




Markedsprofil - Norge

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

VisitDenmark 

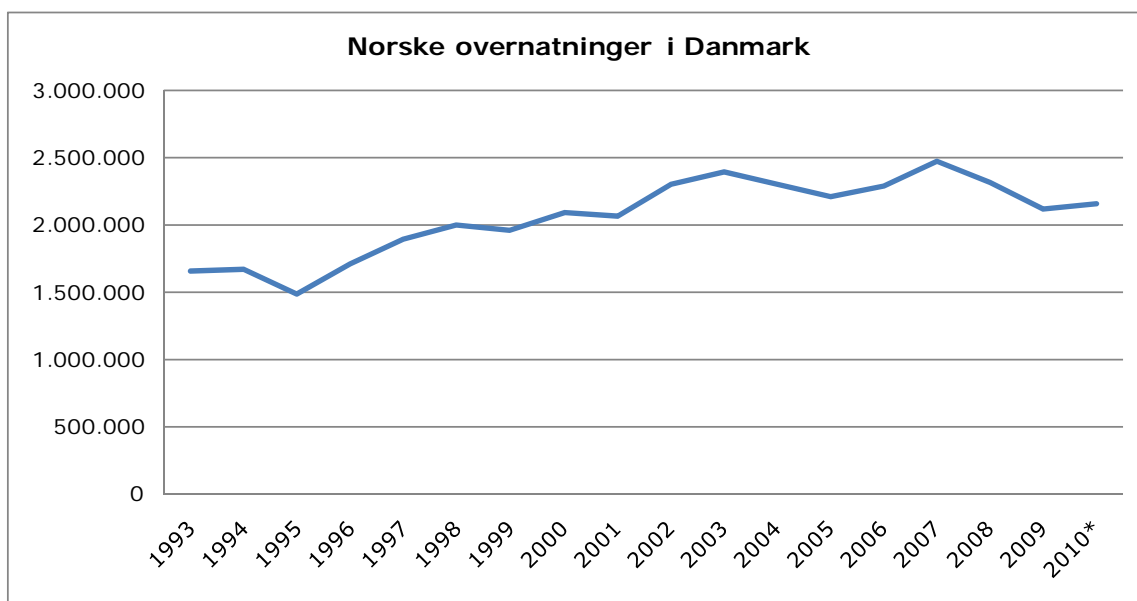
## Markedsprofil – Norge

### Det norske rejsemarked

Befolkning	<b>4,9 mio.</b> personer
Økonomi	Forventning om svag vækst i 2011* <b>+2,3 pct.</b> (BNP) <b>+2,5 pct.</b> (privatforbrug) <b>+1,6 pct.</b> (værdi af norsk krone ift DKR)
Udlandsrejser	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antal rejser (2009): <b>21 mio.</b>, heraf <b>6,6 mio. til udlandet</b> (-13 pct.)</li> <li>• Udenl. ferierejser: <b>5,5 mio.</b> (-7 pct.), erhverv: <b>1,1 mio.</b> (-34 pct.)</li> <li>• Overnatninger i Europa (uden for NO, 2009): <b>15,2 mio.</b> (-7 pct.)</li> <li>• Forventet forbrug på udlandsrejser (2011)*: <b>12 mia. eur</b> (+12 pct.)</li> </ul>
De største destinationer	Norge, Sverige, Danmark, Spanien, Storbritannien
Primære feriemotiver	Gæstfri/venlig befolkning, tryghed, mulighed for at slappe af, pris, gode overnatningsmuligheder
Inspiration for valg af feriemål	Anbefalinger fra venner og bekendte, internetsider for overnatningssteder og flyselskaber, rejseguides (inkl. online).
Danmarks position	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danmark har <b>14 pct.</b> af de norske overnatninger i Europa uden for Norge. (17 pct. i 2000).</li> <li>• <b>665.000</b> nordmænd har været på ferie i Danmark i 2010 (~18 pct.)</li> <li>• <b>22 pct.</b> forventer at besøge Danmark i 2011 (27 pct. i 2009)</li> <li>• <b>60 pct.</b> kender Danmark godt eller nogenlunde.</li> <li>• Bedst kendte attraktioner: <b>Legoland, Tivoli, København, Givskud</b></li> </ul>

\*forecast. Kilder: *Tourism Economics, 2010.*, *Statistisk Centralbyrå*, *VisitDenmark markedsundersøgelser i Norge (2010)*.

### Udvikling i overnatninger i Danmark



\*2010-tallet er en foreløbig opgørelse. Kilde: Danmarks Statistik.

**Norsk turisme i Danmark**

Antal registrerede overnatninger (dec. 09 – nov. 2010)	2.154.471 (+1,9 pct. ift. 2009)
Forecast 2011	+3 pct.
Omsætning (2008) <ul style="list-style-type: none"> <li>heraf ferie</li> <li>Forretning</li> </ul>	5,1 mia. d.kr. 4,6 mia. d.kr. 0,5 mia. d.kr.
Antal besøg	3,1 mio. besøg (i alt), fordelt på (ca.): 1 mio. hos familie/venner 1,5 mio. som endagsbesøg 600.000 på registrerede overnatningsformer
Døgnforbrug	Hotel (ferie): 1.320 kr. Hotel (erhverv): 1.750 kr. Feriehus: 440 kr., feriecenter: 730 kr.
Opholdslængde (gennemsnit, inkl. ophold hos familie og venner)	4 dage
Transportform	Bil kombineret med færge: 64 pct. Bil: 20 pct. Fly: 9 pct. Andet: 7 pct.
Har været i Danmark før	90 pct.
Feriesegmenter	Sjov, leg og læring: 38 pct. Moderne storbyferie: 25 pct. Det gode liv: 16 pct. Andre: 21 pct.
Overnatningsform (kun registrerede overnatningsformer)	Hotel: 38 pct. Feriehus: 26 pct. Feriecenter: 20 pct. Camping: 12 pct. Vandrerhjem: 3 pct. Lystbådehavn: 1 pct.
Destinationer (regioner) i Danmark	Region Nordjylland: 35 pct. Hovedstadsregionen: 23 pct. Syddanmark: 18 pct. Midtjylland: 17 pct. Sjælland: 6 pct.
De vigtigste grunde for at holde ferien i Danmark	Børnevenligt, rent land, tryk/sikker destination, venlig befolkning, attraktioner og forlystelser, natur, shopping og dansk mad
De hyppigste aktiviteter på ferien i Danmark	Gå på restaurant, shopping, besøge attraktioner, besøge byer, lege

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