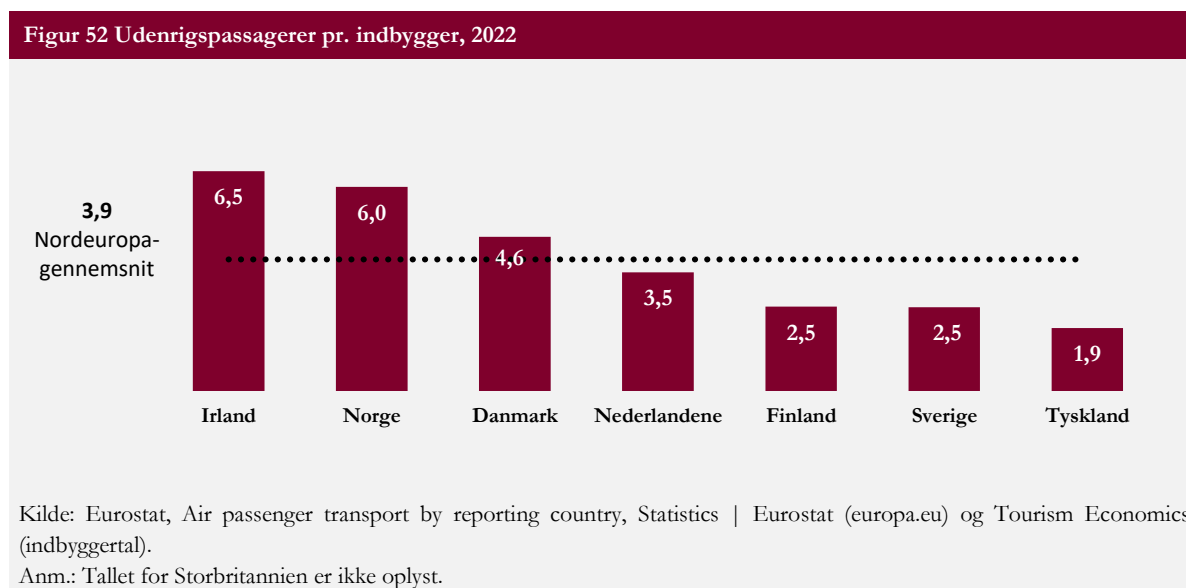
Kilde: Danmarks Statistik, FLYV 31.

### Flytilgængeligheden sammenholdt med konkurrentfeltet

Figur 52 viser antallet af passagerer på udenrigsflyvninger pr. indbygger i 2022 i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Da Storbritannien ikke længere er med i EU, findes der ikke tal for Storbritannien.

Irland lå i top med 6,5 udenrigspassagerer pr. indbygger efterfulgt af Norge med 6,0, Danmark med 4,6 og Nederlandene med 3,5. Nederst lå Tyskland med 1,9 udenrigspassagerer pr. indbygger.

I 2022 var gennemsnittet for det nordeuropæiske konkurrentfelt 3,9 udenrigspassagerer pr. indbygger sammenlignet med 1,5 i 2021, 1,4 i 2020 og 5,2 i 2019. For Danmark alene var antallet af udenrigspassagerer pr. indbygger højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt med 4,6 i 2022, 1,9 i 2021, 1,5 i 2020 og 6,0 i 2019. Trods en stigning i 2022 er niveauet for Danmark dermed stadig under 2019-niveauet.



### 9.1.2 Færgetrafik

Færgeruter gør det muligt at transportere både personer og køretøjer og kan forkorte transporttiden mellem forskellige dele af Danmark og fra udlandet til Danmark. Færgetrafikken er især vigtig for turismen til de danske øer, hvor færgeturen ofte bidrager til den samlede ferieoplevelse. Nogle steder er færgen den eneste vej til feriedestinationen. I 2016 blev færgetaksterne for passagerbefordring til og fra de mindre øer i Danmark sænket for at understøtte turismen og styrke bosætningen på øerne.<sup>56</sup> Færgetilgængelighed afdækkes via en opgørelse af udviklingen i færgetrafikken i Danmark målt på passagerantal og antal ruter. Der ses på både inden- og udenrigsfærgetrafik og tilgængeligheden til de danske destinationer, når turisterne er kommet til landet.

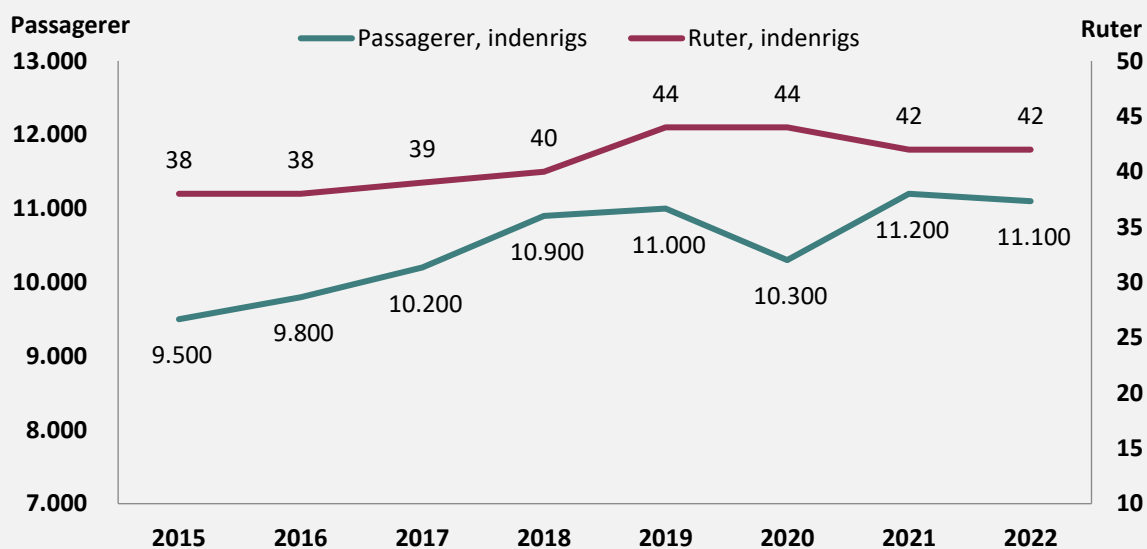
### Indenrigsfærgetrafik

Figur 53 viser, at antallet af indenrigsfærgeruter<sup>57</sup> har ligget mellem 38 og 44 i perioden 2015 til 2022. Ses på antallet af passagerer på disse ruter, faldt dette med 6,4 pct. fra 2019 til 2020, men er efterfølgende steget. I 2022 lå antallet lidt under niveauet i 2021, men over niveauet i 2019.

<sup>56</sup> Aftale mellem regeringen, Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti om vækst og udvikling i hele Danmark, 2016.

<sup>57</sup> Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

Figur 53 Indenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000), 2015-2022



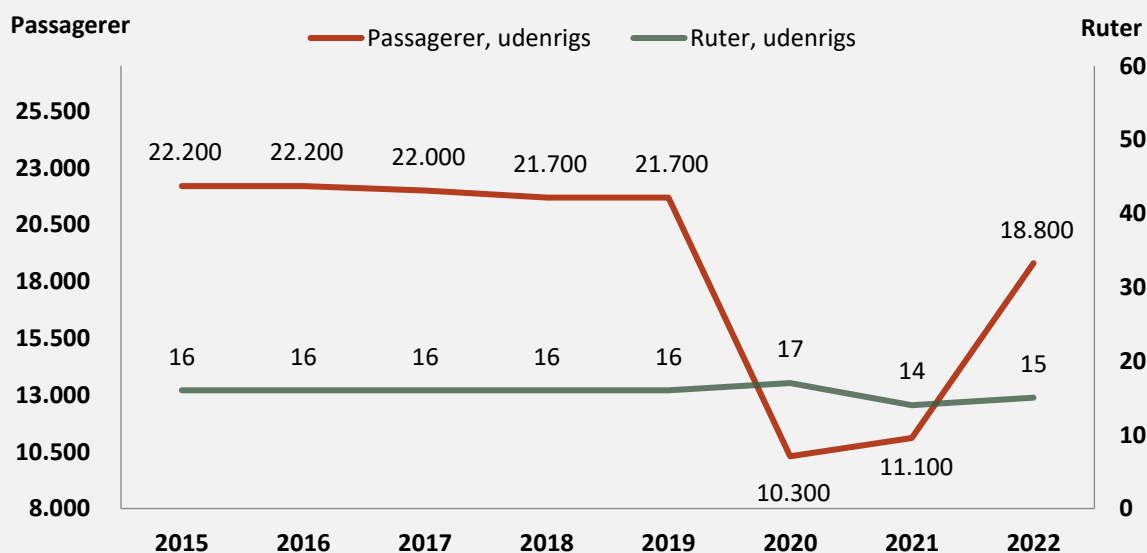
Kilde: Danmarks Statistik, SKIB 31.

### Udenrigsfærgetrafik

Af Figur 54 fremgår det, at antallet af udenrigsfærgeruter<sup>58</sup> lå stabilt fra 2015 til 2019. I 2021 faldt antallet af udenrigsfærgeruter fra 17 til 14, og i 2022 lå antallet på 15.

Antallet af passagerer faldt fra 22.200 i 2015 og 2016 til 21.700 i 2018 og 2019. I 2020 blev antallet mere end halveret. Fra 2020 til 2021 steg antallet af udenrigspassagerer til 11.100, og fra 2021 til 2022 steg antallet til 18.800, svarende til en stigning på 69,4 pct.

Figur 54 Udenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000)



Kilde: Danmarks Statistik, SKIB 32.

<sup>58</sup> Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

### 9.1.3 Krydstogter<sup>59</sup>

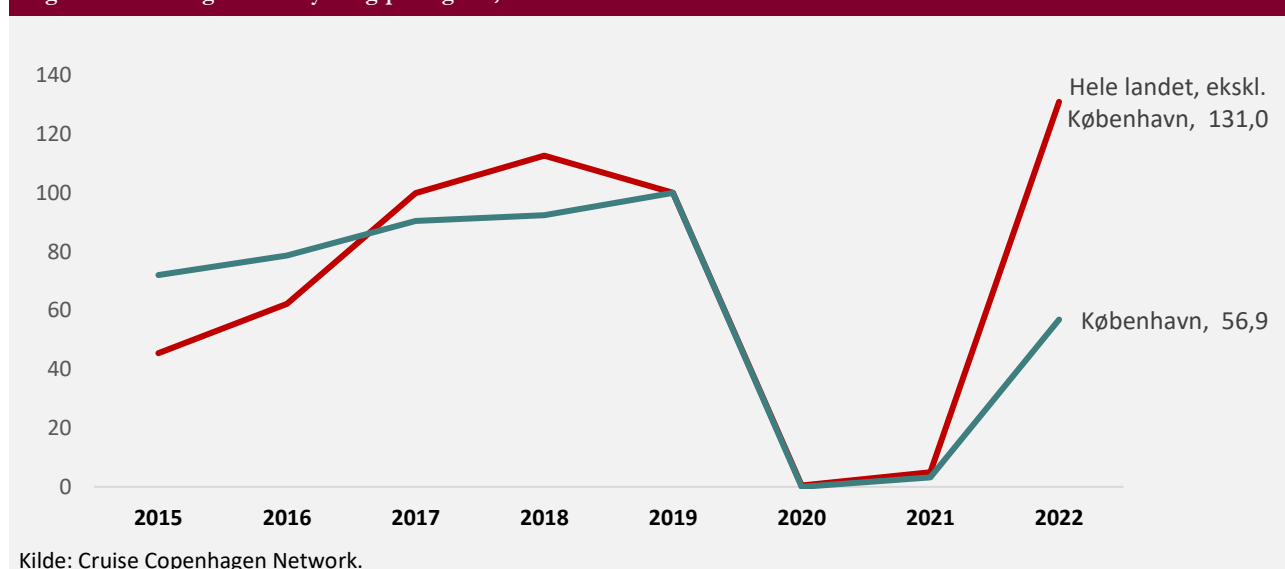
Fra 2015 til 2019 steg antallet af krydstogtpassagerer i Danmark med knap 370.000, svarende til en stigning på 10,3 pct. i gennemsnit pr. år. I 2019 ankom over 1,1 mio. krydstogtpassagerer til Danmark, mens der i 2020 og 2021 kun ankom henholdsvis 900 og 40.000 krydstogspassagerer som følge af COVID-19. I 2022 steg antallet af krydstogtpassagerer til 791.000, men der er fortsat et stykke vej op til niveauet i 2019.

**Tabel 31 Krydstogtpassagerer, inkl. rundrejsepassagerer (1.000)**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Udvikling fra 2021-2022	
									Pct.	Antal
<b>I alt</b>	<b>766</b>	<b>862</b>	<b>1.046</b>	<b>1.090</b>	<b>1.136</b>	<b>0,9</b>	<b>40</b>	<b>791</b>	<b>1892%</b>	<b>752</b>
København	677	740	850	869	940	0	30	535	1683%	505
Skagen	22	11	33	64	66	0,8	1,7	80	4614%	80
Aarhus	30	72	90	89	59	0	0,2	90	49931%	90
Aalborg	13	18	31	29	26	0,1	0,4	20	300 %	19
Bornholm	13	10	18	21	21	0	5,6	37	568%	32
Øvrige	11	11	24	18	24	0	1,8	28	1456%	26

Kilde: Cruise Copenhagen Network.

**Figur 55 Udvikling i antal krydstogtpassagerer, 2015-2022. Indeks 2019 = 100**



<sup>59</sup> Krydstogtturismen er ikke en del af den registrerede overnatningsstatistik. Antallet af passagerer på krydstogtsskibene er indhentet fra Cruise Copenhagen Network.

## 9.2 Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark

I dette afsnit er der fokus på turisternes oplevelse af tilgængelighed, information og service i forbindelse med transport på ferien i Danmark og det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Norden: Danmark, Norge, Sverige, Finland. Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Tabel 32 viser de udenlandske turisters tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark sammenholdt med turisternes tilfredshed med Norden og Nordeuropa. Data stammer fra Travelsat Competitive Index (TCI). Af indeksskolumnen fremgår det, om Danmarks score ligger i kategorien Elite, Høj, Ok, Lav eller Meget lav. I de sidste to kolonner sammenlignes Danmarks scorer med gennemsnittene i henholdsvis Norden og Nordeuropa. En grøn score markerer, at Danmark scorer signifikant højere end gennemsnit end konkurrentfeltet, mens en rød score markerer et signifikant lavere score end gennemsnit. Når der ikke er anført et tal, ligger Danmarks score på niveau med konkurrentfeltet.

Danmark opnår de højeste scorer på parametrene *tilgængelighed til offentlig transport, infrastruktur (veje) og adgang til/fra lufthavne*.

I 2023 scorer Danmark enten Høj eller Ok på alle 10 parametre, som vedrører tilfredsheden med transport og infrastruktur. På syv af 10 parametre scorer Danmarks på sammen niveau som det nordeuropæiske konkurrentfelt. På parametrene *service inden for offentlig transport, transportomkostninger til destinationen og pris for offentlig transport* scorer Danmark signifikant over gennemsnittet for de otte nordeuropæiske lande.

Sammenlignet med Norden, scorer Danmark også signifikant højere på parametrene *service inden for offentlig transport, transportomkostninger til destinationen og pris på offentlig transport*.

**Tabel 32 Danmarks resultater på tilfredshedsparametre vedrørende transport og infrastruktur i forhold til Norden og Nordeuropa, 2023**

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Tilgængelighed, offentlig transport (bus, Metro)	219	<b>Høj score 150-250</b> Oplevelse af kvalitet overstiger forventninger	-	-
Infrastruktur, veje	201		-	-
Adgang til/fra lufthavne	200		-	-
Service v. grænseovergange, lufthavne, togstationer m.m.	197		-	-
Service, offentlig transport	196		<b>+23</b>	<b>+22</b>
Skiltning, nemt at finde rundt	195		-	-
Tilgængelighed, parkering	172		-	-
Taxa-tjenester	148	<b>Ok score 100-150</b> Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	-	-
Transportomkostninger til destinationen	129		<b>+28</b>	<b>+18</b>
Pris, offentlig transport	123		<b>+27</b>	<b>+19</b>

Kilde: Travelsat Competitive Index 2023.

Ferie- og erhvervsturisme samlet. Service er oversat fra ”hospitality”. De grønne og røde scorer markerer, hvor Danmark scorer henholdsvis signifikant bedre eller signifikant dårligere end henholdsvis Norden og Nordeuropa.

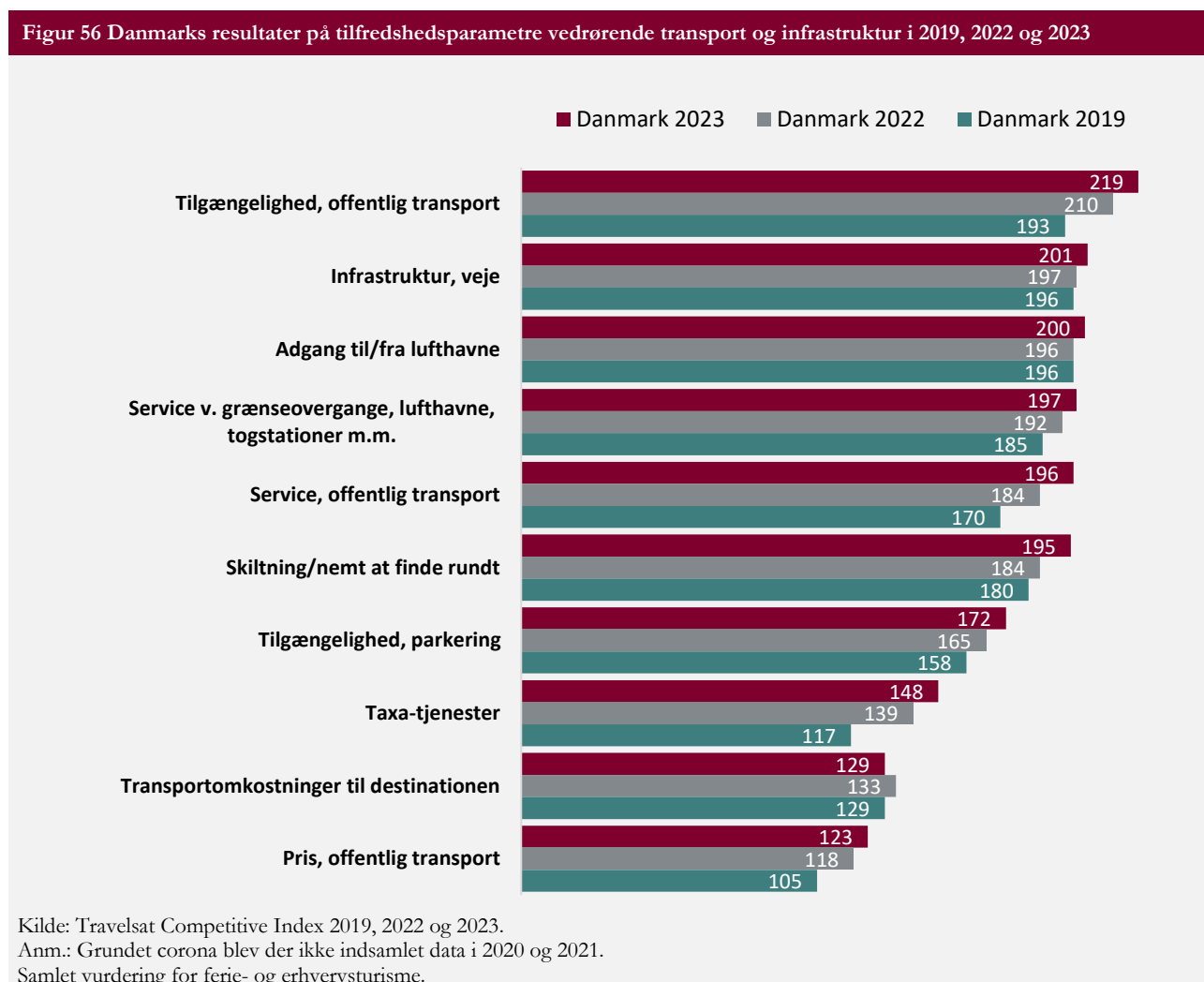
Service er oversat fra ”hospitality”.

Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Figur 56 viser Danmarks tilfredshedsscorer i 2019, 2022 og 2023. Der kræves en forskel på minimum 15 point, før forskellen er statistisk signifikant. Ingen af scorerne i 2023 er signifikant forskellige fra 2022.

Danmark scorer i 2023 på niveau med 2022 på samtlige tilfredshedsparametre. Ses på udviklingen fra 2019 til 2023 har der været en signifikant positiv udvikling i tilfredsheden med parametrene *tilgængelighed til offentlig transport*, *service i forbindelse med offentlig transport*, *skiltning/nemt at finde rundt*, *taxa-tjenester* og *pris for offentlig transport*. På ingen af de 10 parametre er der registreret et signifikant fald i tilfredsheden fra 2019 til 2023.







© RAISFOTO

## 10. Konkurrencedygtigt turismeerhverv

## 10 Konkurrencedygtigt turismeerhverv

### Opsummering

#### Momssatser og -fradrag

- I Danmark er der 100 pct. momsfradrag på hotelophold for erhvervsrejsende og 25 pct. momsfradrag på restaurationsydelser.
- Den generelle moms på varer og tjenesteydelser er 25 pct. Dette er en relativ høj sats sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt.

#### Elpriser

- I 2022 var den samlede elpris for en virksomhed med et elforbrug mellem 20 og 500 MWh 319,64 øre pr. kWh inklusiv elpris og levering samt afgifter. Dermed er elpriserne i Danmark høje, hvis man sammenligner med de nordeuropæiske.

#### Omsætning

- Målt i løbende priser steg omsætningen i næsten alle turismerelaterede brancher fra 2020 til 2021. COVID-19 har igen i 2021 haft en stor indflydelse på omsætningen. I 2021 har de øvrige erhverv haft en omsætning, der ligger højere end i 2019, mens de andre turismerelaterede brancher stadig ligger under omsætningen i 2019.

#### Produktivitet

- Der er generelt en lav produktivitet i turismeerhvervet sammenlignet med det øvrige erhvervsliv. Fra 2015 til 2019 var der dog en svagt stigende udvikling i produktiviteten både generelt og i turismeerhvervet, men i 2020 faldt produktiviteten i turismeerhvervet i modsætning til i det øvrige erhvervsliv. I 2021 er der dog igen tale om en stigning af produktiviteten i turisterhvervet.

#### Arbejdsmarked

- Andelen af ufaglærte i turismeerhvervet er markant højere end i det øvrige erhvervsliv.
- I 2022 var den gennemsnitlige timeløn for en medarbejder inden for overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder i Danmark 230,60 kr. Det var højere end i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Men lønniveauet i turismeerhvervet er lavere end i det øvrige erhvervsliv i Danmark.
- Inden for hotel- og restaurationsbranchen var andelen af forgæves rekrutteringer i februar 2023 39 pct., hvilket er på samme niveau som i februar 2022.
- I turismeerhvervet har der været en markant stigning i antallet af fuldtidsbeskæftigede udlændinge fra ca. 19.000 i 2015 til over 31.000 i 2022.
- Manglen på arbejdskraft vurderes i 2021 og 2022 i stigende grad at være en produktionsbegrænsende faktor, sammenlignet med 2015-2020.
- 74 pct. af alle medarbejdere i turismeerhvervet var i 2021 tilfredse med deres job som helhed.

### Overskud og investering

- De turismerelaterede brancher havde i 2021 samlet set en negativ overskudsgrad. Transportvirksomheder havde dog den laveste overskudsgrad (-11 pct.) af alle turismerelaterede brancher.
- I 2021 havde de turismerelaterede brancher en investeringsgrad på 7 pct., hvilket var over niveauet for det øvrige erhvervsliv (4 pct.).

### Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

- I 2021 var der flere ophørte end nystartede turismevirksomheder i Danmark. Det samme gælder for anden service.
- I turismeerhvervet steg antallet af konkurser med 21 pct. fra 2021 til 2022. I det øvrige serviceerhverv steg antallet af konkursramte virksomheder med 24 pct. i den samme periode.

Hvis Danmark fortsat skal stå stærkt i den globale konkurrence om at tiltrække turister, skal turismeerhvervet kunne tilbyde attraktive produkter og oplevelser, ligesom turisterne skal opleve, at der er sammenhæng mellem pris og kvalitet. I dette kapitel undersøges en række eksterne rammevilkår med betydning for turismeerhvervets konkurrenceevne, herunder prisniveau, turismeerhvervets momssatser og -fradrag samt elpriserne. Derudover redegøres der for omsætning, produktivitet, uddannelses- og medarbejderomkostningsniveau, efterspørgsel efter arbejdskraft samt virksomhedernes evne til at investere og generere overskud. Momssatser og -fradrag, elpriser, produktivitet og medarbejderomkostninger sammenlignes med niveauerne i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Kapitlet indeholder desuden en gennemgang af udviklingen i overskuds- og investeringsgraden i de turismerelaterede erhverv. Afslutningsvis ses på til- og afgangene af virksomheder i erhvervet i form af antal konkurser samt ophørte og nystartede virksomheder.

Dette kapitel undersøger en række eksterne rammevilkår, der har betydning for turismeerhvervets konkurrenceevne, herunder prisniveau, momssatser og -fradrag samt elpriser. Derudover ser kapitlet på omsætning, produktivitet, uddannelses- og medarbejderomkostningsniveau, efterspørgsel efter arbejdskraft samt evnen til at investere og generere overskud. Momssatser og -fradrag, elpriser, produktivitet og medarbejderomkostningsniveau sammenlignes med landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Kapitlet indeholder desuden en gennemgang af udviklingen i overskuds- og investeringsgraden i de turismerelaterede erhverv. Afslutningsvis ses der på til- og afgangene af virksomheder i turismeerhvervet i form af antal konkurser samt ophørte og nystartede virksomheder.

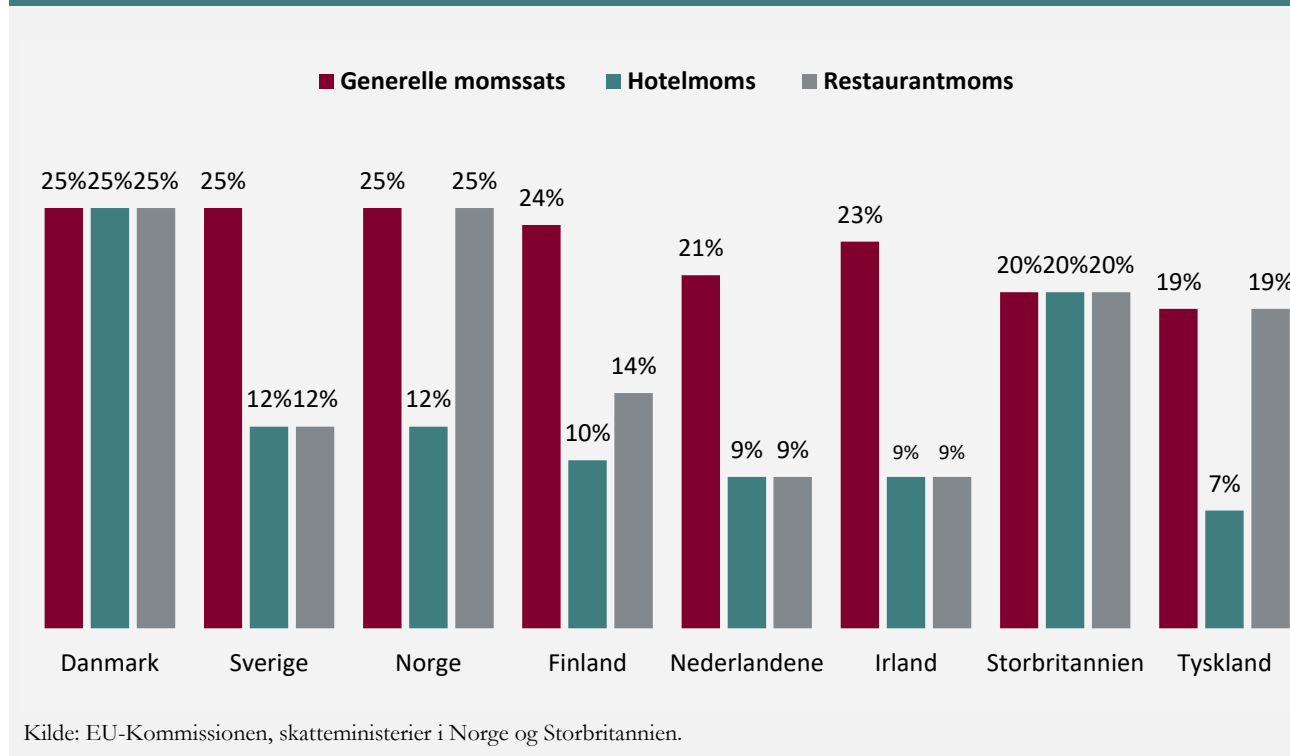
## 10.1 Momssatser og -fradrag

I Danmark er enhedsmomssatsen på varer og tjenesteydelser på 25 pct., hvilket er højere end de øvrige lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt.<sup>61</sup> Kun Norge og Sverige har samme høje sats. Både Norge og Sverige opererer med differentieret moms og har blandt andet indført lavere momssatser i hotel- og restaurationsbranchen.

---

<sup>61</sup> Under COVID-19 har lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt, herunder Norge, Irland, Storbritannien og Tyskland, desuden indført midlertidige momsreduktioner, som instrument til at afbøde konsekvenserne af pandemien.

Figur 57 Momssatser i Danmark sammenlignet med landene i det nordeuropæiske konkurrencefelt, 2022



### 10.1.1 Momsfradrag

I Danmark blev momsfradraget for hotelovernatninger forhøjet i 2015, så både danske og udenlandske virksomheder fik fuld fradragsret for deres momsudgifter til hotelovernatninger. Dermed blev der sikret lige konkurrencevilkår i seks af de syv lande i det nordeuropæiske konkurrencefelt: Danmark, Sverige, Norge, Finland, Nederlandene og Tyskland. Kun i Irland er der på nuværende tidspunkt ikke momsfradrag på hotelophold medmindre det drejes om en konference eller møde, som defineres som event.<sup>62</sup>

Feriehuse er den mest udbredte kommercielle overnatningsform i Danmark. Derfor har det betydning for erhvervets konkurrenceevne, at udlejning af privatejede feriehusene i udgangspunktet er moms fritaget. I 2021 blev 42 pct. af de registrerede kommercielle overnatninger i Danmark foretaget i feriehusene.

Momsfradraget for restaurationsydelser er 25 pct. i Danmark. I Sverige, Finland og Tyskland er der 100 pct. momsfradrag på restaurationsydelser. Norge, Irland og Nederlandene har ikke momsfradrag på dette område<sup>63</sup>. Momsreglerne i Danmark gælder for både danske og udenlandske virksomheder.

## 10.2 Elpriser

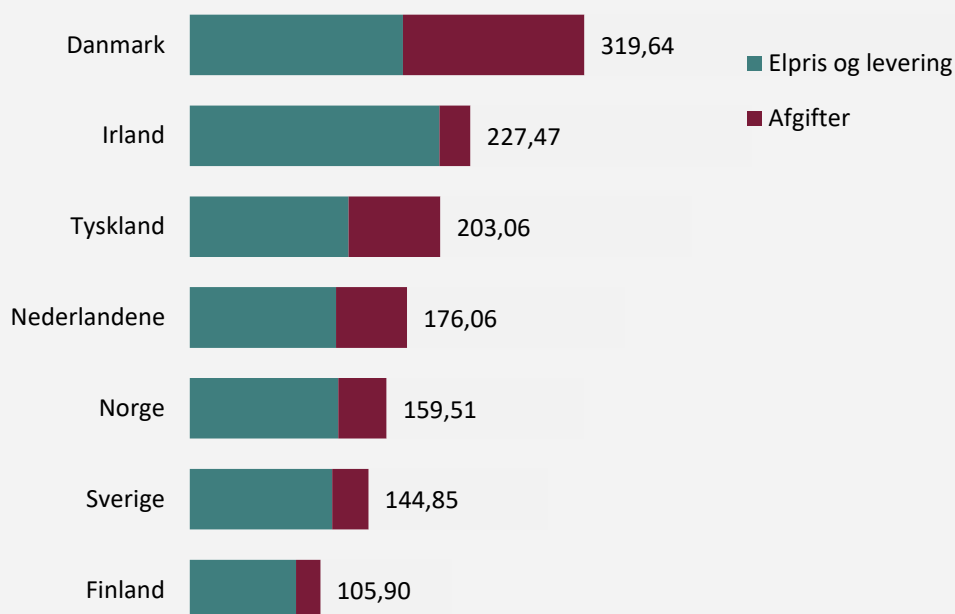
Figur 58 viser den samlede elpris for en typisk dansk virksomhed med et elforbrug mellem 20 MWh og 500 MWh. I 2022 var elprisen inklusive afgifter 319,64 øre pr. kWh, hvilket var 95,49 øre højere end i 2021. I Danmark udgjorde den direkte elpris og levering 172,67 øre og hertil kom tariffer og afgifter på 146,97 øre. Stigningen i elprisen fra 2021 til 2022 er primært forårsaget af en stigning i den direkte elpris og levering.

<sup>62</sup> Kilde: Deloitte, European VAT Refund Guide 2023, appendix III.

<sup>63</sup> Kilde: Deloitte, European VAT Refund Guide 2023, appendix III.

Den samlede danske elpris for virksomheder med et elforbrug mellem 20 MWh og 500 MWh var højere i Danmark end i de øvrige lande i det nordeuropæiske konkurrencefelt. Dette var også tilfældet i 2021.

Figur 58 Elpriser for virksomheder med et elforbrug på 20–500 MWh, kr., DKK pr. kWh, 2021



Kilde: Eurostat (<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu>).

Note: Efter Storbritannien er udtrådt af EU, er der ikke tilgængelige oplysninger om elpris.

Der ses på branchen hoteller og restauranter i Danmarks Statistiks brancheopdeling, da der ikke findes en fast defineret branche for turisme. Det gennemsnitlige elforbrug for en virksomhed i denne branche er omkring 78 MWh årligt. Elpriserne gælder for momsregistrerede virksomheder med et årligt forbrug mellem 20 og 500 MWh.

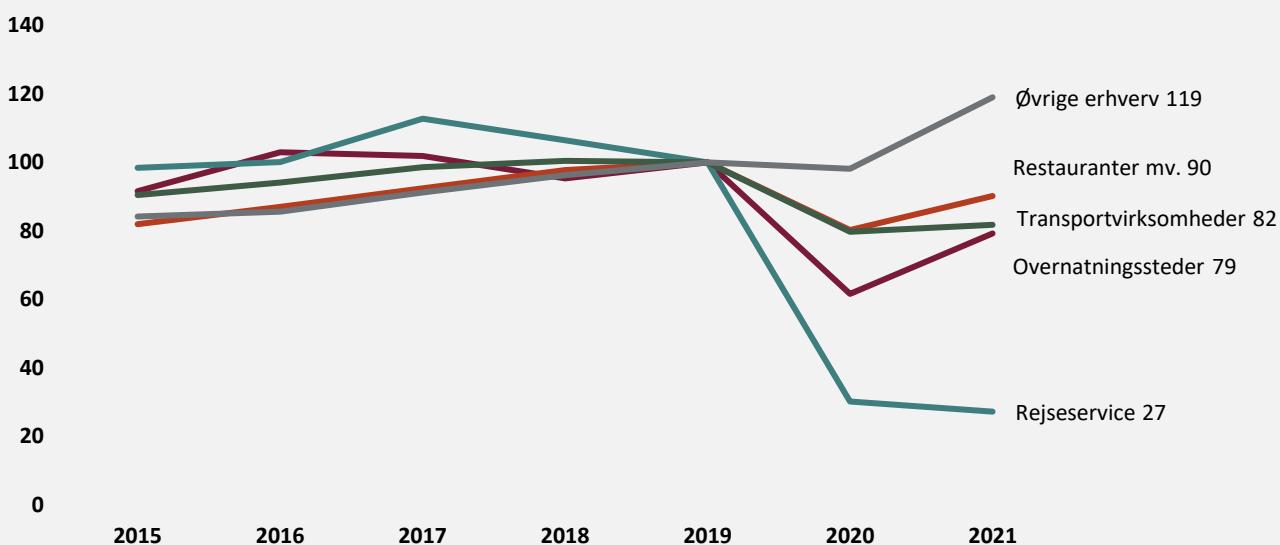
Den angivne elpris er et gennemsnit for virksomhederne inden for forbrugsintervallet. Der kan være forskel på den faktiske elpris for virksomhederne. Virksomheder med høje elforbrug har ofte bedre muligheder for at forhandle særlige pris aftaler med sine leverandører end virksomheder med lave elforbrug. Det kan medføre prisforskelle. I Danmark afhænger energiafgifterne desuden af, hvorvidt forbrugeren er momsregistreret, hvordan den brugte energi er produceret, og til hvilke formål energien anvendes. Elpriser i ovenstående figur er inkluderet alle afgifter, også dem der kan refunderes af virksomheder.

### 10.3 Omsætning

Figur 59 viser udviklingen i omsætningen i en række turismerelaterede brancher sammenlignet med det øvrige erhvervsliv. Data dækker både den omsætning, som turisterne genererer, og den omsætning som for eksempel fastboende bidrager med.

Fra 2015 til 2019 har der været en positiv udvikling i omsætningen målt i løbende priser i en række turismerelaterede brancher, særligt restauranter. COVID-19 har dog haft stor indflydelse på omsætningen, som faldt i samtlige brancher fra 2019 til 2021. Rejseservice var hårdest ramt med et fald på 70 pct. fra 2019 til 2020 og et yderligere faldt på 10 pct. fra 2020 til 2021. Overnatningssteder var næst hårdest ramt med et fald på 38 pct. fra 2019 til 2020, men har derimod noteret en stigning på 29 pct. fra 2020 til 2021.

Figur 59 Omsætning fordelt på underbrancher, 2015-2021. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2015-2021.

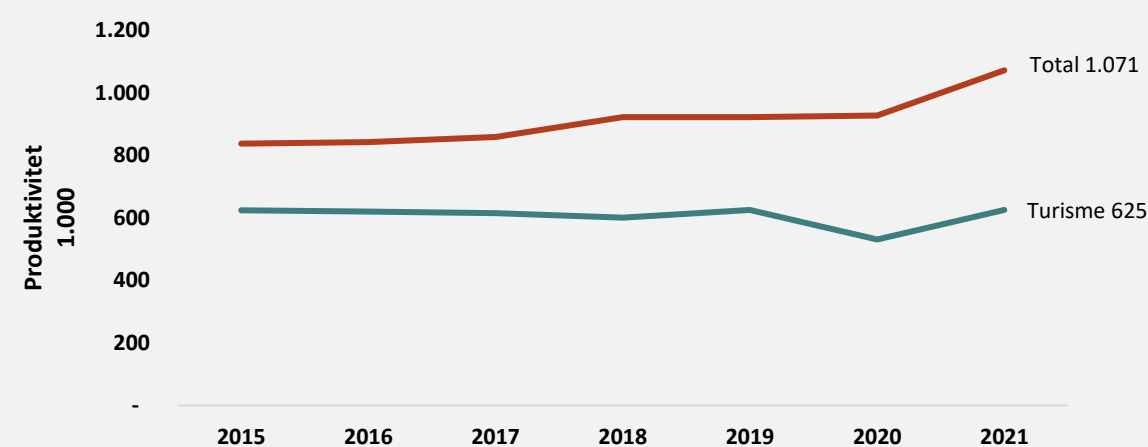
Anm.: Den offentlige sektor er udeladt – både i de turismerelaterede brancher og øvrige brancher. Tilsvarende er omsætningen for forlystelsesparker, museer m.v. udeladt, da tallene er behæftet med usikkerhed.

## 10.4 Produktivitet

Fra 2015 til 2020 er der sket en stagnation i turismeerhvervets produktivitet beregnet som værditilvækst pr. årsværk i de turismerelaterede brancher, jf. Figur 60. Produktiviteten i turismeerhvervet faldt fra 2019 til 2020, men er steget igen fra 2020 til 2021 til det hidtil højeste niveau (625).

Produktiviteten i turismeerhvervet ligger også generelt på et noget lavere niveau end i det øvrige erhvervsliv, hvilket blandt andet skyldes, at de turismerelaterede brancher er meget arbejdskraftintensive, og har et forholdsvis lavt kapitalapparat i forhold til det øvrige erhvervsliv. Den relativt lavere produktivitet afspejler, at der i turismeerhvervet i høj grad produceres services i modsætning til typisk industri, hvor man i højere grad har mulighed for at forbedre og optimere maskiner, it-systemer, processer mv. i produktionen.

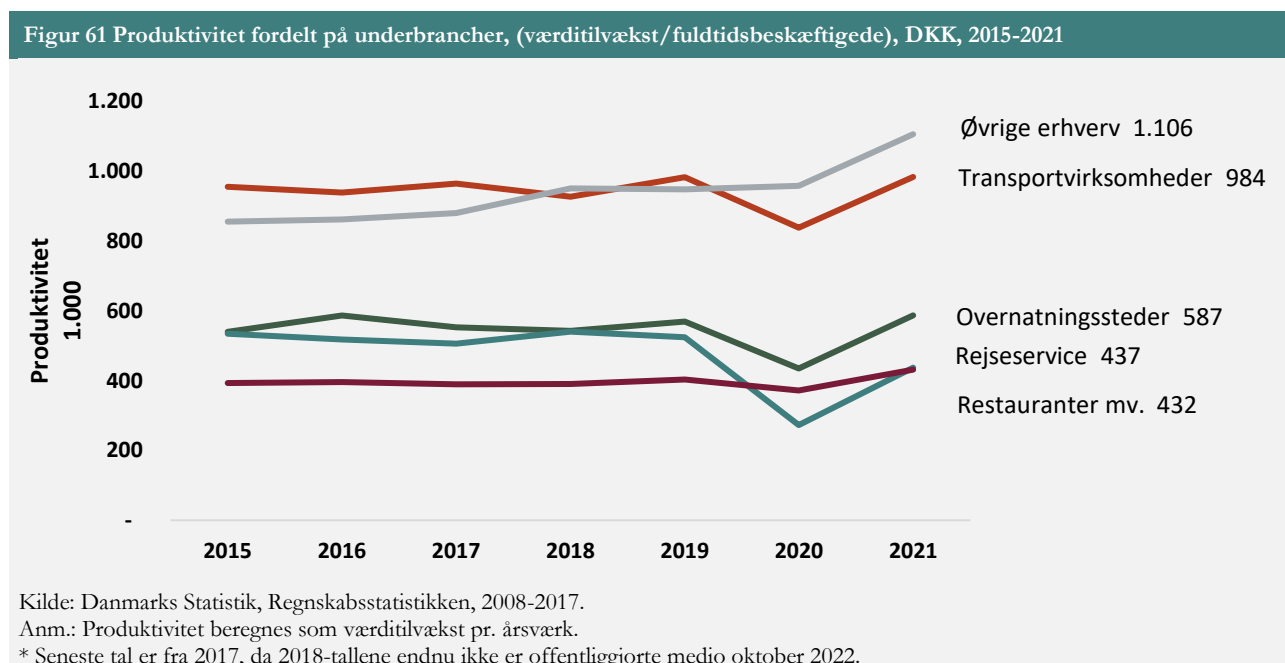
Figur 60 Produktivitet (bruttoværditilvækst/fuldtidsbeskæftigede), DKK, 2015-2021



Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2015-2017.

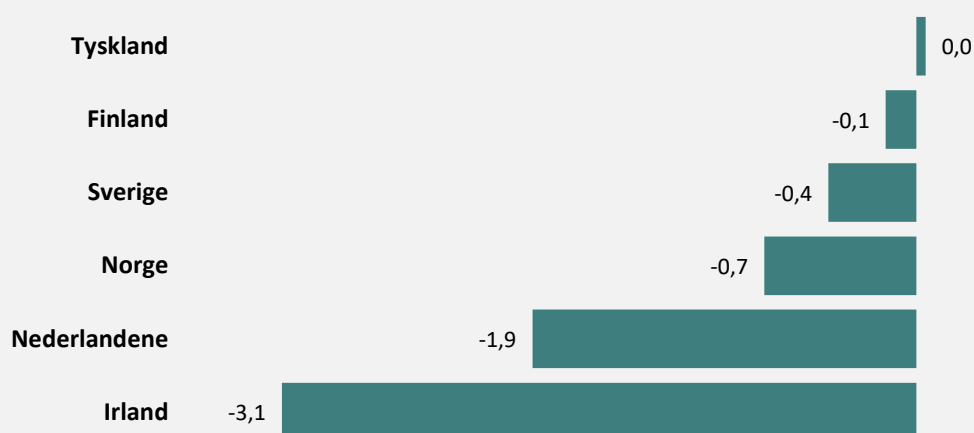
Anm.: Produktivitet beregnes som bruttoværditilvækst pr. årsværk.

Udviklingen i produktiviteten i en række turismerelaterede brancher har været relativ stabil fra 2015 til 2019, jf. Figur 61. I denne periode har den mest positive produktivitetsudvikling fundet sted i transportvirksomheder. Fra 2020 til 2021 er produktiviteten steget i samtlige turismerelaterede brancher. Den største vækst kan findes i 'rejseservice' (+60 pct.) og ved 'overnatningssteder' (+35 pct.).



Der er betydelig usikkerhed forbundet med at sammenligne produktiviteten i enkeltbrancher på tværs af lande. Derfor kan produktiviteten i danske turismevirksomheder og turismevirksomheder i det nordeuropæiske konkurrentfelt bedst sammenlignes ved at se på produktivitetstilvæksten. Generelt opgøres produktivitetsvæksten i turismeerhvervet ikke for de enkelte lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt, men hvis man sammenligner produktivitetsvæksten i hotel- og restaurationsbranchen, fremgår det, at alle lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt havde et, faldt i produktivitetsvæksten i perioden fra 2015 til 2021, undtagen Tyskland. Der findes ikke tal for 2021 for både Danmark og Storbritannien. Kigger man på perioden 2015 til 2020 ligger Danmark på en sidste plads med -3,8 pct, Storbritannien ligger i toppen med +1,6 pct. Fra 2020 til 2021 havde Norge den højeste årlige vækst på 10pct., mens Irland havde den laveste vækst på -11 pct.

Figur 62 Produktivitetsvækst, real BVT pr. time, gns. årlig vækst, 2015-2021, hotel- og restaurationsbranchen



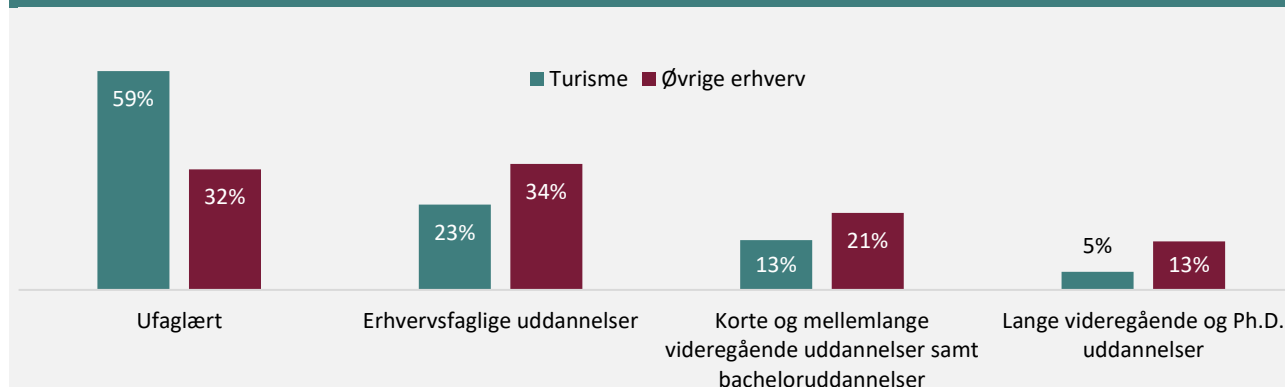
Kilde: OECD.

Note: Tallene for Storbritannien og Danmark er ikke med i figuren, da der ikke er data fra 2021 tilgængeligt. Det bemærkes, at der er ændret opgørelsesmetode og datakilde, hvorfor der ikke kan sammenlignes med de seneste års publikationer.

## 10.5 Arbejdsmarked

Forskellen mellem produktivetsniveauet i turismeerhvervet og det øvrige erhvervsliv skyldes blandt andet uddannelsessammensætningen blandt de ansatte i turismeerhvervet, hvor der er markant flere uaglærte end i det øvrige erhvervsliv, jf. Figur 63. Samlet set er 59 pct. af de beskæftigede i turismeerhvervet uaglærte, mens det kun er 32 pct. i øvrige erhverv. Omvendt er der flere med erhvervsfaglige uddannelser og videregående uddannelser i det øvrige erhverv, end er tilfældet i turismeerhvervet.

Figur 63 Uddannelsesniveau\* i turismeerhverv og øvrige erhvervsliv, 2021



Kilde: Danmarks Statistik – FIDA.

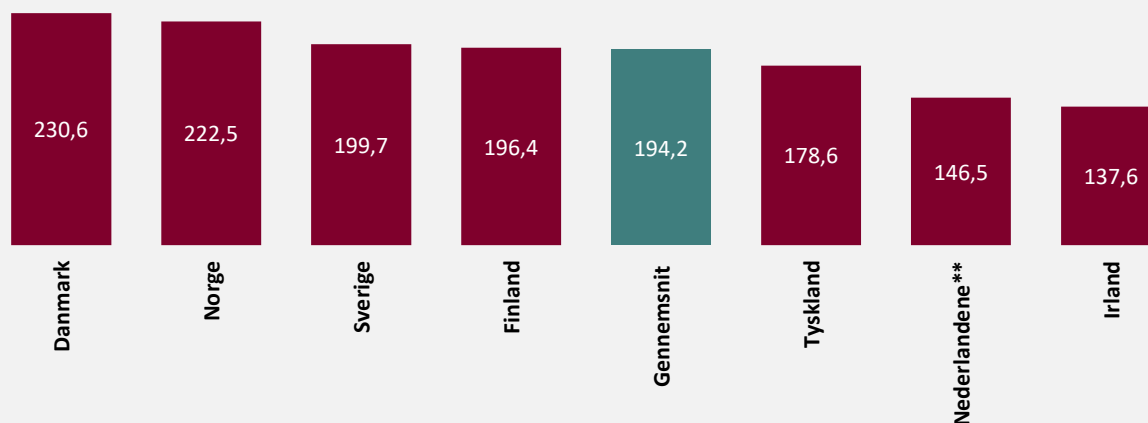
Note: Opgørelsen af uddannelsesniveaut er baseret på beskæftigelsen i november og dækker både fuldtids- og deltidsbeskæftigede. Da der i turismeerhvervet er mange sæsonarbejdere, kan opgørelsestidspunktet betyde, at uddannelsesniveaut overvurderes, da antallet af deltidsbeskæftigede i november må antages at være relativt lavt sammenlignet med højsæsonen.

\* Den offentlige sektor er ikke medtaget i opgørelsen.

I turismeerhvervet udgør lønningsudgifter typisk en væsentlig del af virksomhedernes samlede udgifter. Derfor har lønniveauet stor betydning for erhvervets konkurrenceevne. I Danmark var gennemsnitslønnen for medarbejdere inden for overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomhed 230,60 kr. pr. arbejdstime sammenlignet med et gennemsnit på 194,23 kr. pr. arbejdstime i konkurrentfeltet (2022). Danske overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder har dermed højere lønningsudgifter end den gennemsnitlige virksomhed i konkurrentfeltet.



Figur 64 Lønnniveau i turismeerhvervet\* i Danmarks konkurrentfelt, DKK, 2022



Kilde: Dansk Arbejdsgiverforening.

Note: Lønnniveau måles som medarbejderomkostning.

\* Turismeerhvervet er her defineret som overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder.

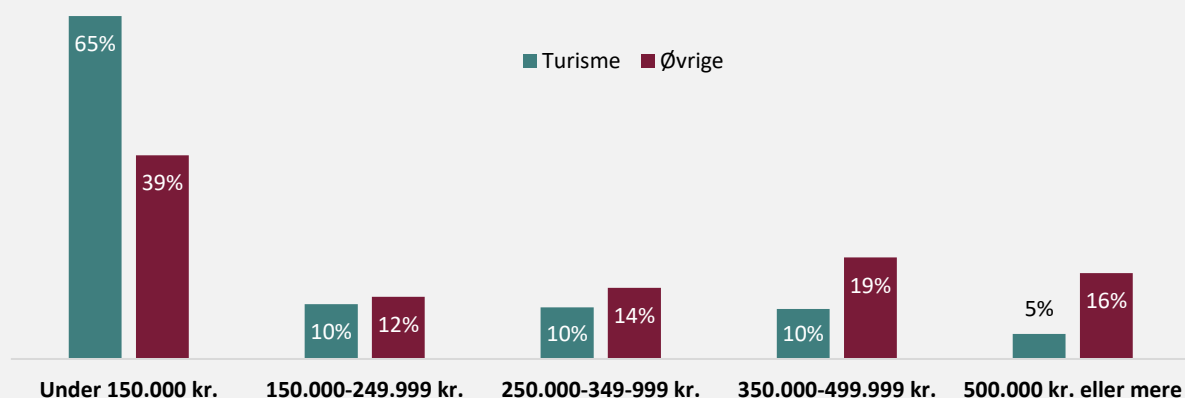
\*\* Tallet er fra 2021. 2022-tallet er endnu ikke offentliggjort.

Anm.: Tal for Storbritannien er ikke tilgængeligt.

Sammenlignet med det øvrige erhvervsliv er turismeerhvervet kendetegnet ved en større andel beskæftigede med en årsindkomst under 150.000 kr., jf. Figur 65. Andelen med en indkomst mellem 150.000 kr. og 249.999 kr. er stort set ens, mens andelen af beskæftigede med en årsindkomst på 250.000 kr. eller mere er større i det øvrige erhvervsliv end i turismeerhvervet. Den største forskel er til at finde i andelen af beskæftigede med en årsindkomst på 500.000 kr. eller mere.

Den høje andel med en årsindkomst under 150.000 kr. i turismeerhvervet kan være resultatet af et lavt uddannelsesniveau, jf. Figur 63. Samtidig kan en del af forklaringen på den høje andel med et lavt løn- og/eller uddannelsesniveau i turismeerhvervet være, at erhvervet har relativt mange del- og fritidsansatte.

Figur 65 Lønniveau i turismeerhverv\* og øvrige erhvervsliv, DKK, 2021



Kilde: Danmarks Statistik (LONN2018), 2020.

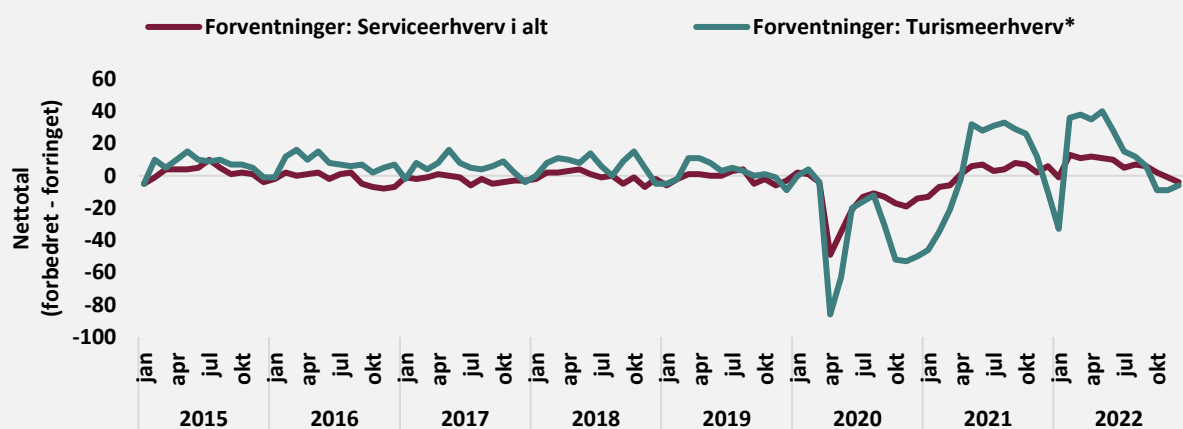
Note: Der indsamles kun data for virksomheder med flere end ni ansatte. Personer, hvis løn udbetales af det, er ikke medtaget.

\* Turismeerhverv omfatter overnatningssteder, rejseservice, restauranter mv. samt transportvirksomheder.

Figur 66 og Figur 67 viser danske virksomheders vurdering af henholdsvis den forventede og faktiske beskæftigelsesudvikling i egen virksomhed inden for en tre måneders periode. COVID-19 påvirkede i høj grad turismeerhvervets forventninger til beskæftigelsesudviklingen, og i 2020 faldt forventningerne til beskæftigelsesudviklingen markant i forbindelse med første nedlukning i foråret og igen i efteråret, da anden bølge af COVID-19 ramte Danmark. I andet og tredje kvartal af 2021 var der igen en positiv udvikling i både den forventede og den faktiske beskæftigelsesudvikling, mens forventningerne faldt i fjerde kvartal frem mod nedlukningen i starten af januar 2022.

Før COVID-19 har den forventede og faktiske beskæftigelsesudvikling ligget højere for turismeerhvervet end for serviceerhvervet generelt, modsat under pandemien, hvor den lå lavere end for serviceerhvervet generelt. I 2021 og 2022 var niveauerne i turismeerhvervet igen over niveauerne i serviceerhvervene generelt, dog var der markante fluktuationer i turismeerhvervet

Figur 66 Vurdering af den forventede beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv\* og serviceerhverv i alt, januar 2015 – december 2022

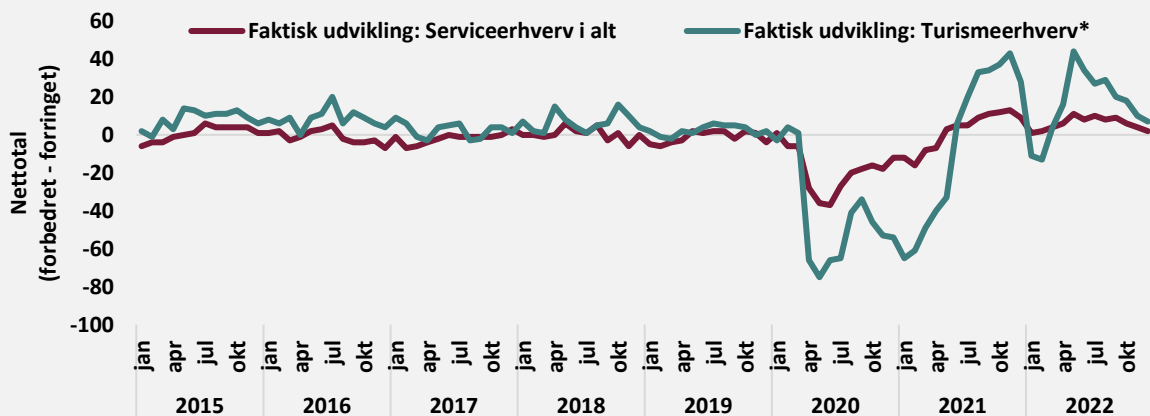


\* Turismeerhverv omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer.

Kilde: Danmarks Statistik.

Der spørges til den forventede vurdering af beskæftigelsesudviklingen i egen virksomhed inden for en tre måneders periode. Basis: Ca. 3.000 interview i hele servicesektoren. Udvalget er repræsentativt for de enkelte brancher. Svarprocenter er omkring 80 pct.

Figur 67 Vurdering af den faktiske beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv\* og serviceerhverv i alt, januar 2015 – december 2022



\* Turismeerhverv omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer.

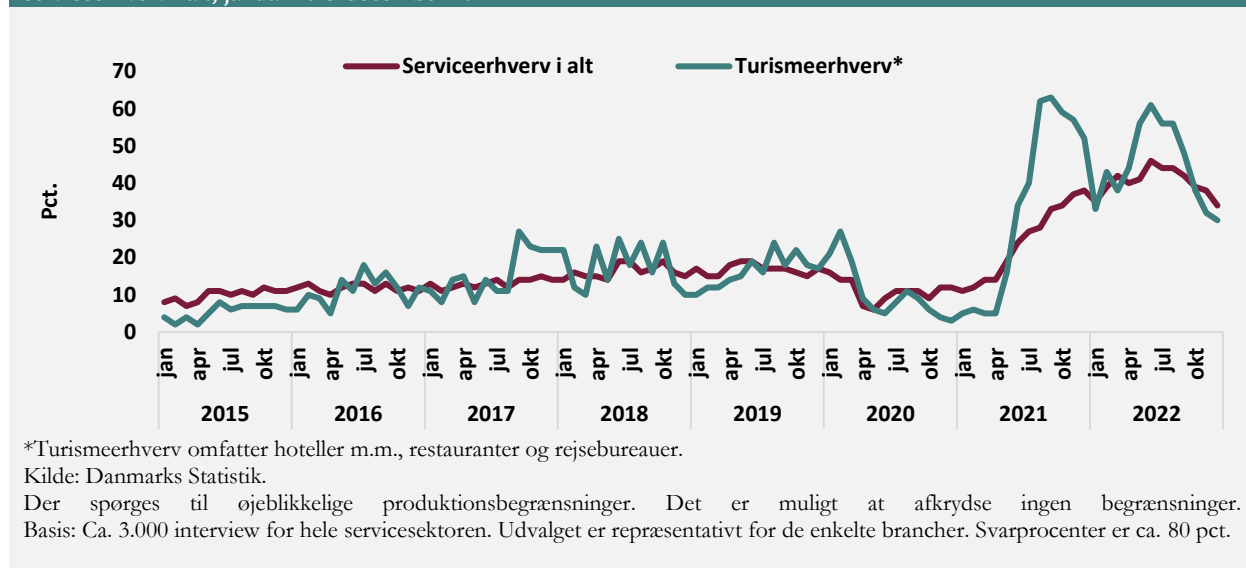
Kilde: Danmarks Statistik.

Der spørges til den faktiske vurdering af beskæftigelsesudviklingen i egen virksomhed inden for en tre måneders periode. Basis: Ca. 3.000 interview i hele servicesektoren. Udvalget er repræsentativt for de enkelte brancher. Svarprocenter er omkring 80 pct.

Figur 68 viser virksomhedernes oplevelse af mangel på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor. Både turisme- og serviceerhvervet generelt oplevede i stigende grad manglen på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor i perioden fra 2015 til 2019. I 2020 faldt denne andel markant, særligt i turismeerhvervet. Det skyldes sandsynligvis en faldende efterspørgsel efter arbejdskraft grundet nedlukninger og færre turister.

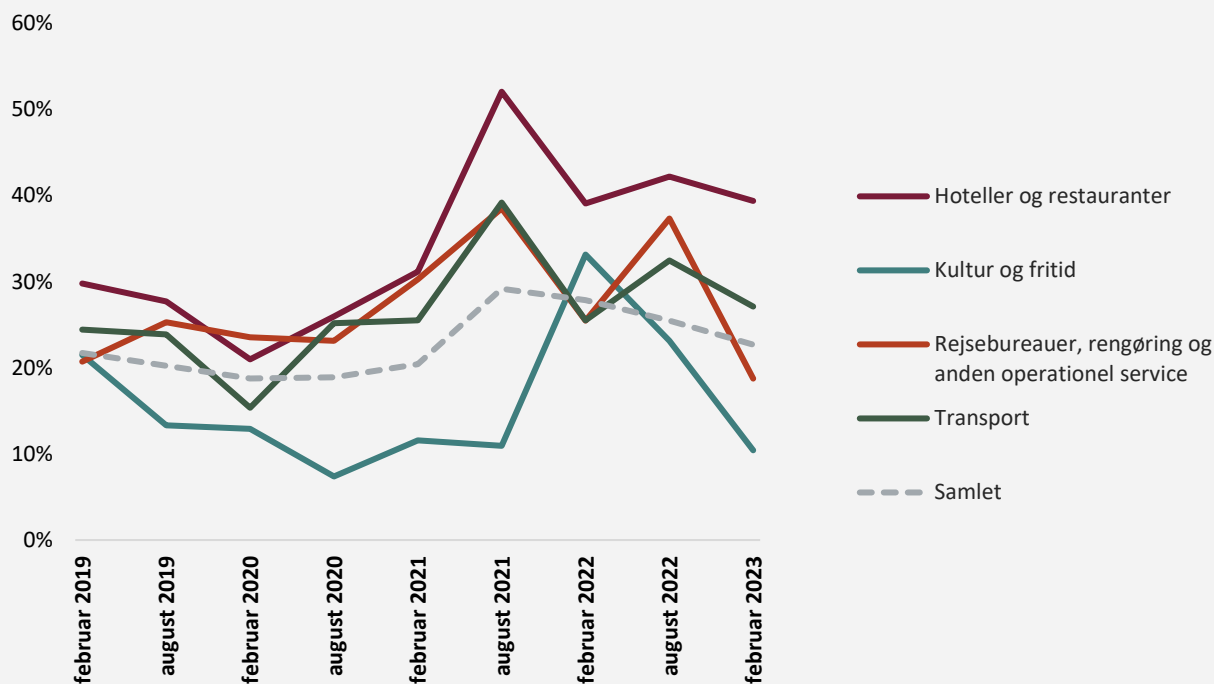
I 2021 blev mange restriktioner ophævet, hvilket medførte en øget efterspørgsel på arbejdskraft i såvel turisme- som serviceerhvervet, og samtidig en stigende oplevelse af mangel på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor blandt virksomhederne. I begyndelsen af 2022 var der dog igen mange restriktioner, som påvirkede turismen, og som afspejler sig i et faldt i efterspørgslen på arbejdskraft i turismeerhvervet. Niveautet i turismeerhvervet fluktuerer generelt noget mere end i serviceerhvervet generelt og afspejler blandt andet sæsonudsvingene i turismeerhvervet.

Figur 68 Vurdering af arbejdskraft som produktionsbegrænsning i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv\* og serviceerhverv i alt, januar 2015-december 2021



Danske virksomheder har generelt oplevet en stigning i andelen af forgæves rekrutteringer fra 2019 til og med 2021, jf. Figur 69. Fra februar 2019 til august 2021 er andelen af forgæves rekrutteringer steget fra 20 pct. til 29 pct. Andelen af forgæves rekrutteringer blandt hoteller og restauranter toppede med 52 pct. i august 2021. Også i andre brancher toppede andelen af forgæves rekrutteringer i sommeren 2021, undtagelsen er kultur og fritid, hvor den var højest i februar 2022 (33 pct.). Generelt ligger antallet af forgæves rekrutteringer markant højere blandt hoteller og restauranter, end er tilfældet i alle brancher samlet set. I februar 2023 er antallet af forgæves rekrutteringer i hoteller og restauranter 39 pct.

Figur 69 Udviklingen i andel forgæves rekrutteringer for udvalgte brancher, februar 2019-februar 2023



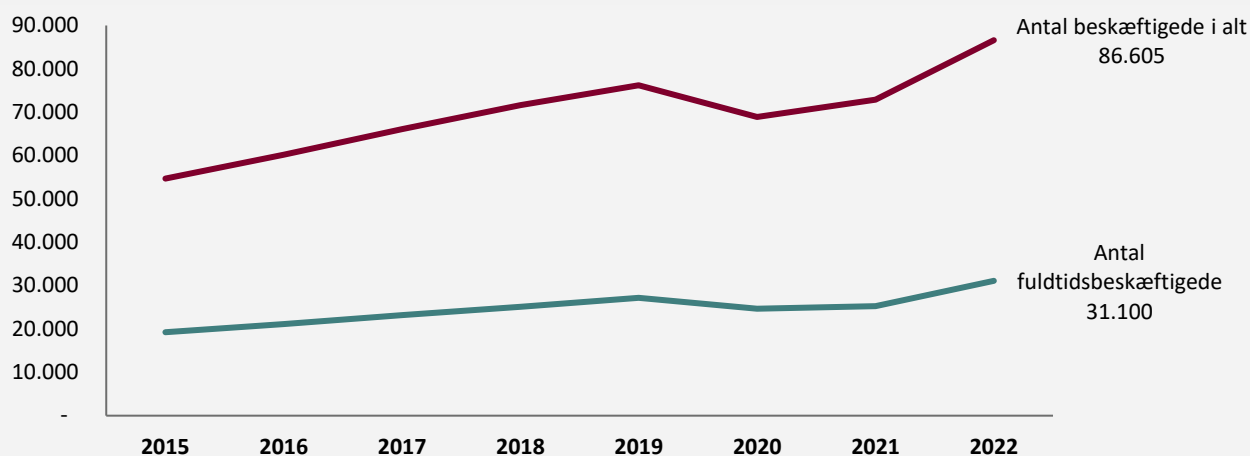
Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR), Rekrutteringsundersøgelsen for efteråret.

Anm.: En forgæves rekruttering er, hvis virksomheden ikke fik ansat en person til den pågældende stilling, eller hvis stillingen efterfølgende er blevet besat af en medarbejder, der ikke havde de ønskede kvalifikationer.

De seneste år har det danske arbejdsmarked oplevet faldende ledighed og flere forgæves rekrutteringsforsøg. Det har blandt andet betydet, at virksomhederne i stigende grad har benyttet udenlandsk arbejdskraft, og fra 2015 til 2022 steg antallet af fuldtidsbeskæftigede udenlandske statsborgere med arbejde i Danmark med 66 pct. til 288.118 fuldtidsbeskæftigede. I turismeerhvervet steg antallet af fuldtidsbeskæftigede udlændinge fra ca. 19.000 i 2015 til ca. 31.100 i 2022, jf. Figur 70.<sup>64</sup>

<sup>64</sup> Antallet af udlændinge beskæftiget i turismeerhvervet kan ikke sammenlignes med opgørelse i kapitel 6. Beskæftigelsen i kapitel 6 dækker alle brancher inkl. de afledte beskæftigelseseffekter.

Figur 70 Udenlandsk arbejdskraft beskæftiget i dansk turisme, 2015-2021



Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR).

## 10.5 Medarbejderes tilfredshed

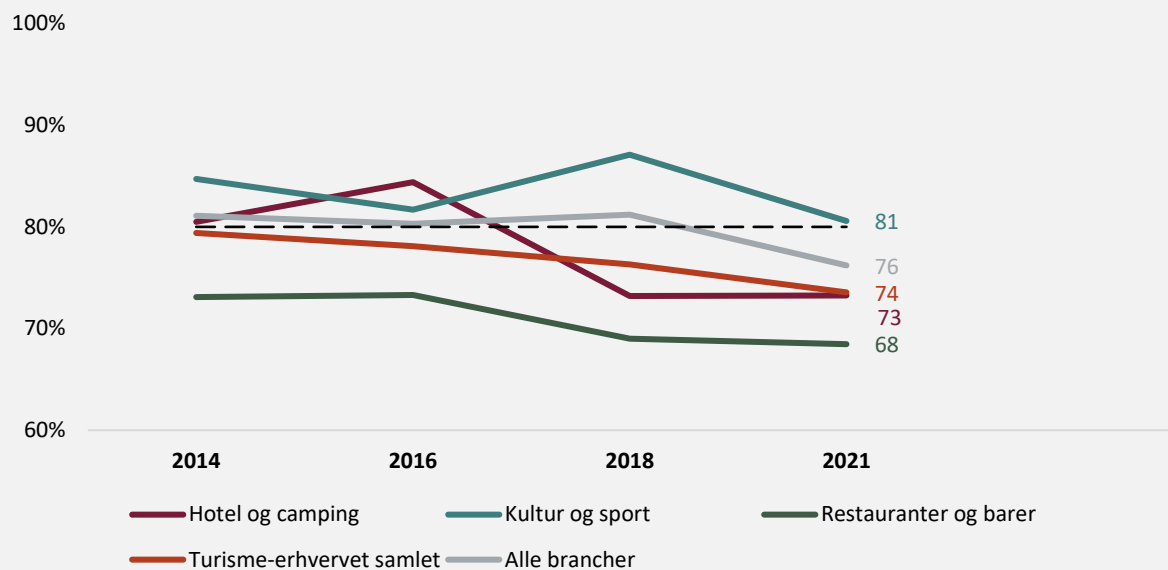
I den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme indgår en indikator om, at mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet i 2030 skal være tilfredse med deres job som helhed.

Til at måle dette, anvendes resultater fra undersøgelsen National Overvågning af Arbejdsmiljøet blandt Lønmodtagere 2021, der er afløseren for den nationale undersøgelse 'Arbejdsmiljø og Helbred' af Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø (NFA).

Undersøgelsen gennemføres hvert 2. år med offentliggørelse af resultaterne i andet halvår. Den næste undersøgelse bliver gennemført i 2023.

Resultaterne fra den seneste undersøgelse i 2021 er ikke direkte sammenlignelige med tidligere undersøgelser. I 2021-undersøgelsen blev anvendt 10-punktsskala, hvor der tidligere blev anvendt en fempunktsskala. For at muliggøre sammenligninger er 2021-resultaterne omregnet.

Figur 71 Medarbejdertilfredshed i turisme-erhvervet (andel tilfredse og meget tilfredse)



Kilde: Arbejdstilsynet. Spørgsmål: "Hvor tilfreds er du med dit job som helhed, alt taget i betragtning? Du kan svare på en skala fra 0 til 10, hvor 0 er Slet ikke tilfreds og 10 er Meget tilfreds"

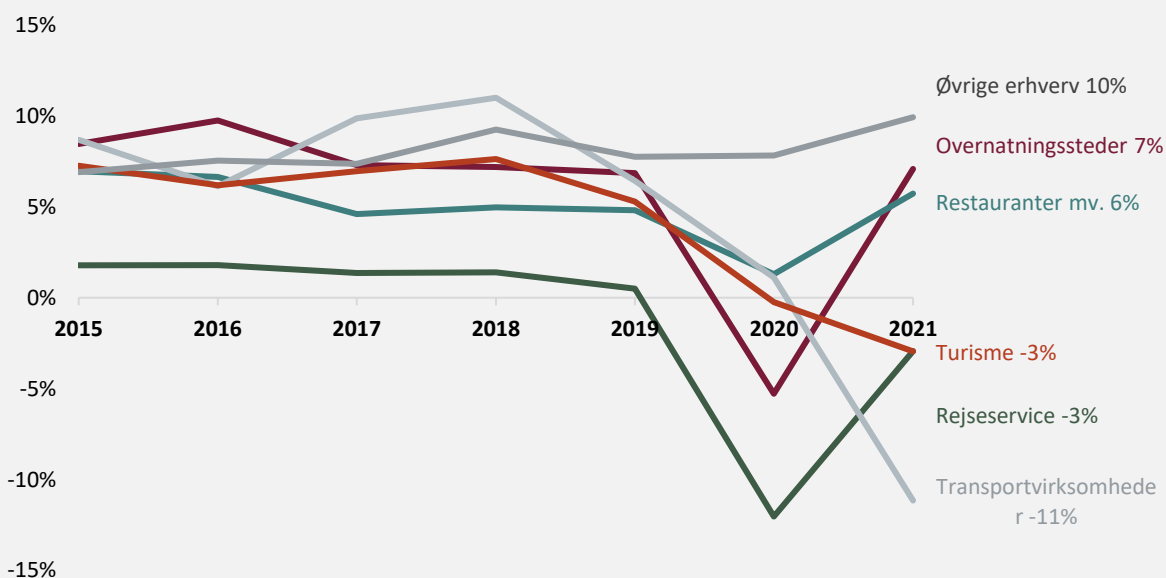
Resultaterne for perioden 2014 til 2021 viser, at medarbejderne i turismeerhvervet samlet set var mindre tilfredse sammenlignet med alle brancher. Samtidig er der stor forskel mellem enkelte brancher, hvor særligt restauranter og barer skiller sig ud med en lavere tilfredshed. I 2021 var 74 pct. af alle medarbejdere i turismeerhvervet tilfredse med deres job som helhed. For branchen hoteller og camping var andelen 73 pct., mens den for restauranter og barer var på 68 pct.

## 10.6 Overskud og investeringer

En virksomheds overskudsgrad er udtryk for, hvor stor en andel af virksomhedens omsætning der omsættes til overskud og kan anvendes til investeringer. Samlet set lå overskudsgraden i de turismerelaterede brancher i 2021 på -3,0 pct. Det er under niveauet på 9,9 pct. i det øvrige erhvervsliv.

Overnatningsstederne har i en årrække haft en høj overskudsgrad. Tendensen har dog været faldende siden 2016. I 2020 havde overnatningsstederne og rejseservice en negativ overskudsgrad, jf. Figur 72. Begge brancher har været i høj grad påvirkede af restriktionerne i forbindelse med COVID-19. Overnatningssteder har dog en positiv overskudsgrad igen i 2021, som endda ligger 0,2 procentpoint højere end i 2019. Transportvirksomhederne har siden 2018 oplevet et fald i overskudsgraden og ligger i 2021 på -11,2 pct.

Figur 72 Udvikling i turismerelaterede erhvervs overskudsgrad (ordinært resultat/omsætning), 2015-2021

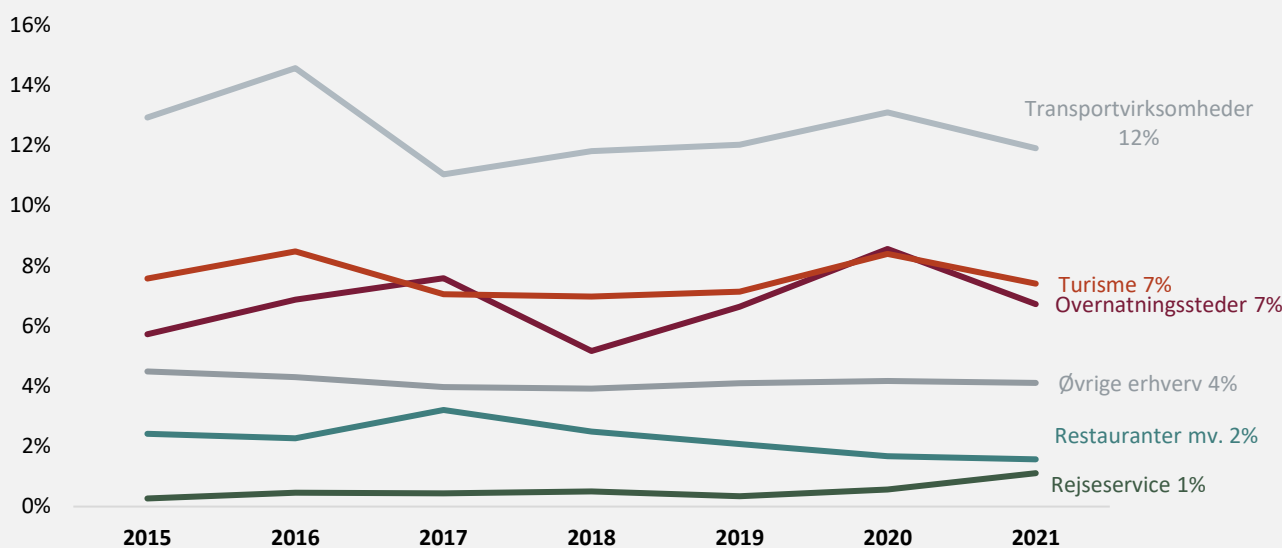


Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2015-2021.

Note: Overskudsgraden kan dække over variationer mellem virksomhederne i de respektive underbrancher. Det antages, at variationen følger en almindelig normalfordeling, hvorfor den angivne overskudsgrad vil være udtryk for, hvad der er almindeligt for virksomhederne i branchen.

Investeringsgraden fortæller, hvor stor en del af virksomhedernes omsætning, der går til investeringer. I de turismerelaterede brancher var den gennemsnitlige investeringsgrad samlet set 7,4 pct. i 2021, hvilket var lidt højere end i 2019, hvor den lå på 7,1 pct, men under 2020-niveauet (8,4 pct.). Investeringsgraden er over niveauet for det øvrige erhvervsliv, som er på 4,1 pct. Inden for turismen havde transportvirksomhederne fortsat den højeste investeringsgrad i 2021, mens rejse-service har den laveste investeringsgrad, jf. Figur 73.

Figur 73 Udvikling i turismerelaterede erhvervs investeringsgrad (investeringer/nettoomsætning), 2015-2021



Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2015-2021.

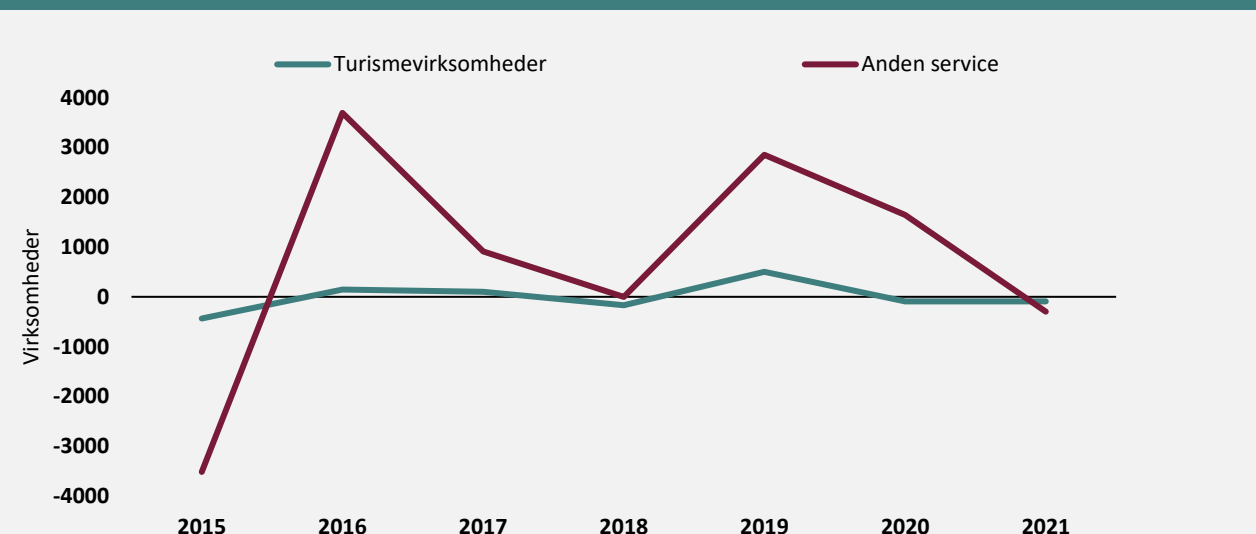
Anm.: Investeringsgraden beregnes som investeringer i forhold til nettoomsætningen.

## 10.7 Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

Figur 74 viser forskellen mellem antallet af nystartede og ophørte virksomheder i turismeerhvervet og den øvrige servicesektor. Negative værdier betyder, at der i det pågældende år var flere ophørte end nystartede virksomheder.

Fra 2015 til 2021 har forholdet mellem antallet af nystartede og ophørte turistvirksomheder været svingende, især i den øvrige servicesektor. 2016 og 2019 var kendetegnet ved den største vækst i antallet af virksomheder, mens der i 2015 og 2021 var tale om et faldt i antallet af virksomheder. Virksomhederne i servicesektoren i øvrigt har stort set fulgt samme udvikling som turismevirksomhederne.

Figur 74 Difference mellem antal nystartede og ophørte virksomheder, 2015-2021



Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik.

Anm.: Turismevirksomheder omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer. Anden service omfatter øvrige servicevirksomheder udover turismevirksomheder.



Tabel 33 viser antallet af konkurser i turismesektoren og de øvrige serviceerhverv. Antallet af konkurser i turismesektoren steg med 21 pct. fra 2021 til 2022, mens den øvrige servicesektor oplevede en stigning i konkurserne på 24 pct. I 2022 oplevede turismebranchen det højeste antal konkurser i det afrapporterede tidsrum og det samme gælder for de øvrige servicevirksomheder.

**Tabel 33 Antal konkurser\*, 2015-2020**

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Udv. 2021-2022 (pct.)
Turismevirksomheder	225	264	245	262	316	370	321	387	21%
Øvrige servicevirksomheder	573	760	774	854	883	739	778	961	24%

Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik.

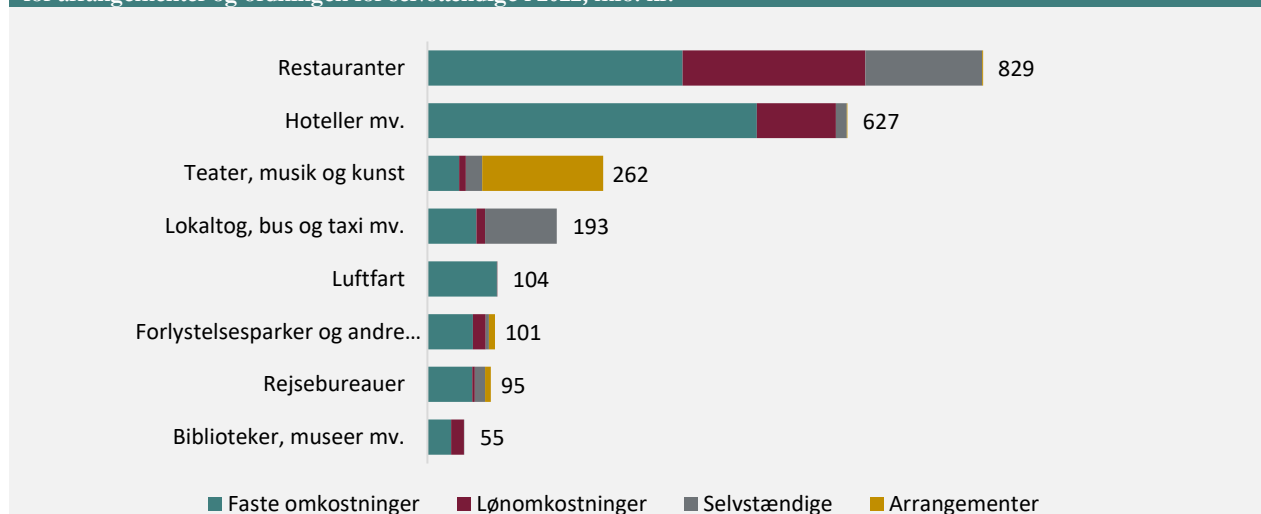
\* Tabellen omfatter antal konkurser blandt aktive virksomheder, det vil sige virksomheder med beskæftigelse og/eller en omsætning over 1 mio. kr.

## 10.8 Turismeerhvervets brug af hjælpepakker

Som led i håndteringen af coronakrisen indførte regeringen sammen med Folketingets partier og arbejdsmarkedets parter en række hjælpepakker og ordninger, der gav erhvervslivet mulighed for blandt andet at få hjælp til betaling af faste omkostninger, hjælp til selvstændige, freelancere, kombinatører mv., hjælp til lønkomensation til hjemsendte medarbejdere, ordninger som afhjalp kortsigtede likviditetsudfordringer i form af udskydelse af betaling af moms og A-skat mv.

Ordningerne var med til at afbøde og afværge en lang række afskedigelser og konkurser. På de ansøgninger, der er afsluttet og godkendt i 2022, er der udbetalt i alt 2,3 mia. kr. til turismeerhvervene. Beløbet er noget lavere end i 2021 (10,4 mia.) og 2020 (7,5 mia.). I 2022 er der udbetalt 456 mio. kr. under lønkompenationsordningen, 1,3 mia. kr. under ordningen for faste omkostninger, 343 mio. kr. under ordningen for selvstændige til turismeerhvervene og 201 mio. kr. i forbindelse med arrangementer. Den største udbetaling er sket til restauranter (829 mio. kr.) og hoteller (627 mio. kr.), som også var de to brancher, som fik de største udbetalinger i 2020 og 2021.

**Figur 75 Udbetalt beløb under Lønkompenationsordningen, ordningen for faste omkostninger, ordningen for arrangementer og ordningen for selvstændige i 2022, mio. kr.**



Kilde: Erhvervsstyrelsen

Note: Opgørelsen dækker ansøgninger afsluttet og godkendt i 2022.

Note: Data er udtaget under ERST's kompensationsordninger og inkluderer ikke kulturministeriets område.

## Appendiks til kapitel 2

Tabel 34 ETC-indikatorer til monitorering af bæredygtig turisme i Danmark, kyst og storby

Dimension	Indikator*	Hele Danmark	Kyst	Storby
Sociale forhold	<b>Turisternes tilfredshed</b> %-del tilfredse turister	92,6	93,7	90,1
	<b>De lokale beboeres tilfredshed**</b> %-del af lokale, der er tilfredse med turismetrykket i Danmark	79,4	78,1	80,2
	<b>Kapacitetsudbud</b> Sengepladser pr. indbygger	0,78	0,95	0,49
	<b>Turismeintensiteten</b> Antal overnatninger pr. 100 indbyggere pr. dag	2,93	3,56	1,82
	<b>Turismetæthed</b> Antal overnatninger pr. dag pr. km <sup>2</sup>	4,03	3,30	16,10
Økonomi	<b>Overnatninger</b> % stigning i antal turismeovernatninger i forhold til året før	21,9	12,0	74,1
	<b>Turistankomster</b> % stigning i internationale ankomster i forhold til året før	119,4	91,1	178,4
	<b>Sæsonfordeling</b> Spredning af overnatningerne over året (Gini-koefficient)***	0,33	0,37	0,20
	<b>Døgnforbrug</b> Gns. forbrug i € pr. turist pr. dag	178	152	274
	<b>Opholdslængde</b> Gns. opholdslængde pr. turist (antal overnatninger)	3,63	4,11	2,59
	<b>Beskæftigelseeffekter</b> Ansatte i turismeerhvervet pr. ansatte i hele økonomien	4,3	5,5	2,8
Miljø	<b>CO2-aftrykket****</b> Tons udledning ved lufttransport, overnatningssteder mm.	-	-	-
	<b>Certificeringer*****</b> %-del overnatningssteder med miljøcertificeringer	25,9	19,6	40,8

Kilde: Danmarks Statistik, VisitDenmarks Turistundersøgelse, Turismens Økonomiske Betydning i Danmark, Green Key og Eurostat.

Anm.: Indikatorerne er ikke tilgængelige for erhvervsturismen isoleret set.

\* Der anvendes senest tilgængelige data. Det betyder, at indsamlingsårene varierer ml. 2021 og 2022. Indikatorerne beskrives nærmere nedenfor

\*\* Andel, der mener, at turismen i Danmark skaber flere positive end negative konsekvenser. Data stammer fra en analyse udarbejdet af VisitDenmark i efteråret 2022.

\*\*\* Gini-koefficienten er et mål for uligheden i fordelingen og antager værdier ml. 0 og 1. Hvis overnatningerne er jævnt fordelt over året, vil koefficienten være 0, mens den vil være tættere på 1 jo mere ”skævt”, overnatningerne fordeler sig over året.

\*\*\*\* Indikatoren for CO2-aftrykket er ikke angivet. Foreløbige beregninger af CO2-måling på nationalt niveau vil blive udregnet ved udgangen af 2023, og destinationsniveau ved udgangen af 2024

\*\*\*\*\* Andel af danske overnatningssteder der er Green Key certificerede. Der findes flere forskellige miljøcertificeringer, som berører mange af de samme områder, men varierer i forhold til indhold, detaljer, procedure og beregningsform. Partnerskabet for Bæredygtig Turismeudvikling er i gang med at udvikle en fællesmodel for hvilke certificeringer, der skal bruges til at måle turismestrategiens pejlemærke for de grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk.

Målet med ETC-indikatorerne er, at de kan anvendes på både nationalt, regionalt og lokalt niveau, at historiske tal inkluderes og at turistankomster kan opgøres efter rejseformål (ferie versus forretning). ETC-indikatorerne udvikles løbende, herunder for eksempel i forhold til opgørelsesmetoden for CO2-udledning. Datagrundlaget for

de øvrige indikatorer vurderes i vid udstrækning at være til stede for dansk turisme.

Formålet med ETC-indikatorerne er at etablere og definere et fælles grundlag med henblik på at måle bæredygtig turisme. Disse indikatorer vil på sigt kunne benyttes inden for og på tværs af ETC-medlemslandene, så det fremover bliver nemmere at monitorere og sammenligne bæredygtighedsindsatsen.

De nuværende 13 ETC-indikatorer er sammensat, så de afspejler både sociale, økonomiske og miljømæssige forhold.

#### **Sociale forhold**

- Turisternes tilfredshed: Tallene viser procentdelen af tilfredse eller meget tilfredse turister. Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse. Data er for 2022.
- De lokale beboeres tilfredshed: Procentdel af de lokale, der er tilfredse eller meget tilfredse med turismetrykket i Danmark.
- Kapacitetsudbud: Sengepladser pr. 100 indbyggere. Kilde: Danmarks Statistiks tal for både sengepladser og indbyggertal. Data er for 2022.
- Turismeintensiteten: Antal overnatninger pr. 100 indbyggere pr. dag. Kilde: Danmarks Statistiks tal for både overnatninger og indbyggertal. Data er for 2022.
- Turismetæthed: Antal overnatninger pr. dag pr. km<sup>2</sup>. Kilde: Danmarks Statistiks tal for både overnatninger og areal. Data er for 2022.

#### **Økonomiske forhold**

- Overnatninger: Procentvis stigning i antal turismeovernatninger i forhold til året før. Kilde: Danmarks Statistik. Data er for 2022.
- Turistankomster: Procentvis stigning i antal internationale ankomster i forhold til året før. Kilde: Danmarks Statistik. Data er for 2022.
- Sæsonfordeling: Spredning af overnatningerne over året målt som en Gini-koefficient. Gini-koefficienten er et mål for uligheden i fordelingen og går fra 0 til 1. Hvis overnatningerne er jævnt fordelt over hele året, vil værdien være 0, mens værdien vil være tættere på 1 jo mere ulige overnatningerne fordeler sig over året. Kilde: Danmarks Statistik beregnet via fordelingen af overnatningerne fra måned til måned. Data er for 2022.
- Døgnforbrug: Gennemsnitlig forbrug i € pr. turist pr. dag. Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse. Data er for 2022.
- Opholdslængde: Gennemsnitlig opholdslængde pr. turist i antal overnatninger. Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse. Data er for 2022.
- Beskæftigelseeffekter: Ansatte i turismeerhvervet pr. ansatte i hele den danske økonomi. Kilde: VisitDenmarks Turismens økonomiske betydning. Data er for 2021.

#### **Miljømæssige forhold**

- CO<sub>2</sub>-aftrykket: Tons udledning ved kategorierne lufttransport, overnatningssteder og madservice samt andre relaterede services. Kilde: Data forventes klar ved udgangen af 2023.
- Certificeringer: Procentdel overnatningssteder med miljøcertificering. Kilde: Danmarks Statistik med data for Green Key. Data er for 2022.

## Appendiks til kapitel 4

	Destinationsselskab	Kommuner
1	Wonderful Copenhagen*	Albertslund, Allerød, Ballerup, Brøndby, Dragør, Egedal, Frederiksberg, Furesø, Gentofte, Gladsaxe, Glostrup, Helsingør, Herlev, Hvidovre, Høje-Taastrup, Hørsholm, Ishøj, København, Lyngby-Taarbæk, Rudersdal, Rødovre, Tårnby, Vallensbæk
2	Destination Vesterhavet	Ringkøbing-Skjern, Varde
3	Destination NordVestkysten	Hjørring, Holstebro, Jammerbugt, Lemvig, Thisted
4	Aarhusregionen	Aarhus, Favrskov, Norddjurs, Randers, Silkeborg, Skanderborg, Syddjurs, Viborg
5	Destination Trekantområdet	Billund, Fredericia, Kolding, Vejle
6	Destination Fyn	Assens, Faaborg-Midtfyn, Kerteminde, Langeland, Middelfart, Nordfyn, Nyborg, Odense, Svendborg, Ærø
7	Destination Vadehavskysten	Esbjerg, Fanø
8	Destination Nord	Aalborg, Brønderslev, Frederikshavn, Læsø
9	Destination Sønderjylland	Aabenraa, Haderslev, Sønderborg, Tønder
10	VisitLolland-Falster	Guldborgsund, Lolland
11	Destination Bornholm	Bornholm
12	VisitNordsjælland	Fredensborg, Gribskov, Halsnæs, Hillerød
13	Destination Sjælland	Holbæk, Kalundborg, Slagelse, Sorø
14	Visit Sydsjælland & Møn	Faxe, Næstved, Stevns, Vordingborg
15	Destination Himmerland	Mariagerfjord, Vesthimmerland
16	Destination Limfjorden	Morsø, Skive, Struer
17	Destination Kystlandet	Horsens, Odder, Hedensted
18	VisitHerning	Herning, Ikast-Brande
19	Destination Fjordlandet	Frederikssund, Lejre, Roskilde

Note: Pr. juli 2022 har kommunerne Odsherred, Greve, Køge, Rebild, Ringsted, Samsø, Solrød, Vejen og Christiansø endnu ikke tilkendegivet planer om at indgå i eller danne et tværkommunalt destinationsselskab.

Note: Kommuner fremgår i det destinationsselskab, som det er politisk vedtaget, at de indgår i. Helsingør er udtrådt af VINO og omfattet af WoCo pr. 1. januar 2021, mens Tønder, der stod uden for et destinationsselskab, meldte sig ind i Destination Sønderjylland pr. 1. januar 2021.

\* WoCo: Fonden Wonderful Copenhagen fremmer og udvikler erhvervs-, ferie-/fritidsturismen i Region Hovedstaden jf. fondens vedtægter. I statusanalysen opgøres data for Wonderful Copenhagen på baggrund af Region Hovedstadens kommuner fraregnet kommunerne, der indgår i VisitNordsjælland (Fredensborg, Hillerød, Gribskov og Halsnæs) og Destination Bornholm (Bornholms Regionskommune).

## Appendiks til kapitel 10

### **Forlystelsesparker, museer mv.**

- 91.01.10 Biblioteker
- 91.01.20 Arkiver
- 91.02.00 Museer
- 91.03.00 Historiske monumenter og bygninger og lignende attraktioner
- 91.04.00 Botaniske og zoologiske haver samt naturreservater
- 92.00.00 Lotteri- og anden spillevirksomhed
- 93.11.00 Drift af sportsanlæg
- 93.12.00 Sportsklubber
- 93.13.00 Fitnesscentre
- 93.19.00 Andre sportsaktiviteter
- 93.21.00 Forlystelsesparker o.l.
- 93.29.10 Lystbådehavne
- 93.29.90 Andre forlystelser og fritidsaktiviteter

### **Overnatningssteder**

- 55.10.10 Hoteller
- 55.10.20 Konferencecentre og kursusjendomme
- 55.20.00 Ferieboliger og andre indlogeringsfaciliteter til kortvarige ophold
- 55.30.00 Campingpladser
- 55.90.00 Andre overnatningsfaciliteter
- 68.31.20 Boliganvisning, ferieboligudlejning mv.

### **Rejse-service**

- 79.11.00 Rejsebureauer
- 79.12.00 Rejsearrangører
- 79.90.00 Andre reservationstjenesteydelser og tjenesteydelser i forbindelse hermed

### **Restauranter mv.**

- 56.10.10 Restauranter
- 56.10.20 Pizzeriaer, grillbarer, isbarer mv.
- 56.21.00 Event catering
- 56.29.00 Anden restaurationsvirksomhed
- 56.30.00 Caf er, v ertshuse, diskoteker mv.

### **Transportvirksomheder**

- 49.10.00 Passagertransport med regional- eller fjerntog
- 49.31.10 Rutebusk rsel, by- og n rtrafik
- 49.31.20 S-togstrafik, metro og andre n rbaner
- 49.32.00 Taxik rsel
- 49.39.20 Turistk rsel og anden landpassagertransport
- 50.10.00 S - og kysttransport af passagerer
- 50.30.00 Transport af passagerer ad indre vandveje
- 51.10.10 Ruteflyvning
- 51.10.20 Charter- og taxifyvning
- 52.21.30 Drift af betalingsveje, -broer og -tunneler
- 77.11.00 Udlejning og leasing af biler og lette motork ret jer