




Markedsprofil - Tyskland

[www.visitdenmark.com](http://www.visitdenmark.com)

VisitDenmark 

## Markedsprofil - Tyskland



### Det tyske rejsemarked

Befolkning	<b>81,8 mio.</b> personer
Økonomi og forecast (2011)*	<b>+2,1 pct.</b> BNP <b>+1,1 pct.</b> privatforbrug <b>+6,1 pct.</b> forbrug på udlandsrejser <b>+4,0 pct.</b> vækst i overnatninger i Danmark
Udlandsrejser	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tyskland er verdens <b>største</b> outbound rejsemarked og havde i 2009 en værdi på <b>81,2 mia. \$</b></li> <li><b>75,7 pct.</b> af den tyske befolkning rejste på ferie i 2009</li> <li>Overnatninger i Europa (uden for D, 2009): <b>228 mio.</b> (-6,4 pct.)</li> <li>Årlig vækstrate i Europa 2000 – 2009: <b>-2,1 pct.</b> (DK: -2,6 pct.)</li> <li>Antal ferierejser i udlandet over 4 dage (2009): <b>43,7 mio.</b></li> </ul>
Primære ferielande	Spanien, Italien, Østrig, Tyrkiet, Frankrig, Grækenland, Kroatien, Holland, Polen, Danmark
Transport ved ferier i udlandet	Fly (52 pct.), bil/camping (34 pct.), tog/bus (10 pct.)
Overnatningsformer ved ferier i udlandet	Hotel (57 pct.), ferielejlighed og feriehus (19 pct.), camping, inkl. telt (6 pct.), andre (6 pct.)
Primære feriemotiver	Natur og landskaber, venlige mennesker, godt overnatningssted, sikker destination, rekreative aktiviteter
Inspiration for valg af feriemål	Tidligere erfaringer, anbefalinger fra venner og bekendte, internet-sider for overnatning, rejsekataloger og brochurer, rejseguides (inkl. online).
Danmarks position	<ul style="list-style-type: none"> <li>Danmarks har <b>5,4 pct.</b> af tyskeres overnatninger i Europa (5,7 pct. i 2000).</li> <li>Kendskab til Danmark som ferieland: <b>9 pct.</b> kender godt, <b>32 pct.</b> kender noget, 42 pct. kender lidt, 17 pct. kender ikke.</li> <li><b>4 pct.</b> har præference for at besøge Danmark inden for 1 år.</li> <li><b>13 pct.</b> fra de nordligste regioner har præference for at besøge Danmark inden for et år.</li> <li><b>København, Legoland, Den lille havfrue og Vadehavet</b> er bedst kendte attraktioner og seværdigheder</li> </ul>

\*forecast. Kilder: *Tourism Economics, 2010, Reiseanalyse, F.u.r. 2010, samt VisitDenmark egne markedsundersøgelser (2010).*

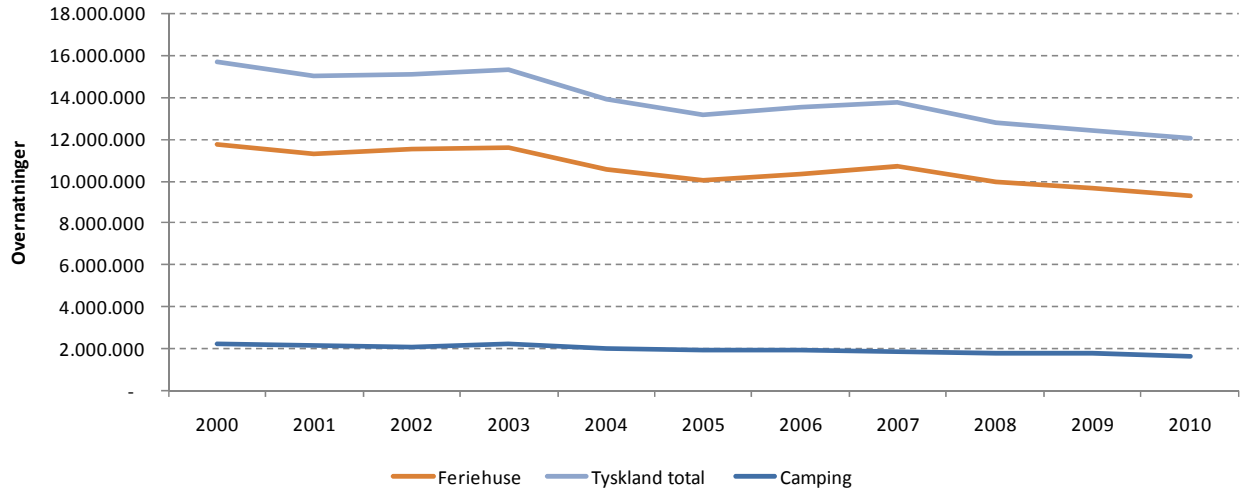
**Tyske turister i Danmark**

Antal registrerede overnatninger (2010) Totale overnatninger inkl. private besøg og små overnatningssteder (estimat 08)	12.012.810 (-3 pct.) 23,2 mio.
Omsætning (2008) • heraf ferie • Forretning	8,4 mia. kr. 8,2 mia. kr. 0,2 mia. kr.
Antal besøg	8,9 mio. (i alt), fordelt på: 6,6 mio. endagsbesøg 1,6 mio. på registrerede overnatningssteder 0,7 mio. hos familie og venner
Døgnforbrug (eksl. endagsbesøg)	360 kr.
Opholdslængde (eksl. endagsbesøg)	7,5 dage
Transportform	Bil: 86 pct. Bil og færge: 10 pct. Andet: 4 pct.
Har været i Danmark før	85 pct.
Feriesegmenter	Sjov, leg og læring: 37 pct. Det gode liv: 16 pct. Temaoplevelser: 11 pct. Moderne storbyferie og int. rundrejser: 6 pct. Andre (I ro og mag v. vandet): 30 pct.  Børnefamilier (52 pct.), voksne 40+ (40 pct.), unge (8 pct.)
Overnatningsform (kun registrerede overnatningsformer)	Feriehus: 78 pct. Camping: 14 pct. Hotel: 4 pct. Lystbådehavn: 3 pct. Feriecenter: 1 pct. Vandrerhjem: 1 pct.
Destinationer i Danmark (09)	Syddanmark: 43 pct. Midtjylland: 31 pct. Nordjylland: 14 pct. Hovedstadsregionen: 7 pct. Sjælland: 5 pct.
De vigtigste grunde for at holde ferien i Danmark	1. Natur og rent land 2. Tryk/sikker destination 3. Børnevenligt 4. Venlig befolkning 5. Få turister
De hyppigste aktiviteter på ferien i Danmark (foretages indimellem)	Shopping, besøge byer, besøge havne, lege med børnene, besøge attraktioner og forlystelser

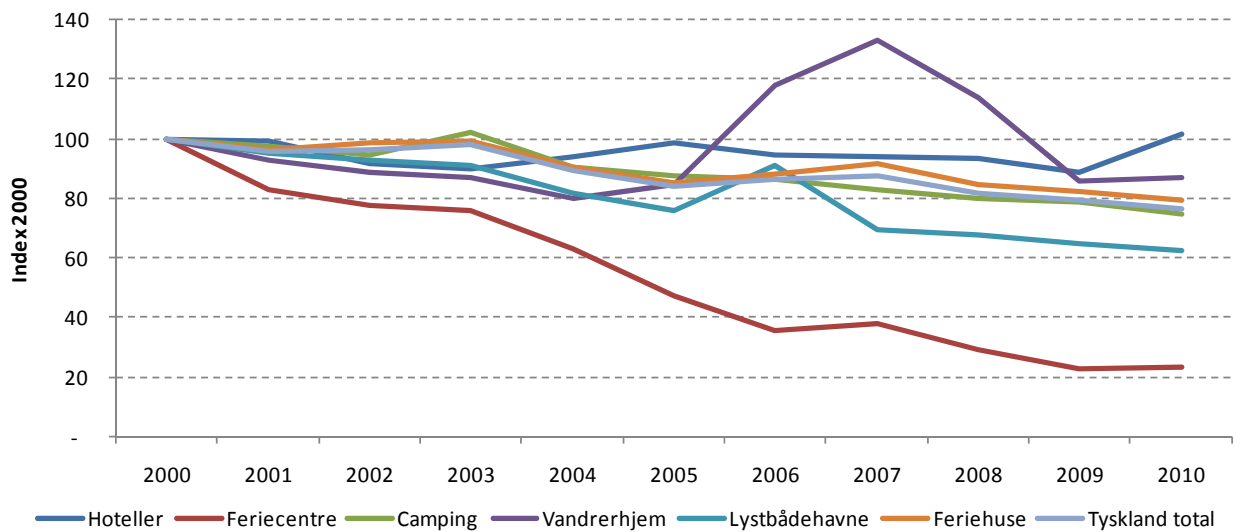
Kilder: Danmarks Statistik, VisitDenmark (Turismens økonomiske betydning 2008) samt VisitDenmarks turistundersøgelser (2008)

## Tyske overnatninger i Danmark

**Udvikling i tyske overnatninger 2000 - 2010  
Total og feriehus og camping**



**Udvikling i tyske overnatninger 2000 - 2010  
pr. overnatningsform: Index år 2000**



Kilde: Danmarks Statistik