

Markedsprofil 2019

USA

06/11/2019

Foto: Kim Wyon

Introduktion

VisitDenmarks markedsprofiler præsenterer centrale nøgletal for de vigtigste markeder i dansk turisme.

Formålet er at give turismeaktører og andre interessenter indblik i en række markeders betydning for dansk turisme.

Se alle markedsprofiler her:

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af

VisitDenmark
September 2019

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

- 03** Markedspotentiale og nøgletal
- 06** Målgrupper
- 11** Den digitale turist
- 13** Danmarks omtale og synlighed i medierne
- 16** Travel Trade
- 21** Flytrafik fra USA til Danmark
- 23** Overnatninger, omsætning og sæson

Markedspotentiale & nøgletal

Markedspotentiale

- Antallet af amerikanske overnatninger i Danmark er historisk højt - også uden for København.
- Med 787.000 overnatninger i 2018 tegnede amerikanerne sig for flest overnatninger for en 'long-haul'-destination. Kina ligger på andenpladsen med 235.138*.
- Med en vækst på 96 % fra 2012-2017 er Danmark på top 10 over voksende destinationer for amerikanernes oversøiske ferier**
- Et rekorthøjt antal amerikanere har i 2019 et pas (42 % af landets 320 mio. indbyggere)



Nøgletal: overnatninger, forbrug og omsætning

787.000
overnatninger i 2018

78.200
flere overnatninger end i 2017

11,0 pct.
vækst i overnatninger ift. 2017

3,4 mia. kr.
i turismeomsætning i 2017



Kyst- & naturturisme

75.000
Overnatninger*



Storbyturisme

712.000
Overnatninger*

2,6 personer
Rejsegruppe

2,7 nætter
Opholdslængde

2.300 kr.
Døgnforbrug



Målgrupper

Foto: Kim Wyon

De amerikanske målgrupper

Amerikanerne rejser som par



Storbyferie



Par
Venner
Vennepar



Hotel
Airbnb

Bopæl



Østkysten, Vestkysten, Texas og Chicago

Husstandsindkomst



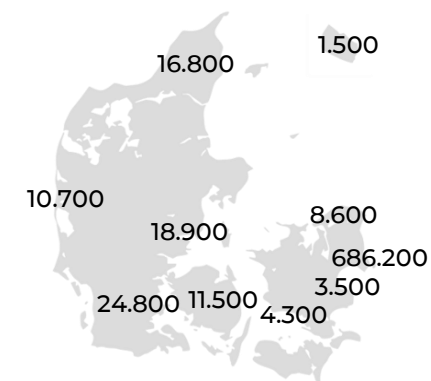
- ☒ Høj
- ☒
- ☐ Lav

Uddannelsesniveau



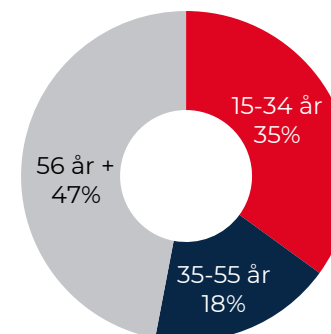
- ☒ Høj
- ☒
- ☐ Lav

Amerikanske overnatninger i 2018 fordelt på landsdele*



787.000

Amerikanske storbyturister i Danmark fordelt på alder



Derfor besøger amerikanerne Danmark

Funktionelle behov



- Trygt og rent rejsemål
- Gode offentlige transportmuligheder og korte afstande
- God til stop-over (DK kan nemt kombineres med andre nordiske/europæiske byer)
- Gode flyforbindelser

Emotionelle behov



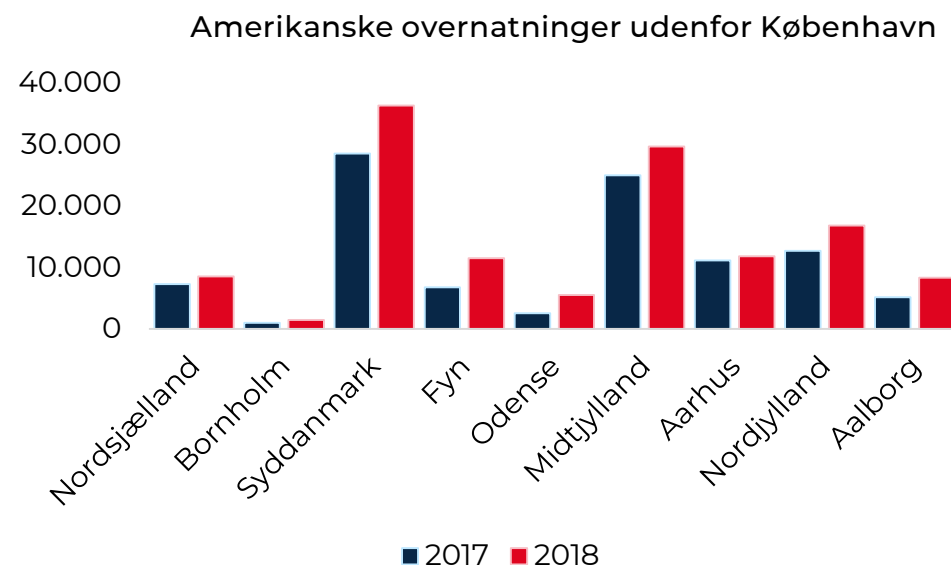
- Lokale oplevelser
- Lokal atmosfære
- Dansk kultur
- Unikke oplevelser

Amerikanernes opfattelse af Danmark



- Pocket-size destination
- Hygge og særligt fokus på livskvalitet
- Tryk cykelby
- Innovativ og bæredygtig hovedstad
- Stærk på design, gastronomi og arkitektur
- Interessant historie

Også potentiale uden for København



Tallene viser en stigende interesse hos amerikanerne i at udforske Danmark uden for hovedstaden.

De mange gode transportmuligheder, både nationalt og internationalt, underbygger de gode muligheder for at få flere amerikanere ud og opleve de danske regioner.

Geografiske afstande: USA vs. Danmark



Den amerikanske turist ser anderledes på distancer end danskerne. En køretur fra København til Aalborg er ikke noget problem.

For amerikanere er en mellemlanding en naturlig del i det at komme fra A til B.

Med et gennemsnit på otte dages rejse om året vil amerikanerne gerne have så meget ud af deres ferie som muligt. Derfor besøger de ofte flere lande på én rejse, og mange kombinerer ferien i Danmark med en rund-tur i Skandinavien.

Værdien af en amerikansk turist

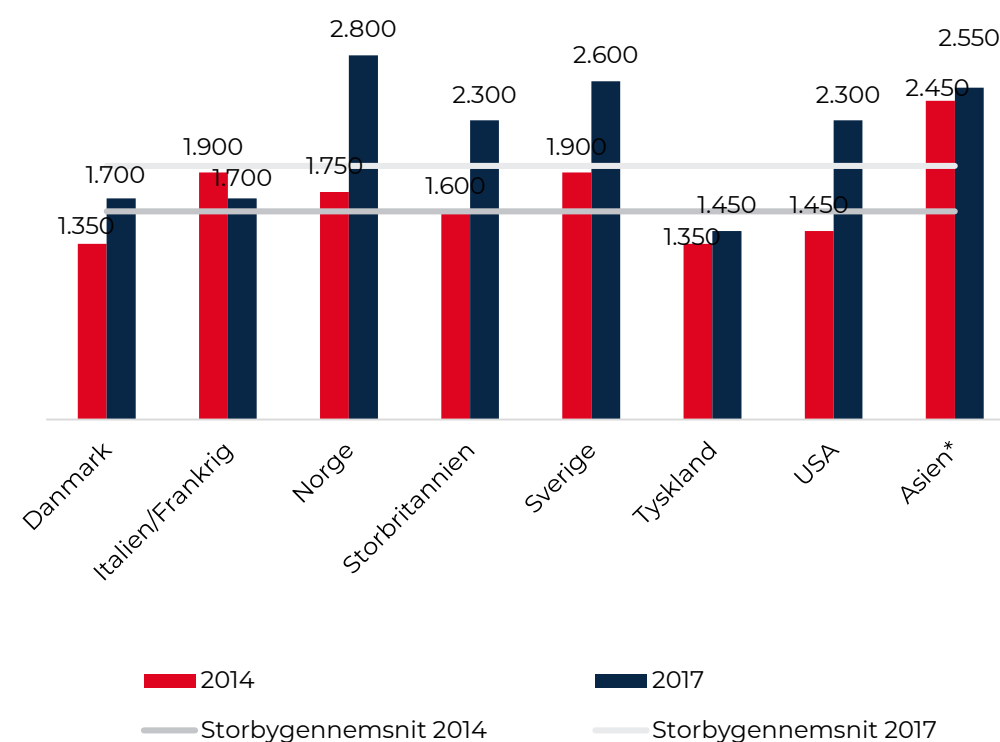
Amerikanske storbyturister har et højt døgnforbrug

Overordnet set bruger udenlandske storbyturister 2.150 kr. i døgnet, mens de er på ferie i Danmark.

Turister fra USA, Asien, Norge, Storbritannien og Sverige har et højere døgnforbrug end gennemsnittet.

I 2017 bidrog amerikanske turister med den femte højest turismeomsætning blandt udenlandske markeder (se slide 29).

Storbyturisternes døgnforbrug fordelt på nationaliteter



Den digitale turist

Amerikanernes inspirationssøgning før ferien

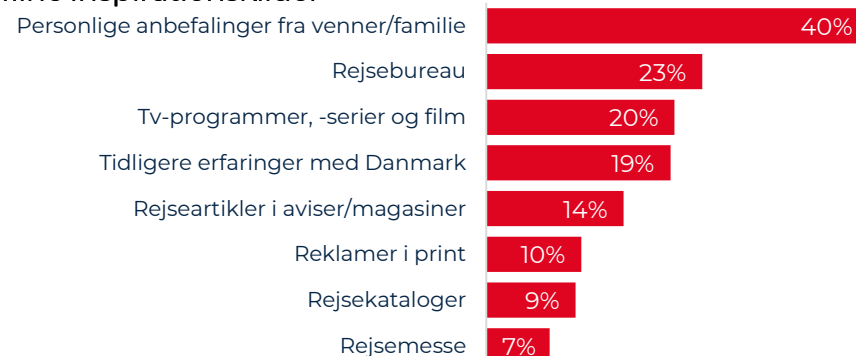
Har følgende inspirationskilder haft indflydelse på din beslutning om at holde ferie i Danmark?

Flere svar mulige

Online inspirationskilder



Offline inspirationskilder



Amerikanske storbyturister anvender i høj grad online-kilder, når de skal søge inspiration om Danmark før ferien

Turistens top 3 kilder er en god blanding af online kilder; hjemmesider med brugeranmeldelser, online bookingportaler og hjemmesider for de danske destinationer.

Amerikanere, som tager på storbyferie i Danmark, gør også meget brug af inspiration fra rejsebureauer.

De amerikanske storbyturister benytter i større udstrækning hjemmesider med brugeranmeldelser, blogs, sociale medier og online videoer som ferieinspiration i 2017 sammenlignet med 2014.

Danmarks omtale og synlighed i medierne



Foto: Dennis Borup Jakobsen

Omtale i amerikanske medier

Trends og tendenser i medielandskabet

Kathrine Simonsen, PR & Presse Manager US

// *USA har verdens største mediemarked, som ikke bare påvirker millioner af læsere, men som også har en afsmittende effekt på meningsdannere verden rundt.*

På det amerikanske marked har vi fokus på at gøre Danmark større. Dels i form af øget kendskab, dels bogstaveligt talt ved at fortælle om "nye" destinationer. Her lægger vi vægt på historier, der støtter det generelle narrativ om Danmark med fokus på gastronomi, kultur og hygge. Der er stigende forespørgsel og interesse for presserejser til Danmark fra store kvalitetsmedier.

Når journalisterne besøger Danmark lægger de især mærke til kvaliteten i madoplevelserne, nye hoteller, de smukke og imødekomende danskere, den høje kvalitet i al design, og hvad vi med et nydansk ord kalder livability.

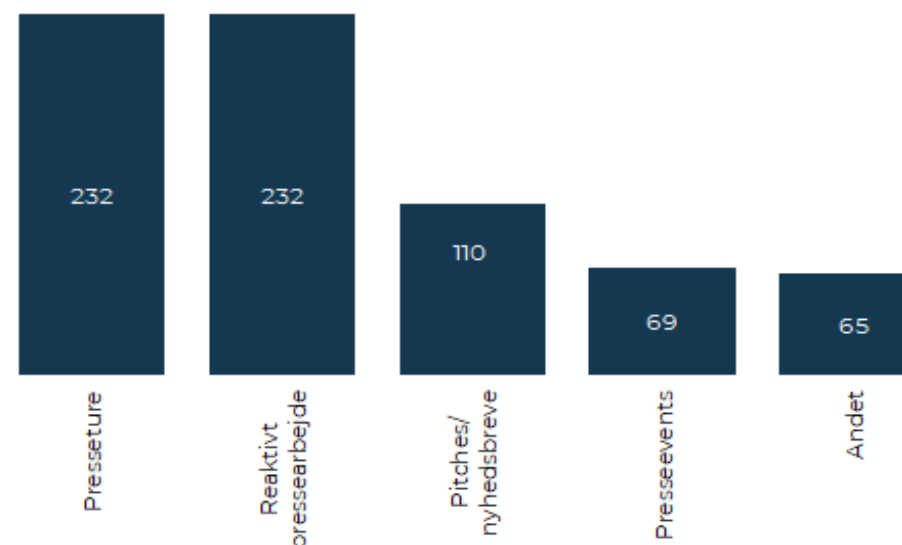
Danmark bliver opfattet som et cool og innovativt land. Vores målgruppe er den meget berejste amerikaner, hvor Danmark sjældent er dennes første oversøiske rejsemål. Vi arbejder derfor med medier, der rammer velhavende, berejste amerikanere i alle aldre. Vi ser samtidig et stort potentiale i millennials, som værdimæssigt kan spejle sig i vores lille land.

//

Presserejser førte til 232 medieomtaler i 2018

Presserejser og reaktivt pressearbejde står for størstedelen af den samlede omtale for året. Presserejser giver dog en mere dybdegående og positiv omtale end det reaktive arbejde. Derudover har vi med events påvirket nogle af de medier, som ikke må tage imod presserejser.

Antal artikler fordelt på presseaktiviteter, 2018



Danmark bliver omtalt - også de store steder

Danmark fylder i spalterne

Danske rejsemål og -oplevelser blev i 2018 omtalt 708 gange i forskellige amerikanske medier. I 2019 er vi i august 2019 oppe på 348 omtaler. Online havde vi i 2018 588 artikler, mens vi på print blev nævnt 91 gange. I 2019 fordeler tallene frem til august sig som hhv. 326 online artikler og 78 på print. Magasinernes digitale redaktioner har optimeret på SEO, så deres artikler så at sige lever længere og dermed skaber opmærksomhed og præference flere år efter de har ligget på mediets online forside.

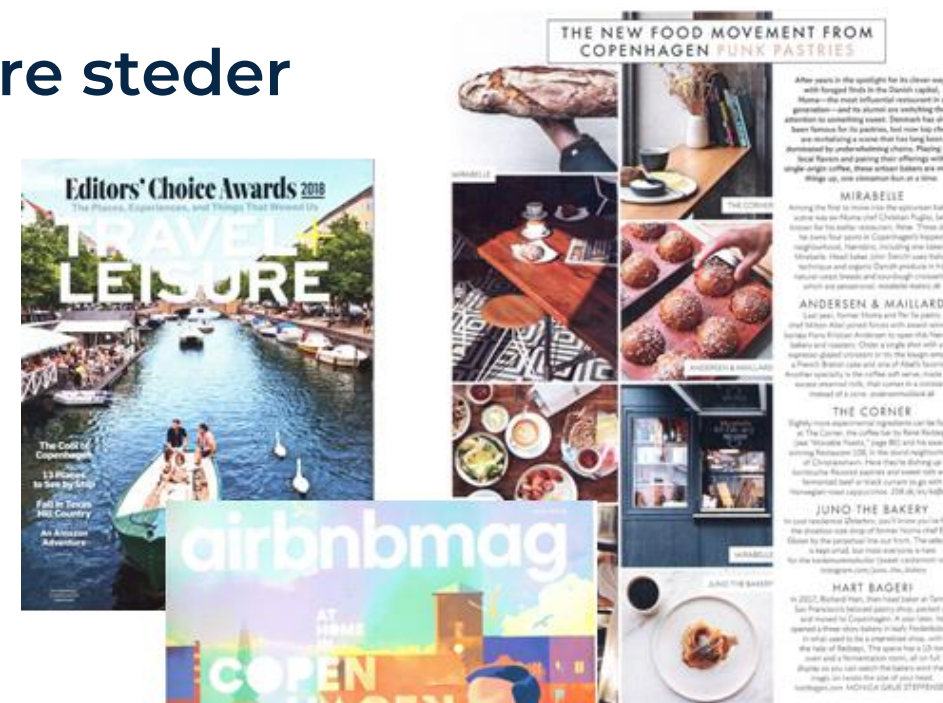
Danmark de rigtige steder

Danmark bliver ikke bare dækket kvantitativt, men også kvalitativt. Det betyder, at det er store og vigtige medier, der vælger at bruge spaltepads på os.

Det største og mest læste rejsemagasin, Condé Nast Traveler, bragte i 2018 80 artikler om Danmark. The New York Times fandt Danmark så spændende, at man i 2018 bragte 17 artikler, heriblandt lagde artikelserien 36 Hours vejen forbi København. Derudover fik Aalborg og Fanø to fornemme pladser på avisens 52 Best Places to go-liste i 2019. Også CNN rettede blikket mod Danmark. Det verdensomspændende medie placerede Henne Strand på deres liste over anbefalede rejsemål, ligesom Aarhus blev varmt omtalt flere gange som værende trådt ud af Københavns skygge.

Flere forsider

Blandt andet kom Travel + Leisure med en forside fra Christianshavn, og rejsemagasinet bragte desuden 13 artikler om Danmark i 2018. Derudover havde Airbnbmag København på forsiden i efteråret 2018, hvor der også blev bragt 20 sider om vores hovedstad. Og så brugte magasinet Departures hele oktober-udgaven på Skandinavien og havde i den forbindelse 42 siders omtale af Danmark.



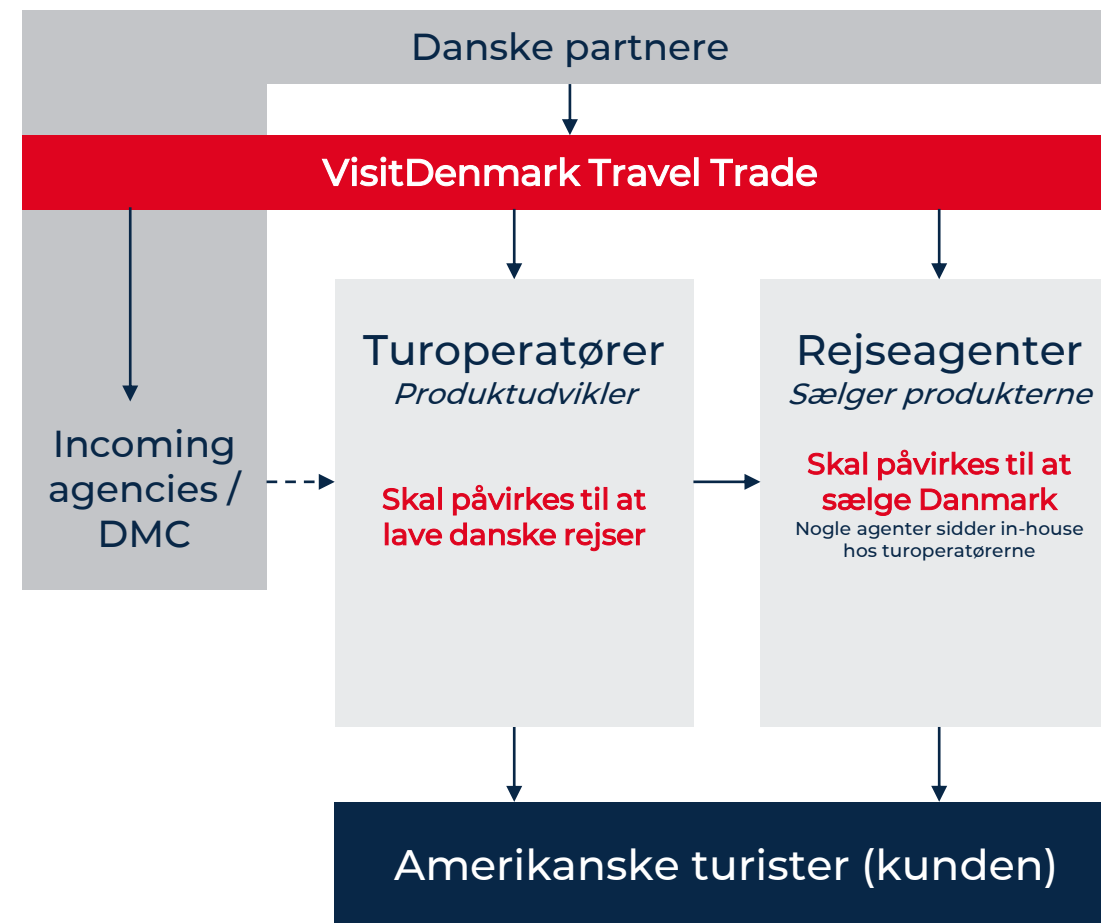
The New York Times

Travel Trade

An aerial photograph of a coastal resort. In the foreground, a circular wooden pier extends into a calm, blue body of water. The pier is surrounded by a sandy beach and dense green trees. In the background, a large, multi-story hotel building with a red roof is visible, nestled among the trees. The sky is clear and blue, and the overall scene is peaceful and scenic.

Travel Trade - værdikæden

- Travel Trade er benævnelsen for VisitDenmarks arbejde med turoperatører og rejseagenter (travel advisors) i USA og turismepartnere i Danmark.
- Værdikæden i USA er meget kompleks og har mange lag, som VisitDenmark arbejder ind i (se næste side).
- Der findes over 23.000 turoperatører* og ca. 90.000 rejseagenter** i USA.
- Den personlige kontakt har stadig stor betydning i travel trade-industrien i USA, og derfor har VisitDenmark US oparbejdet mange personlige kontakter i form af rejseagenter og turoperatører. Dertil har rejseagenterne og turoperatørerne personlige relationer til deres kunder – hvoraf nogle går flere generationer tilbage.
- Brugen af turoperatører og rejseagenter er stadig en stor del af rejseindustrien i USA, blandt andet fordi mange amerikanere ønsker at se flere lande i én rejse. Operatørerne og rejseagenterne åbner samtidig op for ekstra oplevelser og goder på destinationen. Operatørerne er yderligere en kanal, som kan hjælpe med markedsføringen af Danmark til amerikanske turister.



Figuren viser den grundlæggende travel trade værdikæde. Det skal noteres, at ikke alle operatører anvender en DMC. Dette er forskelligt fra virksomhed til virksomhed. Flere detaljer findes på næste slide.

*CornerSun Destination Marketing (2018)

** Oplysninger fra TrekkSoft (2019)

Travel Trade – rejseagenter

- De tre store konsortier i USA er Virtuoso, Signature og Ensemble, som agenterne kan arbejde sig til at blive medlem af.
- VisitDenmark er partnere hos Signature.
- Under hvert af de store konsortier er der sub-grupperinger, som også organiserer rejseagenter under dem.
- Turoperatører er også organiseret i grupper, og VisitDenmark arbejder med gruppen USTOA (United States Tour Operator Association), som har 54 turoperatører, som repræsenterer 163 brands, i sit netværk

Overblik over rejseagenter i USA



Travel Trade – hvorfor?

MMGY, 2015

Millennials planlægger flere rejser end andre generationer. Som generation anvender millennials flere ressourcer i planlægningen end andre generationer. Den overvældende mængde af tilgængelige ressourcer har været katalysator for en specifik trend; stigning i anvendelsen af rejseagenter.

SKIFT & Signature Travel Network, 2017**

Millennials vil gerne anvende en rejseagent, hvis der skal planlægges en unik, uforglemmelig oplevelse.

Trekksoft, 2019*

Ifølge Trekksoft (Travel Trends Report, 2019) stod "bookings made without human interaction" for mere end 82 % af deres samlede bookinger i 2018. De udgjorde dog kun lidt over 50 % af deres samlede årlige indkomst. "Bookings made with human interactions" stod kun for 17,8 % af deres samlede bookinger, men de stod for knap 49 % af deres samlede årlige indkomst.

USTOA & MMGY, 2018 (International traveler research study, 2018)

40 % af respondenterne havde anvendt en rejseagent til planlægning og booking af deres internationale ferie inden for de seneste 12 måneder.

86 % vil sandsynligt anvende en rejseagent til booking af feriepakker og -ture ved internationale rejser inden for de næste to år.

82 % vil sandsynligt anvende en agent til booking af overnatning, 73 % til booking af fly, 65 % til at vælge en destination.

29 % vil anvende en agent ved planlægning samt booking af en grupperejse, 24 % ved en multidestitutions ferie, og 18 % pga. sprogbarriere***.

* Oplysninger fra TrekkSoft (2019)

** Oplysninger fra TrekkSoft (2019) + Signature Travel Network (2017)

*** Disse oplysninger er blot eksempler på grunde til at anvende en rejseagent. Derfor giver den samlede procentsats ikke 100%.

Eksempler på ture til Danmark

Links til ture til Danmark med pris og rejseroversigter:

- Cox & Kings:
<https://www.coxandkingsusa.com/travel-destinations/europe/denmark/>
- Trafalgar:
<https://www.trafalgar.com/en-ca/destinations/europe/denmark>
- Insight Vacations:
<https://www.insightvacations.com/us/destinations/europe/denmark>
- Tauck Tours:
<https://www.tauck.com/tours/scandinavia-escorted-tour?tcd=sc2020>
- Butterfield & Robinson:
<https://www.butterfield.com/trip/denmark-biking/>
- Biketours.com:
https://www.biketours.com/search/results/?search=true&sort=&tags=&search_q=denmark&page_s=&type=3
- RoadScholar:
<https://www.roadscholar.org/find-an-adventure?query=denmark>

TRAFALGAR

SCENIC SCANDINAVIA AND ITS FJORDS

14 Days 3 Countries 9 Cities

DISCOVER THE DEEP FJORDS, GLACIERS AND ISLANDS THAT LINE THE SCANDINAVIAN COASTLINE ON THIS FASCINATING JOURNEY.

Beyond the deep fjords, glaciers and islands that dot the Scandinavian coastline, there are distinctly different cultures that will make your visit to Norway, Sweden and Denmark a fascinating journey of discovery.



WAS \$5,250.00

FROM **\$4,725.00**

Save **\$525.00**

★★★★★ 989 reviews

DATES & PRICES **EASY QUOTE**

INSIGHT VACATIONS
The Art of Touring in Style

COUNTRY ROADS OF SCANDINAVIA (SUMMER 2019)

Prices from **US\$4,195**

Duration: 12 days • Visiting: Norway, Denmark

[Check availability](#) [Get a quote](#)

[Overview](#) [Itinerary](#) [Highlights](#) [Optional experiences](#) [Accommodation](#) [Reviews](#) [Dates & prices](#)

Vacation type: Regional Journey
Brochure: 2019 Europe & Britain

Marvel at the road less travelled with Scandinavia's breathtaking mountains, rivers and fjords. Follow the tales and trails of the Vikings, while enjoying the modern culture and liveliness of the cities.

Take a look at your [day-by-day itinerary](#) to find out more.





EXPLORING DENMARK AND SWEDEN

8 DAYS & 7 NIGHTS. PRIVATE JOURNEY. FROM \$5,995

COPENHAGEN & STOCKHOLM

Explore the beauty of Scandinavia on this fantastic journey. First, visit Copenhagen, the chic capital of Denmark, where you will experience the city and culture before venturing [Read More](#)

☐ COMPARE [REQUEST INFO](#) [View: Itinerary | Dates & Pricing](#)



CITIES & FJORDS: SCANDINAVIAN CONTRASTS

10 DAYS & 9 NIGHTS. PRIVATE JOURNEY. FROM \$7,375

STOCKHOLM, COPENHAGEN, OSLO, FLAM & BERGEN

Discover the wonders of Scandinavia. Explore the rich past and vibrant present of the region's capitals in the cities of Stockholm, Copenhagen and Oslo. Conclude your [Read More](#)

☐ COMPARE [REQUEST INFO](#) [View: Itinerary | Dates & Pricing](#)

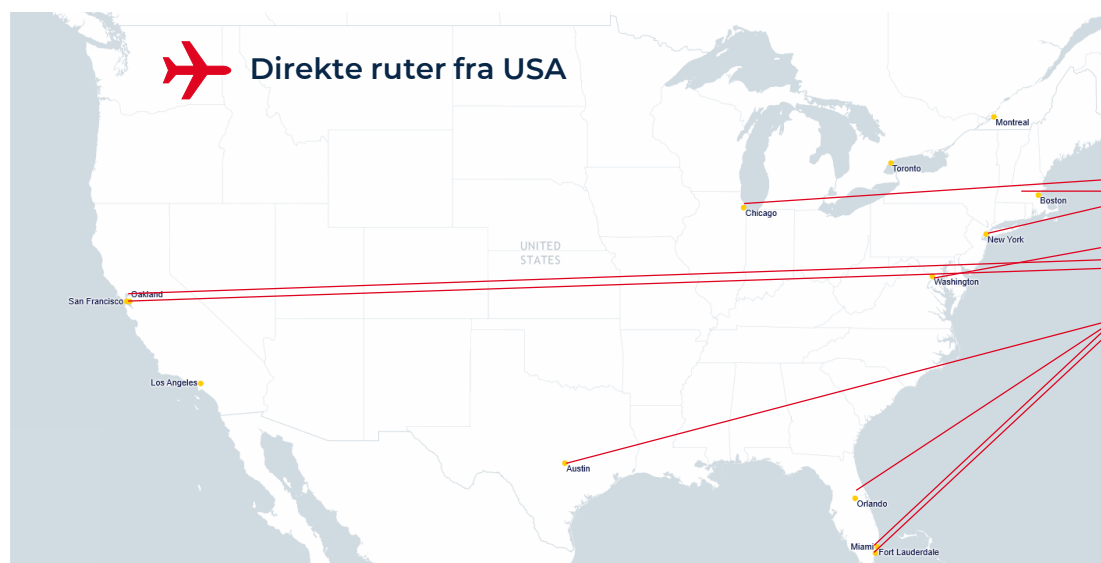
A wide-angle landscape photograph showing a grassy hill in the foreground with a dirt path leading towards a body of water in the distance. The sky is clear blue with a few wispy clouds. The text 'Flytrafik fra USA til Danmark' is overlaid in the center.

Flytrafik fra USA til Danmark

Flyruter mellem USA og Danmark

Der er mange flyruter til Danmark fra USA, heraf en del direkte flyvninger. Derudover har den amerikanske rejsende intet imod en mellemlanding, hvilket øger mulighederne betydeligt.

Codesharing, som er et samarbejde på tværs af flyselskaber, har desuden gjort mellemlandinger til en mere simpel og gnidningsfri oplevelse. Et eksempel er Star Alliances, hvor SAS og United Airlines er to ud af 27 medlemmer. Samarbejdet betyder, at en amerikansk rejsende nemt kan booke en billet gennem United Airlines fra sin nærmeste lufthavn sammen med sin SAS-flyforbindelse, uden at passageren oplever at have booket igennem to selskaber.



Afgang	Flyselskab	Ankomst
New York City (JFK)	Norwegian Air Shuttle	København
New York City (JFK)	SAS	København
New York City (JFK)	Delta Air Lines (inkl. Air France og KLM)	København
Boston (BOS)	SAS	København
Chicago (ORD)	SAS	København
Austin (AUS)	SAS	København
Washington D.C. (IAD)	SAS	København
Miami (MIA)	SAS	København
Fort Lauderdale (FLL)	Norwegian Air Shuttle	København
Orlando (MCO)	Norwegian Air Shuttle	København
Los Angeles (LAX)	Norwegian Air Shuttle	København
San Francisco (SFO)	SAS	København
Oakland (OAK)	Norwegian Air Shuttle	København



Overnattinger, omsætning og sæson

Udvikling i amerikanske overnatninger

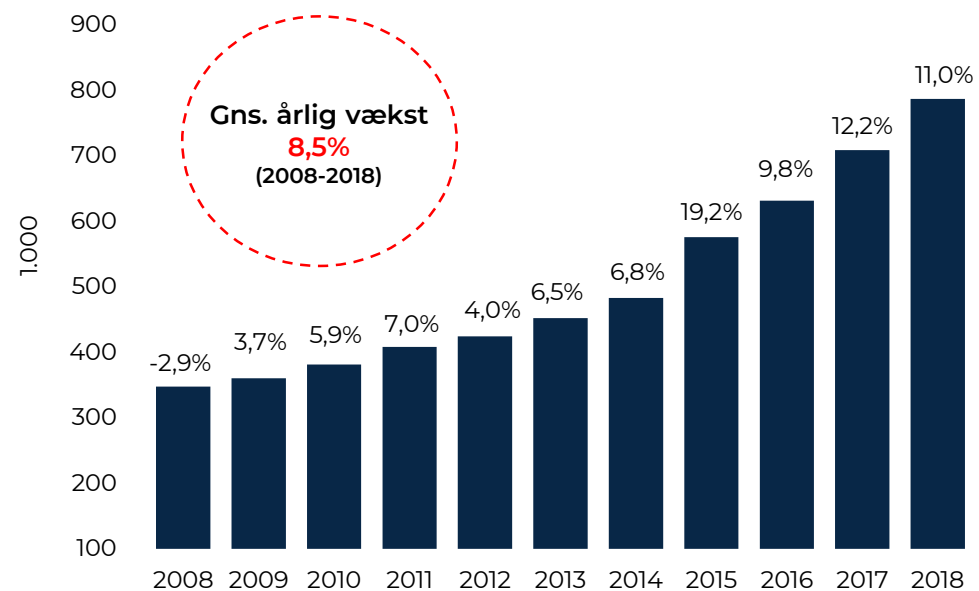
Positiv udvikling i antallet af amerikanske overnatninger i Danmark

I 2018 foretog amerikanerne knap 800.000 overnatninger i Danmark.

Sammenlignet med 2017 steg antallet af amerikanske overnatninger med 11,0 pct. i 2018.

Amerikanske overnatninger i Danmark

Antal og udvikling ift. året før



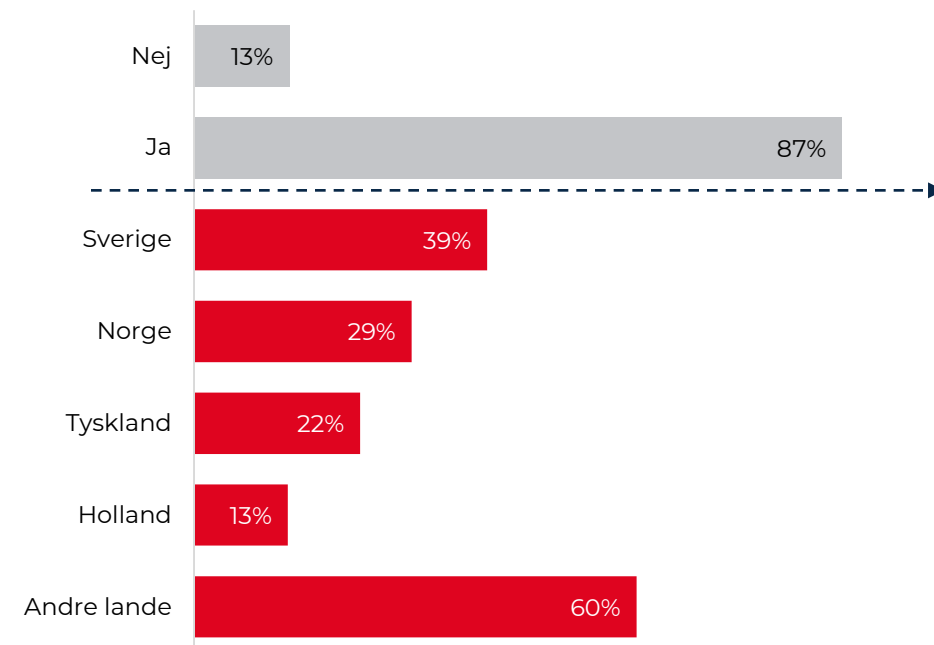
Overnatning i andre lande

Amerikanerne på storbyferie besøger også andre lande end Danmark

På ferien til Danmark besøger amerikanerne på storbyferie også andre lande. Fire ud af 10 overnatter også i Sverige og tre ud af 10 overnatter også i Norge.

Seks ud af 10 overnatter i 'andre lande' end Sverige, Norge, Tyskland og Holland.

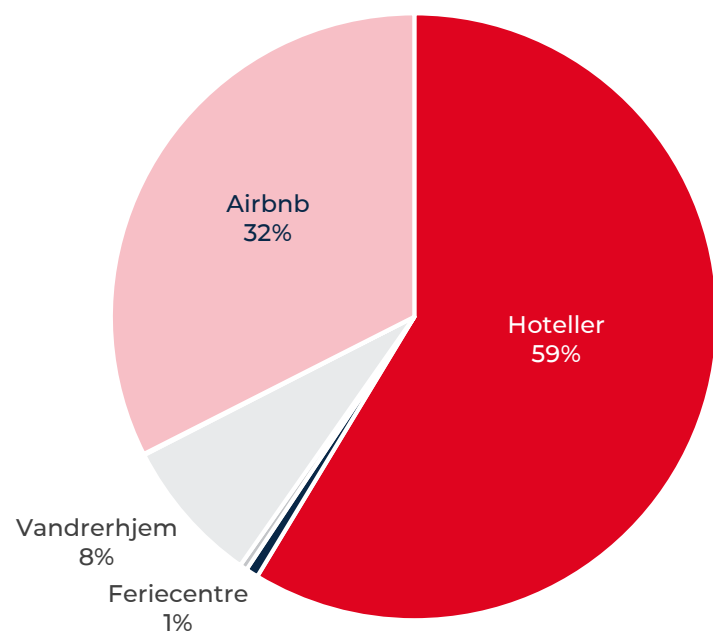
Vil du have eller har du haft overnatninger i andre lande på denne ferierejse?



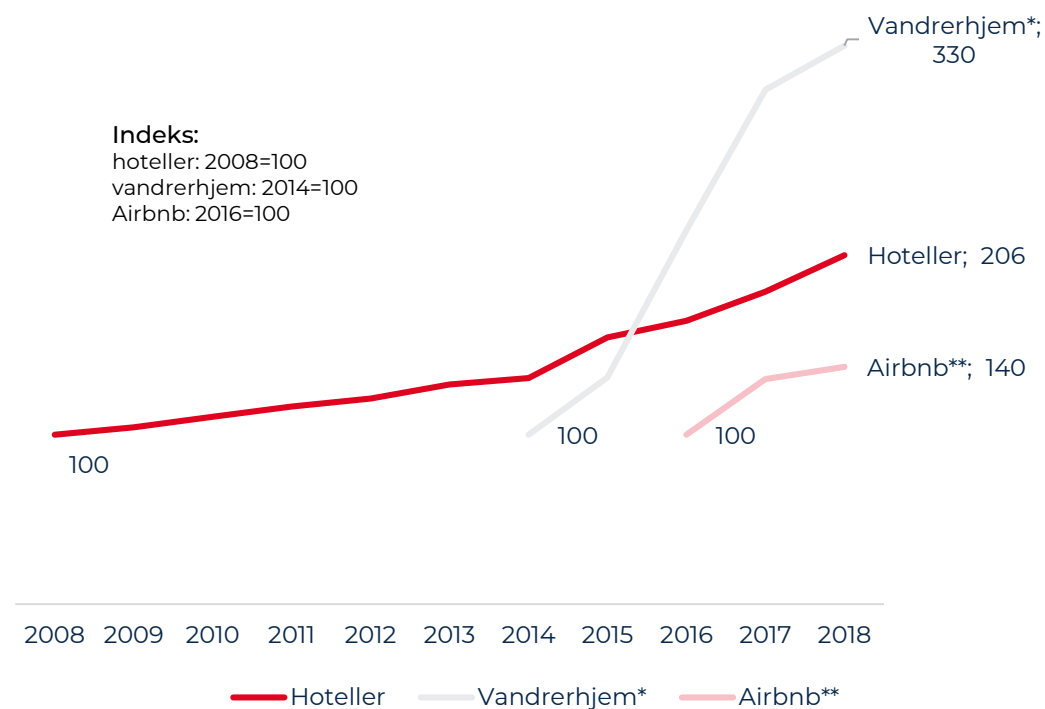
Amerikanske overnatninger fordelt på indkvarteringsformer

- kommercielle og Airbnb

Amerikanske overnatninger i Danmark 2018
(inkl. Airbnb)



Udvikling i amerikanske overnatninger i Danmark



Amerikanske overnatninger godt fordelt over året

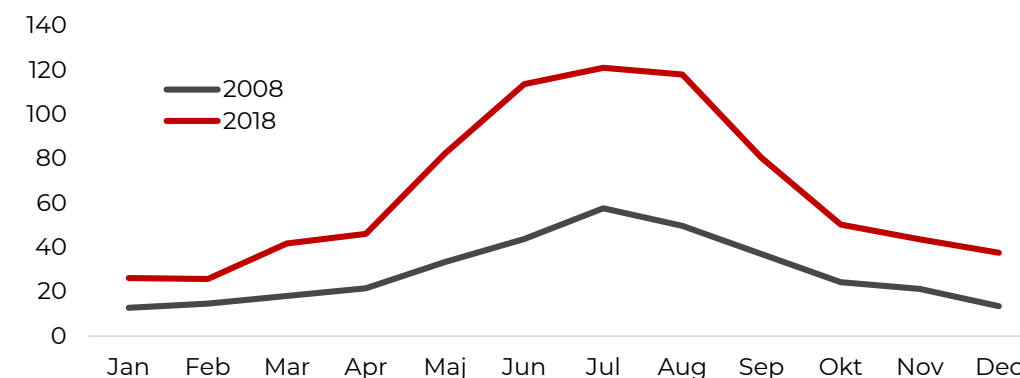
Flere amerikanske overnatninger både i og uden for højsæsonen

Fra 2008 til 2018 er antallet af amerikanske overnatninger i Danmark steget med 127 pct. Stigningen har fundet sted i både høj-, skulder- og vintersæsonen.

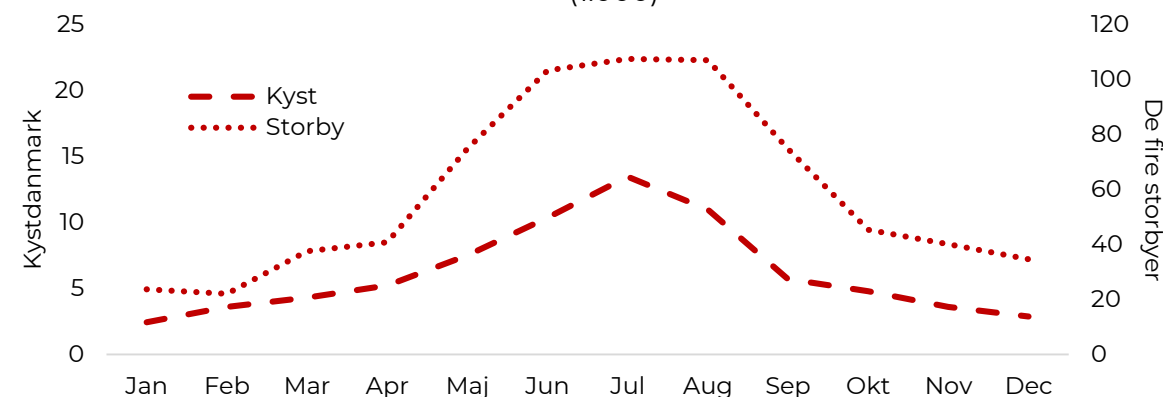
	2008	2018	2008	2018
	Antal (1.000)		Indeks (2008=100)	
Høj	107	239	100	223
Skulder	178	415	100	233
Vinter	62	133	100	215
I alt	347	787	100	227

Overnatningsmønsteret blandt amerikanere på storbyferie i Danmark ligner amerikanske kyst- og naturturisters overnatningsmønster. Således er overnatningsmønsteret for begge grupper sæsonpræget med flest overnatninger i sommermånederne.

Amerikanske overnatninger i Danmark fordelt på måneder
(1.000)



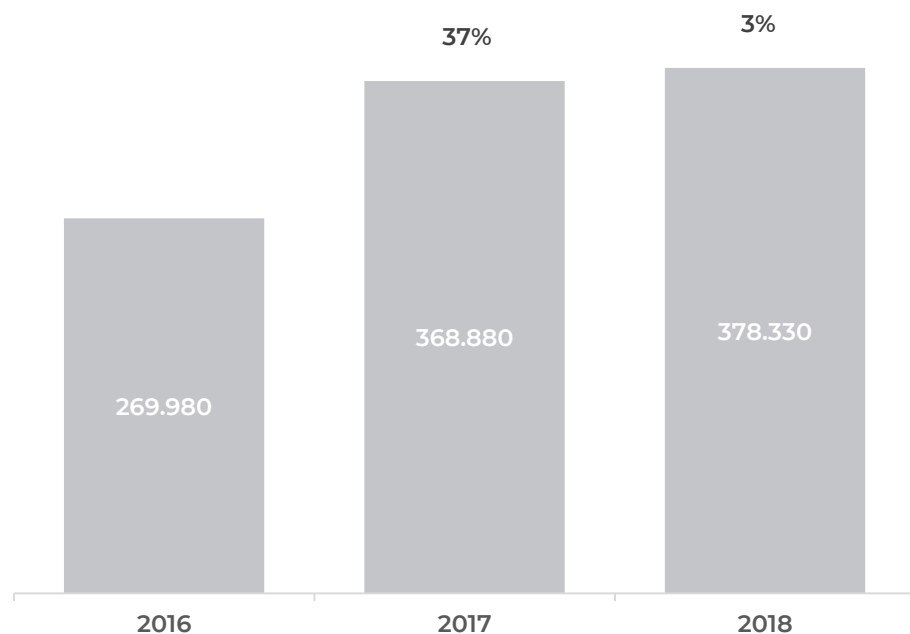
2018: Amerikanske kyst- og storbyovernatninger
(1.000)



Note: Højsæson: juli-august, skuldarsæson: marts-juni og september-oktober, lavsæson: januar-februar og november-december.

Amerikanske overnatninger på deleøkonomiske platforme

Amerikanske overnatninger og vækst i forhold til året før inden for Airbnb



Mange amerikanere benytter Airbnb – både i og uden for København

Antallet af amerikanske overnatninger inden for Airbnb er steget med 3 pct. fra 2017 til 2018 efter en markant stigning på 37 pct. fra 2016 til 2017.

Ses nærmere på, hvordan antallet af overnatninger fordeler sig mellem storby og kyst, finder otte ud af 10 amerikanske overnatninger sted i en af de fire danske storbyer.

Amerikanerne tegner sig for flest Airbnb-overnatninger i København og næstflest udenlandske overnatninger i Danmark efter Tyskland.

Amerikanske Airbnb-overnatninger i 2018 fordelt på kyst og storby samt storbyovernatninger fordelt på de fire danske storbyer

	Kyst	Storby	København	Aarhus	Aalborg	Odense
2018	73.423	304.907	286.374	11.550	2.566	4. 417
Andel	19 pct.	81 pct.	93 pct.	4 pct.	1 pct.	1 pct.

Turismeomsætning 2017

Marked	Turismeomsætning 2017 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turismeomsætning 2017
I alt	128.037	
Danmark	73.241	
Udland	54.796	
Tyskland	15.206	28%
Norge	8.106	15%
Sverige	7.407	14%
Storbritannien	3.619	7%
USA	3.403	6%
Holland	1.662	3%
Frankrig	1.457	3%
Italien	1.161	2%
Kina	855	2%
Spanien	759	1%
Schweiz	560	1%
Belgien og Luxembourg	482	1%
Finland	434	1%
Polen	423	1%
Canada	264	1%
Japan	257	1%
Indien	236	0,4%
Australien	226	0,4%
Østrig	202	0,4%
Rusland	183	0,3%
Irland	142	0,3%
Portugal	120	0,2%
Brasilien	118	0,2%
Sydkorea	110	0,2%
Grækenland	76	0,1%
Øvrige lande	7.329	13%

USA	Omsætning 2017 (mio. kr.)	Andel
Besøg m. betalt overnatning		
Hotel – ferie	1.029	36%
Hotel – forretning	938	33%
Feriecenter	18	1%
Camping	3	0%
Vandrerhjem	72	3%
Lejet feriehus	0	0%
Lystbåd	1	0%
Deleøkonomiske platforme	755	22%
Andre*	57	3%
I alt	2.873	57%
Besøg u. betalt overnatning		
I alt	2.466	43%

Note: Besøg u. betalt overnatning indeholder ferie med overnatning i eget eller lånt sommerhus eller hos familie/venner. Desuden indgår endagsturisme.

* Indeholder festival, krydstogt og bondegård

'0' angiver værdier <0,05 mio. kr. '-' angiver værdien 0.



Videncenter om turismen i Danmark

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på **LinkedIn** – *VisitDenmark Viden & Analyse*

Foto: Jo Selsing