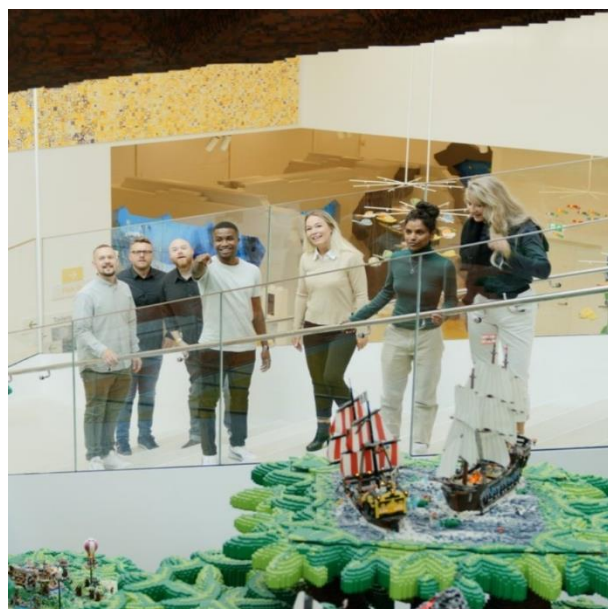




Det Nationale Turismeforum

Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne

Februar 2025

Statusanalysen af turismens udvikling og konkurrenceevne

Udarbejdet af VisitDenmark på vegne af Det Nationale Turismeforum

Udgivet af Det Nationale Turismeforum

Februar 2025

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	1
2. Turisme og bæredygtighed	4
2.1 Den globale dagsorden	7
2.2 Monitorering af bæredygtig turisme	7
2.3 Indikatorer for miljøcertificeringer af offentlige turismeorganisationer og overnatningssteder	8
2.3.1 Bæredygtigheds-certificeringer af offentlige turismeorganisationer	8
2.3.2 Bæredygtigheds-certificeringer af overnatningssteder og forlystelsesparker	9
2.4 Turismeintensitet og -densitet	9
2.5 Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme	14
2.5.1 Indikator for Danmark som miljøvenligt rejsemål	15
2.5.2 Internationale turisternes syn på bæredygtighed	15
2.5.3 Indikator for borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning	19
3. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne	221
3.1 Dansk turismes markedsposition	23
3.2 Dansk turismes konkurrenceevne	26
4 Status for turismeforbruget i Danmark	29
4.1 Turismeforbruget i Danmark i 2022	31
4.1.1 Indikator for turismeomsætningen i 2030	32
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 i dansk turisme	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 2023	44
5.2.1 Overnatninger fordelt på forretningsområder	45
5.2.2 Overnatninger i de danske destinationer	46
5.2.3 Overnatninger i de danske kommuner	47
5.2.4 Overnatninger fordelt på overnatningsformer	48
5.2.5 Overnatninger fordelt på nationalitet	49
5.2.6 Overnatninger booket via udlejningsplatforme	50
5.3 Vækst på hovedmarkeder og vækstmarkeder	53
5.4 Danmarks markedsandele	54
5.4.1 Storbyturismens markedsandele	56
5.4.2 Kyst- og naturturismens markedsandele	57
6. Vækstforventninger og kapacitet	60

6.1 Vækstforventninger og kapacitet	61
6.1.1 Vækst kræver kapacitet	62
6.2 Kapacitetsudnyttelse	63
6.2.1 Feriehuse.....	63
6.2.2 Hoteller	64
6.2.3 Feriecentre	67
6.2.4 Campingpladser	69
7 Kendskab til og tilfredshed med Danmark som feriedestination	73
7.1 Kendskab til Danmark	75
7.1.1 Kendskab til de fire store byer i Danmark	75
7.1.2 Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer	76
7.2 Rejseintentioner til de nordeuropæiske feriedestinationer	77
7.3 De internationale turisternes tilfredshed med ferien.....	79
7.3.1 Indikator for udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen	82
8 Forhold mellem pris og kvalitet	84
8.1 Prisniveauet i Danmark	85
8.2 Internationale turisternes oplevelse af pris og kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet	86
9 Transport og tilgængelighed	89
9.1 Transportmuligheder til Danmark og forskellige dele af landet	90
9.1.1 Flytrafik	91
9.1.2 Færgetrafik.....	92
9.1.3 Krydstogter	94
9.2 Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark.....	95
10 Konkurrencedygtigt turismeerhverv	98
10.1 Momssatser og -fradrag.....	100
10.1.1 Momsfradrag	100
10.2 Elpriser	101
10.3 Omsætning.....	102
10.4 Produktivitet	103
10.5 Arbejdsmarked.....	105
10.6 Medarbejderes tilfredshed	111
10.7 Overskud og investeringer	111
10.8 Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder	113
Appendiks til kapitel 2.....	115
Appendiks til kapitel 4.....	117
Appendiks til kapitel 10.....	121



1. Indledning

1. Indledning

Turismen skaber udvikling i by og land

Turismen i Danmark er med til at gøre det muligt at bo og leve i hele Danmark. Med turismen kommer der vækst og udvikling, fællesskaber og samlingssteder i hele landet – både i de store byer og der, hvor der er længere mellem husene. Turisternes forbrug skabte knap 146.000 arbejdspladser på tværs af Danmark ifølge VisitDenmarks seneste opgørelse fra 2022. Det kan mærkes i hele landet, og turismen bidrog i 20 kommuner til 10 pct eller mere af den samlede beskæftigelse. Betydningen er størst i de store feriehuskommuner i Vestjylland, Nordjylland, Djursland, Nordsjælland og Lolland samt ø-kommunerne, hvor turismen har en stor effekt på den samlede beskæftigelse. I 2023 udgjorde turismeforbruget 163,9 mia. kr., hvoraf 73,4 mia. kr. blev brugt af de udenlandske gæster, ifølge en foreløbig opgørelse fra VisitDenmark. Ud over at dette gør dansk turisme til et af de største eksporterhverv i Danmark, så er det høje forbrug med til at understøtte et væld af tilbud såsom restauranter, museer, events og øvrige fritidstilbud på tværs af landet. Det gælder ikke mindst i de fire storbyer, hvor lige under halvdelen af alt turismeforbrug fandt sted i 2023.

Turismeerhvervets flotte resultater er med til at gøre Danmark til et turismemæssigt fyrtårn set i en nordisk sammenhæng. Danmark havde i 2023 med 32,5 mio. udenlandske overnatninger næsten lige så mange udenlandske overnatninger som Sverige, Norge og Finland tilsammen (34,0 mio. overnatninger). Og fremgangen fra de seneste år er fortsat i 2024, hvor antallet af overnatninger i Danmark er højere end nogensinde før. Det er gode nyheder for Danmark, men den positive udvikling er ikke givet. Den internationale konkurrence om at tiltrække turister er massiv, og derfor er det vigtigt, at dansk turisme også fremover formår at udvikle og positionere sig i den internationalt. Derfor har regeringen i samarbejde med det Nationale Turismeforum i 2024 udarbejdet og lanceret en national turismestrategi, Veje til Bæredygtige turismevækst, der sætter retningen for den bæredygtige vækst i dansk turisme frem mod 2030 og igangsætter en række nye initiativer, der skal være med til at understøtte opnåelsen af strategiens målsætninger. Regeringen har samtidig valgt at afsætte 200 mio. kr. yderligere på finansloven for 2025 til en styrket turismeindsats. Alt sammen for at sikre en turisme, der også fremover kan bidrage til bæredygtig vækst, udvikling og liv i hele landet.

Udfordringer og muligheder for dansk turisme

Som en del af den nationale strategi har regeringen i samarbejde med det Nationale Turismeforum identificeret en række muligheder og udfordringer for den bæredygtige vækst i dansk turisme, der søges adresseret.

En fælles dansk fortælling - sammenhængende branding og markedsføring skal bidrage til vækst hele året

Selvom dansk turisme står et godt sted, kræver det fortsat en målrettet markedsføringsindsats at tiltrække flere turister uden for højsæsonen. Danmarks potentiale som rejsedestination hele året og bredt i hele Danmark skal synliggøres, så turismen i Danmark spredes geografisk og hen over året. Det kan være med til at skabe helårsjob, bedre lokale muligheder for bosætning og økonomisk vækst i hele landet samt understøtte andre erhverv, der leverer til turismeerhvervet.

Investeringer i hele landet - flere private investeringer skal styrke turismeudvikling uden for de store byer

Dansk turisme står på et solidt fundament, og de seneste år har budt på stigende efterspørgsel fra danske og udenlandske turister. Turismeerhvervet er dog særligt inden for kyst- og naturturismen udfordret af mangel på investeringer, som kan begrænse turismens muligheder for fortsat vækst. Bl.a. derfor har regeringen med landdistriktsudspillet fra august 2024 lagt op til at ændre planloven, så det bliver nemmere at investere i turismen uden for de store byer. Dette er der i oktober 2024 indgået en politisk aftale om i forligskredsen bag planloven. Dertil igangsættes en projektmodningsfond, der skal bidrage til at gøre nye turismeprojekter klar til at modtage investering.

En bred vifte af turismetilbud - kultur, events, outdoor og mødeturisme skal styrke det danske turismeprodukt

Der er stort potentiale forbundet med at styrke produktudviklingen i dansk turisme. Det gælder f.eks. på kultur, outdoor, møde- og eventområdet, der er et stort aktiv for dansk turisme. Disse områder bidrager også i høj grad til stærke lokalmiljøer over hele landet, og der er en tæt sammenhæng mellem et stærkt turismeprodukt og

udviklingen af et attraktivt lokalmiljø. Turisme og lokaludvikling går hånd i hånd.

Et fundament af viden og data - iværksætteri, digitalisering og data skal drive turismens innovation

Både i international og dansk turisme stilles der i dag stadig større krav til virksomhedernes innovation og digitalisering for at øge turismens konkurrenceevne, effektivitet og produktivitet. De danske turismeaktørers og turismevirksomheders adgang og evne til at udnytte data vil derfor også fremover være et vigtigt konkurrenceparameter i den internationale turisme.

Mennesker i midten - turismen skal styrkes i samspil med samfundet og understøtte social inklusion

Danskerne bakker op om turismen og har i høj grad blik for turismens positive effekter. Turismen bidrager til levedygtige lokalsamfund, og rundt om i Danmark høster lokale borgere fordele af investeringer og tilbud rettet mod turister. Samtidig har turismeerhvervet særligt vist sig i stand til bl.a. at indsluse ufaglærte og udsatte borgere på arbejdsmarkedet. Et fortsat fokus på at styrke samspillet med lokalsamfundene er derfor vigtigt.

Statusanalysens indhold

Statusanalysen 2024 fokuserer på udviklingen fra 2015-2023 og dækker kun 2024 på udvalgte områder. 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 samtlige ni indikatorer fra den nationale strategi, Veje til Bæredygtig Turismevækst, oktober 2024.



© Daniel Villadsen

2. Turisme og bæredygtighed

2. Turisme og bæredygtighed

Opsummering

Bæredygtighed og den nationale strategi

- I den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme er en indikator om, at Danmark i 2030 skal ligge nr. 1 blandt landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål.
- I den seneste analyse fra foråret 2024 lå Danmark nr. 3 i konkurrentfeltet. Danmarks placering er uændret i forhold til 2020, 2021, 2022 og 2023.
- Den nationale strategi for bæredygtig vækst har også mål med for udbredelsen af certificeringer af såvel nationale turismeorganisationer som overnatningssteder og forlystelsesparker.
- Ultimo 2024 var seks af de 19 destinationsselskaber i Danmark certificerede. Desuden var 18 pct. af overnatningsstederne certificerede og 50 pct. af de danske forlystelsesparker.

Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme

- Mellem 18 pct. og 40 pct. af befolkningerne i Danmark, Tyskland, Norge, Sverige og Nederlandene forventer, at bæredygtige hensyn vil påvirke deres fremtidige rejsevalg. Det er 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 2023 til 2024 i Nederlandene, mens den steg signifikant i Norge og Sverige. Andelen var uændret i Tyskland og Danmark.
- Mellem 42 pct. og 47 pct. af befolkningerne i Greater 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 2023 til 2024 i både Milano og Greater London, men faldet i Rom og Paris.
- 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 Danmark. Niveauet i 2024 er under niveauet i 2023. Andelen, der mener, at turismen skaber lige så mange positive som negative konsekvenser for Danmark, er steget fra 2023 til 2024.
- 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 (UN Tourism) 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 2023 var turismeintensiteten (overnatninger pr. indbygger) størst i Fanø Kommune med 258 overnatninger pr. indbygger.
- I 2023 var turismedensiteten (overnatninger pr. km²) størst i Københavns Kommune med 117.359 overnatninger pr. km².

I oktober 2024 lancerede regeringen den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, "Veje til bæredygtig turismevekst", 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 2023 følges der op på de ni indikatorer, der er opstillet under de tre pejlemærker, jf. tabellen nedenfor.

Tabel 1 Opfølgning på pejlemærker

Pejlemærke	Indikator*	Opfølgning
Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark	Turismeomsætningen i Danmark skal nå 200 mia. kr.	152,6 mia. kr. i 2022, foreløbigt opgjort til 163,9 mia. kr. i 2023. 2023 estimeres til at ligge 4,2 mia. kr. over vækstkurven.
	Dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger	63,7 mio. i 2023, hvilket er over vækstkurven mod målet om 74. mio. overnatninger i 2030.
	Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 70 pct. af overnatningerne i 2030	65 pct. af overnatninger var uden for højsæsonen i 2023. I 2022 lå andelen på 64 pct.
Tilfredse turister, borgere og medarbejdere	Danmark skal ligge i top-3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisternes overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet	Danmark lå på en fjerdeplads i 2024 ligesom i 2022 og 2023.
	80 pct. af danskerne skal opfatte turismens betydning som positiv for de danske samfund	74 pct. af danskerne havde en overordnet positiv opfattelse af turisme i 2024. I 2023 lå andelen på 78 pct.
	Mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed	70 pct. af medarbejdere i turismeerhvervet var tilfredse med deres job som helhed i 2023. I 2021 lå andelen på 74 pct.
Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk	Alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificerede	To ud af fire nationale turismeorganisationer og seks af 19 destinationsselskaber er ultimo 2024 GTO-certificerede.
	70 pct. af alle overnatningssteder og forlystelsesparker i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede	18 pct. af overnatningsstederne i Danmark er certificerede. ¹
	Danmark skal ligge nr. 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål	50 pct. af de danske forlystelsesparker er Green Attraction-certificerede. ²
		Danmark ligger på en tredjeplads. Niveaulet har været uændret siden 2020.

¹ Status er pr. 31. december 2023 og omfatter hoteller, vandrerhjem og feriecentre med flere end 40 senge og campingpladser med flere end 70 enheder. Følgende certificeringsordninger er inkluderet: EU-Blomsten, Green Key, Svanen og Green Camping.

Status er pr. 31. december 2024 og omfatter medlemmerne af FED (Foreningen af forlystelsesparker i Danmark).

2.1 Den globale dagsorden

Pandemien satte en stopper for fremgangen i turisme, og i de efterfølgende år faldt antallet af globale internationale turismeankomster til 407.000 i 2020 og 458.000 i 2021. I 2022 steg antallet af internationale turistankomster til 975 mio. og i 2023 til 1.304 mio. Antallet af globale internationale ankomster forventes at nå 2019-niveauet i 2024.³

De seneste årtiers fremgang i turismen og forventningerne om fortsat vækst frem mod 2030 har øget den internationale opmærksomhed på turismens potentielt negative effekter på miljø og lokalsamfund. Samtidig anerkendes det, at turisme er en kilde til vækst og beskæftigelse 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 bidrage til at opnå disse mål inden for de tre dimensioner af bæredygtig udvikling: økonomisk, social og miljømæssig. Særligt målene om økonomisk vækst, anstændige jobs, ansvarligt forbrug, ansvarlig produktion samt bæredygtige byer og lokalsamfund er relevante for turismeerhvervet.

Bæredygtighed har stor betydning for udviklingen af fremtidens turisme, og der ses en øget bevidsthed om turismens indvirkninger på lokalsamfund, klima, miljø og natur.

FN's internationale turismeorganisation (UN Tourism) 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."*⁴ For at favne de forskellige dimensioner af bæredygtig turisme arbejder UN Tourism med en tredobbelt bundlinje i forhold til bæredygtig turisme:

- **Økonomiske forhold** herunder bl.a. beskæftigelse og indtægter forbundet med turismen.
- **Sociale forhold** herunder bl.a. presset på lokalområder og lokalbefolkningens tilfredshed med og opbakning til turismen.
- **Miljømæssige forhold** herunder bl.a. turismens effekt på energiforbrug og CO₂-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 dimensioner af bæredygtighed. Vidensindsamling og -deling samt monitorering indgår derfor i verdensmål nr. 17, partnerskaber for handling.

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

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

Som en del af arbejdet med at etablere indikatorer for turismens sociale bæredygtighed er der i Metodeudvalget under Det Nationale Turisめforum 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 data indhentet for første gang, og undersøgelsen blev gentaget i efteråret 2022, 2023 og 2024. Resultaterne præsenteres i afsnit 2.5.3.

³ Kilde: Tourism Economics.

⁴ Kilde: UN Tourism

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 offentlige turismeorganisationer i Danmark, og den anden omhandler overnatningsstederne i Danmark.

2.3.1 Bæredygtigheds-certificeringer af offentlige turismeorganisationer

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

De nationale turismeorganisationer tæller fire selskaber: VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Storbyturisme og Dansk Erhvervs- og Mødeturisme. To af disse, VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme, er GTO-certificeret, jf. tabel 2.

Destinationsselskaberne består af i alt 19 selskaber. Seks af disse er ved udgangen af 2024 GTO-certificerede, jf. tabel 2.

Tabel 2 GTO-certificerede udviklings- og destinationsselskaber

Udviklings-/destinationsselskab	GTO-certificeret
Nationalt niveau:	
VisitDenmark	Ja
Dansk Kyst- og Naturturisme	Ja
Dansk Erhvervs- og Mødeturisme	Undersøges ⁵
Dansk Storbyturisme	Undersøges ⁶
Decentralt niveau: 19 destinationsselskaber	
Wonderful Copenhagen	Ja
Destination Himmerland	Ja
Destination Nord	Ja
Destination Fyn	Ja
VisitAarhus	Ja
Destination Vesterhavet	Ja
Destination Sønderjylland	På vej ⁶
Destination Kystlandet	På vej ⁶
Destination Sjælland	På vej ⁶
Visit Lolland-Falster	På vej ⁶
Visit Nordsjælland	På vej ⁶

⁵ Dansk Erhvervs- og Mødeturisme MeetDenmark og Dansk Storbyturisme har domicil i Wonderful Copenhagen, som er certificeret, hvorfor det undersøges, hvorvidt de er omfattet af denne certificering.

⁶ Certificeringen er en del af Danske Destinationers Bæredygtige destinationer i praksis 2.0

Destination Bornholm	På vej ⁶
Destination Limfjorden	På vej ⁶
Destination Vadehavskysten	På vej
Destination Fjordlandet	På vej ⁶
VisitHerning	På vej ⁶
Destination Sydsjælland & Møn	På vej ⁶
Destination Trekantområdet	På vej ⁶
Destination Nordvestkysten	På vej

2.3.2 Bæredygtighedscertificeringer af overnatningssteder og forlystelsesparker

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

Bæredygtighedscertificeringer af overnatningssteder

I 2023 blev der nedsat en task force for certificeringsordninger, der skulle komme med anbefalinger til både hvilke overnatningsformer og hvilke certificeringsordninger, der skal være omfattet af indikatoren. Det blev besluttet at inkludere:

- Overnatningsformer: Dem, der er omfattet af Danmarks Statistiks månedlige overnatningstal eksklusive lystbådehavne og feriehuse⁷.
- Certificeringer: Dem, der lever op til ISO-14024, hvilket på målingens tidspunkt var: EU-Blomsten, Green Key, Svanemærket og Green Camping⁸.

Ses på overnatningssteder i Danmark er 18 pct. med udgangen af 2024 certificeret med et af de nævnte mærker. Feriecentre, vandrerhjem og campingpladser trækker ned i opgørelsen., mens hoteller trækker op. Fokuseres alene på hotellerne er 34 pct. certificerede med de pågældende mærker. Det er især de større hoteller, der er certificerede. Ses i stedet på antallet af certificerede hotelværelser er andelen således oppe på 50 pct. certificeringer med ovennævnte ordninger.

Bæredygtighedscertificeringer af forlystelsesparker

Som noget nyt er der medtaget en indikator for de danske forlystelsesparker, da 70 pct. af alle forlystelsesparker i Danmark skal i 2030 være bæredygtighedscertificerede jf. den nye strategi.

Med udgangen af 2024 er seks ud af 12 forlystelsesparker certificerede. Den primære certificeringsordning, der benyttes af forlystelsesparkerne er Green Attraction.

2.4 Turismeintensitet og -densitet

Turismeintensitet og -densitet er indikatorer for bæredygtig turisme og udtryk for henholdsvis antal overnatninger pr. indbygger og antal overnatninger pr. arealstørrelse (km²). Disse kan ses som udtryk for et lokalsamfunds afhængighed af turismen og spidsbelastningen, hvilket kan have betydning for opbakningen bl.a. borgerne.

⁷ Der eksisterer ikke på nuværende tidspunkt en certificeringsordning for feriehuse. I løbet af første kvartal 2025 lanceres mærkningsordningen Koglemærket - fokus på energi, som skal bidrage til optimeret brug og drift af feriehuse. Dertil lanceres en opdateret og videreudviklet version af DGNB Villa, så den nu rummer bygningstypen feriehuse (renovering og nybyggeri).

⁸ De fire ordninger lever op til kravene fra ISO 14024, som også EU har haft som en rettesnor og som forventes at blive et af de centrale minimumskrav i den kommende Green Claim-direktiv. Partnerskabet arbejder pt. med at afklare, hvorvidt flere øvrige ordninger som anvendes i dansk turisme kan omfattes, og lever op til ISO 14024-kravene som eksempelvis Green Globe, B-Corp, ISO-20121 og Green Stay, og listen forventes derfor løbende at blive opdateret og udvidet.

Tabel 3 viser udviklingen i turismeintensitet (antal overnatninger pr. indbygger) i de 19 danske destinationsselskaber fra 2019 til 2023 og fra 2022 til 2023. I alle årene havde Destination Vesterhavet det højeste antal overnatninger pr. indbygger blandt de 19 destinationsselskaber efterfulgt af Destination Bornholm. Fra 2022 til 2023 steg turismeintensiteten i 6 af de 19 destinationsselskaber, mens den faldt i 12. I Destination Sydsjælland var niveauet uændret.

I 2022 lå turismeintensiteten over 2019-niveauet i alle destinationsselskaber undtagen i VisitNordsjælland, hvor niveauet var det samme i 2019 som i 2023.

Tabel 3 Turismeintensitet i de 19 danske destinationsselskaber i 2019-2023 samt udvikling i pct. fra 2019-2023 og 2022-2023

Destinationsselskab	Overnatninger pr. indbygger					Udvikling (pct.)	
	2019	2020	2021	2022	2023	2019-2023	2022-2023
Destination Vesterhavet	81,5	71,8	80,5	96,9	98,1	20%	1%
Destination Bornholm	42,6	40,4	46,4	45,4	42,8	1%	-6%
Destination NordVestkysten	25,9	25,0	27,7	28,9	27,8	7%	-4%
VisitLollandFalster	18,0	17,4	19,3	21,2	22,1	23%	4%
Destination Sønderjylland	18,5	17,0	18,9	21,7	21,6	17%	0%
Destination Vadehavskysten	12,0	10,2	11,2	12,8	12,7	5%	-1%
Destination Himmerland	10,8	10,4	11,2	12,2	12,0	11%	-2%
Destination Trekantområdet	10,9	7,0	8,4	12,2	11,8	8%	-3%
Destination Limfjorden	9,5	9,6	10,9	11,9	11,0	16%	-7%
Destination Nord	8,6	7,5	8,2	9,3	9,1	6%	-2%
Destination Fyn	7,6	7,0	8,0	8,1	8,4	10%	3%
Wonderful Copenhagen	7,0	2,7	4,0	7,3	8,1	15%	10%
Visit Sydsjælland og Møn	5,7	5,5	5,8	5,9	6,1	8%	5%
VisitNordsjælland	5,9	5,5	5,9	5,9	5,9	0%	-1%
Aarhusregionen	5,3	4,8	5,5	6,0	5,8	9%	-4%
Destination Kystlandet	5,3	5,1	5,6	6,0	5,8	9%	-3%
Destination Sjælland	3,6	3,4	3,7	3,7	3,7	2%	-1%
VisitHerning	2,5	1,5	1,7	2,5	2,7	8%	7%
Destination Fjordlandet	2,5	1,9	2,3	2,8	2,6	4%	-6%
Hele landet	9,6	7,6	8,8	10,6	10,7	11%	1%

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Tabel 4 viser udviklingen i turismedensiteten i de 19 danske destinationsselskaber fra 2019 til 2023. Turismedensiteten er defineret som det samlede antal overnatninger i et år pr. kvadratkilometer af destinationens areal. I 2023 lå turismedensiteten over 2019-niveauet i alle destinationsselskaberne undtagen i Destination Bornholm, hvor niveauet var det samme i 2023 som i 2019. I 6 ud af 19 destinationer var niveauet i 2023 over 2022-niveauet, mens niveauet i 12 af de 19 destinationer i 2023 lå lavere end i 2022. I VisitNordsjælland var niveauet i 2023 det samme som i 2022.

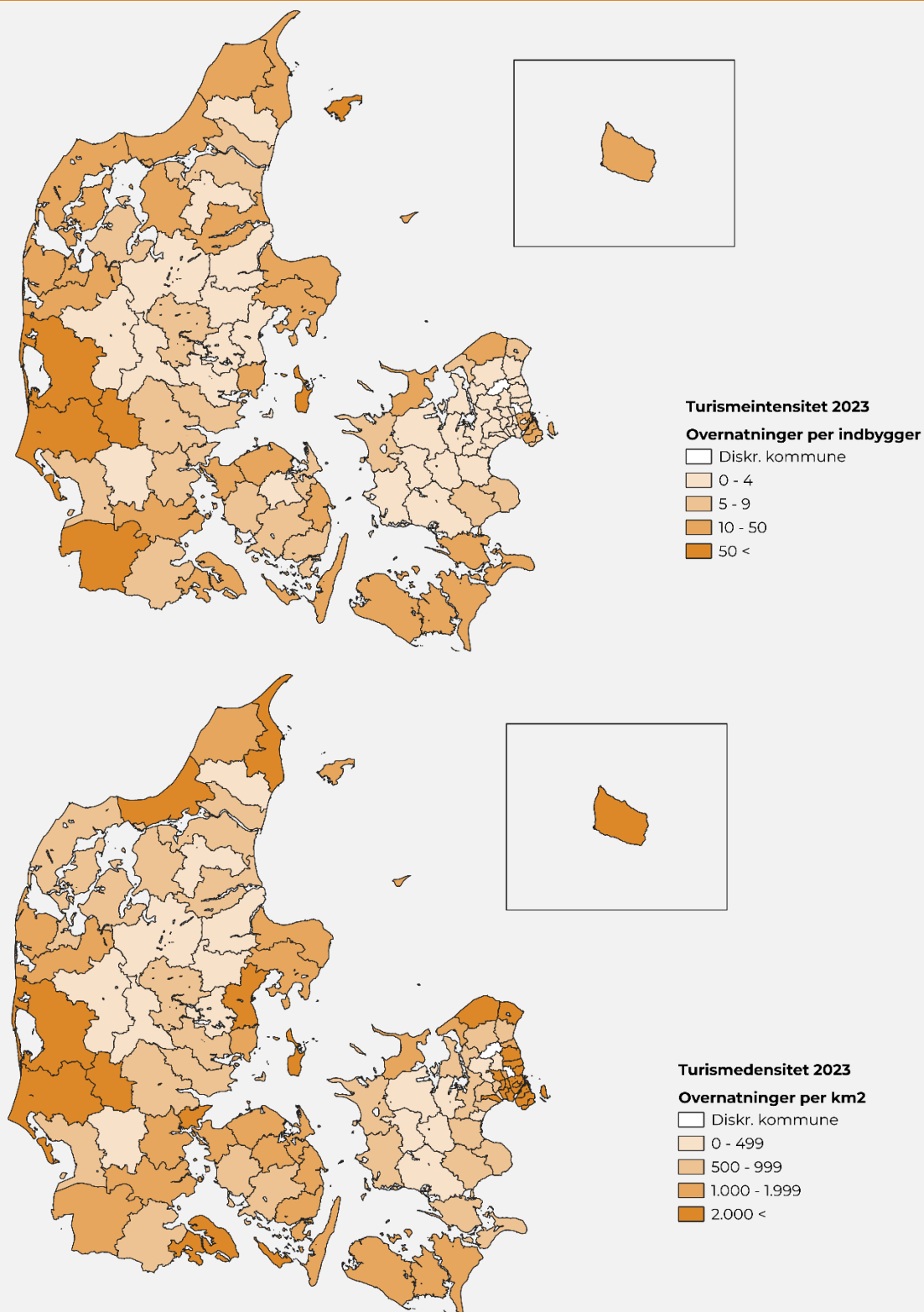
Tabel 4 Turismedensitet i de 19 danske destinationsselskaber i 2019-2023 samt udvikling i pct. fra 2019-2023 og 2022-2023

Destinationsselskab	Overnatninger pr. km2				Udvikling (pct.)		
	2019	2020	2021	2022	2023	2019-2023	2022-2023
Wonderful Copenhagen	11.287,7	4.417,4	6.419,3	12.043,8	13409,8	19%	11%
Destination Vesterhavet	3.214,5	2.813,4	3.152,7	3.810,9	3.848,3	20%	1%
Destination Bornholm	2.868,6	2.715,3	3.125,4	3.071,9	2.874,4	0%	-6%
Destination Vadehavskysten	1.761,2	1.483,1	1.628,8	1.869,1	1.849,2	5%	-1%
Destination NordVestkysten	1.403,1	1.350,6	1.489,2	1.561,3	1.494,4	7%	-4%
Destination Trekantområdet	1.336,4	862,5	1.036,0	1.532,6	1.492,7	12%	-3%
Destination Sønderjylland	1.217,6	1.114,3	1.234,1	1.425,4	1.417,4	16%	-1%
VisitNordsjælland	1.329,3	1.240,4	1.363,2	1.378,0	1.374,5	3%	0%
VisitLollandFalster	1.030,3	981,8	1.089,0	1.190,6	1.231,9	20%	3%
Destination Fyn	1.093,8	1.011,4	1.156,1	1.184,8	1.218,2	11%	3%
Destination Nord	1.063,8	934,1	1.028,5	1.174,9	1.150,1	8%	-2%
Aarhusregionen	751,3	683,9	793,2	875,7	851,1	13%	-3%
Destination Kystlandet	661,0	638,8	712,8	776,6	756,6	14%	-3%
Destination Limfjorden	644,5	642,6	728,9	793,4	729,5	13%	-8%
Destination Fjordlandet	583,6	440,5	533,3	665,9	629,3	8%	-6%
Destination Himmerland	573,3	547,5	585,8	643,7	628,5	10%	-2%
Visit Sydsjælland og Møn	549,4	526,6	567,4	575,4	604,3	10%	5%
Destination Sjælland	411,3	380,4	417,1	427,8	424,4	3%	-1%
VisitHerning	159,6	98,5	109,9	163,5	175,9	10%	8%
Hele landet	1.311,8	1.042,7	1.204,6	1.471,2	1.491,0	14%	1%

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Figur 1 viser turismeintensiteten og -densiteten i de danske kommuner i 2023.

Figur 1 Turismeintensitet og -densitet i de danske kommuner, 2023



Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Samlet set var turismeintensiteten i Danmark 10,7 overnatninger pr. indbygger i 2023 mod 10,6 i 2022. Til sammenligning var turismeintensiteten i Sverige 6,5 overnatninger pr. indbygger i 2023, i Norge var den på 6,7 overnatninger pr. indbygger, og i Nederlandene var den 7,9 overnatninger pr. indbygger.⁹

Turismedensiteten i Danmark var 1.491 overnatninger pr. km² i 2023 mod 1.471 i 2022. Variationer kommunerne imellem var ganske store. I 2023 havde Fanø Kommune den højeste turismeintensitet med 258 overnatninger pr. indbygger, jf. Tabel 5, mens Københavns Kommune havde den højeste turismedensitet med 117.359 overnatninger pr. km².

Tabel 5 viser top-10 kommuner målt på henholdsvis turismeintensitet og turismedensitet i 2023 samt placering i forhold til 2022. Fra 2022 til 2023 rykkede Langeland Kommune en plads op i top-10 over turismeintensitet.

Tabel 5 Turismeintensitet og -densitet i kommuner, top-10 i 2023 samt placering i forhold til 2022

Top 10 kommuner							
Turismeintensitet 2023				Turismedensitet 2023			
Overnatninger pr. indbygger				Overnatninger pr. km²			
1	-	Fanø	258	1	-	København	117.359
2	-	Varde	108	2	-	Frederiksberg	29.258
3	-	Ringkøbing-Skjern	90	3	-	Fanø	15.160
4	-	Læsø	87	4	(*)	Rødovre	12.372
5	-	Samsø	76	5	(-1)	Tårnby	12.127
6	-	Billund	60	6	(-1)	Dragør	6.249
7	-	Tønder	56	7	(*)	Glostrup	5.244
8	-	Jammerbugt	46	8	-	Brøndby	4.643
9	-	Lemvig	46	9	(-2)	Helsingør	4.548
10	(1)	Langeland	44	10	(-4)	Varde	4.352

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger. *Antallet af overnatninger i disse to kommuner var diskretioneret i 2022 og derfor er sammenligning med 2022 ikke muligt.

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.

I første halvdel af 2021 etablerede Metodeudvalget¹⁰ 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.¹¹ Undersøgelsen gennemføres 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 2024 en international måling med fokus på blandt andet bæredygtighed blandt godt 5.000 borgere i Tyskland, Norge, Sverige og 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 med deltagelse af flere end 1.500 danskere. Formålet med analyserne var at afdække turisternes forventninger til deres

⁹ Kilde: Statistisk Sentralbyrå, Tillväxtverket, Centraal Bureau voor de Statistiek

¹⁰ Metodeudvalget består af repræsentanter fra VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, Danmarks Statistik, Wonderful Copenhagen, Aarhusregionen og Center for Regional- og Turismeforskning,

¹¹ Rapporten kan findes via dette link: <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/danskernes-opbakning-til-turismen-i-danmark>

egen rejseadfærd fremadrettet, betydningen af bæredygtighed for destinationsvalg og adfærd på feriedestination samt Danmarks image som et bæredygtigt rejsemål. 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.

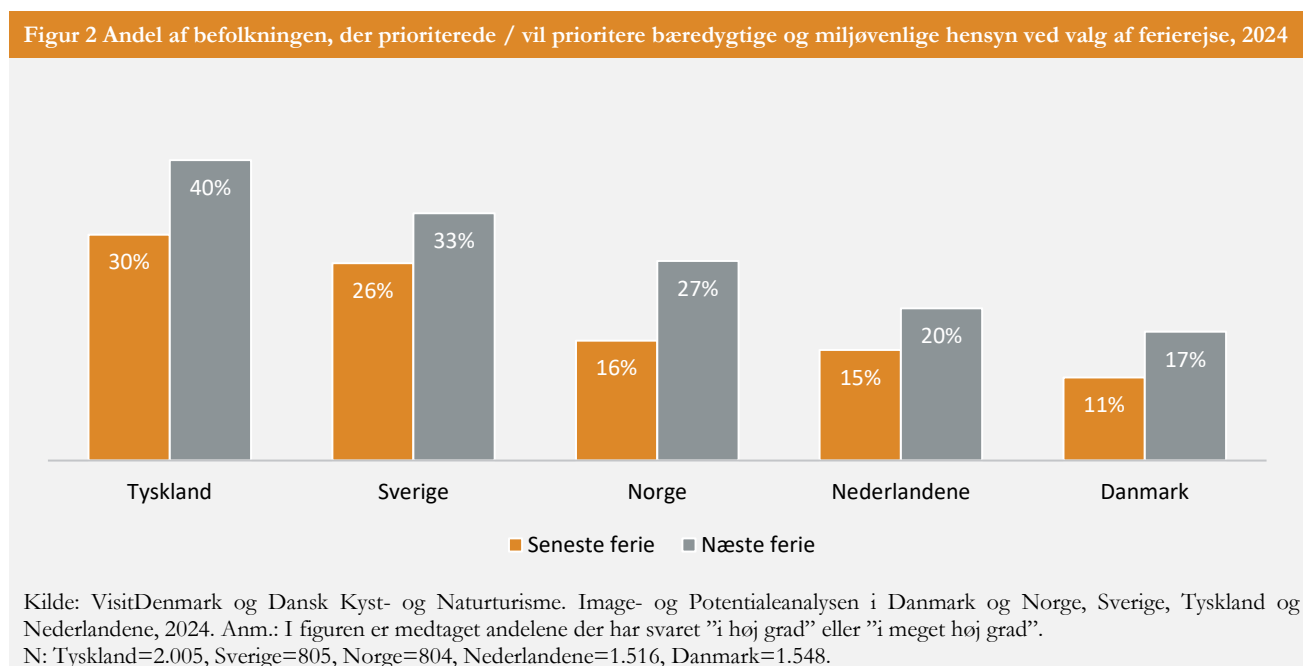
2.5.1 Indikator for Danmark som miljøvenligt rejsemål

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 2024 lå Danmark nr. 2 i Norge og nr. 3 i Tyskland, Sverige og Nederlandene i det nordeuropæiske konkurrencefelt, når det gjaldt opfattelsen af Danmark som et miljøvenligt rejsemål.¹² Samlet lå Danmark på en tredjeplads blandt respondenterne fra de fire markeder. Der er således et stykke vej op til målet for 2030.

2.5.2 Internationale turisternes syn på bæredygtighed

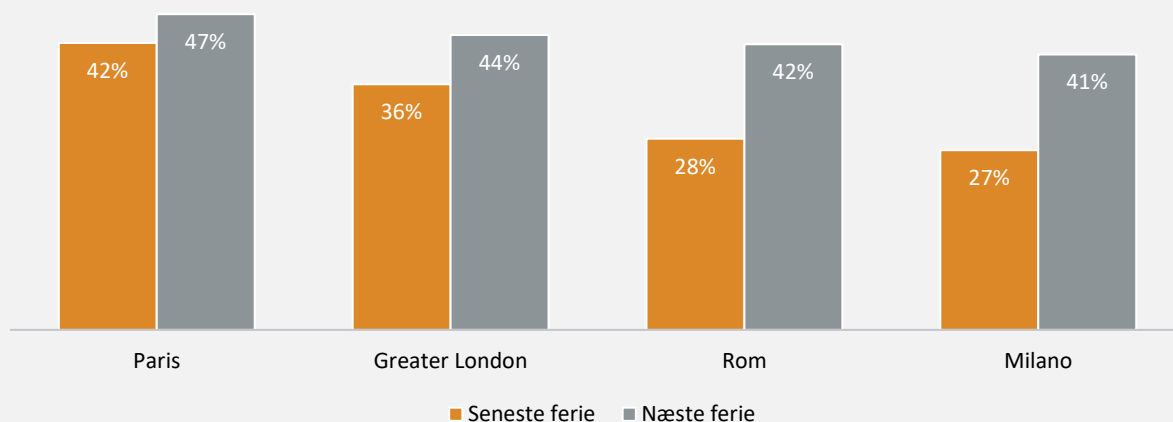
VisitDenmarks analyse fra foråret 2024 tydede på, at bæredygtighed fortsat var et vigtigt rejsemotiv for mange. Der var således færre, der tilkendegav, at bæredygtige og miljøvenlige hensyn havde betydning for valget af seneste udenlandsferie, og end andelen, der vil medtænke det næste gang, der skal vælges feriedestination i udlandet.



I Tyskland prioriterede tre ud af ti bæredygtige og miljøvenlige hensyn højt eller meget højt, da de valgte deres seneste udlandsdestination, mens fire ud af ti angav, at de ville medtænke bæredygtige og miljøvenlige hensyn næste gang, de skulle vælge feriedestination i udlandet. Også på de øvrige markeder sås en større andel, der ville prioritere bæredygtige og miljøvenlige hensyn i valget af næste udlandsferiedestination sammenlignet med andelen, der prioriterede det ved valg af deres seneste feriedestination. Andelen der prioriterede bæredygtige og miljøvenlige hensyn da de valgte deres seneste udlandsdestination er dog uændret i perioden 2022-2024, til trods for det høje andel, der angav at ville prioritere bæredygtighed ved deres næste rejse.

¹² Kilde: VisitDenmarks internationale image- og potentialeanalyse 2024. Udvalgte resultater fra undersøgelsen kan læses her <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/analyser/kendskab-attraktivitet-og-rejselyst>

Figur 3 Andel af befolkningen, der prioriterede / vil prioritere bæredygtighed og miljøvenlige hensyn ved valg af ferierejse (metropoler), 2024

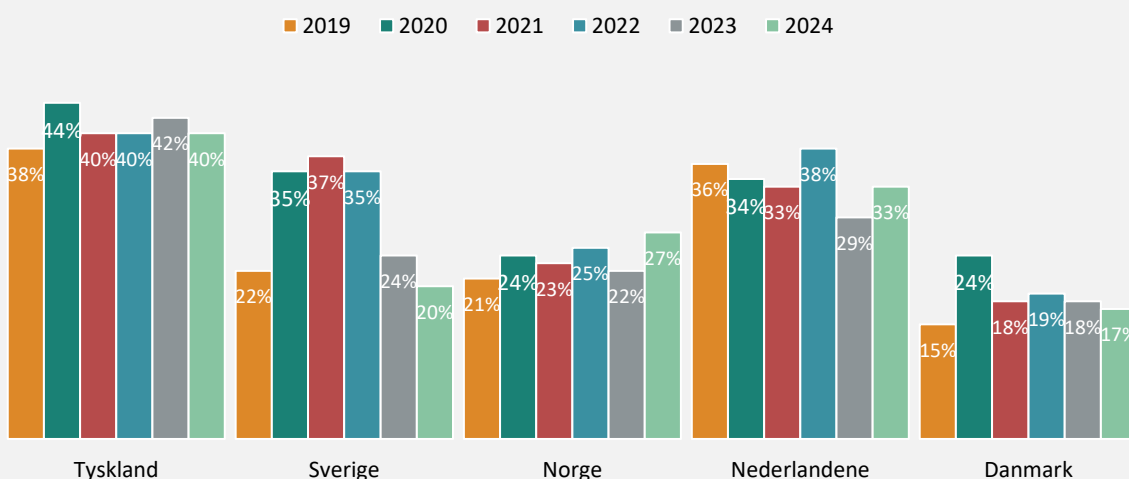


Kilde: VisitDenmark. Image- og Potentialeanalysen i udvalgte europæiske storbyer, 2024.
 Anm.: I figuren er medtaget andelen der har svaret ”i høj grad” eller ”i meget høj grad”.
 N: Paris=1.040, London=1.021, Milano=1.002, Rom=1.049.

Blandt borgerne i Paris medtænkte flest bæredygtighed i forbindelse med valg af seneste rejse (42 pct.), og 47 pct. ville have det med i overvejelserne næste gang, de skulle vælge udlandsferiedestination. I alle metropoler oversteg andelen, der ville medtænke bæredygtige og miljøvenlige hensyn fremadrettet, andelen der medtænkte det ved valg af seneste udlandsdestination.

Figur 4 og Figur 5 viser andelen, der tilkendegav, at de ville prioritere bæredygtige og miljøvenlige hensyn i forbindelse med fremtidige valg af feriedestinationer i udlandet i perioden fra 2019 til 2024.

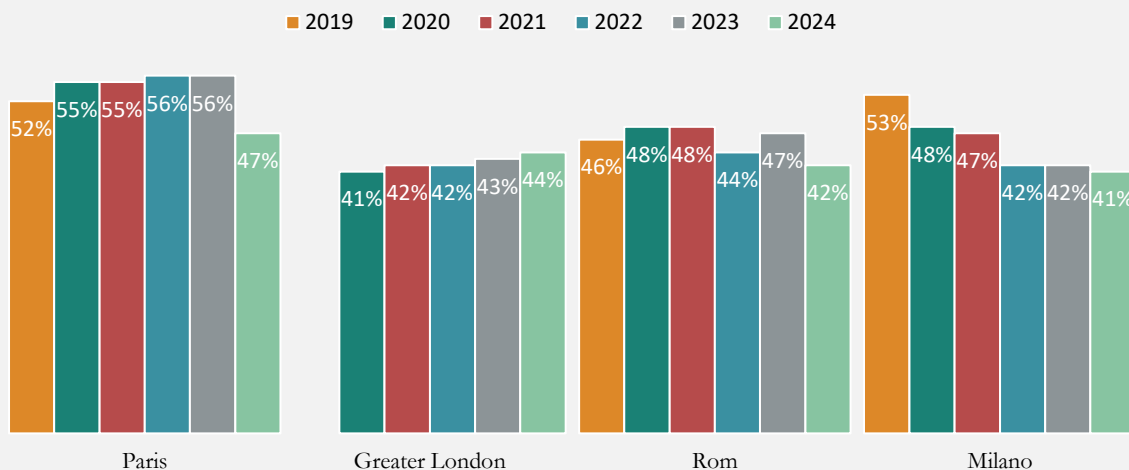
Figur 4 Andel af befolkningen, der vil prioritere bæredygtighed ved valg af næste ferierejse



Kilde: VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme. Image- og Potentialeanalysen i Danmark og Norge, Sverige, Tyskland og Nederlandene, 2019-2024.
 Anm.: I figuren er medtaget andelen der har svaret ”i høj grad” eller ”i meget høj grad”.
 N: Tyskland=2.005, Sverige=805, Norge=804, Nederlandene=1.516, Danmark=1.548.

I Tyskland angav fire ud af ti borgere i 2024, at de ville prioritere bæredygtighed i valget af næste udlandsrejse. Andelen var uændret i forhold til 2023. I Sverige var der fra 2023 til 2024 et signifikant fald i andelen af turister, der angav at ville prioritere bæredygtighed ved en kommende ferie, mens andelen steg signifikant i både Norge og Nederlandene.

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



Kilde: VisitDenmark. Image- og Potentialeanalysen i udvalgte europæiske storbyer, 2019-2024.

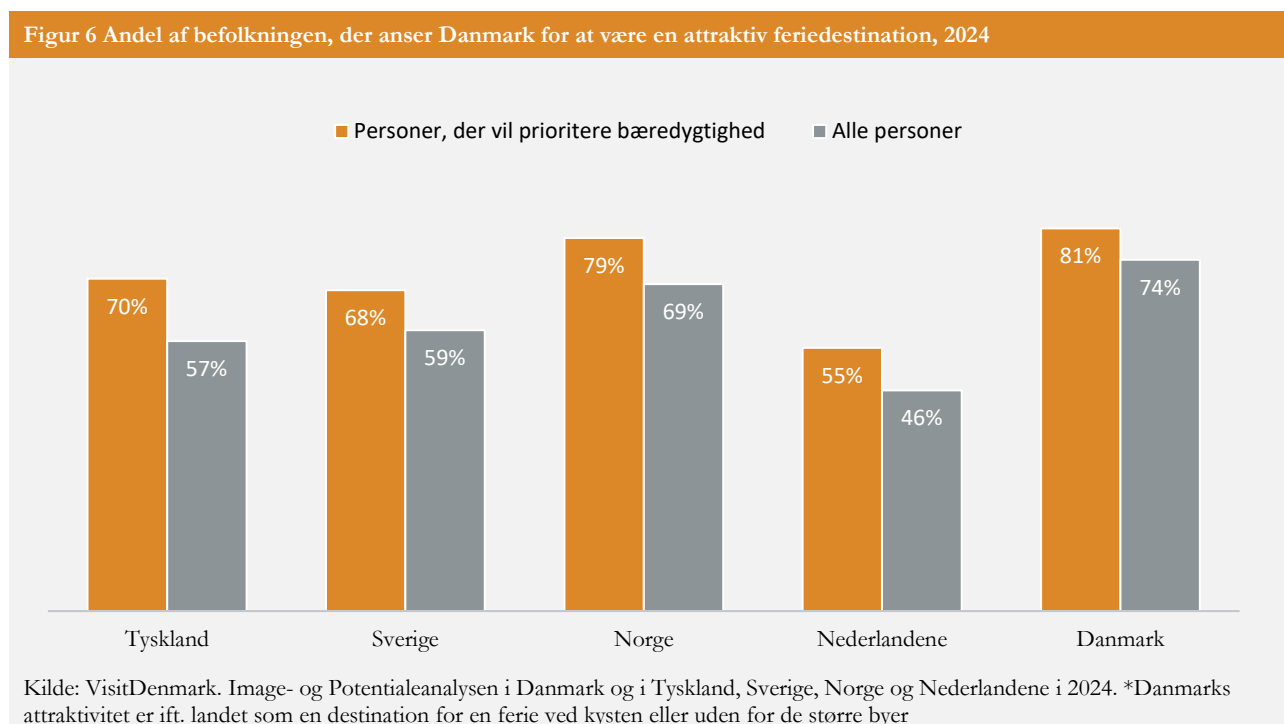
Anm.: I 2019 blev dataindsamlingen i Storbritannien gennemført i hele landet, mens fokus i 2020 og 2021 udelukkende er på Greater London. Der er således ikke sammenlignelige data fra 2019.

Anm.: I figuren er medtaget andelen der har svaret ”i høj grad” eller ”i meget høj grad”.

N: Paris=1.040, London=1.021, Milano=1.002, Rom=1.049.

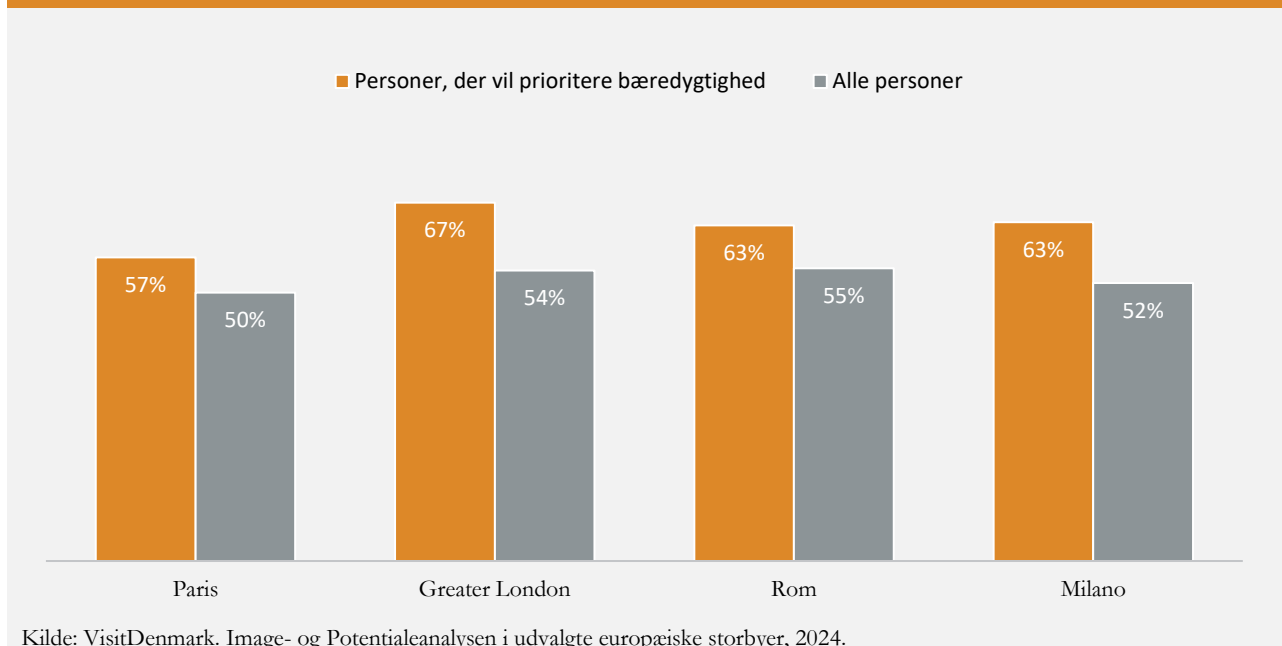
I Paris angav 47 pct., at de ville prioritere bæredygtighed i forbindelse med valget af næste rejse. Det tilsvarende gjorde sig gældende for godt fire ud af ti i Greater London, Milano og Rom. I Greater London og Milano var andelen, der ville prioritere bæredygtighed ved valg af næste rejse, på samme niveau som i 2023. I Paris og Rom faldt andelen signifikant fra 2023 til 2024.

Danmark blev generelt vurderet som en attraktiv feriedestination især blandt turister, der ville prioritere bæredygtighed på en kommende ferie, jf. Figur 6. Fra 2023 til 2024 steg andelen, der vurderede Danmark som en attraktiv feriedestination, på alle markeder. Andelen, der ville prioritere bæredygtighed på næste rejse og anså Danmark for at være en attraktiv feriedestination, lå i 2024 over niveauet i 2023 i Danmark, Tyskland og Sverige, mens niveauet var uændret i Nederlandene.



Blandt befolkningerne i de fire europæiske storbyer anså hver anden eller flere i 2024 Danmark for at være en attraktiv feriedestination. Ses 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 i 2024 under 2023-niveauet i Milano og på samme niveau som i 2023 i Rom, Paris og Greater London. Blandt dem, der ville prioritere bæredygtighed, var andelen i 2024 på niveau med i 2023 i Rom, Greater London og Paris og under niveau i Milano.

Figur 7 Andel af befolkningen, der anser Danmark for at være en attraktiv feriedestination (metropoler), 2024



I det nordeuropæiske konkurrentfelt lå Danmark højt på parametrene *en destination med natur, strand og hav, et familie- og børnevenligt rejsemål, gode muligheder for at cykle og venlig og imødekommende befolkning*. De nordiske lande blev alle vurderet højt på parametre vedrørende bæredygtighed.

Da danskerne valgte feriedestination, var det vigtigt for tre ud af fire, at destinationens turisme tog hensyn til stedets lokale kultur. Samtidig følte to tredjedele et ansvar for at beskytte miljøet i det land, som de besøgte, og seks ud af ti anså det som vigtigt, at de penge, de brugte på ferien, gavnede lokalsamfundet snarere end en international virksomhed. Hver femte dansker overvejede at rejse mindre til udlandet af hensyn til miljøet, mens knap tre ud af ti oplevede, at miljøvenlige valg på ferien var dyre.

Læs mere i publikationen Dansk Image- og Potentialeanalyse 2024 på <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncercenter/dansk-image-og-potentialeanalyse>.

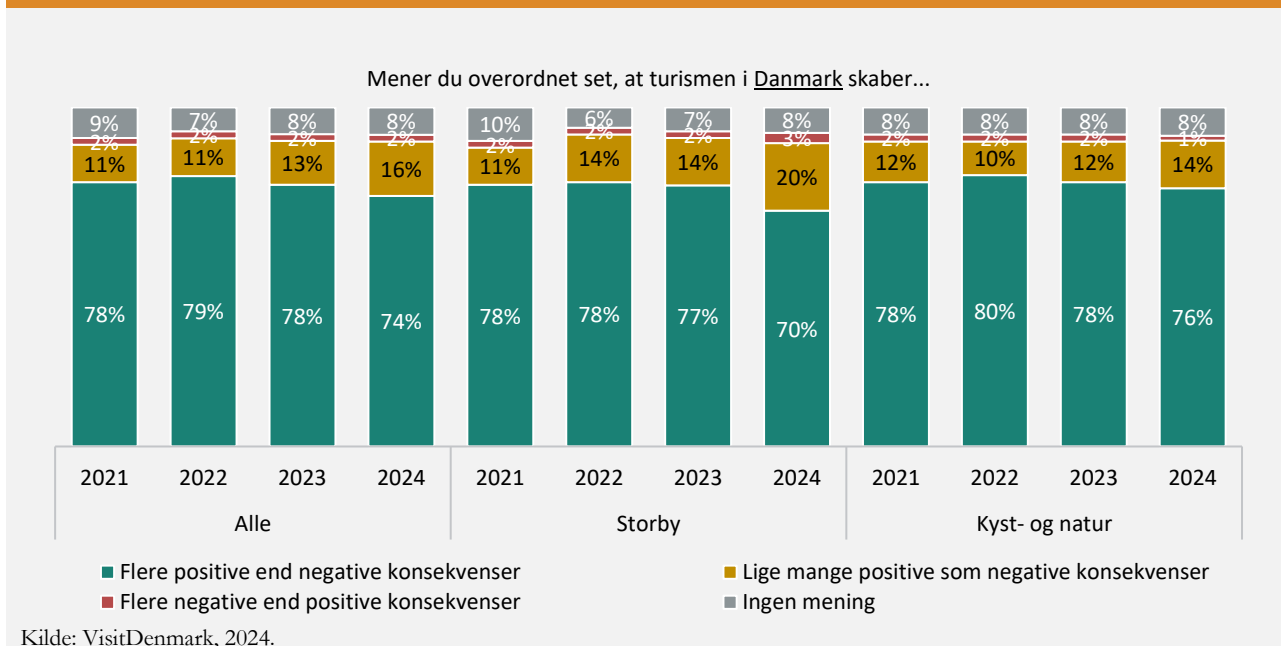
2.5.3 Indikator for borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning

En af indikatorerne i den nationale strategi for bæredygtig vækst er, at 80 pct. af borgerne skal opfatte turismens betydning som positiv for det danske samfund.

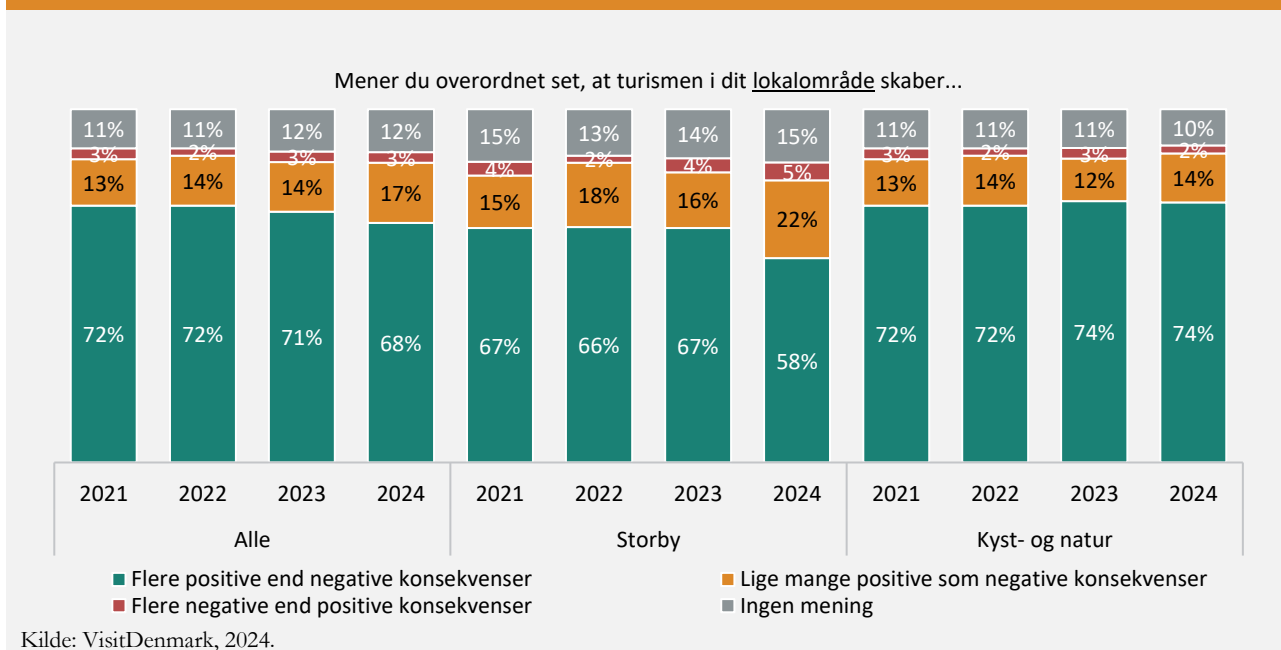
Overordnet set vurderede danskerne i efteråret 2024, at turismen bidrog positivt til Danmark og lokalområdet. Langt størstedelen mente, at turismen havde flere positive end negative konsekvenser for både Danmark (74 pct.) og lokalområdet (68 pct.). Andelen, der mente, at turismen skaber flere positive end negative konsekvenser, faldt fra 78 pct. i 2023 til 74 pct. i 2024. Omvendt steg andelen, der mente, at turismen skaber lige mange positive som negative konsekvenser. Andelen, der svarede 'flere negative end positive konsekvenser', var uændret og dermed fortsat lav. Det var især inden for storbyerne, at andelen, der mente, at turismen skaber flere positive end negative konsekvenser, faldt fra 2023 til 2024.

Borgernes mening om turismens betydning for deres lokalområde viser tilsvarende udvikling. Den lavere andel, der mener, at turismen skaber flere positive end negative konsekvenser, gjaldt kun i storbyerne, hvor andelen faldt fra 67 pct. i 2023 til 58 pct. i 2024.

Figur 8 Danskernes syn på turismens betydning for Danmark, 2021-2024



Figur 9 Danskernes syn på turismens betydning for lokalområdet, 2021-2024



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.



© Daniel Villadsen

3. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

3. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

Opsummering

Dansk turismes markedsposition

- Fra 2022 til 2023 steg antallet af udenlandske turistovernatninger i både Danmark og de lande, som Danmark umiddelbart konkurrerer med.
- For første gang har flere lande overgået niveauet af udenlandske turistovernatninger i forhold til 2019.
- De ikke-europæiske overnatninger lå stadig noget under 2019-niveauet for både Danmark og de fleste lande, som Danmark konkurrerer med.

Dansk turismes konkurrenceevne

- **Tilgængelighed:** Danmark har en god flytilgængelighed, og tilfredsheden med den danske infrastruktur ligger over det nordeuropæiske gennemsnit.
- **Forhold mellem pris og kvalitet:** Danmark har det højeste prisniveau i det nordeuropæiske konkurrentfelt, og oplevelsen af forholdet mellem pris og kvalitet ligger under gennemsnittet.
- **Konkurrencedygtigt turismeerhverv:** Omkostningerne forbundet med turismeerhvervet er generelt høje i Danmark i forhold til det nordeuropæiske gennemsnit, både når det kommer til momssatser og lønniveau.
- **Attraktive produkter og oplevelser:** Turisterne er generelt set lige så tilfredse med deres ferie i Danmark som det nordeuropæiske konkurrentfelt. Når det gælder kvaliteten af overnatnings- og spisesteder, klarer Danmark sig bedre end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Danmark er som udgangspunkt i konkurrence med både europæiske naboer og oversøiske destinationer i forhold til at tiltrække turister.

Det Nationale Turismeforum har besluttet at fokusere på et nordeuropæisk konkurrentfelt (NE8) bestående af følgende lande: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene, som er de lande, der vurderes at have de mest sammenlignelige vilkår og forudsætninger som dansk turisme. Disse lande er koldtvandsdestinationer og anses for at være dem, som Danmark er i direkte konkurrence med, da de har mange fællestræk og tilbyder en række af de samme produkter og oplevelser.¹³ 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.

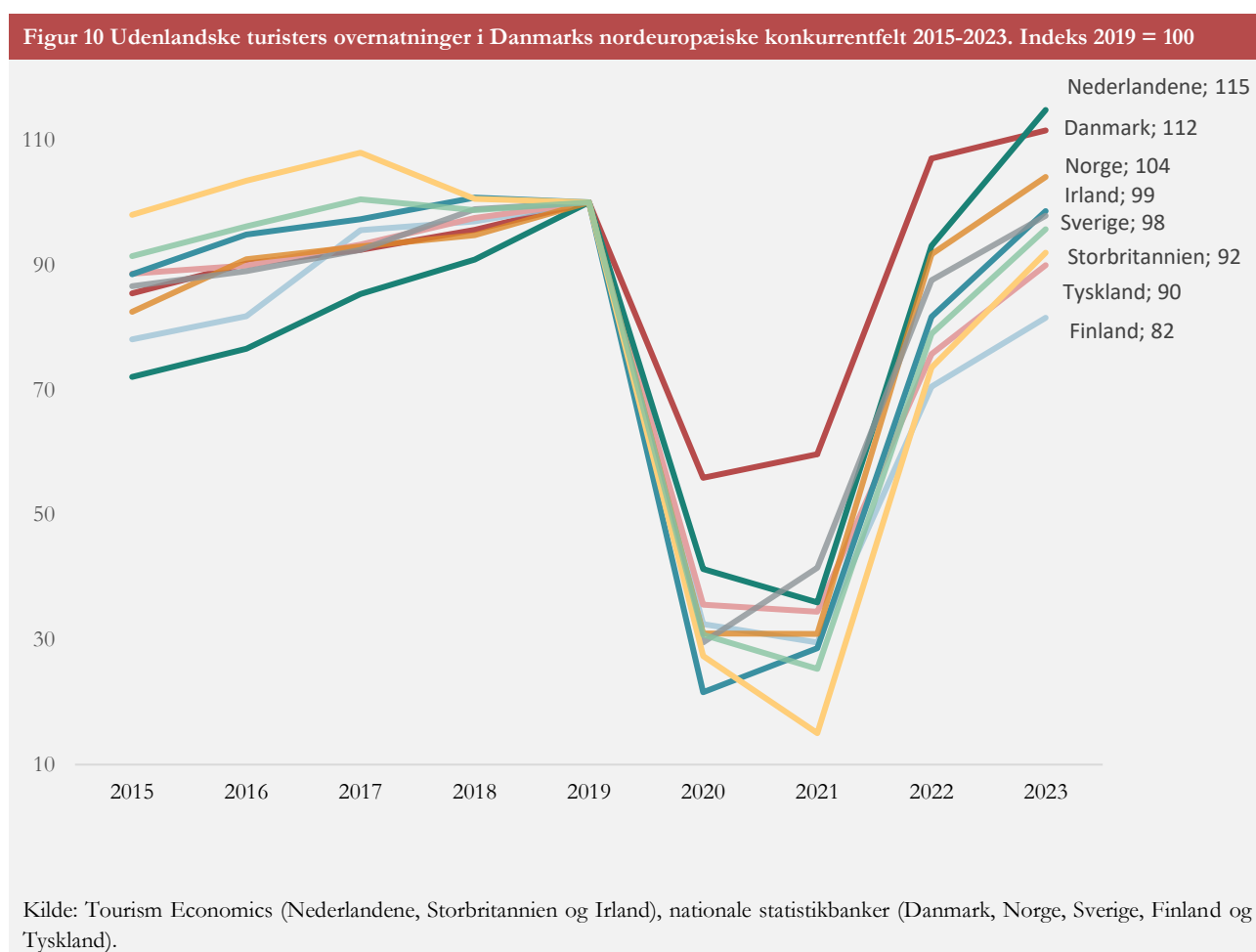
Dette kapitel fokuserer på data om udenlandske turister, da det giver det mest reelle billede af dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne i forhold til det internationale konkurrentfelt. Indenlandsk turisme spiller dog en central rolle for Danmark, og før corona blev knap halvdelen af alle turistovernatninger i Danmark foretaget af danske turister. I 2020 og 2021 forstærkede corona denne tendens, og omkring to tredjedele af turistovernatningerne i Danmark var danske. I 2023 udgjorde danske overnatninger knapt halvdelen af alle overnatninger i Danmark. Betydningen af den indenlandske turisme belyses i de efterfølgende kapitler.

¹³ 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.

3.1 Dansk turismes markedsposition

Figur 10 viser udviklingen i antallet af udenlandske overnatninger i Danmark og det nordeuropæiske konkurrentfelt fra 2015 til 2023. Fra 2015 til 2019 oplevede samtlige nordeuropæiske lande fremgang i antallet af udenlandske overnatninger. Særligt Nederlandene oplevede en kraft vækst på 28 pct. efterfulgt af Finland med 22 pct. Også Danmark oplevede en fin vækst på 15 pct. i perioden.

Corona bremsede den positive udvikling, og samtlige lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt oplevede et fald i antallet af udenlandske overnatninger fra 2019 til 2021. Fra 2021 til 2022 oplevede alle lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt en stigning i antallet af udenlandske overnatninger. Mens Danmark var det hurtigste land til at genvinde tabt terræn og også var det eneste land, der oplevede en stigning i antallet af overnatninger fra 2019 til 2022, så er både Nederlandene og Norge også kommet ovenpå igen med en vækst på henholdsvis 15 pct. og 4 pct. fra 2019 til 2023. Det gjorde Nederlandene til det land, der oplevede den største vækst i antallet af overnatninger fra 2019 til 2023 efterfulgt af Danmark, jf. Figur 10.



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 12 pct. fra 2019 til 2023 er resultat af en stigning på 13 pct. i de europæiske overnatninger og et fald på 3 pct. i overnatninger fra resten af verden. Til sammenligning var den samlede vækst i det nordeuropæiske konkurrentfelt på -4 pct., hvor de europæiske overnatninger faldt med 2 pct., og de ikke-europæiske overnatninger faldt med næsten 8 pct, jf. tabel 6.

Nederlandenes markante vækst skyldes ikke mindst den store tilgang af turister fra ikke-europæiske lande. Således vækstede denne gruppe med 12 pct. fra 2019 til 2023, og Nederlandene er dermed det eneste land med en positiv vækst i overnatninger fra ikke-europæiske lande, hvis man ser bort fra Irland med en vækst på 0,1 pct.

Tabel 6 Udvikling i udenlandske overnatninger fra 2019 til 2023 og fra 2022 til 2023

	Udvikling 2019-2023			Udvikling 2022-2023		
	Europæiske overnatninger	Ikke-europæiske overnatninger	Udenlandske overnatninger i alt	Europæiske overnatninger	Ikke-europæiske overnatninger	Udenlandske overnatninger i alt
Danmark	13,3%	-3,2%	11,5%	2,5%	23,9%	4,2%
Sverige	2,4%	-16,7%	-2,2%	9,5%	21,6%	11,8%
Norge	12,1%	-23,0%	4,1%	9,7%	36,5%	13,5%
Finland	-15,9%	-25,1%	-18,5%	14,9%	17,7%	15,6%
Tyskland	-7,8%	-16,0%	-10,0%	15,5%	29,8%	18,8%
Nederlandene	15,4%	11,7%	14,8%	20,3%	43,0%	23,4%
Irland	-2,4%	0,1%	-1,4%	16,4%	27,9%	20,7%
Storbritannien	-8,4%	-7,6%	-8,0%	18,8%	32,1%	25,0%
Nordeuropæiske konkurrentfelt	-2,3%	-7,6%	-4,3%	15,9%	31,7%	21,2%

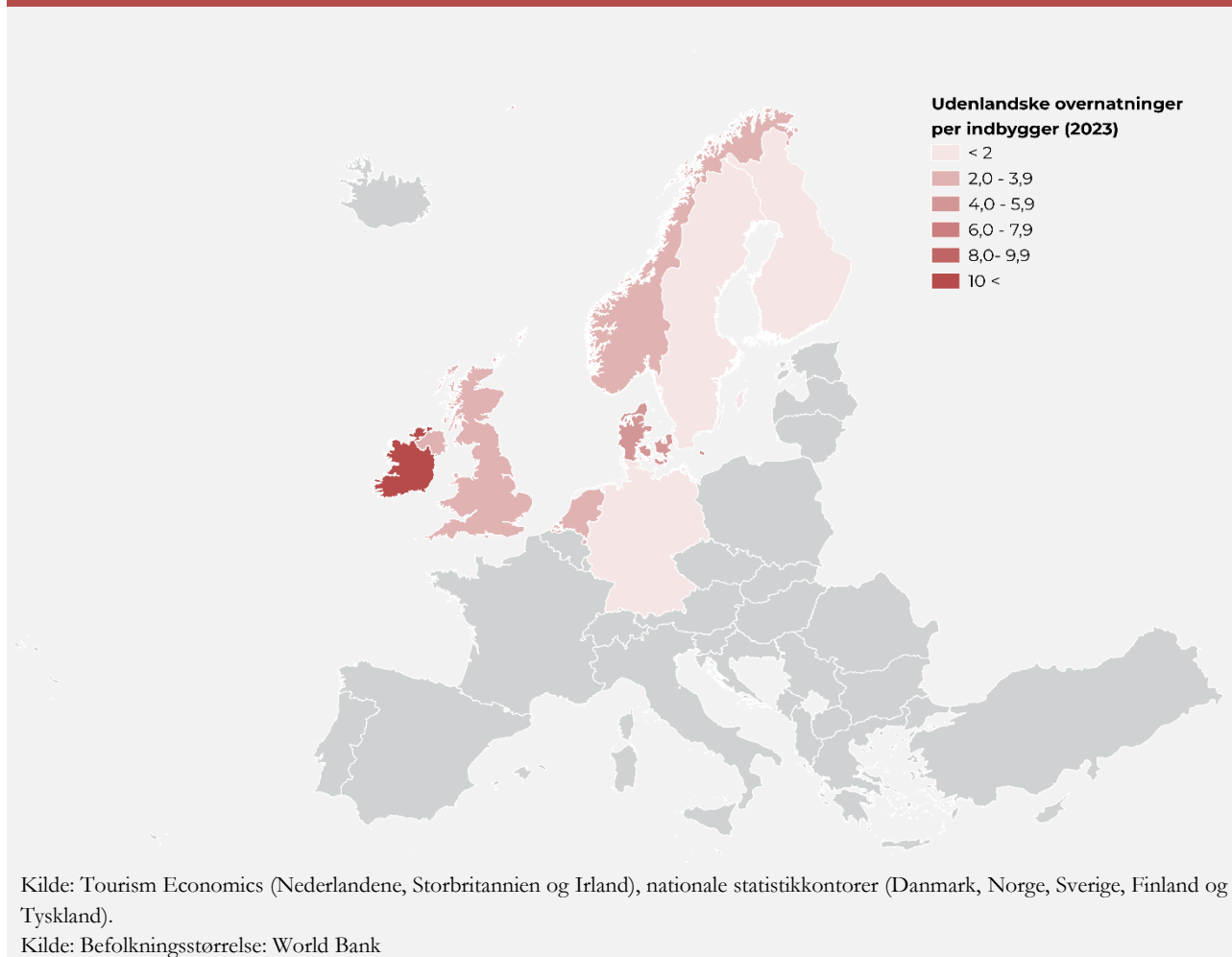
Kilde: Tourism Economics (Nederlandene, Storbritannien Tyskland og Irland), nationale statistikbanker (Danmark, Norge, Sverige, Tyskland og Finland), europæiske overnatninger: Tourism Economics

Figur 11 viser intensiteten af udenlandske turister i 2023 fordelt på landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt, det vil sige antallet af udenlandske overnatninger pr. indbygger. I 2023 var der samlet set 2,7 udenlandske overnatninger pr. indbygger i det nordeuropæiske konkurrentfelt svarende til en stigning på godt 20 pct. sammenlignet med 2022, jf. tabel 7.

Efter Irland var Danmark det land, der havde den næststørste turismeintensitet (5,5). Tyske turister udgjorde den største udenlandske turistgruppe i Danmark med 62 pct. af samtlige udenlandske overnatninger i 2023.

Med 0,5 ikke-europæiske overnatninger pr. indbygger i 2023 lå Danmark under gennemsnittet på 1,0 overnatninger pr. indbygger i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Figur 11 Udenlandske overnatningstal pr. indbygger i 2023 i det nordeuropæiske felt



Tabel 7 Udenlandske overnatningstal pr. indbygger i 2022-2023 i det nordeuropæiske konkurrentfelt

	Udenlandske overnatninger per indbygger			Europæiske overnatninger per indbygger			Ikke-europæiske overnatninger per indbygger		
	2022	2023	2022-23	2022	2023	22-23	2022	2023	22-23
Danmark	5,3	5,5	3,5%	4,9	5,0	1,7%	0,4	0,5	23,0%
Sverige	1,5	1,6	11,2%	1,2	1,3	9,0%	0,3	0,3	21,0%
Norge	1,8	2,0	12,2%	1,5	1,7	8,5%	0,3	0,3	35,0%
Finland	0,9	1,0	15,0%	0,7	0,8	14,3%	0,2	0,3	17,2%
Tyskland	0,8	1,0	17,9%	0,6	0,7	14,5%	0,2	0,2	28,7%
Nederlandene	2,7	3,3	22,1%	2,3	2,8	19,1%	0,4	0,5	41,5%
Irland	12,0	14,1	17,6%	7,5	8,5	13,4%	4,5	5,6	24,6%
Storbritannien	3,1	3,9	24,0%	1,7	2,0	17,9%	1,5	1,9	31,0%
NE8	2,2	2,7	20,1%	1,5	1,7	14,9%	0,7	1,0	30,6%

Kilde: Tourism Economics (Nederlandene, Storbritannien og Irland), nationale statistikkontorer (Danmark, Norge, Sverige, Finland og Tyskland).

Kilde: Befolkningsstørrelse: World Bank

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.

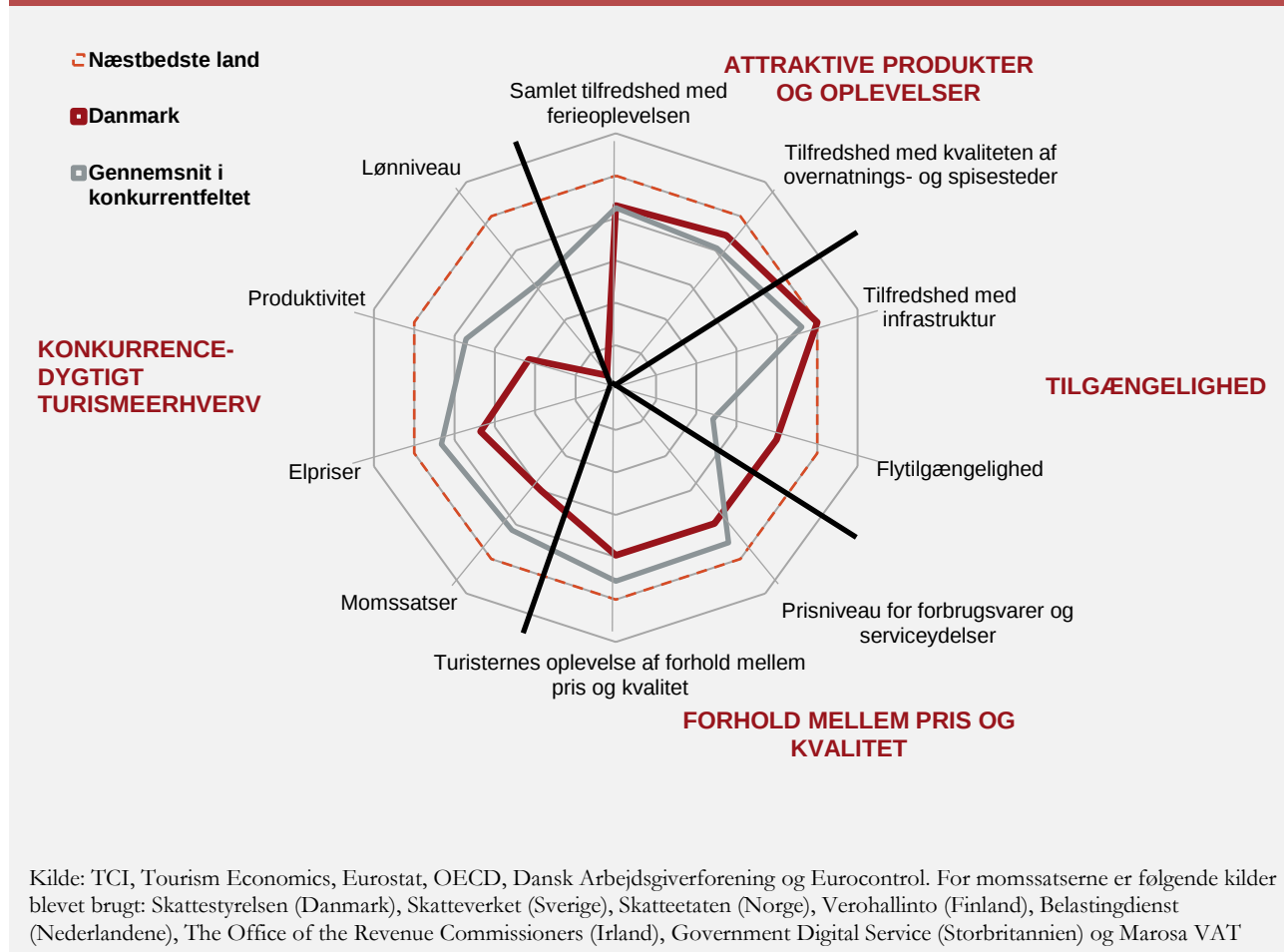
Hver indikator viser Danmarks præstation sammenlignet med det næstbedst scorende land og gennemsnittet for alle otte lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Det næstbedst scorende land får indeksscoren 100, og de øvrige landes indeksscorer udregnes i forhold til denne. For eksempel opnår det næstbedste nordeuropæiske land en score på 174, når det gælder turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet. Her opnår Danmark en score på 137, og gennemsnittet for alle otte lande er 159. Når det næstbedste land sættes til indeks 100, får Danmark indeksscore 79, og gennemsnittet tildeles en indeksscore på 91. 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.

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 2024, og hvor det er muligt at finde sammenlignelige data for det nordeuropæiske konkurrentfelt.¹⁴ 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.¹⁵

¹⁴ Data stammer fra blandt andet TCI, Eurostat, OECD, Eurocontrol, 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.

¹⁵ 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 konkurrentfelt. 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.

Figur 12 Diagram over dansk turismes konkurrenceevne



Tilgængelighed

Danmark har en relativ høj flytilgængelighed sammenlignet med det europæiske konkurrentfelt. I 2023 var der i gennemsnit 5,3 udenlandske flypassagerer pr. dansker, hvilket er over gennemsnittet på 3,2 udenlandske passagerer pr. indbygger i det nordeuropæiske konkurrentfelt.¹⁶

Turisterne er tilfredse, når det kommer til infrastrukturen i Danmark. I forhold til den overordnede tilfredshed med offentlig transport, vejinfrastruktur og transportomkostninger på at komme frem til sin destination ligger Danmark over det nordeuropæiske gennemsnit.

Forhold mellem pris og kvalitet

Prisniveauet for forbrugsvarer og serviceydelser i Danmark ligger 14 pct. højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt, og Danmark er således det land med det højeste prisniveau i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Kun Norge scorer lavere end Danmark, når det kommer til turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet. Irland er det land, der scorer højest i det nordeuropæiske konkurrentfelt efterfulgt af Tyskland.

¹⁶Det nyeste data for antallet af passagerer for Storbritannien er fra 2019. Tallet for Storbritannien er derfor blevet fremskrevet med udviklingen i flyankomster til Storbritannien fra 2019 til 2023 med data fra Eurocontrol.

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 moms fritaget i Danmark, og at der er 100 pct. momsfradrag på hotelophold i forbindelse med erhvervsrejser. Norge er med en gennemsnitlig moms på 12 pct. det land, der ligger næsthøjest.¹⁷

I 2023 var elpriserne med 1,88 kr. pr. kWh for danske husholdninger lidt højere end gennemsnittet for det nordeuropæiske konkurrentfelt. Irland, Nederlandene og Tyskland havde en højere gennemsnitlig elpris for mellemstore husholdninger i 2023.¹⁸

Produktiviteten i turismeerhvervet har i Danmark være faldende det seneste årti. Kun Sverige har haft en lavere gennemsnitlig produktivitetsvækst siden 2019.¹⁹

Lønniveauet i Danmark var i 2023 noget højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt kun overgået Norge og på niveau med Sverige. Dette betyder, at produktionen i den danske turismebranche er relativt dyrere sammenlignet med de fleste andre nordeuropæiske lande. Det gør branchen mindre konkurrencedygtig.

Attraktive produkter og oplevelser

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

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

¹⁷ Jf. afsnit 10.1.

¹⁸ Jf. afsnit 10.2.

¹⁹ Jf. afsnit 10.5.



4. Status for turismeforbruget i Danmark

4 Status for turismeforbruget i Danmark

Opsummering

Turismeforbruget i Danmark

- I 2022 brugte udenlandske og danske turister samlet set 152,6 mia. kr. i Danmark.
- Turismeforbruget i 2023 er estimeret til at nå 163,9 mia. kr. Estimatet bygger på en fremskrivning af turismeforbruget med udviklingen i antal overnatninger og priser og er dermed ikke beregnet ved satellitregnskabsmetoden.
- Stigningen i turismeforbruget er ikke lige så stor, hvis man korrigerer for den kraftige prisudvikling. Prisudviklingen kan forklare 19,7 pct. af stigningen fra 2019 til 2023. Korrigeres turismeforbrugstallene med inflationen fås et turismeforbrug på 155,9 mia. kr. i 2023 målt i faste priser sammenlignet med 2019, dvs. knap 18,9 mia. kr. over 2019-niveauet.
- **Kyst- og naturturisme:** I 2022 blev der samlet set brugt 84,3 mia. kr. inden for kyst- og naturturismen. Dette svarer til 55 pct. af det totale turismeforbrug i Danmark.
- **Storbyturisme:** I 2022 blev der samlet set brugt 34,6 mia. kr. inden for storbyturismen, svarende til 23 pct. af det samlede turismeforbrug. 79 pct. af dette forbrug blev lagt i Storkøbenhavn, og de resterende 21 pct. blev lagt i de tre øvrige storbyer.
- **Erhvervs- og mødeturisme:** I 2022 blev der samlet set brugt 33,7 mia. kr. inden for erhvervs- og mødeturismen, svarende til 22 pct. af den totale turismeomsætning i Danmark. 44 pct. af dette forbrug blev lagt i Storkøbenhavn.

Geografi

- I 2022 var Wonderful Copenhagen det destinationsselskab, hvor turisterne brugte flest penge inden for storbyturismen samt erhvervs- og mødeturismen. Samlet set havde Wonderful Copenhagen den højeste turismeomsætning blandt de 19 destinationsselskaber.
- Inden for kyst- og naturturismen blev der brugt flest penge i Destination Vesterhavet efterfulgt af Destination Nordvestkysten.
- De ti største turismekommuner i Danmark tegnede sig for 46 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark i 2022.
- Med en andel på 40,7 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 78,5 mia. kr. i 2022. Størstedelen (58 pct.) af værditilvæksten blev skabt af kyst- og naturturismen. Storbyturismen og erhvervs- og mødeturismen stod for henholdsvis 22 pct. og 20 pct. af den turismeskabte værditilvækst.
- I 2022 skabte turismeforbruget i Danmark omkring 146.000 arbejdspladser i Danmark, svarende til 3,9 pct. af landets samlede beskæftigelse.

I dette kapitel afdækkes turismeforbruget i Danmark i 2022, som er det seneste år, hvor forbrugsdata er endeligt opgjort. Data omfatter såvel udenlandske som danske turisters forbrug, herunder både turister, der overnatter på kommercielle overnatningssteder (for eksempel på hotel eller i lejet feriehus), turister, der overnatter på ikke-kommercielle overnatningssteder (for eksempel i eget feriehus eller hos familie og venner) samt endagsbesøgende.²⁰ Opgørelsen af turismens økonomiske betydning i Danmark følger den internationalt

²⁰ Kapitlet bygger på resultater fra rapporten Turismens økonomiske betydning 2022 udgivet i 2024. Rapporten udarbejdes i et samarbejde mellem VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning (CRT) og indeholder

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."*²¹

I kapitlet er angivet et foreløbigt estimat for turismeomsætningen i 2023. Dette estimat følger ikke satellitregnskabsmetoden, men bygger på en fremskrivning af turismeforbruget med udviklingen i overnatningstal og priser. Den endelige opgørelse af turismeforbruget i 2023 ventes offentliggjort i april 2025.

I Danmark opdeles turismen i tre forskellige forretningsområder:²²

- Storbyturisme: ferieturisme i København, Aarhus, Odense og Aalborg²³
- 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 2022

Turismens økonomiske betydning bliver opgjort i et turismesatellitregnskab, der kobler turisternes forbrug til nationalregnskabet. Metoden følger internationale retningslinjer for turismesatellitregnskaber,²⁴ hvor omsætningen opgøres med udgangspunkt i turisternes efterspørgsel. Turismens økonomiske betydning er en strukturrapport, hvor datakilderne løbende opdateres (for eksempel opdateres tal for døgnforbrug for kommercielle turister typisk hvert tredje år), og hvor metoden løbende udvikles (for eksempel nedjustering af danske endagsturisters brændstofforbrug som følge af nye oplysninger i beregningerne af turisternes klimaaftryk ,

I 2022 brugte turisterne i Danmark i alt 152,6 mia. kr. Heraf kan 57 pct. (86,9 mia. kr.) henføres til danske turisternes forbrug, og 43 pct. (65,7 mia. kr.) kan henføres til udenlandske turisternes forbrug, jf. Figur 13. 76 pct. af de danske turisternes forbrug skete i forbindelse med ferieophold, og de resterende 24 pct. kan tilskrives erhvervs- og mødeturismen. For udenlandske turister kan 94 pct. af forbruget tilskrives ferieophold og de sidste seks procent erhvervs- og mødeturisme.²⁵

De udenlandske og danske turisternes forbrug har stor samfundsøkonomisk betydning for Danmark både nationalt og lokalt. De 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 danskere, der holder ferie i Danmark i stedet for i udlandet. For denne gruppe er der 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 2022 fordelt på forretningsområder. Kyst- og naturturismen var det største forretningsområde med en omsætning på 84,3 mia. kr., hvoraf 55 pct. kom fra danske turisternes forbrug. Tilsvarende kan 45 pct. af omsætningen inden for storbyturismen og 74 pct. af omsætningen inden for erhvervs- og mødeturismen henføres til danske turister.

ikke danske turisternes forbrug på ferie i udlandet eller udenlandske turisternes forbrug på vej til Danmark, herunder fx internationale flybilletter.

²¹ Kilde: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1e.pdf

²² Læs mere om forretningsområderne her:

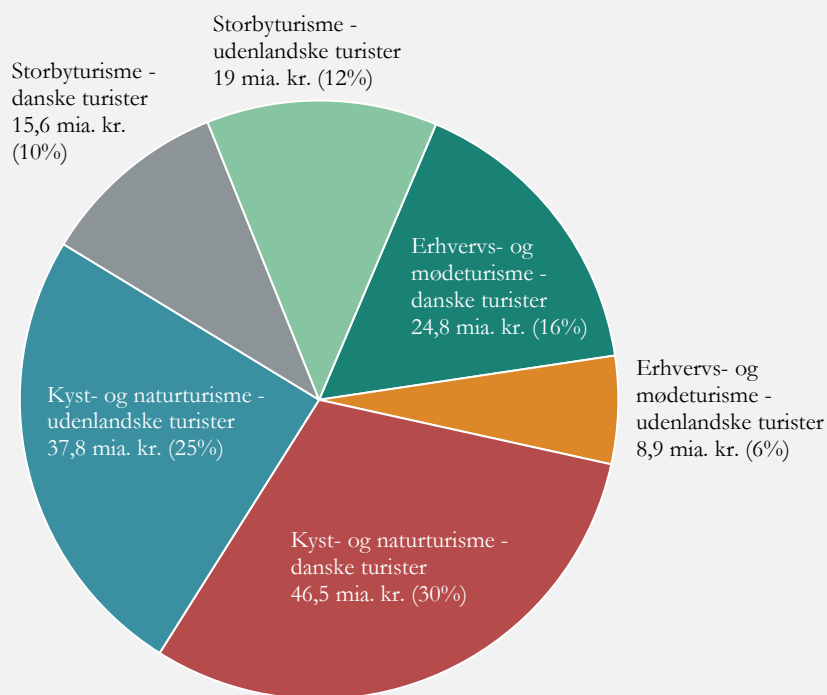
<https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/forretningsomraader/forretningsomraader>

²³ 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.

²⁴ <https://www.oecd.org/cfe/tourism/tourismsatelliteaccountrecommendedmethodologicalframework.htm>

²⁵ 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, 2022



Turismeomsætning i alt: 152,6 mia. kr.

Danske turister: 86,9 mia. kr. (57%)

Udenlandske turister: 65,7 mia. kr. (43%)

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 200 mia. kr. i forhold til 136,9 mia. kr. i turismeomsætning i 2019. Det svarer til en gennemsnitligt årlig vækst i turismeomsætningen på 3,5 pct. eller 5,7 mia. kr. om året frem mod 2030.

Corona har påvirket turismeomsætningen betydeligt: Fra 2019 til 2020 faldt turismeforbruget med ca. 39,3 mia. kr. fra 136,9 mia. kr. til 97,6 mia. kr. Fra 2020 til 2021 steg turismeforbruget med 12,2 mia. kr. til 109,7 mia. kr., hvilket stadig var under niveauet i 2019. Fra 2021 til 2022 steg turismeforbruget med 42,9 mia. kr. til 152,6 mia. kr. svarende til 12 pct. over niveauet i 2019.

Turismen er overordnet set genoprettet og foreløbigt estimeres det i 2023, at forbruget steg til 163,9 mia. kr., hvilket var 19,7 pct. over niveauet i 2019. Stigningen er dog ikke lige så stor, hvis man korrigerer for den kraftige prisudvikling, der kan forklare 12,7 pct. af stigningen fra 2019 til 2023. Korrigeres den seneste udvikling i turismeforbrugstallene med inflationen fås et turismeforbrug på 155,9 mia. kr. i 2023, målt i faste priser,

sammenlignet med 2022, dvs. at prisudviklingen kan forklare 5,1 pct. af den samlede vækst på 7,4 pct. fra 2022 til 2023.

4.1.2 Turismeforbruget i destinationer og på forretningsområder

Blandt de 19 danske destinationsselskaber tegnede Wonderful Copenhagen sig i 2022 for det højeste turismeforbrug på 44,8 mia. kr., hvilket svarer til 29 pct. af den samlede turismeomsætning i Danmark, jf. Tabel 7. Herefter fulgte Aarhusregionen og Destination Vesterhavet med henholdsvis 9,1 pct. og 8,0 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark.

I forhold til turismens relative betydning var Destination Bornholm den destination i 2022, hvor turismen udgjorde den største andel af destinationsselskabets samlede økonomi (11,9 pct.). Efter Destination Bornholm fulgte Destination Vesterhavet (6,8 pct.). Turismen udgjorde den laveste andel af destinationsselskabets samlede økonomi i VisitHerning (1,2 pct.) og Destination Sjælland (1,2 pct.). Samlet set stod turismeforbruget for 2,0 pct. af hele landets økonomi.

Tabel 7 Turismeomsætningen fordelt på destinationsselskaber og forretningsområder, 2022

	Turismeomsætning, mia. kr.				Turismeandel	
	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	I alt	Pct. af omsætningen	Pct. af samlet økonomi
Wonderful Copenhagen	2,6	27,3	14,9	44,8	29,4	1,5
Aarhusregionen	6,1	3,5	4,2	13,9	9,1	1,5
Destination Vesterhavet	12,0	-	0,3	12,3	8,0	6,8
Destination Nordvestkysten	10,2	-	0,5	10,7	7,0	4,3
Destination Fyn	5,7	1,4	2,7	9,7	6,4	2,1
Destination Trekantområdet	6,1	-	2,4	8,5	5,6	1,7
Destination Nord	3,3	2,4	1,9	7,6	5,0	2,2
Destination Sønderjylland	6,5	-	0,7	7,3	4,8	2,9
Destination Bornholm	3,9	-	0,3	4,1	2,7	11,9
VisitNordsjælland	3,6	-	0,5	4,1	2,7	2,3
VisitLolland-Falster	3,2	-	0,3	3,5	2,3	4,6
Destination Sjælland	2,5	-	0,7	3,2	2,1	1,2
Destination Vadehavskysten	2,3	-	0,7	2,9	1,9	2,1
Visit Sydsjælland & Møn	2,4	-	0,4	2,9	1,9	2,3
VisitFjordlandet	2,3	-	0,5	2,7	1,8	2,1
Destination Kystlandet	2,0	-	0,5	2,5	1,6	1,5
VisitHerning	1,4	-	1,0	2,3	1,5	1,2
Destination Limfjorden	1,8	-	0,1	1,9	1,3	2,3
Destination Himmerland	1,7	-	0,1	1,8	1,2	1,9
Uden for destination	4,8	-	1,1	6,0	3,9	1,6
Hele landet	84,3	34,6	33,7	152,6	100	2,0

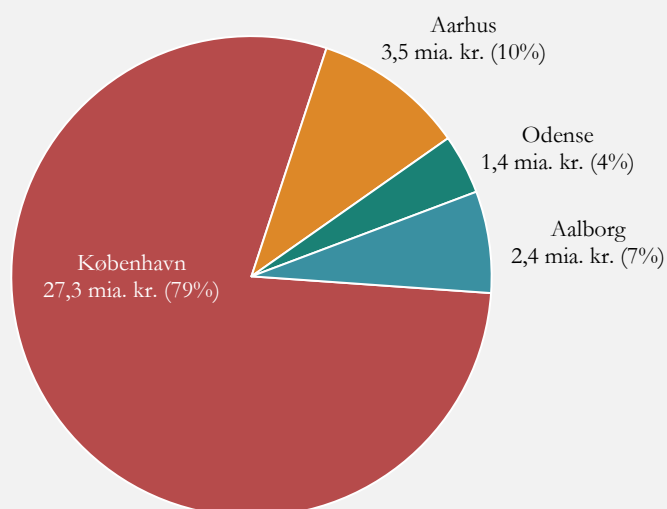
Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Ses alene på turismeforbruget inden for kyst- og naturturismen, var Destination Vesterhavet og Destination Nordvestkysten de største destinationsselskaber med turismeforbrug på henholdsvis 12,0 mia. kr. og 10,2 mia. kr. i 2022. I alt 44,1 pct. af turismeforbruget på 33,7 mia. kr. inden for erhvervs- og mødeturismen blev brugt i Wonderful Copenhagen efterfulgt af Aarhusregionen (12,2 pct.). Der er dermed stor forskel på, hvilke

destinationsselskaber, der er størst inden for de forskellige forretningsområder.

Inden for storbyturisme kan 79 pct. af det totale turismeforbrug på 34,6 mia. kr. i 2022 henføres til hovedstaden, jf. Figur 14. De tre storbyer (Aarhus, Aalborg og Odense) stod for de resterende 21 pct. af omsætningen inden for storbyturismen.

Figur 14 Storbyturismens omsætning fordelt på de fire danske storbyer, 2022

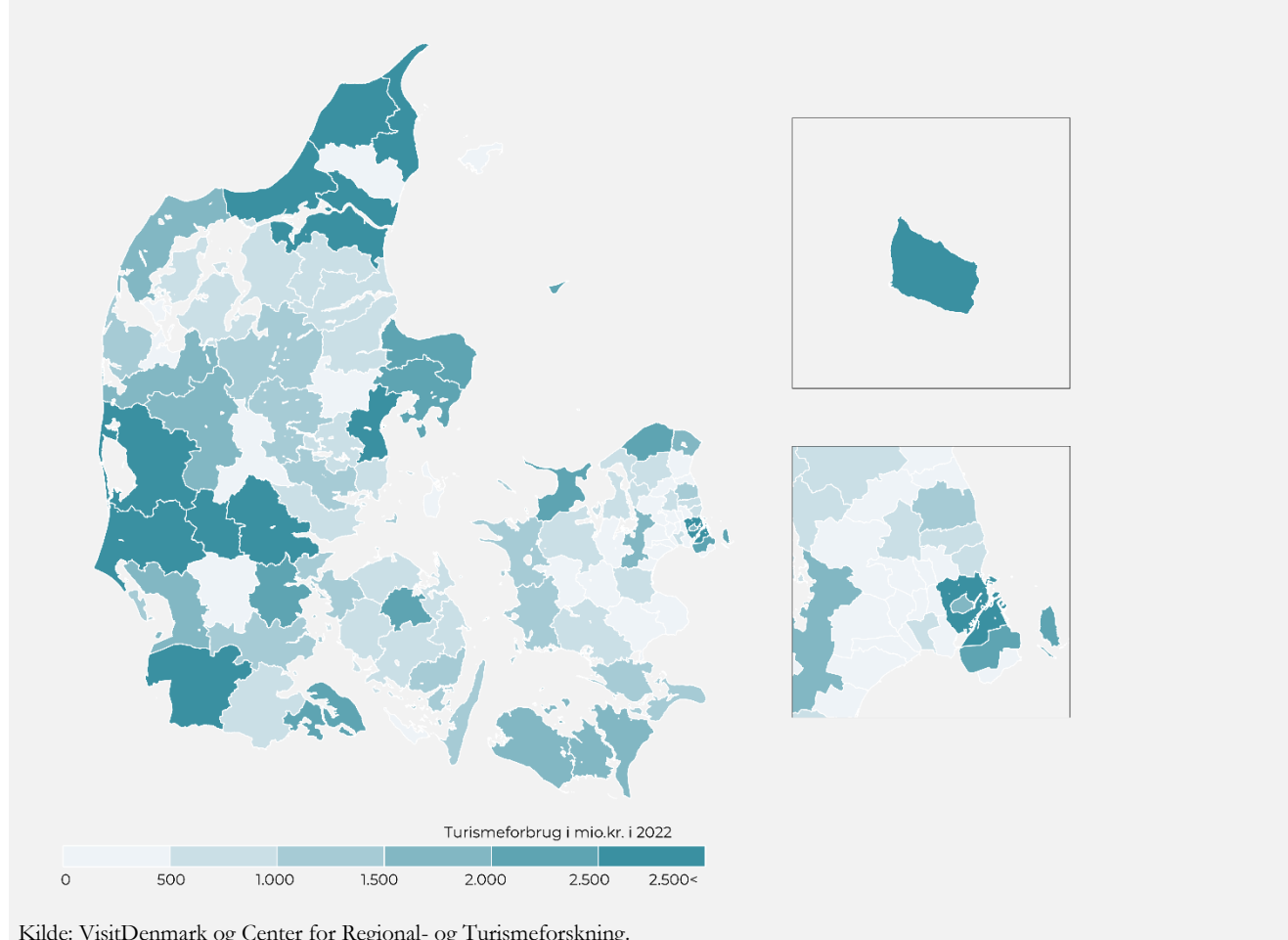


Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

4.1.3 Turismeforbruget i kommunerne

Figur 15 viser det samlede turismeforbrug i Danmark i 2022 fordelt på kommuner.

Figur 15 Turismeforbrug fordelt på kommuner, 2022



Tabel 8 viser de ti største turismekommuner i Danmark opgjort på henholdsvis turismeforbrugets størrelse og turismeforbrugets andel af det samlede udbud af varer og tjenester i den pågældende kommune. De ti største turismekommuner i Danmark tegnede sig i 2022 for 46 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark. Heraf blev der brugt mest i København og Aarhus. Det skyldtes blandt andet højtforbrugende hotelgæster på ferie- og forretningsrejser samt endagsbesøgende.²⁶

Fanø Kommune var med en andel på 40,7 pct. den kommune, hvor turismen fyldte relativt mest af det samlede udbud af varer og tjenester i 2022. I samtlige ti kommuner lå turismeandelen væsentligt over landsgennemsnittet på 2,0 pct. Målt på både den absolutte og relative størrelse af turismen var Varde, Bornholm og Jammerbugt alle repræsenteret i top-10.

²⁶ 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 alt 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.

Tabel 8 Samlet turismeforbrug og turismeandele på kommuner, top 10, 2022 samt placering i forhold til 2019

Top 10 kommuner: Turismeforbrug				Top 10 kommuner: Turismeandel af samlet økonomi			
			Mio. kr.			Pct.	
1	-	København	31.305	1	-	Fanø	40,7
2	+1	Varde	6.168	2	-	Læsø	19,4
3	-1	Aarhus	6.112	3	-	Bornholm	11,9
4	-	Ringkøbing-Skjern	6.107	4	+1	Varde	11,3
5	+1	Bornholm	4.122	5	+1	Samsø	11,0
6	-1	Aalborg	3.634	6	-2	Jammerbugt	9,4
7	+1	Frederikshavn	3.384	7	-	Gribskov	8,2
8	-	Hjørring	3.216	8	-	Langeland	7,7
9	-	Jammerbugt	2.883	9	+1	Ærø	7,5
10	+1	Billund	2.699	10	-1	Odsherred	7,3

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

4.2 Turismeskabt værditilvækst og beskæftigelse

Turisternes forbrug bidrager til 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 2022 en samlet værditilvækst på 78,5 mia. kr. inklusiv afledte effekter, hvilket svarer til 3,2 pct. af den samlede værditilvækst i Danmark. Turismen skaber værdi i mange dele af samfundet og inden for mange forskellige brancher, og i 2022 blev næsten 70 pct. af den samlede turismeskabte værditilvækst skabt uden for de typiske turismeerhverv.²⁷ Tabel 9 viser den turismeskabte værditilvækst fordelt på erhverv og forretningsområde i 2022. Samlet set skabte kyst- og naturturismen 58 pct. af den samlede turismeafledte værditilvækst, storbyturismen skabte 23 pct., og erhvervs- og mødeturismen skabte 20 pct.

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

²⁷ Defineres som overnatningssteder, restauranter, transportvirksomheder, kultur og forlystelser m.m.

Tabel 9 Turismeskabt værditilvækst fordelt på erhverv og forretningsområde, 2022

	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt værditilvækst, mio. kr.				Pct.
Turismeerhverv	10.220	5.693	7.490	23.402	30%
Overnatningssteder	1.851	1.322	2.169	5.342	7%
Restauranter og værtshuse	4.081	2.294	1.289	7.663	10%
Transportvirksomheder	2.406	1.013	3.140	6.559	8%
Rejseservice	54	103	758	915	1%
Kultur, forlystelser og sport	1.828	961	134	2.923	4%
Detailhandel*	9.819	3.107	1.348	14.275	18%
Andre brancher**	25.547	8.632	6.599	40.779	52%
Ejendomsrådgivere, bolig og husleje	8.411	2.325	1.283	12.019	15%
Erhvervsservice	3.619	1.527	1.675	6.822	9%
Øvrige	13.517	4.780	3.641	21.938	28%
I alt	45.586	17.432	15.437	78.455	100%

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. "Ejendomsrådgivere, 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 2022 skabte turismen knap 146.000 arbejdspladser i Danmark, jf.

Tabel 10. Det svarer til 4,6 pct. af den samlede beskæftigelse. Turismen betyder således relativt mere for beskæftigelse og jobskabelse end for værditilvækst (3,2 pct.). Det skyldes bl.a., at turisme er et erhverv med lav produktivitet (se afsnit 10.4). I 2022 tegnede kyst- og naturturismen sig for størstedelen (56 pct.) af den samlede turismeafledte beskæftigelse, mens storbyturismen tegnede sig for 24 pct. og erhvervs- og mødeturismen for 20 pct. af den samlede turismeafledte beskæftigelse.

Tabel 10 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på erhverv og forretningsområde, 2022

	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt beskæftigelse, årsværk				Pct.
Turismeerhverv	36.261	20.540	20.091	76.892	53%
Overnatningssteder	5.920	5.089	7.852	18.861	13%
Restauranter og værtshuse	22.895	12.097	7.061	42.053	29%
Transportvirksomheder	2.791	855	2.331	5.977	4%
Rejseservice	231	469	2.546	3.246	2%
Kultur, forlystelser og sport	4.424	2.029	302	6.754	5%
Detailhandel*	19.454	5.554	2.405	27.413	19%
Andre brancher**	25.821	8.626	7.237	41.685	29%
Ejendomsrådgivere, bolig og husleje	1.008	391	193	1.592	1%
Erhvervsservice	5.949	2.215	2.575	10.739	7%
Øvrige	18.864	6.020	4.468	29.353	20%
I alt	81.537	34.720	29.732	145.990	100%

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 2022 sig for den højeste andel af den samlede turismeskabte beskæftigelse i Danmark (29,3 pct.) efterfulgt af Aarhusregionen (8,7 pct.), Destination NordVestkysten (7,3 pct.) og Destination Vesterhavet (7,2 pct., jf. Tabel 11.

I forhold til destinationsselskabernes samlede beskæftigelse fyldte den turismeskabte beskæftigelse relativt mest i Destination Bornholm (20,9 pct.) og Destination Vesterhavet (18,8 pct.), mens den fyldte relativt mindst i VisitHerning (2,9 pct.), Aarhusregionen (3,0 pct.) og Destination Sjælland (3,0 pct.). Kigger man på de enkelte kommuner, fyldte den turismeskabte beskæftigelse relativt mest i Fanø og Læsø Kommuner (hhv. 74,9 pct. og 70,0 pct.) (se tabellen i Appendiks).

Tabel 11 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på destinationsselskaber, 2022

Destinationsselskab	Turismeskabt beskæftigelse	Fordeling	Andel af samlet beskæftigelse i destinationen	Total beskæftigelse
	Fuldtidsjob	Pct.	Pct.	Fuldtidsjob
Wonderful Copenhagen	42.832	29,3	4,09	1.048.186
Aarhusregionen	12.679	8,7	3,0	427.239
Destination Nordvestkysten	10.611	7,3	9,2	115.672
Destination Vesterhavet	10.494	7,2	18,8	55.832
Destination Fyn	9.347	6,4	3,8	243.336
Destination Nord	8.049	5,5	4,9	164.431
Destination Sønderjylland	6.908	4,7	6,2	111.709
Destination Trekantområdet	8.229	5,6	4,8	170.790
VisitNordsjælland	3.803	2,6	5,3	71.583
VisitLolland-Falster	3.429	2,3	8,5	40.150
Destination Bornholm	3.722	2,5	20,9	17.781
Destination Sjælland	2.957	2,0	3,0	98.887
Visit Sydsjælland & Møn	2.883	2,0	4,3	67.483
VisitFjordlandet	2.725	1,9	3,9	69.882
Destination Kystlandet	2.469	1,7	3,1	80.234
Destination Vadehavskysten	2.703	1,9	4,2	63.615
Destination Himmerland	2.049	1,4	4,9	41.850
VisitHerning	2.222	1,5	2,9	76.588
Destination Limfjorden	2.050	1,4	5,2	39.087
Uden for destination	5.830	4,0	3,6	163.549
Hele landet	145.990	100	4,6	3.167.885

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 2022 fordelt på uddannelsesniveau. Uddannelsesprofilen i de brancher, hvor turismen skaber en betydelig del af beskæftigelsen, viser, at der er en stor andel af beskæftigede med en kortere uddannelse. Beskæftigede med grundskole og

gymnasium som højeste uddannelse tegnede sig for henholdsvis 39 pct. og 23 pct. af beskæftigelsen inden for hoteller og restauranter, mens personer med videregående uddannelser tegnede sig for 17 pct. Uden for de turismetypiske brancher ("andre brancher") havde hele 47 pct. en videregående uddannelse, mens henholdsvis 13 pct. og 9 pct. havde enten grundskole eller gymnasium som højeste afsluttede uddannelse. Dermed skabte turismen navnlig arbejde til personer uden en videregående uddannelse.

Tabel 12 Beskæftigelse fordelt efter branche og højeste afsluttede uddannelse, 2022 (pct.)

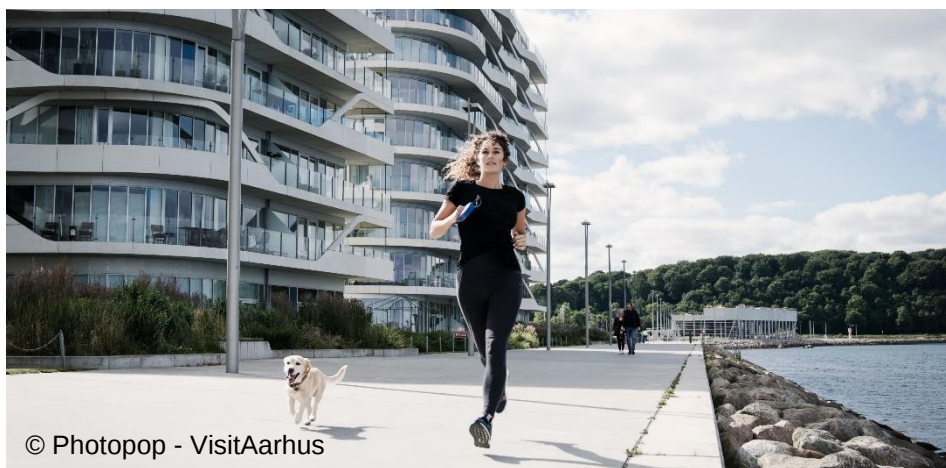
	Grundskole	Gymnasiale uddannelser	Erhvervsfaglige uddannelser	Videregående uddannelser	Uoplyst mv.	I alt
	Pct. af branche					
Hoteller og restauranter	39	23	19	17	2	100
Transport	32	12	35	20	2	100
Kultur og fritid	26	20	17	36	1	100
Handel	30	14	34	21	1	100
Andre brancher	13	9	30	47	1	100
Alle brancher	18	11	30	40	1	100

Anm.: Andel af beskæftigede ultimo november 2022. 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).

Kilde: Danmarks Statistik (RAS310).

Inklusiv afledte effekter skabte turismeforbruget 52,6 mia. kr. i skatteprovenu i 2022, hvilket svarer til 4,8 pct. af det samlede provenu fra skatter og afgifter i Danmark. Momsindtægterne på 23,4 mia. kr. udgjorde den største del af skatteprovenuet fra turismen, svarende til 44,5 pct. af de samlede skatteindtægter. De resterende 29,2 mia. kr. kan tilskrives personskatter (37,2 pct.), vareafgifter (13,3 pct.) og selskabsskatter (5,0 pct.).



5. Udvikling og vækst

5 Udvikling og vækst i dansk turisme

Opsummering

Antal overnatninger i Danmark

- I 2023 blev der foretaget i alt 63,7 mio. overnatninger i Danmark, hvilket er 0,2 pct. flere end i 2022 og 12,4 pct. flere end i 2019, dvs. niveauet før covid-19-pandemien.
- I den nationale strategi fra 2024 er indikatoren for antallet af overnatninger fastsat til 74 mio. i 2030. Hvis indikatoren skal indfries, skal antallet af overnatninger vokse med 16,1 pct. fra 2023 til 2030. Det svarer til 10,3 mio. flere overnatninger i 2030 end i 2023 eller en årlig vækst på 2,2 pct.
- I den nationale strategi fra 2024 er indikatoren for andelen af overnatninger uden for højsæsonen fastsat til at skulle udgøre 70 pct. af overnatningerne i 2030. Hvis indikatoren skal indfries, forudsætter det, at andelen af overnatninger uden for højsæsonen stiger med 4,9 procentpoint fra 2023 til 2030.

Antal overnatninger fordelt på forretningsområder

- Kyst- og naturturismen udgjorde 70 pct. af alle overnatninger i 2023 og er det største forretningsområde i dansk turisme. Antallet af overnatninger inden for kyst- og naturturisme faldt med 1,1 mio. fra 2022 til 2023, svarende til en tilbagegang på 2,4 pct.
- Antallet af overnatninger inden for storbyturismen steg 1,0 mio., svarende til 9,7 pct. fra 2022 til 2023.
- Antallet af overnatninger inden for erhvervs- og mødeturismen steg 0,2 mio. svarende til 3,2 pct. fra 2022 til 2023.
- Alle tre forretningsområder var i 2023 således over 2019-niveauet målt i antal overnatninger. Stigningen var størst for storbyturismen (24 pct.) efterfulgt af kyst- og naturturismen (11 pct.) og erhvervs- og mødeturismen (5 pct.).

Udenlandske turisters overnatninger

- Fra 2022 til 2023 steg antallet af overnatninger fra alle Danmarks prioriterede markeder med undtagelse af Norge og Sverige.
- Hermed er det kun fra Norge, Sverige og Kina af Danmarks prioriterede markeder, overnatningerne i 2023 ligger på et lavere niveau end i 2019.
- Med 20,3 mio. overnatninger stod Tyskland for klart størstedelen af de udenlandske overnatninger i Danmark i 2023. Også Norge, Nederlandene og Sverige var vigtige markeder for dansk turisme i 2023.
- Med 32,5 mio. registrerede udenlandske overnatninger i 2023 havde Danmark næsten lige så mange udenlandske overnatninger som Sverige, Norge og Finland tilsammen, hvor der samlet var 34,0 mio. udenlandske overnatninger.

Overnatninger booket via udlejningsplatforme

- I 2023 foretog danske og udenlandske turister i alt 6,1 mio. overnatninger via udlejningsplatforme. Det var 1,3 mio. flere overnatninger end i 2022 og 1,8 mio. flere overnatninger end i 2019.
- 78 pct. af overnatningerne via udlejningsplatforme i 2023, var udenlandske. Tyske turister stod for 28 pct. af det samlede antal overnatninger booket via udlejningsplatforme i Danmark og var dermed det største udenlandske marked.

I dette kapitel beskrives turismens udvikling i Danmark til og med 2023 målt på antallet af overnatninger og besøg på danske attraktioner. Der perspektiveres til 2022 og 2019 som var sidste normalår inden covid-19.

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 2023 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

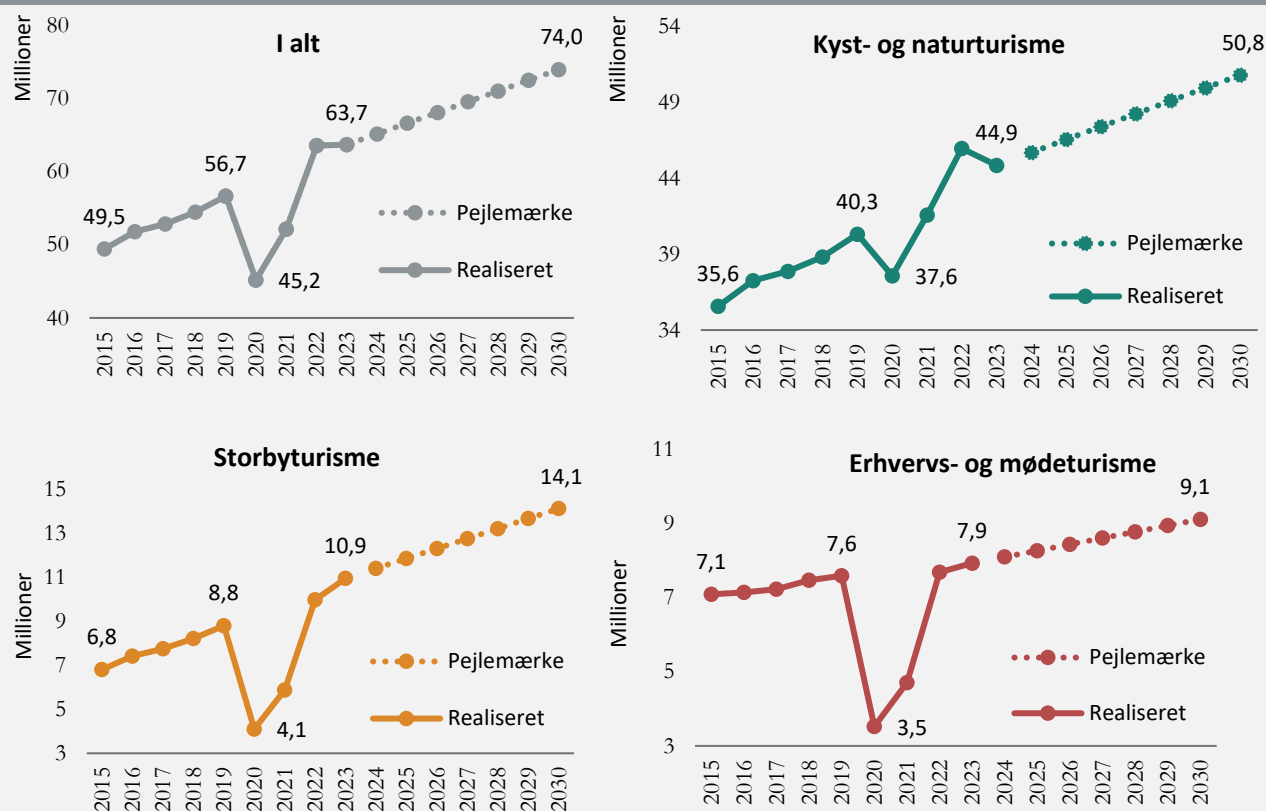
Med den nationale strategi, "Veje til bæredygtig turismevekst" fra oktober 2024, har regeringen sat en ambition om at dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en vækst på 10,3 mio. eller 16 pct. i forhold til 2023-niveauet. For at nå indikatoren skal antallet af overnatninger gennemsnitligt stige med 2,2 pct. om året fra 2023 til 2030.

VisitDenmark har sammen med de tre nationale turismeudviklingsselskaber (Dansk Kyst- og Naturturisme, Wonderful Copenhagen og MeetDenmark) nedbrudt indikatoren i den nationale strategi på dansk turismes tre forretningsområder.

De aktuelle pejlemærker viser således hvert forretningsområdes forventede antal overnatninger frem mod 2030:

- Kyst- og naturturisme: Der sigtes mod 50,8 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 1,8 pct. fra 2023 til 2030.
- Storbyturisme: Der sigtes mod 14,1 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 3,7 pct. fra 2023 til 2030.
- Erhvervs- og mødeturisme: Der sigtes mod 9,1 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækstrate på 2,0 pct. fra 2023 til 2030.

Figur 16 Udvikling i overnatninger fra 2015 til 2023 sammenholdt med indikatorer frem mod 2030, mio. overnatninger



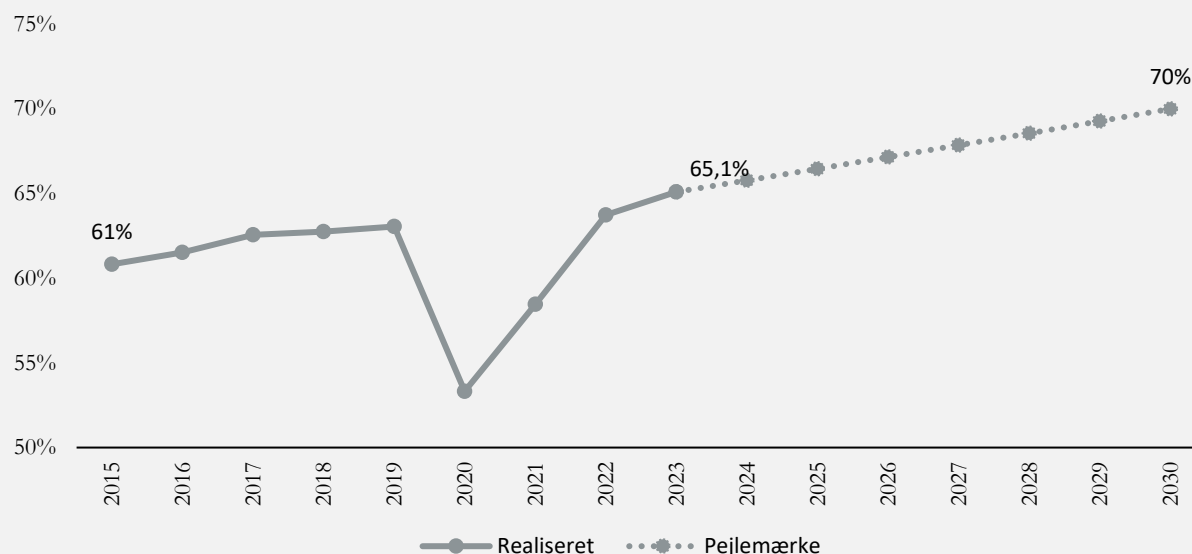
Kilde: VisitDenmark på Danmarks Statistik for overnatninger 2015-2023 og indikator frem mod 2030

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 covid-19-pandemien 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 63,1 pct. til 53,3 pct. Fra 2020 til 2021 steg andelen af overnatninger uden for sæsonen til 58,5 pct., hvilket stadig var under niveauet i 2019. I 2022 var 63,7 pct. af alle overnatninger i Danmark uden for højsæsonen, hvilket dermed var en anelse højere end i det sidste normalår 2019. Denne udvikling fortsatte i 2023, hvor 65,1 pct. af alle overnatninger i Danmark var uden for højsæsonen.

I den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme fra 2024 indgår en indikator om, at antallet af overnatninger uden for højsæsonen skal udgøre 70 pct. af overnatningerne i 2030. I 2023 lå 65,1 pct. af overnatningerne uden for højsæsonen, hvilket vil sige, at andelen af overnatninger uden for højsæsonen skal vokse med 0,7 procentpoint om året fra 2023 til 2030 for at indfri indikatoren. Dette indebærer, 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 2023 sammenholdt med indikatoren frem mod 2030, pct.



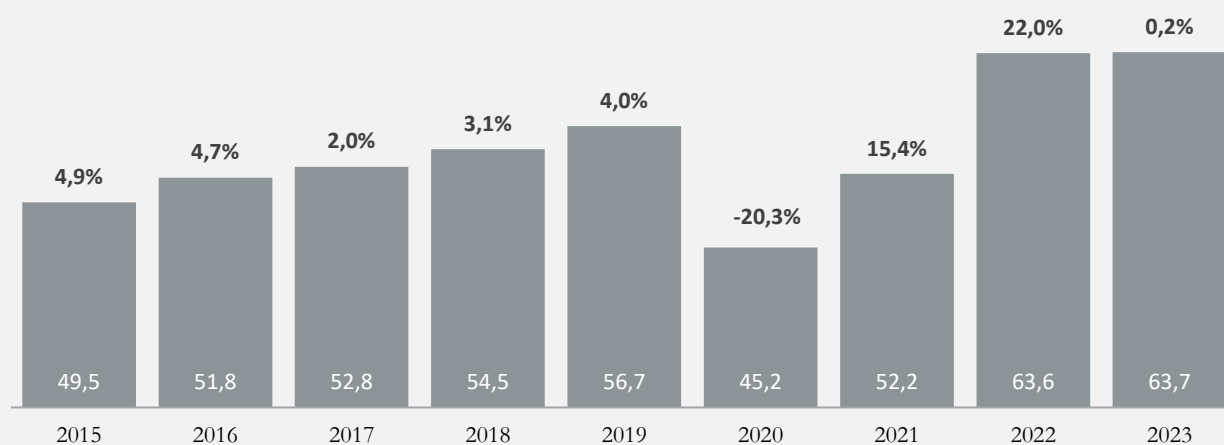
Kilde: VisitDenmark på Danmarks Statistik for overnatninger 2015-2022 og indikator frem mod 2030

5.2 Udviklingen i dansk turisme fra 2015 til 2023

Danmarks Statistik registrerer alle kommercielle overnatninger på blandt andet hotel, i feriecenter og i lejet feriehus. Private overnatninger i eget og lånt feriehus samt hos familie og venner måles ikke årligt, men afdækkes i andre undersøgelser. I dette kapitel er fokus primært på udviklingen for kommercielle overnatningsformer, som Danmarks Statistik registrerer. Overnatninger booket via online bookingplatforme dækkes i afsnit 5.2.6.

Historisk har turisme været et væksterhverv. Siden 2015 er der sat rekord i antallet af overnatninger år efter år, kun afbrudt af de to covid-19-prægede år. På trods af stigende priser og krig i Europa og Mellemøsten overgik turismeåret 2023 lige netop 2022 med 63,7 mio. registrerede overnatninger mod 63,6 mio., hvilket fremgår af Figur 18.

Figur 18 Udvikling i alle registrerede overnatninger i Danmark, 2015-2023 (ændring i pct. og mio.)



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: TURIST).

²⁸ Kilde: Tourism Economics.

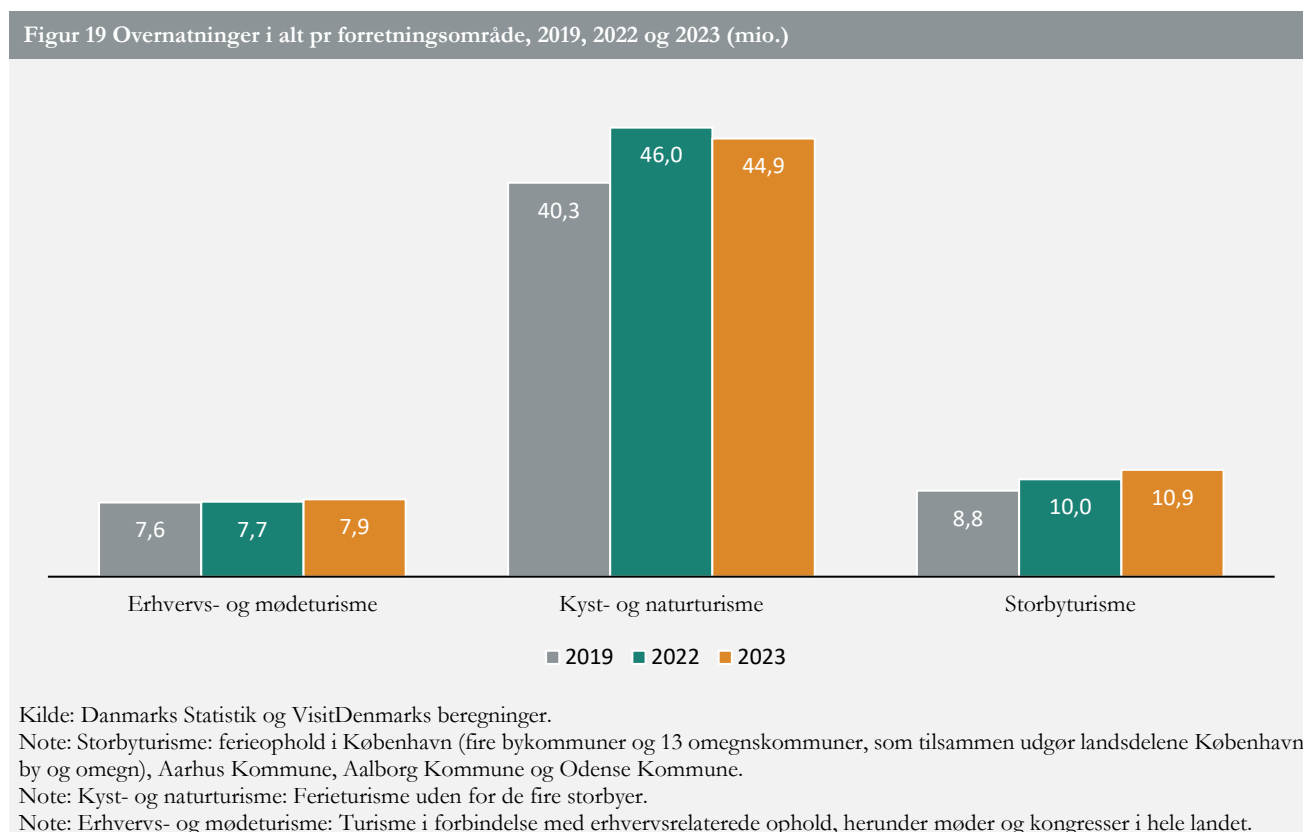
5.2.1 Overnatninger fordelt på forretningsområder

Dansk turisme er organiseret i tre forretningsområder:

1. Storbyturisme (ferieturisme i København, Aarhus, Odense og Aalborg)²⁹,
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. 70 pct. af alle overnatninger lå i kyst- og naturturismen i 2023. Dette er en lidt mindre andel end i 2019 og 2020, hvor andelen var henholdsvis 71 pct. og 72 pct. af alle overnatninger i Danmark.

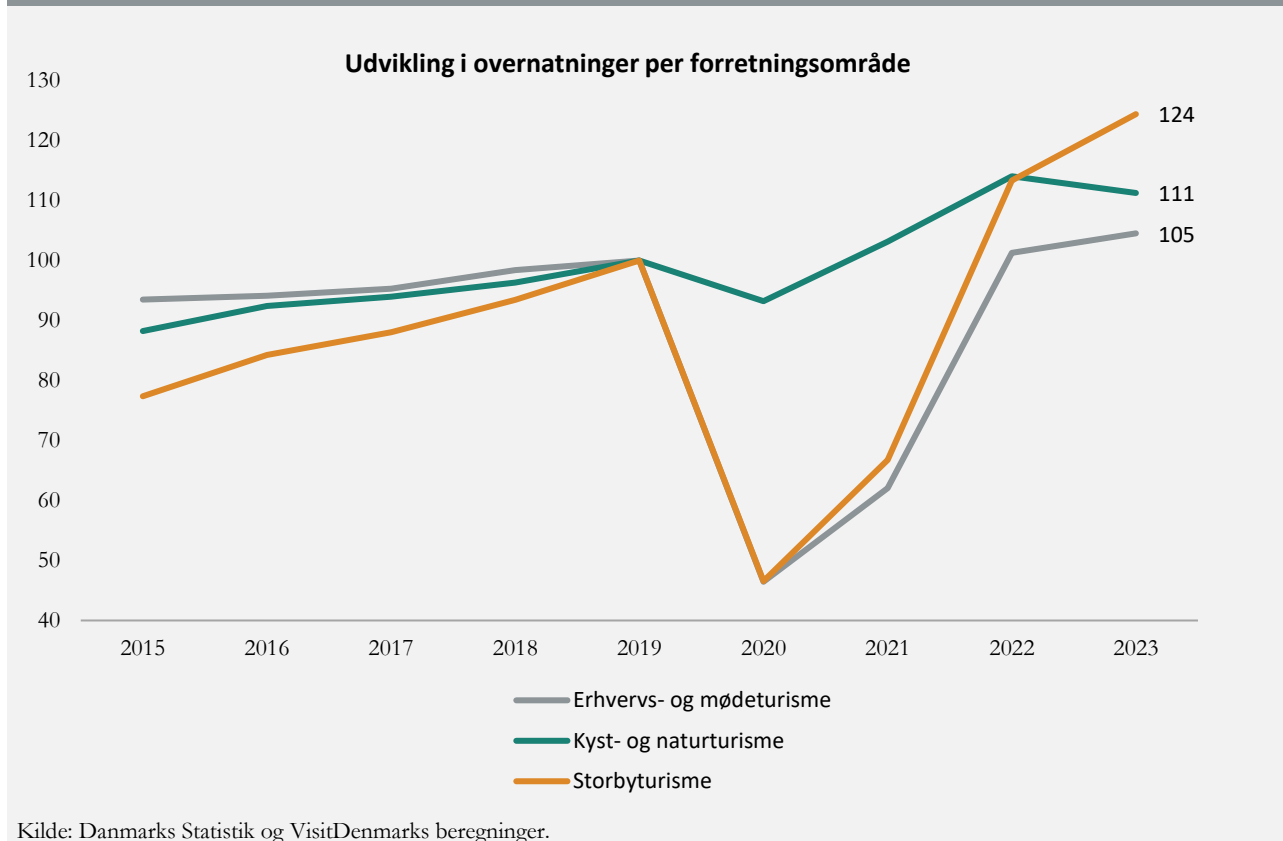
Storbyturismen var det næststørste forretningsområde i 2023 med 10,9 mio. overnatninger, og erhvervs- og mødeturismen var det mindste forretningsområde med 7,9 mio. overnatninger, svarende til henholdsvis 17 pct. og 12 pct. af alle registrerede overnatninger i 2023.



Fra 2020 til 2021 og igen fra 2021 til 2022 steg antallet af overnatninger inden for alle tre forretningsområder, jf. Figur 20. Fra 2022 til 2023 steg antallet af overnatninger inden for storby- samt erhvervs- og mødeturisme, mens Kyst- og naturturisme oplevede et fald i antallet af overnatninger på 2,4 pct.

²⁹ 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 20 Udvikling i overnatninger pr forretningsområde, 2015-2023. Indeks 2019 = 100

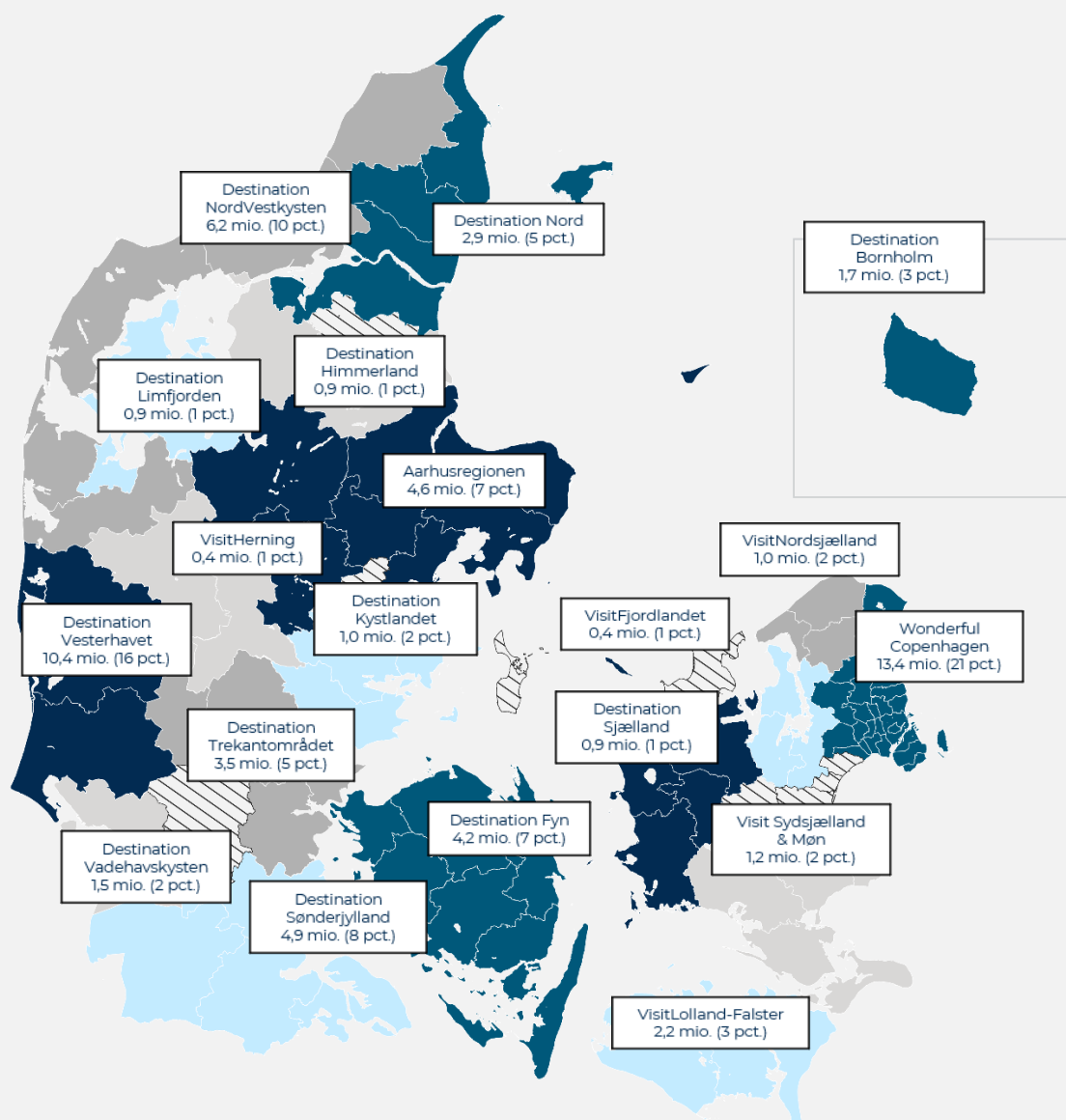


5.2.2 Overnatninger i de danske destinationer

Figur 21 viser fordelingen af alle registrerede overnatninger i Danmark i 2023 på de 19 danske destinationsselskaber. De fem største destinationsselskaber tegnede sig samlet set for 62 pct. af overnatningerne i Danmark i 2023. Wonderful Copenhagen stod for flest overnatninger (21 pct.) efterfulgt af Destination Vesterhavet (16 pct.), Destination Nordvestkysten (10 pct.), Destination Sønderjylland (8 pct.) og Aarhusregionen (7 pct.).

Fem destinationsselskaber oplevede en vækst i antallet af overnatninger fra 2022 til 2023. Wonderful Copenhagen havde med 11 pct. den største vækst, efterfulgt af VisitHerning (8 pct.). Fra 2019 til 2023 oplevede 18 ud af 19 destinationsselskaber en vækst i antallet af overnatninger. Overnatningerne i Destination Bornholm faldt med 1 pct.

Figur 21 Alle registrerede overnatninger fordelt på destinationsselskaber, 2023 (mio. og pct.)



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: VDK1).

5.2.3 Overnatninger i de danske kommuner

Med 10,5 mio. overnatninger var Københavns Kommune den danske kommune, der havde flest overnatninger i 2023 (jf. Tabel 13) efterfulgt af vestkystkommunerne Varde og Ringkøbing-Skjern med henholdsvis 5,4 mio. og 5,0 mio. overnatninger. I de to vestkystkommuner kan antallet af turister især tilskrives turistbyer som Blåvand og Hvide Sande.

Næsten alle top-10 kommuner havde flere overnatninger i 2023 end i 2019 – eneste undtagelse var Bornholm. Ringkøbing-Skjern Kommune oplevede den største relative stigning på 25 pct. fra 2019 til 2023 efterfulgt af Københavns Kommune med 19 pct. flere overnatninger.

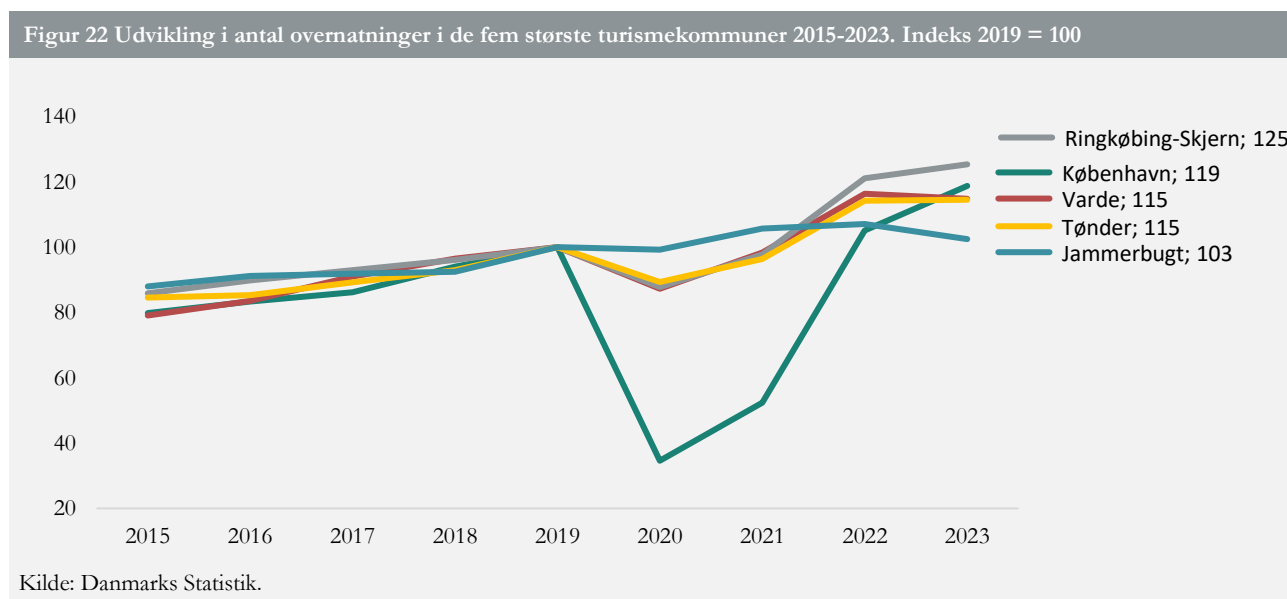
Den positive udvikling i antallet af overnatninger fra 2019 til 2023 var drevet af både flere danske og udenlandske overnatninger. Bornholm var den eneste kommune på top-10 listen, der oplevede et fald i antallet af udenlandske overnatninger fra 2019 til 2022.

Tabel 13 Top-10 over kommuner med flest overnatninger i 2023 og udvikling i forhold til 2019

Nr.	Kommune	I alt Over- natninger	Udvikling 2019-2023	Danske turister		Udenlandske turister	
				Over- natninger	Udvikling 2019-2023	Over- natninger	Udvikling 2019-2023
2023							
1 -	København	10.538.818	19%	4.285.367	38%	6.253.049	8%
2 -	Varde	5.366.094	15%	1.126.338	5%	4.239.757	18%
3 -	Ringkøbing-Skjern	5.033.579	25%	972.126	59%	4.061.453	19%
4 -	Tønder	2.073.013	15%	593.093	1%	1.479.920	21%
5 -	Jammerbugt	1.772.978	3%	937.670	3%	835.307	2%
6 +1	Hjørring	1.721.743	4%	738.768	5%	982.975	3%
7 -1	Bornholm	1.690.161	-1%	988.577	0%	701.584	-2%
8 +1	Billund	1.632.633	15%	731.739	4%	900.894	25%
9 -1	Frederikshavn	1.623.294	9%	895.914	13%	727.380	5%
10 -	Sønderborg	1.474.863	14%	593.485	15%	881.378	14%

Kilde: Danmarks Statistik.

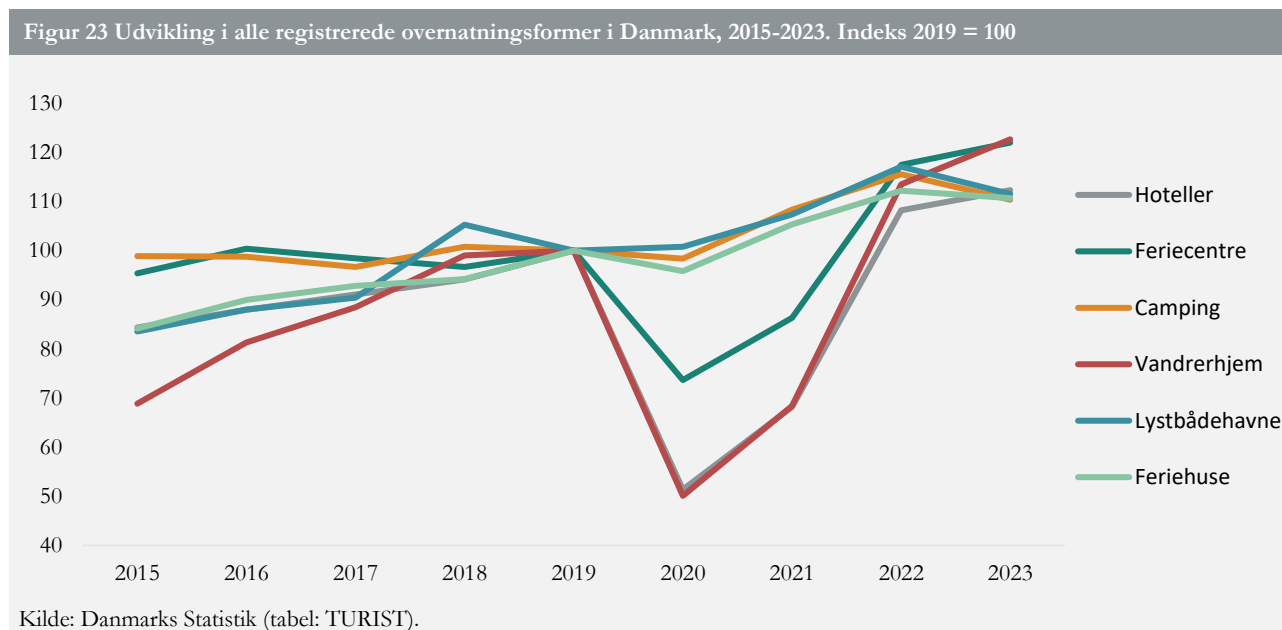
Figur 22 viser udviklingen i antallet af overnatninger i de fem største turismekommuner baseret på antallet af overnatninger i 2023 fra 2015 til 2023. Det ses, hvordan man er kommet stærkt igen oven på et par svære år præget af covid-19-pandemien. Endda lå alle kommunerne i både 2022 og 2023 over 2019-niveauet.



5.2.4 Overnatninger fordelt på overnatningsformer

Turistovernatninger registreres på seks forskellige kommercielle overnatningsformer: feriehuse, hoteller, campingpladser, vandrerhjem, feriecentre og lystbådehavne. Fra 2020 til 2022 kom væksten pænt igen, idet registrerede overnatninger inden for hver af de seks overnatningsformer lå over 2019-niveauet (jf. Figur 23).

Mens der var overnatningsvækst for hotel, feriecenter og vandrerhjem fra 2022 til 2023, stagnerede væksten for camping-, feriehus- og lystbådeovernatninger. Disse overnatningsformer så et fald i antallet af overnatninger fra 2022 til 2023.



Turister i lejet feriehus³⁰ tegnede sig for 36 pct. af alle registrerede overnatninger i Danmark i 2023 efterfulgt af turister på hotel (30 pct.) og camping³¹ (19 pct.). Overnatninger på feriecenter, i lystbådehavne og på vandrerhjem udgjorde de resterende 15 pct.

Blandt danske turister var hotel (37 pct.), camping (26 pct.) og lejet feriehus (19 pct.) de tre foretrukne overnatningsformer i 2023. Den udenlandske fordeling var noget anderledes. Her var lejet feriehus (52 pct.) den foretrukne overnatningsform efterfulgt af hotel (23 pct.) og camping (13 pct.)

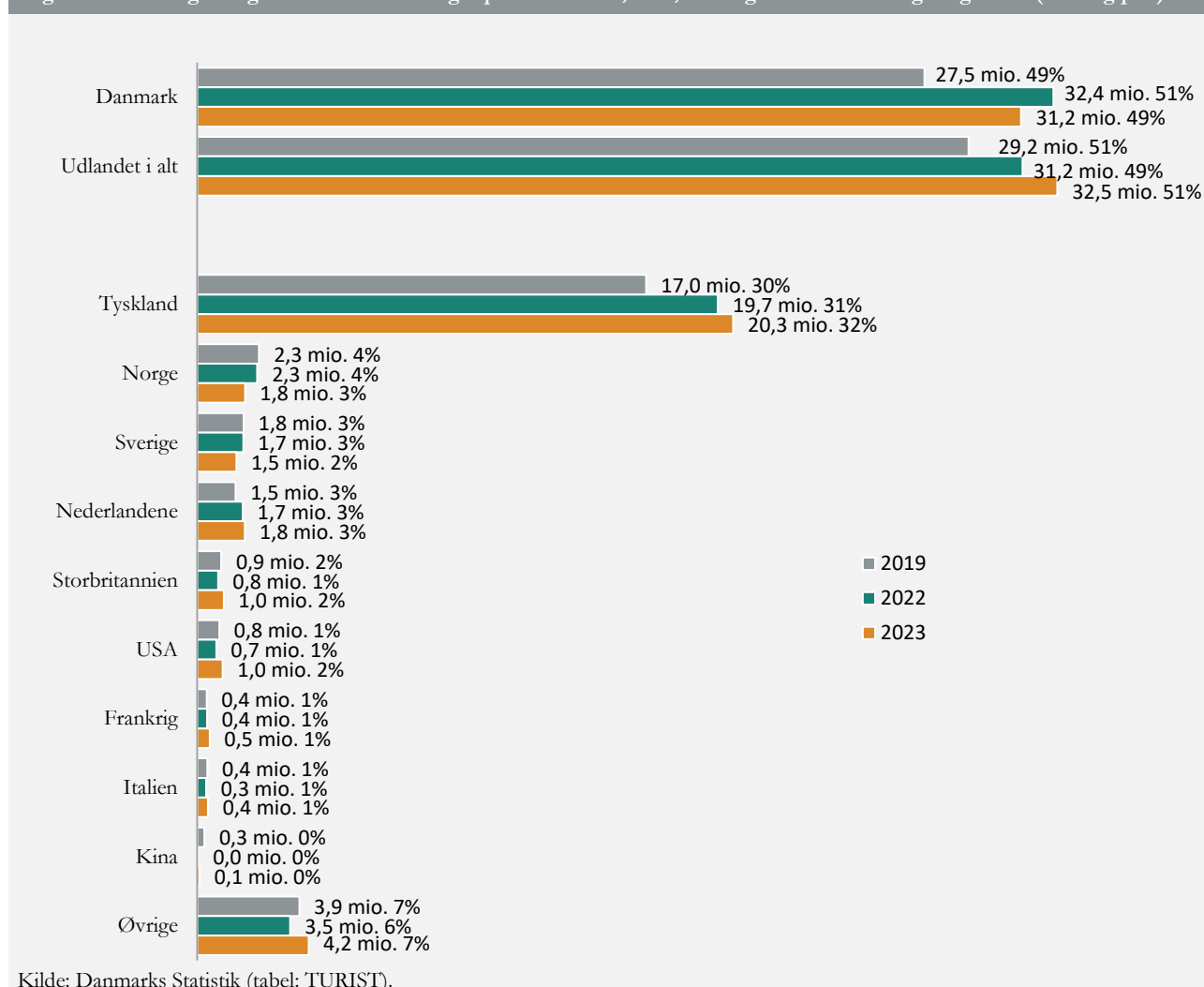
5.2.5 Overnatninger fordelt på nationalitet

Både danske og udenlandske turisters overnatninger er vigtige for dansk turisme. I 2023 udgjorde udenlandske overnatninger 51 pct. (32,5 mio.) af samtlige registrerede overnatninger i Danmark, og danske overnatninger udgjorde 49 pct. (31,2 mio.). De markeder, der ligger tæt på Danmark (Tyskland, Nederlandene, Sverige, og Norge) tegnede sig for 40 pct. af overnatningerne i Danmark i 2023. Med 20,3 mio. overnatninger stod Tyskland for 32 pct. af det samlede antal overnatninger, svarende til 62 pct. af alle udenlandske overnatninger i Danmark i 2023, jf. Figur 24.

³⁰ Feriehuse er det samme som sommerhuse.

³¹ 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, 2022 og 2023 overnatninger og andel (mio. og pct.)



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: TURIST).

Ser man bort fra årene 2020 til 2022, der var påvirket af covid-19-pandemien, fortsatte 2023 en trend, der har været siden 2015, hvor udenlandske overnatninger stiger mere end danske, og dermed udgør en stadigt større del af dansk turisme. Antallet af danske overnatninger faldt fra 2022 til 2023.

5.2.6 Overnatninger booket via udlejningsplatforme

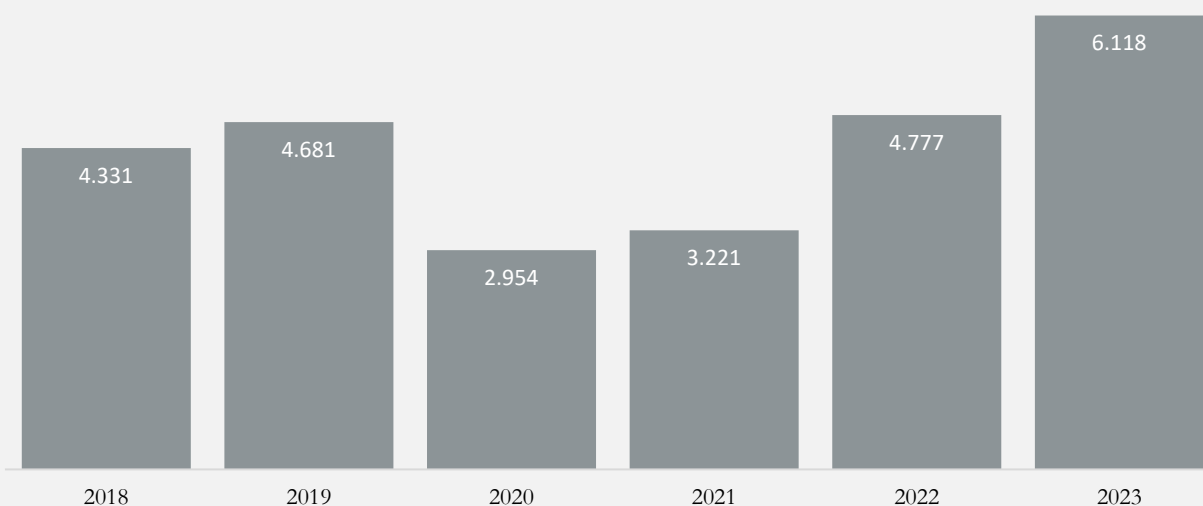
Udlejning via udlejningsplatforme har i mange år været i kraftig vækst.³² Udviklingen i de kommercielle turistovernatninger registreres løbende af Danmarks Statistik, men overnatninger booket via online platforme indgår ikke i statistikken. Eurostats data om bookinger via fire online platforme (Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor) offentliggøres kvartalsvist og supplerer således de eksisterende data om udviklingen i turisme og overnatninger.³³

³² 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).

³³ 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

Udviklingen i antallet af overnatninger booket via udlejningsplatforme i Danmark har nogenlunde fulgt udviklingen i kommercielle overnatninger fra 2018 til 2022 med store fald i 2020 og 2021 og genopretning i 2022. Men fra 2022 til 2023 er antallet af overnatninger booket via udlejningsplatforme steget markant, mens antallet af kommercielle overnatninger er stagneret. Overnatninger via udlejningsplatforme nåede i 2023 op på 6,1 mio., jf. Figur 25. Dette er en stigning fra 2022 til 2023 på 1,3 mio. overnatninger, svarende til 28 pct.

Figur 25 Antal overnatninger booket gennem udlejningsplatforme i Danmark, 2018-2023 (1.000)



Kilde: Eurostat (tabel: tour_ce_oar).

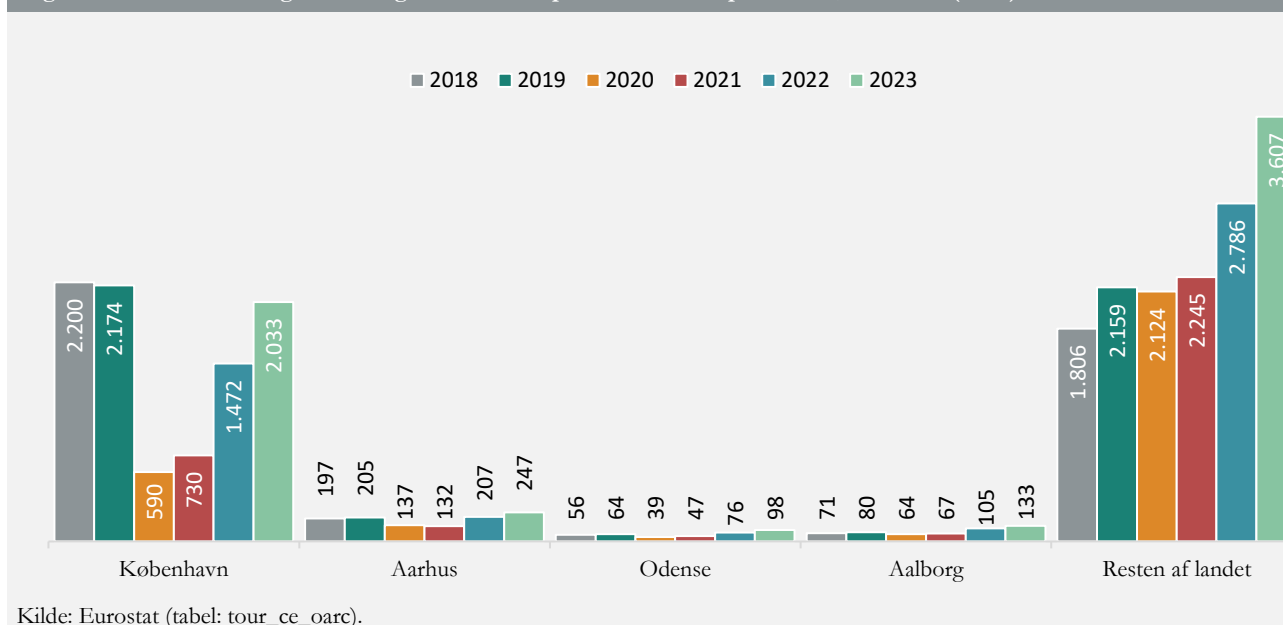
Udviklingen siden 2019 er især drevet af en stor stigning i antallet af overnatninger booket via udlejningsplatforme uden for de store byer, mens antallet af overnatninger booket via udlejningsplatforme i København ikke er tilbage på niveauet fra 2019.

Overnatningerne uden for de fire storbyer udgjorde i 2023 således 59 pct. af de samlede overnatninger mod 46 pct. i 2019. Hermed er der en tendens til, at denne overnatningsform i højere grad spreder turisterne uden for de fire storbyer.

Ud af de fire storbyer tiltrak København flest overnatninger (81 pct.) booket via udlejningsplatforme efterfulgt af Aarhus (10 pct.), Aalborg (5 pct.) og Odense (4 pct.).

eksisterende statistikker med eksempelvis antal overnatninger i feriehuse. 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, 2018-2023 (1.000)



Blandt de 6,1 mio. overnatninger booket via online platforme i 2023 blev 78 pct. foretaget af udenlandske turister og 22 pct. af danske turister. Dette er en ændring i sammensætningen i forhold til 2022, hvor udenlandske turister stod for 75 pct. af overnatningerne og viser, at væksten i udenlandske turister er højere end væksten i danske.

I 2023 udgjorde tyske turister den største udenlandske gruppe med 28 pct. af alle overnatninger booket via udlejningsplatforme efterfulgt af USA (6 pct.) og Nederlandene (5 pct.). Antallet af overnatninger steg for størstedelen af de registrerede udenlandske markeder fra 2022 til 2023, men faldt for norske og svenske overnatninger.

Tabel 14 Udviklingen i antal overnatninger booket gennem udlejningsplatforme fordelt på nationalitet 2022 til 2023

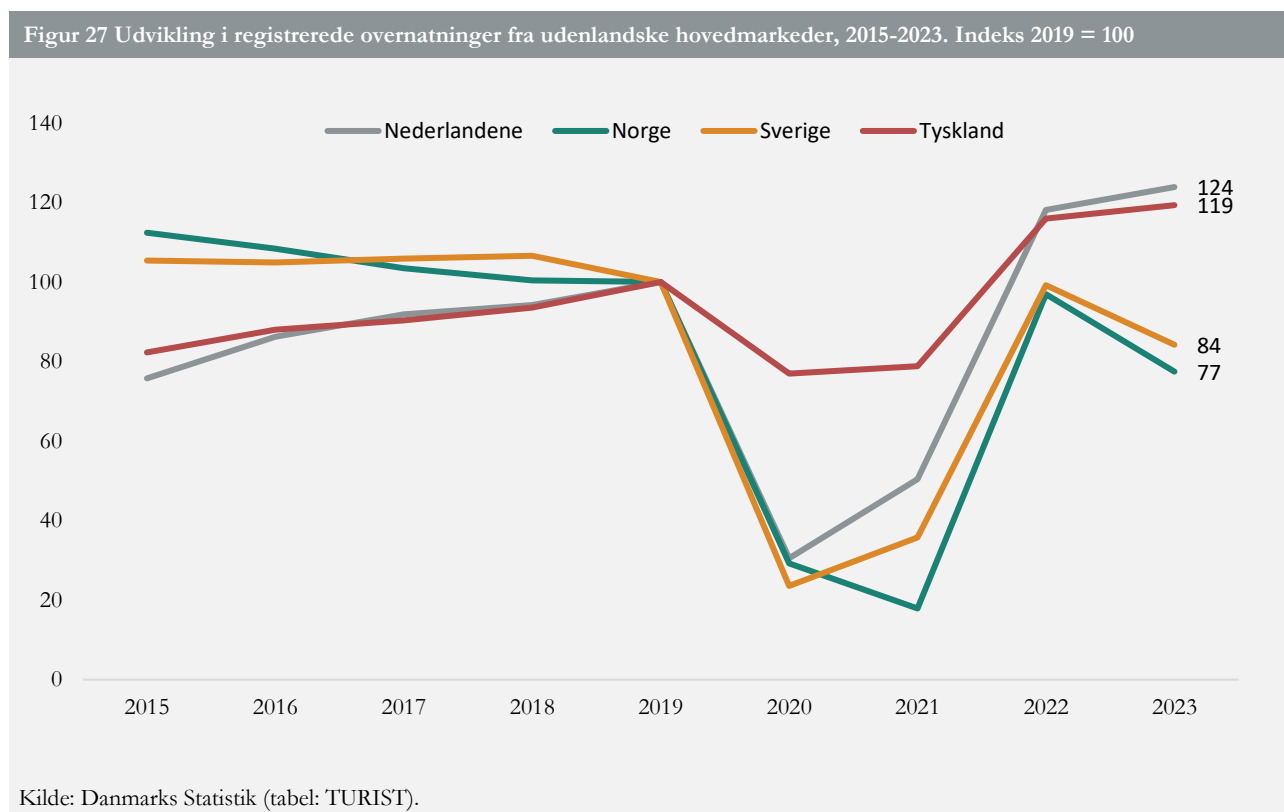
	2023	Fordeling af overnatninger 2023	2022	Fordeling af overnatninger 2022	Udvikling i antal overnatninger 2022 - 2023
I alt	6.118.000	100%	4.776.532	100%	28%
Danmark	1.349.062	22%	1.189.070	25%	13%
Udlandet i alt	4.768.938	78%	3.587.462	75%	33%
Tyskland	1.692.870	28%	1.163.504	24%	45%
USA	342.769	6%	273.052	6%	26%
Nederlandene	330.519	5%	255.403	5%	29%
Norge	280.169	5%	327.073	7%	-14%
Frankrig	275.420	5%	178.122	4%	55%
Storbritannien	227.476	4%	172.738	4%	32%
Sverige	166.182	3%	170.738	4%	-3%
Polen	125.281	2%	82.776	2%	51%
Italien	116.639	2%	84.039	2%	39%
Belgien	116.617	2%	90.479	2%	29%
Øvrige lande	1.094.996	18%	789.538	17%	39%

Kilde: Eurostat (tabel: tour_ce_oar).

5.3 Vækst på hovedmarkeder og vækstmarkeder

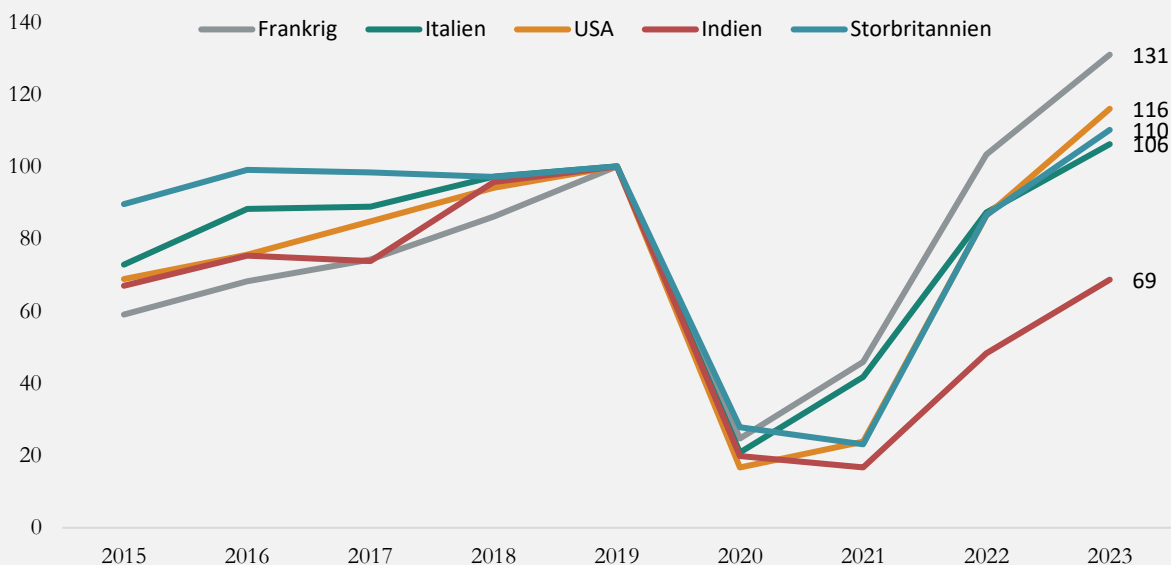
Markederne for dansk turisme kan inddeles i hoved- og vækstmarkeder. Hovedmarkederne omfatter Danmarks nabolande (Tyskland, Sverige, Norge, og Nederlandene), hvorfra der er kommet mange turister igennem en længere årrække. Vækstmarkederne omfatter Frankrig, Italien, Storbritannien, USA og Indien, der trods en mindre volumen målt i antal overnatninger, har haft høje vækstrater de seneste år med undtagelse af årene præget af covid-19-pandemien.

Fra 2019 til 2023 steg antallet af overnatninger fra to af de fire hovedmarkeder. Særligt fra Nederlandene og Tyskland var der fremgang i antallet af overnatningerne, der i 2023 lå henholdsvis 24 pct. og 19 pct. over 2019-niveauet. Antallet af overnatninger fra det svenske og norske marked faldt med henholdsvis 16 pct. og 23 pct. i samme periode.



Danmark har oplevet høje vækstrater i antallet af overnatninger fra alle af de øvrige prioriterede markeder fra 2019 til 2023, med undtagelse af Indien, jf. . Eksempelvis steg antallet af overnatninger fra det franske marked med 31 pct. fra 2019 til 2023, mens antallet af overnatninger fra USA steg med 16 pct.

Figur 28 Udvikling i registrerede overnatninger fra andre prioriterede markeder, 2015-2023. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: TURIST).

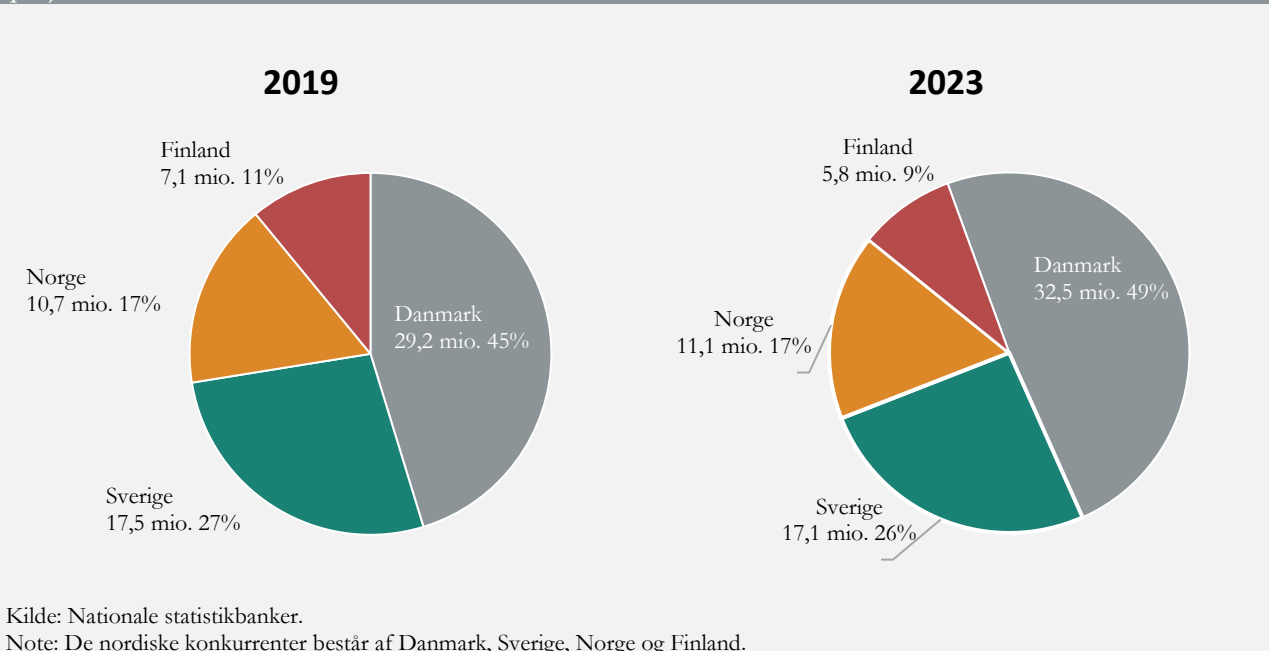
Andelen af udenlandske overnatninger fra de fire markeder tættest på Danmarks lå i 2023 på 78 pct. (77 pct. i 2019), mens de øvrige markeder stod bag 9 pct. af det totale antal udenlandske overnatninger i Danmark (mod 10 pct. i 2019).

5.4 Danmarks markedsandele

Med 32,5 mio. udenlandske overnatninger i 2023 havde Danmark næsten lige så mange udenlandske overnatninger som Sverige, Norge og Finland tilsammen (34,0 mio. overnatninger). Danmark havde også før covid-19 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 29.³⁴

³⁴ 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.

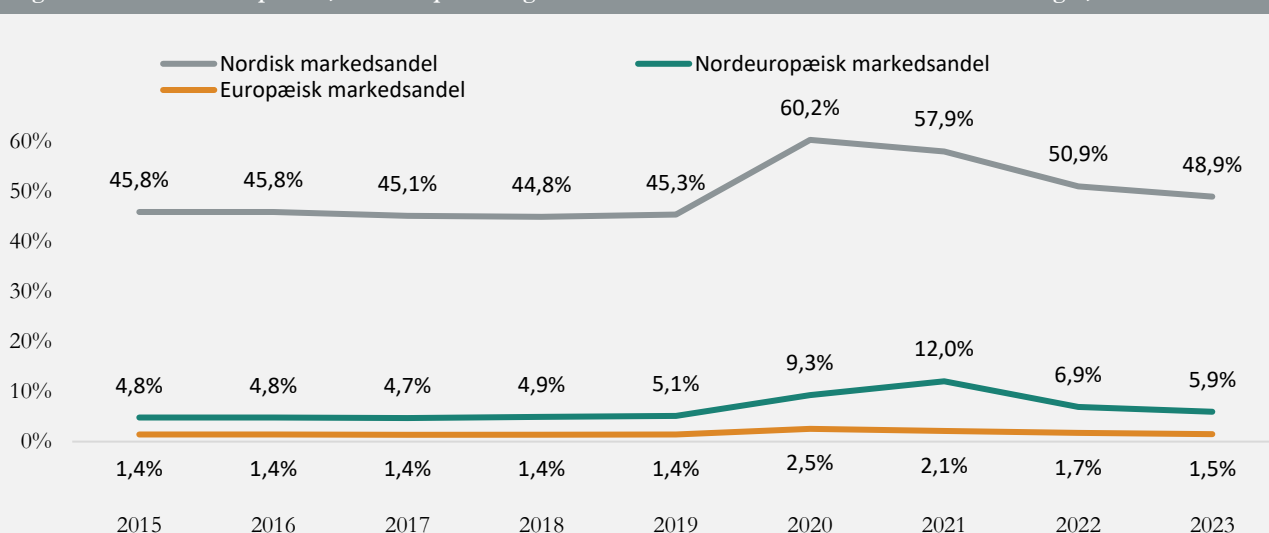
Figur 29 Danmarks markedsandel af udenlandske overnatninger i forhold til de nordiske konkurrenter, 2019 og 2023 (mio. og pct.)



Danmarks markedsandele af udenlandske overnatninger i både Norden, Nordeuropa og Europa nåede rekordhøje niveauer i 2020 og 2021, jf. Figur 30. De samlede niveauer for antallet af overnatninger var dog unormalt lave grundet covid-19-pandemien.

I 2023 voksede Danmarks markedsandel til 48,9 pct. af overnatningerne i Norden, 5,9 pct. af overnatningerne i Nordeuropa og 1,5 pct. af overnatningerne i Europa. Disse niveauer i markedsandele er alle højere end i 2019, før covid-19. Danmarks markedsandel er i høj grad drevet af udviklingen i tyske overnatninger, der siden 2015 er steget mere i Danmark end i landene i konkurrentfeltet.

Figur 30 Danmarks europæiske, nordeuropæiske og nordiske markedsandel af udenlandske overnatninger, 2015-2023



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.

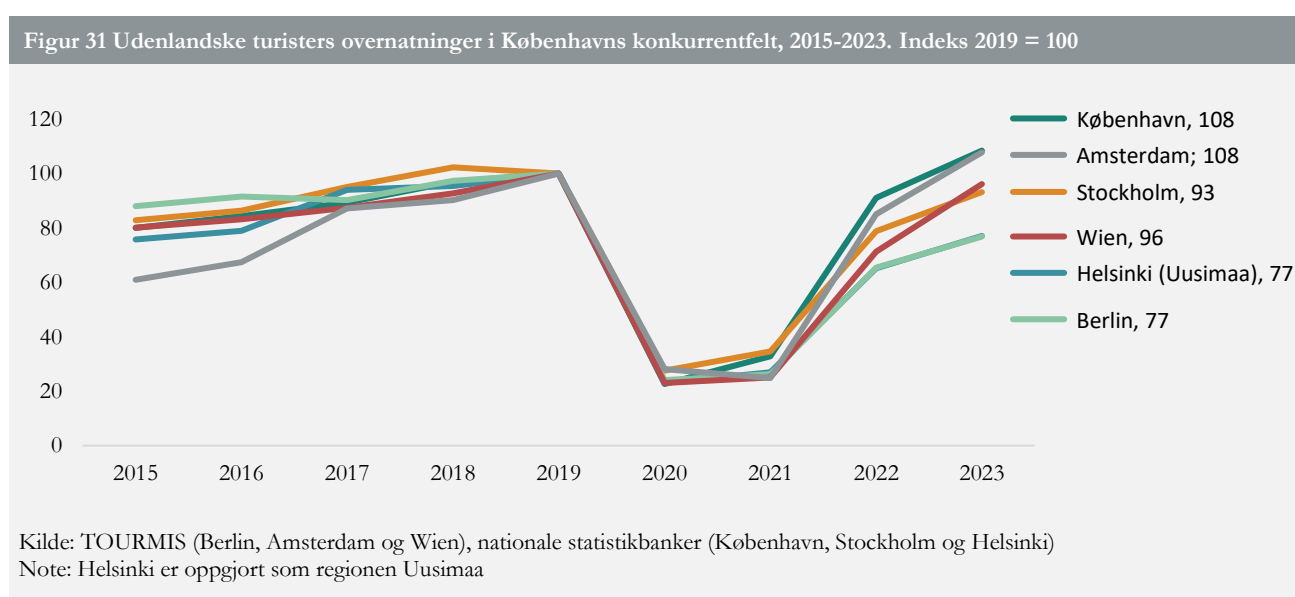
Note: Nordeuropa består af Danmark, Sverige, Norge, Finland, Tyskland, Nederlandene, Storbritannien og Irland.

5.4.1 Storbyturismens markedsandele

Danmarks primære konkurrentfelt kan inddeles i storbyturisme og kyst- og naturturisme og afhænger af geografisk placering.³⁵ Der er her tale om alle udenlandske overnatninger inklusive erhvervs- og mødeturister, da der ikke er statistik på udenlandske erhvervs- og mødeturister i Danmark og konkurrentlandene.

Figur 31 viser udviklingen i antallet af udenlandske turisters overnatninger i de seks storbyer, som udgør Københavns konkurrentfelt i forhold til storbyturisme. De seks storbyer var især mærket af covid-19-pandemien i 2020 og 2021, hvor udenlandske overnatninger kun udgjorde 23 pct. til 35 pct. af 2019-niveauet. Genopretningen af storbyturismen har taget tid. Således havde ingen af storbyerne genoprettet 2019-niveauet i 2022, mens det kun var København og Amsterdam, der havde et højere niveau i 2023 end i 2019.

Fra 2019 til 2023 har væksten i København og Amsterdam været 8 pct. Samtidig er udenlandske overnatninger i Stockholm og Wien faldet med henholdsvis 7 pct. og 4 pct., mens Berlin og Helsinki begge ligger 23 pct. under 2019-niveauet.



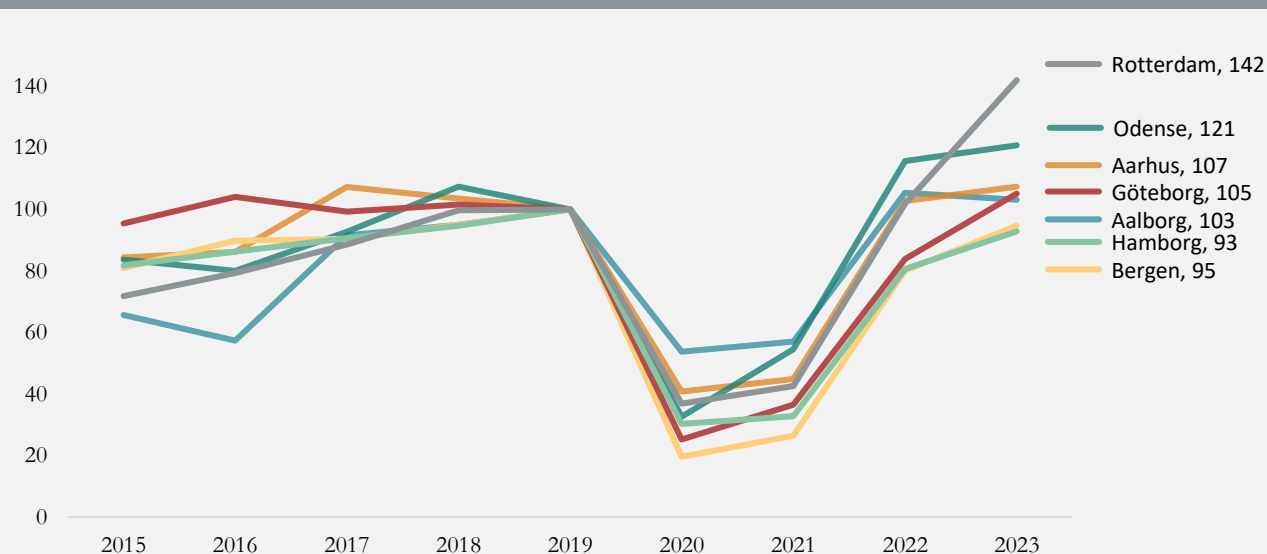
Københavns markedsandel blandt de seks nordeuropæiske byer har ligget på omkring 9 pct. fra 2015 til 2019. Andelen faldt til 8 pct. i 2021, men er nu oppe på 11 pct. i 2023, hvilket vil sige, at man oven på covid-19-pandemien har vundet markedsandele fra konkurrentbyerne.

I "second-city"³⁶ konkurrencefeltet oplevede de danske byer (Aalborg, Odense og Aarhus) allerede i 2022 en genopretning af de udenlandske overnatninger til 2019-niveauet. Dette gjaldt også Rotterdam, jf. Figur 32. Fra 2022 til 2023 havde Rotterdam den største vækst af de syv "second-cities", så den nederlandske by i 2023 var 42 pct. over 2019-niveauet. Odense og Aarhus oplevede også positiv vækst, så man i 2023 var henholdsvis 21 pct. og 7 pct. over 2019-niveauet. Aalborg havde negativ vækst i 2023 og var i 2023 3 pct. over 2019-niveauet, mens Göteborg var 5 pct. over 2019-niveauet. Hamborg og Bergen var i 2023 henholdsvis 7 pct. og 5 pct. under niveauet i 2019.

³⁵ Opdelingen i dette kapitel er udelukkende geografisk, da internationale statistikker ikke inddeler overnatninger efter formål (ferie/forretning).

³⁶ Second-city refererer til storbyer, som ikke er hovedstæder.

Figur 32 Udenlandske turisters overnatninger i Aarhus, Aalborg og Odenses konkurrentfelt, 2015-2023. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik (Aalborg, Odense og Aarhus), TOURMIS (Hamborg), Tilvaxtdata (Göteborg), Statistik sentralbyrå (Bergen) og cbs.nl (Statistics Netherlands) (Rotterdam).

Note: De tre storbyer opgøres som ferie- og erhvervsturisme i Aarhus-, Aalborg- og Odense kommuner.

De tre danske byer, Odense, Aarhus og Aalborg, havde tilsammen en markedsandel på 12 pct. af de udenlandske overnatninger i "second-city" konkurrencefeltet i 2023. Det var lidt over niveauet i 2019, hvor de tre byer samlet set tegnede sig for 11 pct. af de udenlandske overnatninger i second-city konkurrencefeltet. Af de tre danske storbyer havde Aalborg den største markedsandel (5 pct.) efterfulgt af Aarhus (5 pct.) og Odense (2 pct.) i 2023. I 2019 lå de tilsvarende andele på 5 pct. for Aalborg, 4 pct. for Aarhus og 2 pct. for Odense.

5.4.2 Kyst- og naturturismens markedsandele

For kyst- og naturturismen består konkurrentfeltet af både udenlandske og hjemlige destinationer, da der på nogle markeder er en række lighedspunkter mellem turistoplevelsen i Danmark og hjemlandet.

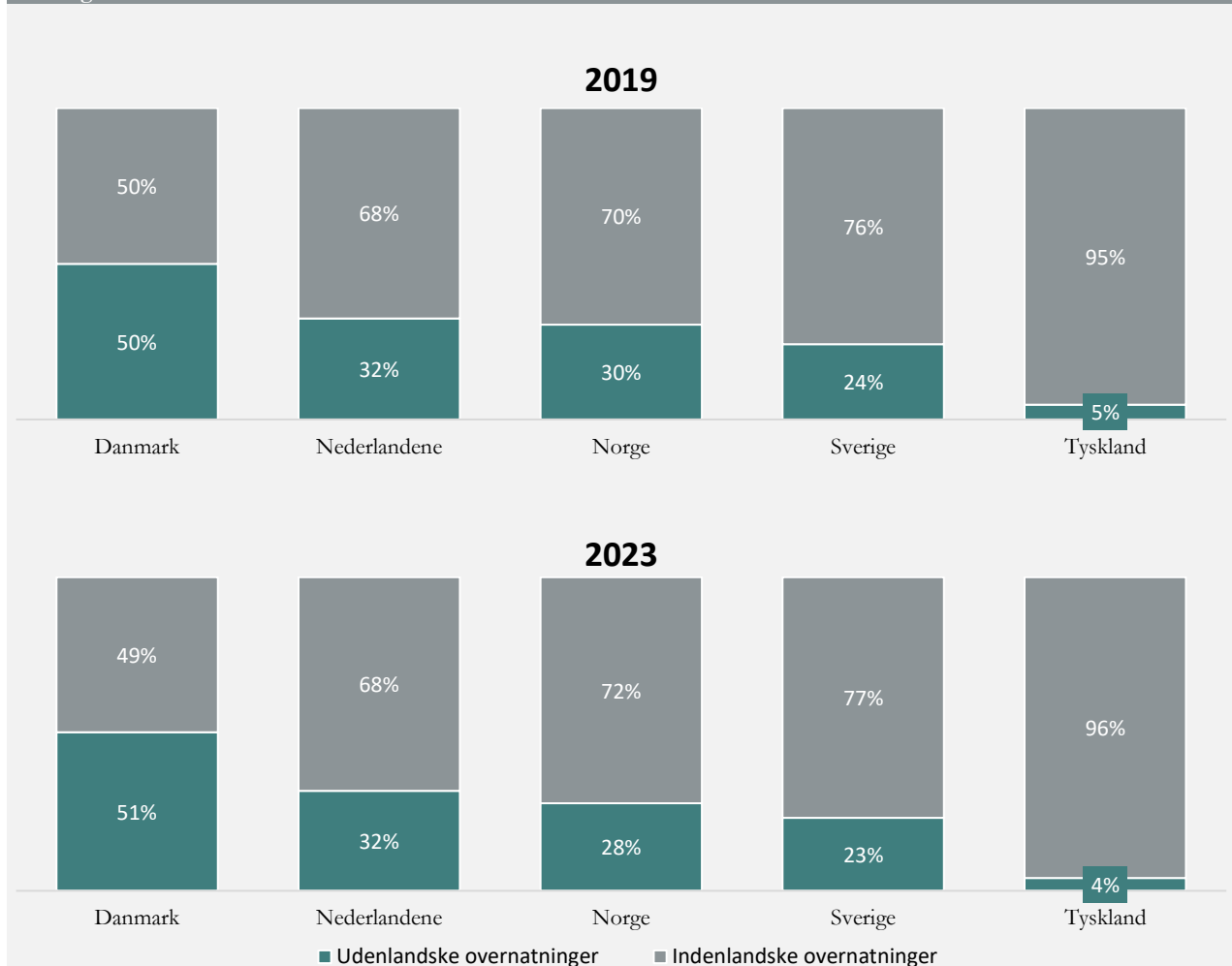
VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme har lavet følgende afgrænsning af Danmarks konkurrentfelt inden for kyst- og naturturismen:

1. Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern,
2. Sverige: Götaland ekskl. Göteborg og Malmö,
3. Norge: Østfold, Akershus, Buskerud, Vestfold, Telemark og Vestland,
4. Nederlandene: turismeområderne kyst, vandsport og skov og hede³⁷.

I konkurrentfeltet faldt andelen af udenlandske overnatninger i kyst- og naturturismen fra 2019 til 2023. I begge år havde Danmark den største andel af udenlandske kyst- og naturturister sammenlignet med konkurrentfeltet, jf. Figur 33.

³⁷ Centraal Bureau voor de Statistiek har opdelt de nederlandske kommuner i turistområder:

Figur 33 Fordeling af inden- og udenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2019 og 2023



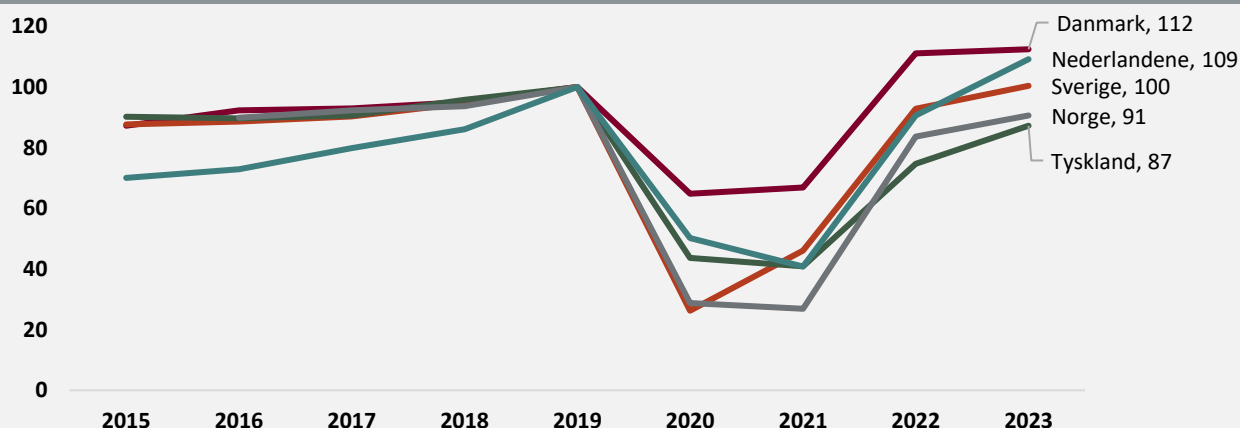
Kilde: Danmarks Statistik (Danmark), Statistisk sentralbyrå (Norge), Tillvaxtdata (Sverige), Statistisches Bundesamt (Tyskland) og Centraal Bureau voor de Statistiek (Nederlandene).

Note: Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København. Konkurrentfeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern. Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Østfold, Akershus, Buskerud, Vestfold, Telemark og Vestland. Nederlandene: turismeområderne kyst, vandsport og skov og hede.

Dansk kyst- og naturturisme blev knap så hårdt ramt af covid-19-pandemien som dansk storbyturisme og klarede sig også 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 Tyskland, 64 pct. i Nederlandene og 73 pct. i Norge, jf. Figur 34.

I 2023 var antallet af udenlandske overnatninger inden for dansk kyst- og naturturisme 12 pct. over niveauet i 2019, og Danmark lå dermed på en 1. plads lige før Nederlandene, hvor antallet af udenlandske overnatninger steg 9 pct. i forhold til 2019.

Figur 34 Udenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2015-2023. Indeks 2019 = 100



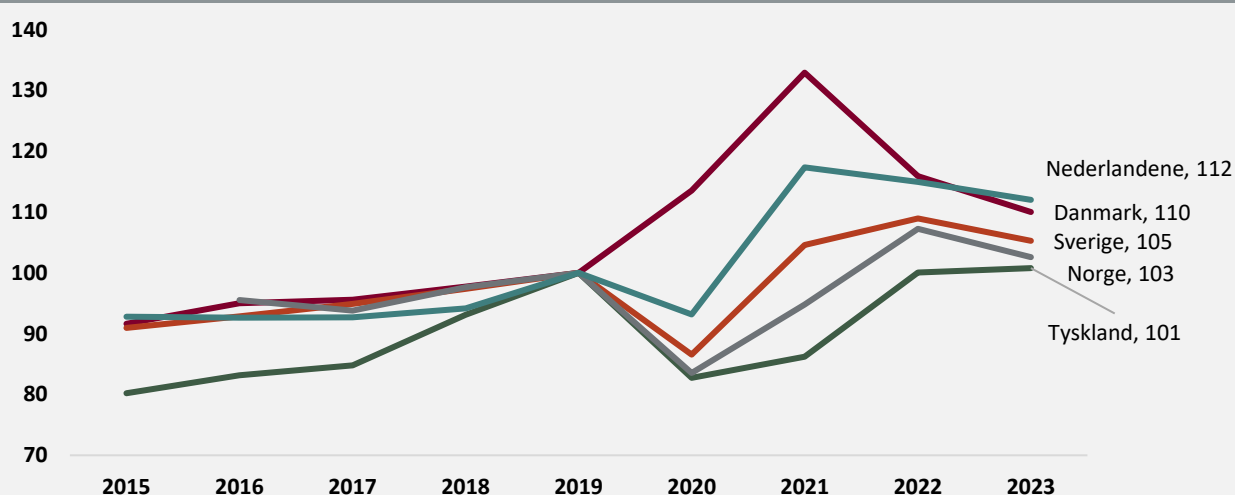
Kilde: Danmarks Statistik (Danmark), Statistisk sentralbyrå (Norge), Tillvaxtdata (Sverige), Statistisches Bundesamt (Tyskland) Centraal Bureau voor de Statistiek (Nederlandene).

Note: Kyst- og naturturisme i Danmark opgøres som ferie- og forretningsturisme i Danmark, ekskl. Aarhus, Aalborg, Odense og København. Konkurrentfeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern. Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Østfold, Akershus, Buskerud, Vestfold, Telemark og Vestland. Nederlandene: turismeområderne kyst, vandsport og skov og hede

Danmark oplevede en stigning i antallet af indenlandske overnatninger fra 2019 til 2020 i modsætning til de øvrige lande i konkurrentfeltet for kyst- og naturturisme. Fra 2020 til 2021 oplevede alle lande en stigning i antallet af indenlandske overnatninger og fra 2021 til 2022 oplevede Danmark som det eneste land et fald i antallet af indenlandske overnatninger, mens de resterende lande oplevede en genopretning af de tabte overnatninger i forhold til 2019.

Danmarks indenlandske overnatninger i kyst- og naturturismen faldt 5 pct. fra 2022 til 2023. Dette til trods lå antallet af indenlandske overnatninger i 2023 10 pct. over 2019-niveauet, jf. Figur 35.

Figur 35 Indenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2015-2023. 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. Konkurrentfeltet opgøres som: Tyskland: Schleswig-Holstein og Mecklenburg-Vorpommern. Sverige: Götaland (ekskl. Göteborg og Malmö). Norge: Østfold, Akershus, Buskerud, Vestfold, Telemark og Vestland. Nederlandene: Hele landet med undtagelse af Noord-Holland og Zuid-Holland (Amsterdam, Rotterdam og Haag regionerne).



6. Vækstforventninger og kapacitet

6. Vækstforventninger og kapacitet

Opsummering

Vækstforventninger frem mod 2030

- 2023 blev endnu et rekordår for turismen i Danmark og væksten forventes at fortsætte. I 2030 forventes der i alt 76,3 mio. overnatninger, hvoraf 41,3 mio. anslås at være udenlandske.
- Hvis de vækstforventningerne for 2030 realiseres, svarer det til en gennemsnitlig årlig vækst i antallet af overnatninger på 2,7 pct. fra 2024 til 2030. Antallet af danske overnatninger forventes at vokse med 2,0 pct. om året i gennemsnit fra 2024 til 2030, og antallet af udenlandske overnatninger forventes at vokse med 3,3 pct. om året.

Kapacitetsudvikling

- Målt på antallet af sengepladser steg kapaciteten på de danske hoteller, campingpladser, feriecentre og i feriehuse med 14,1 pct. fra 2015 til 2023. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækst på 1,7 pct.
- Fra 2022 til 2023 steg feriehuskapaciteten med 4.690 huse til udlejning. De danske feriehuse blev udlejet i 782.498 uger i 2023, hvilket var mere end noget andet år. Det svarer til, at hvert feriehus blev udlejet 18,0 uger i 2023, hvilket var mindre end i 2022 hvor hvert feriehus blev udlejet 20,1 uger, men mere end i 2019, hvor hvert feriehus blev udlejet 17,5 uger. Feriehusene blev især udlejet i sommermånederne.
- Fra 2015 til 2023 steg hotelkapaciteten med 37 pct.
- Den gennemsnitlige udnyttelse af hotelværelser i 2022 lå på 60 pct. Det svarede stort set til niveauet i 2002 (59 pct.), og det var stort set tilbage på 2019-niveauet (62 pct.).
- Wonderful Copenhagen havde både den største hotelkapacitet og den højeste kapacitetsudnyttelse i 2023. Fra 2022 til 2023 steg kapacitetsudnyttelsen på de danske hoteller i tre af 19 destinationsselskaber.
- På landets feriecentre var værelsesudnyttelsen i 2023 på 46 pct. mod 47 pct. i 2022. Feriecentrenes samlede kapacitet steg 1,6 pct. fra 2022 til 2023, men var under niveauet i perioden 2015 til 2020.
- Antallet af campingenheder har fluktueret omkring 90.000 siden 2015. Kapacitetsudnyttelsen på landets campingpladser steg fra 14 pct. i 2020 til 17 pct. i 2022. I 2023 lå kapacitetsudnyttelsen på 16 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 15.³⁸ Vækstprognosen er baseret på forventningerne til efterspørgslen af overnatninger i Danmark de kommende år.

Den kortsigtede prognose for 2024 er baseret på udviklingen i overnatningstal år-til-dato samt bookingtal for resten af året. Den langsigtede prognose tager ikke højde for faktorer som for eksempel tilstrækkelig overnatningskapacitet, tilgængelige flyruter, kvaliteten af turistproduktet eller ændret rejseadfærd.

³⁸ 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 valutakurser. Historisk er der dokumenteret en positiv sammenhæng mellem den økonomiske udvikling i et land og outbound-turismen fra landet.

Målt på antal overnatninger blev 2023 et historisk godt år for Danmark. Samlet set lå antallet af overnatninger på 63,7 mio. sammenlignet med 63,6 mio. i rekordåret 2022. Antallet af danske overnatninger lå 3,8 pct. under 2022-niveauet, mens antallet af udenlandske overnatninger lå 4,2 pct. over niveauet i 2022.

Selvom turismen allerede i 2022 blev genoprettet målt på antal overnatninger, var antallet af turister fra nogle udenlandske markeder stadig betydeligt under niveauet før pandemien. Dette gjaldt for eksempel turister fra Sverige, Norge, Kina og Indien.

Den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme fra oktober 2024 omfatter en indikator på, at dansk turisme skal nå 74 mio. overnatninger i 2030. Dette svarer til en gennemsnitlig årlig vækst i antallet af overnatninger på 1,8 pct. fra 2023 til 2030.

Jf. prognosen vil målet allerede indfries i 2029. I 2030 forventes der 35,0 mio. danske overnatninger og 40,2 mio. udenlandske overnatninger, hvilket svarer til en gennemsnitlig vækst på henholdsvis 2,0 pct. og 3,3 pct. fra 2024 til 2030.

Tabel 15 Antal overnatninger og prognose, 2019-2030

	Overnatninger					Prognose								Gns. årlig vækst 2024-2030	Samlet vækst 2024-2030
	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*	2029*	2030*			
	Mio. overnatninger												Pct.		
Danske	27,5	28,9	34,7	32,4	31,2	31,0	31,3	32,3	33,0	33,6	34,3	35,0	2,0%	12,9%	
Udenlandske	29,2	16,3	17,4	31,2	32,5	34,0	35,4	36,8	38,1	39,2	40,2	41,3	3,3%	21,3%	
I alt	56,7	45,2	52,2	63,6	63,7	65,0	66,7	69,1	71,0	72,7	74,5	76,3	2,7%	17,3%	

Kilde: Danmarks Statistik (TURIST), Tourism Economics og VisitDenmark.

Note: * Forventede antal overnatninger.

6.1.1 Vækst kræver kapacitet

Hvis vækstprognosen skal realiseres, kræver det tilstrækkelig kapacitet, så turisternes efterspørgsel kan imødekommes. Dette kapitel afdækker kapaciteten på de største overnatningsformer i Danmark: feriehuse, hoteller, feriecentre og camping, der i 2023 stod for 93 pct. af samtlige registrerede kommercielle overnatninger i Danmark. De resterende overnatninger 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 2023.³⁹ Fra 2015 til 2023 steg kapaciteten med i alt 13,7 pct. fra 220.100 til 250.300 sengepladser, svarende til en årlig vækst på 1,6 pct.

Den øgede kapacitet var i høj grad drevet af hotellerne, der fra 2015 til 2023 udvidede med flere end 32.000 senge. Fra 2022 til 2023 steg kapaciteten på både de danske hoteller og feriecentre. På hotellerne steg kapaciteten med 2.100 senge, og på feriecentrene steg kapaciteten med 1.200 senge. På campingpladserne faldt kapaciteten med 600 enheder fra 2022 til 2023.

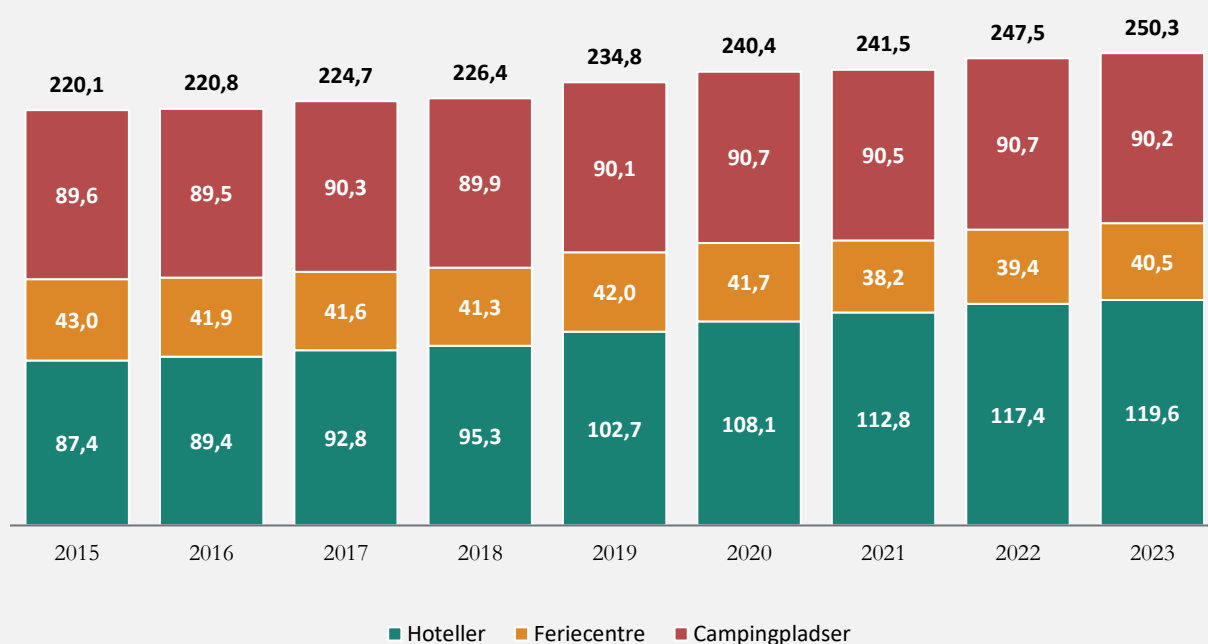
³⁹ En campingenhed svarer til en kapacitet på 3 personer. (<https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/erhvervsliv/overnatninger-og-rejser/campingpladser>).

Fra 2015 til 2023 steg antallet af feriehuse til udlejning med 5.463, svarende til omkring 32.800 flere disponible sengepladser⁴⁰ eller en gennemsnitlig årlig vækst på 1,7 pct. Denne udvikling dækker især over en stigning i kapaciteten fra 2022 til 2023, idet niveauet har være konstant eller svagt faldende siden 2016.

Lægges den officielle kapacitet for hoteller, feriecentre og campingpladser sammen med den estimerede feriehuskapacitet, steg antallet af sovepladser med 14,1 pct. fra 2015 til 2023, svarende til en gennemsnitlig årlig vækst på 1,7 pct. Sammenholdes denne kapacitetsvækst med de fremtidige vækstforventninger fremgår det, at der vil være behov for at sikre en kapacitetsvækst, og at denne vækst matcher markedets efterspørgsel efter overnatningsform, kvalitet, bæredygtighed, kyst- og naturferier, mv.

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

Figur 36 Kapacitetsudviklingen på hoteller, feriecentre og campingpladser, antal senge og campingenheder (1.000) 2015-2023



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

En femtedel af de danske feriehuse udlejes gennem et bureau.⁴¹ I 2023 var der i alt 43.463 feriehuse til rådighed for udlejning, hvilket var 4.690 flere end i 2022 og det hidtil højeste niveau, jf. Tabel 16. Samlet set blev de danske feriehuse udlejet 782.498 uger i 2023. Det er det højeste niveau og svarer til, at hvert feriehus blev udlejet 18,0 uger. I 2022 blev hvert feriehus udlejet 20,1 uger. Altså er det enkelte hus blevet lejet mindre ud, mens flere danskere til gengæld har udlejet deres feriehus og dermed øget udbuddet og udvalget for de mange turister.

⁴⁰ Danmarks Statistiks tabel FERIAH5. Statistikken går tilbage til 2012. Der er antaget 6 sengepladser pr. feriehus jf. oplysninger fra VisitDenmarks Sommerhusundersøgelse 2022.

⁴¹ Danmarks Statistik (BOL101, FERIAH5). Størstedelen af feriehusovernatningerne foregår således i eget eller lånt feriehus. Disse overnatninger er ikke omfattet af statistikkerne.

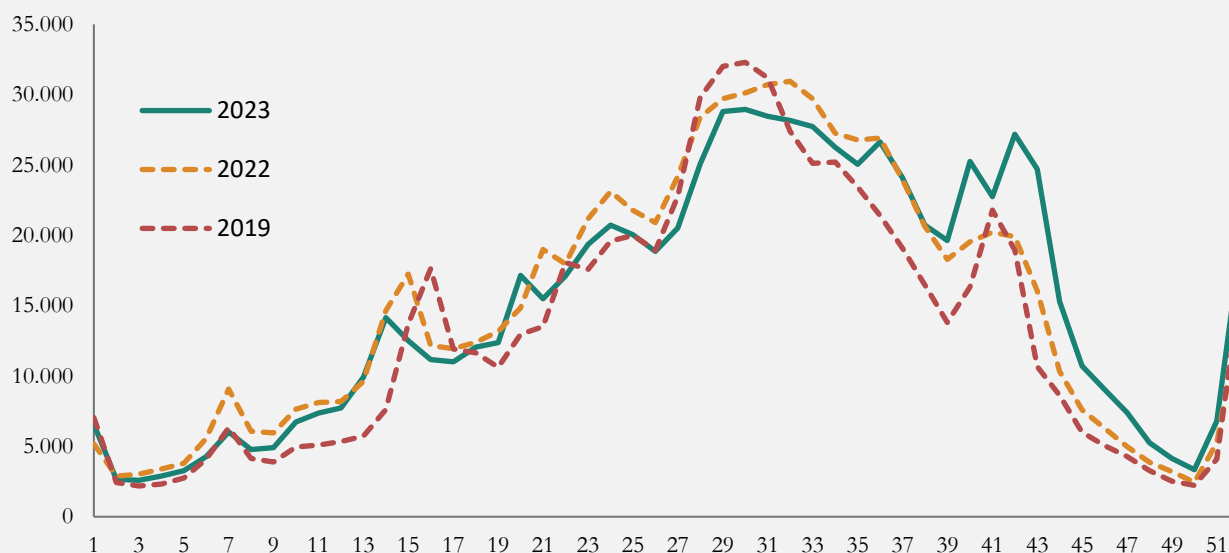
Tabel 16 Udlejning og kapacitet i feriehusene 2015-2023

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Udlejningskapacitet, huse	38.000	40.028	40.301	39.800	39.550	39.725	39.280	38.773	43.463
Estimat på antal senge	228.000	240.168	241.806	238.800	237.300	238.350	235.680	232.638	260.778
Udlejede husuger	589.832	625.092	649.265	651.130	691.120	652.547	713.980	780.292	782.498

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

Der er store geografiske forskelle på, hvor stor en andel af 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.⁴² Både husenes stand, kystnærhed og størrelse samt ejernes brug og villighed til at udleje spiller en rolle for udlejningspotentialet.

Som det ses af Figur 37, er højsæsonen for feriehusudlejning juli og august. Sæsonmønstret kan ændre sig fra år til år. Det afhænger blandt andet af den tyske feriekalender.

Figur 37 Antal udlejede husuger i feriehusene, 2019, 2022 og 2023

Kilde: Danmarks Statistik (FERIEH4).

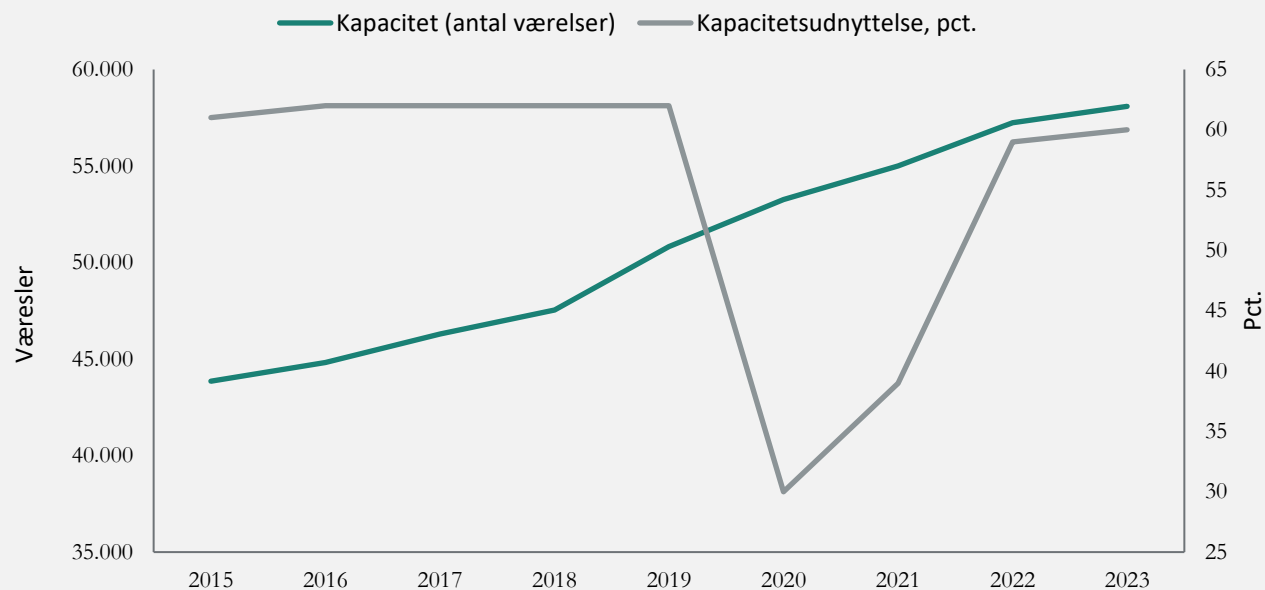
6.2.2 Hoteller

Fra 2016 til 2019 lå den gennemsnitlige værelseskapacitetsudnyttelse for hoteller på landsplan stabilt på 62 pct. på trods af stigende kapacitetsudbud.⁴³ Fra 2015 til 2023 steg den maksimale kapacitet på hotellerne med 14.238 værelser, svarende til 32.100 senge. Under coronapandemien faldt kapacitetsudnyttelsen markant, men i 2022 og 2023 var kapacitetsudnyttelsen næsten tilbage på 2019-niveauet til trods for den øgede kapacitet, jf. Figur 38.

⁴² [Udlejning af feriehusene størst i Jylland - Danmarks Statistik \(dst.dk\)](#)

⁴³ Hotellernes nettokapacitetsudnyttelse er beregnet som antal belagte senge/værelser i forhold til senge-/værelseskapaciteten gange antal åbningsdage i perioden.

Figur 38 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på hoteller, 2015-2023

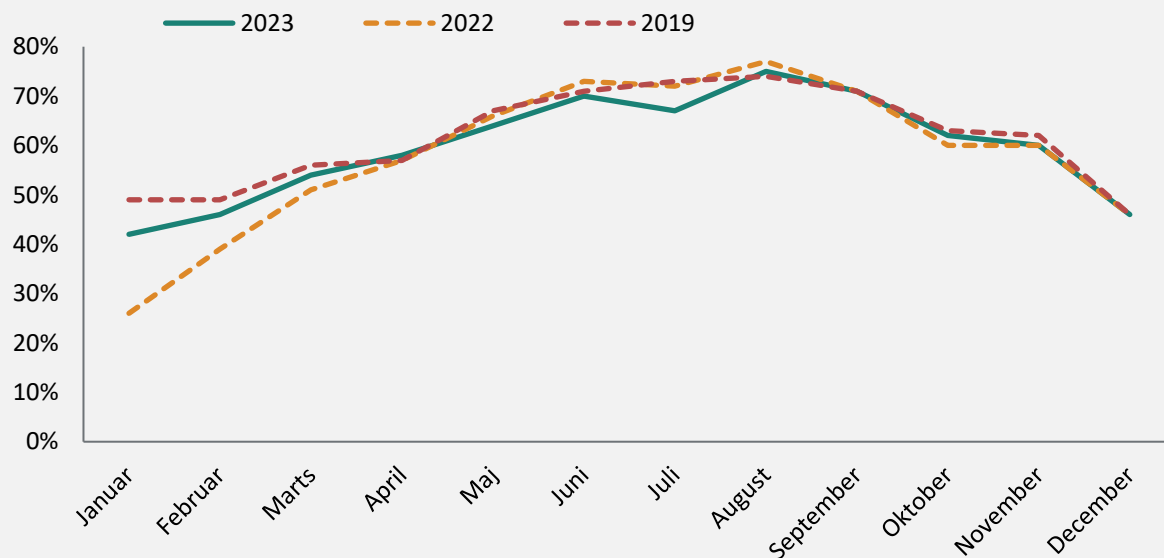


Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL6).

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

Den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse i 2023 viser, at hotellerne fra januar til marts nærmerede sig 2019-niveauet. Kapacitetsudnyttelsen i juli var under 2019- og 2022-niveauet, men fulgte niveauet i 2019 og 2022 fra august og resten af året, jf. Figur 39.

Figur 39 Kapacitetsudnyttelse for hoteller målt i værelser, 2019, 2022 og 2023



Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL5).

Tre ud af de 19 danske destinationsselskaber oplevede stigende kapacitetsudnyttelse fra 2022 til 2023, mens 14 oplevede faldende kapacitetsudnyttelse. I Destination Nordvestkysten var kapacitetsudnyttelsen i 2023 på samme niveau som i 2022.

Wonderful Copenhagen havde med 68 pct. den højeste kapacitetsudnyttelse i 2023 og var også den destination, der oplevede den største fremgang i kapacitetsudnyttelsen fra 2022 til 2023. Destinations Vadehavskysten havde den næsthøjeste udnyttelse i 2023 på 63 pct., hvilket dog var 3 procentpoint under niveauet i 2022.

Tabel 17 Gennemsnitlig værelsesudnyttelse og antal værelser på destinationsselskabernes hoteller, 2019, 2022 og 2023

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse			Antal værelser 2023	Antal virksomheder 2023
	2019	2022	2023		
Wonderful Copenhagen	73%	63%	68%	27.660	153
VisitNordsjælland	44%	44%	45%	694	12
Destination Bornholm	51%	54%	45%	1.438	34
Destination Fjordlandet	54%	51%	50%	741	13
Destination Sjælland	47%	52%	45%	820	16
Visit Sydsjælland og Møn	45%	52%	47%	707	15
VisitLollandFalster	41%	53%	48%	487	13
Destination Fyn	51%	56%	55%	4.316	55
Destination Sønderjylland	50%	55%	51%	1.679	35
Destination Trekantområdet	59%	61%	58%	3.702	40
Destination Vadehavskysten	65%	66%	63%	867	11
Destination Vesterhavet	50%	47%	50%	642	18
Destination Kystlandet	53%	56%	53%	866	12
Aarhusregionen	57%	59%	57%	4.851	55
Destination Limfjorden	50%	48%	44%	341	7
VisitHerning	44%	40%	37%	1.493	19
Destination Himmerland	48%	53%	52%	275	7
Destination Nord	54%	56%	54%	3.630	47
Destination NordVestkysten	41%	46%	46%	1.336	34

Kilde: Danmarks Statistik (VDK1).

Note: Data er sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse 2023. Antal værelser og virksomheder er opgjort som max. antal på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent (typisk om sommeren).

Tabel 18 viser kapacitetsudnyttelsen i højsæsonen⁴⁴ for de ti kommuner med flest hotelovernatninger i 2023. Hotellerne i Tårnby Kommune og Københavns Kommune havde de højeste kapacitetsudnyttelser i højsæsonen 2023 på henholdsvis 88 pct. og 87 pct., og i begge kommuner lå kapacitetsudnyttelsen i 2023 over niveauet i 2022. For størstedelen af kommunerne (syv ud af de ti) var kapacitetsudnyttelsen i 2023 lavere end i 2022.

⁴⁴ Måneden med højest belægning.

Tabel 18 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæsonen for top 10 hotelkommuner målt på antal overnatninger

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2023	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2022	Udnyttelse, højsæson 2023	Antal virksomheder højsæson 2023
1	Tårnby	776.965	93%	87%	88%	6
2	København	8.527.634	87%	83%	87%	103
3	Bornholm	322.194	86%	89%	83%	34
4	Frederiksberg	251.414	92%	84%	82%	5
5	Aarhus	1.022.039	76%	80%	77%	25
6	Odense	457.209	64%	77%	77%	14
7	Fredericia	183.240	73%	78%	73%	8
8	Frederikshavn	449.557	86%	84%	72%	23
9	Aalborg	608.987	69%	75%	67%	21
10	Vejle	410.696	68%	74%	67%	15

Kilde: Danmarks Statistik (VDK1).

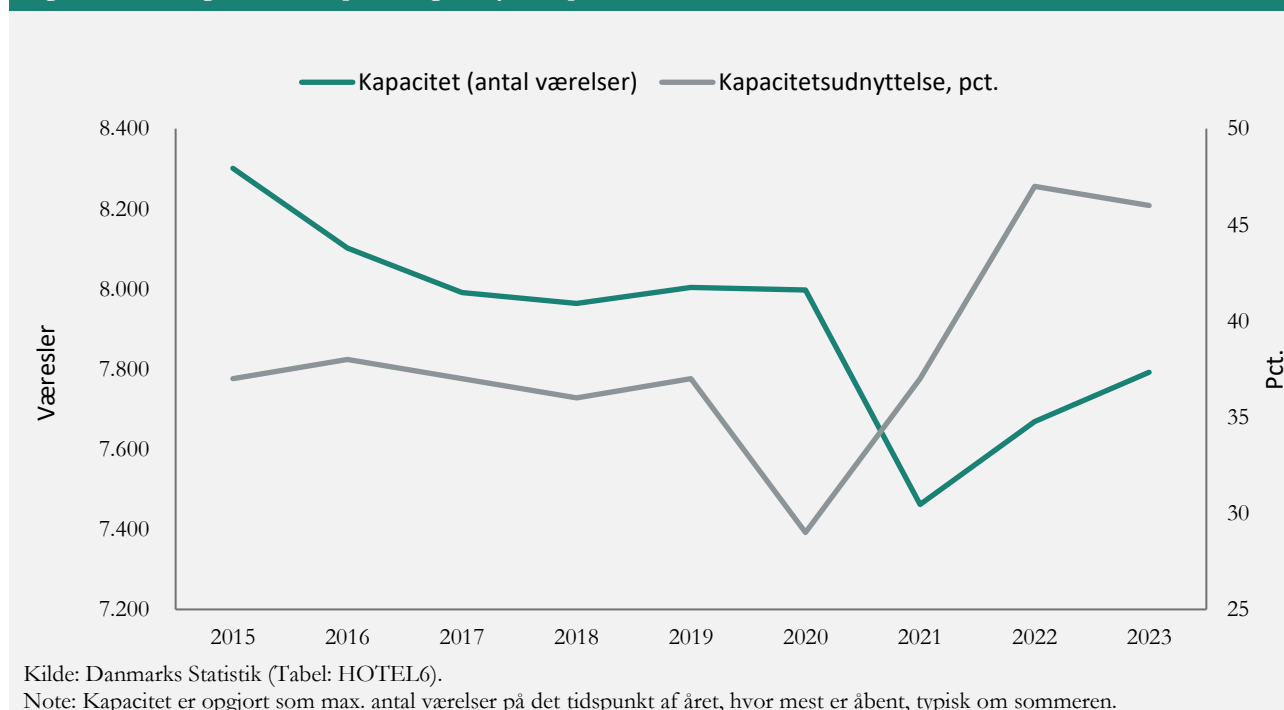
Note: Højsæson angiver måneden med højest udnyttelse.

Note: Data er sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse 2023.

6.2.3 Feriecentre

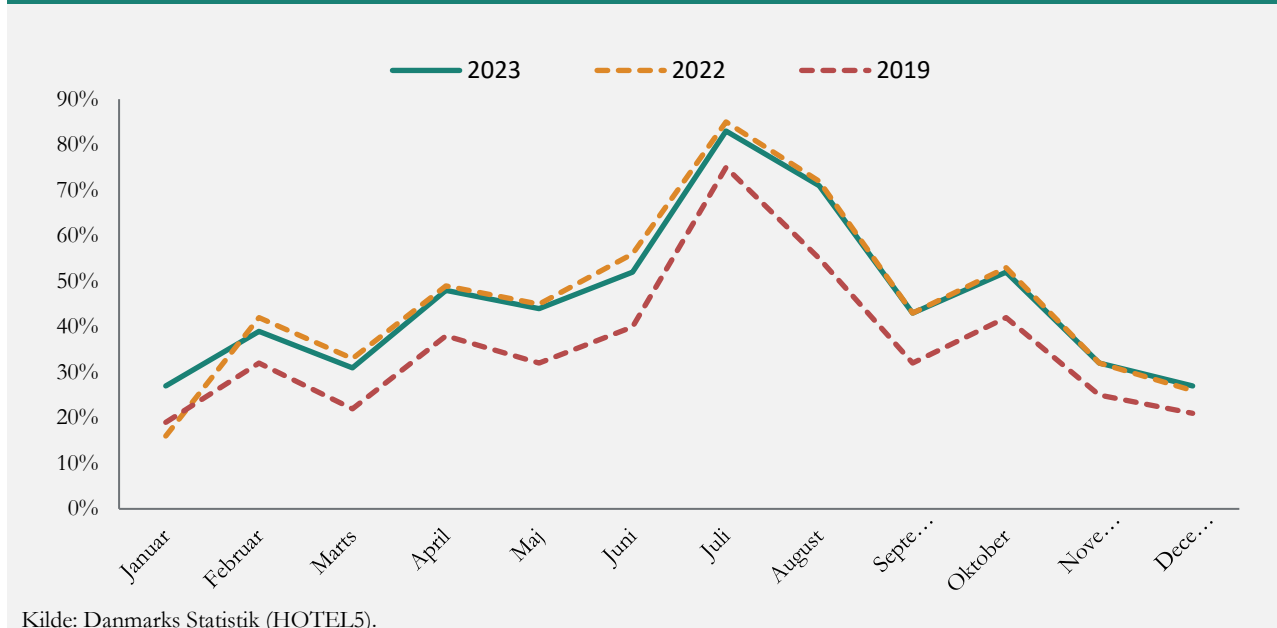
På de danske feriecentre steg den gennemsnitlige værelseskapacitetsudnyttelse fra 29 pct. i 2020 til 47 pct. i 2022. I 2023 var den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse på 46 pct., jf. Figur 40. Dette var noget over de omkring 37 pct. i årene fra 2015 til 2019. Det hang blandt andet sammen med en lavere kapacitet. Antallet af værelser steg fra 7.669 i 2022 til 7.792 i 2023, men var stadig under niveauet i 2015 på 8.301 værelser.

Figur 40 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på feriecentre, 2015-2023



Kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene var i 2023 højest i juli med 83 pct., jf. Figur 41. Niveauet i 2023 var stort set det samme som i 2022 og dermed højere end i 2019 i samtlige måneder. 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 og 2023



Målt på antal værelser lå kapacitetsudnyttelsen i feriecentre i 2023 over 2022-niveauet i fem af de 13 danske destinationsselskaber, der har feriecentre eller flere, jf. Tabel 19. Destination Nordvestkysten havde den største kapacitet i 2023, mens udnyttelsen var højest i Destination Trekantområdet.

Tabel 19 Gennemsnitlig udnyttelse og antal værelser på destinationsselskabernes feriecentre, 2019, 2022 og 2023

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse			Antal værelser 2023	Antal virksomheder 2023
	2019	2022	2023		
Destination Trekantområdet	51%	62%	64%	995	4
VisitLolland-Falster	37%	51%	53%	1.033	8
Destination Vesterhavet	30%	46%	49%	1.041	8
Destination Vadehavskysten	44%	48%	46%	171	3
Aarhusregionen	31%	45%	44%	393	5
Destination Himmerland	44%	44%	46%	427	4
Destination Sønderjylland	37%	41%	43%	615	8
Destination Nordvestkysten	33%	44%	42%	1.249	12
Destination Bornholm	38%	47%	39%	376	6
Destination Fyn	30%	43%	39%	226	5
Visit Sydsjælland & Møn	22%	43%	38%	176	5
Visit Nordsjælland	28%	38%	31%	166	3
Destination Nord	27%	42%	25%	301	6

Kilde: Danmarks Statistik.

Note: Data er sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse 2023. Antal værelser og virksomheder er opgjort som max. antal på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent, typisk om sommeren.

Størstedelen af kommunerne på top-10-listen over kommuner med flest overnatninger på feriecentre havde en god højsæson⁴⁵ i 2023 ligesom i 2022, jf.

Tabel 20. Lolland, Varde og Ringkøbing-Skjern var de kommuner med de højeste kapacitetsudnyttelser i højsæsonen i 2023. Lolland, Ringkøbing-Skjern og Hjørring var kommunerne med flest overnatninger i 2023.

Tabel 20 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæson på feriecentre for top 10 kommuner, 2019, 2022 og 2023

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2023	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2022	Udnyttelse, højsæson 2023	Virksomheder, højsæson 2023
1	Lolland	711.790	91%	91%	92%	4
2	Varde	312.170	78%	...	91%	4
3	Ringkøbing-Skjern	481.360	69%	92%	90%	4
4	Hjørring	384.556	82%	90%	89%	5
5	Jammerbugt	218.345	74%	89%	88%	3
6	Vesthimmerlands	243.321	70%	73%	73%	3
7	Bornholm	115.450	82%	77%	73%	6
8	Tønder	222.609	67%	64%	71%	5
9	Frederikshavn	68.687	...	85%	63%	3
10	Gribskov	54.053	58%	64%	59%	3

Kilde: Danmarks Statistik.

Note: Højsæson angiver måneden med højest udnyttelse.

Note: Kommuner med under 3 virksomheder er diskretioneret: "...".

6.2.4 Campingpladser

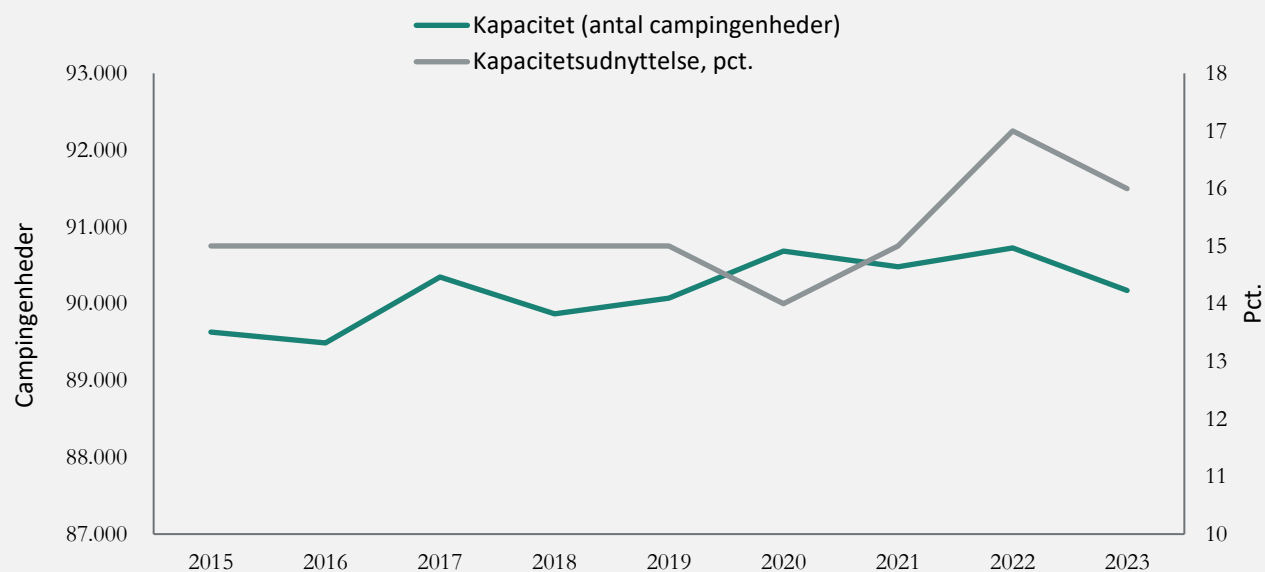
Antallet af campingenheder har fluktueret omkring 90.000 enheder siden 2015 og lå i 2023 på 90.172 campingenheder. Fra 2022 til 2023 faldt kapacitetsudnyttelsen⁴⁶ fra 17 pct. til 16 pct., men lå fortsat over niveauet på omkring 15 pct. i perioden 2015 til 2021.

I juli, der er campingpladsernes højsæson, var kapacitetsudnyttelsen i 2023, 45 pct. Til sammenligning lå kapacitetsudnyttelsen i juli 2022 på 49 pct., jf. Figur 43. I maj 2023 lå kapacitetsudnyttelsen over niveauet i maj 2022, mens kapacitetsudnyttelsen lå under 2022-niveauet i april, juli og august. Kapacitetsudnyttelsen inden for camping er lav sammenlignet med for eksempel hoteller, og overnatningsmønstret på campingpladser er meget sæsonpræget.

⁴⁵ Den måned med højest belægning.

⁴⁶ Kapacitetsudnyttelsen beregnes som antal udlejede pladser i forhold til kapaciteten gange antal åbningsdage i perioden. Fastligere tæller med i overnatningsstatistikken.

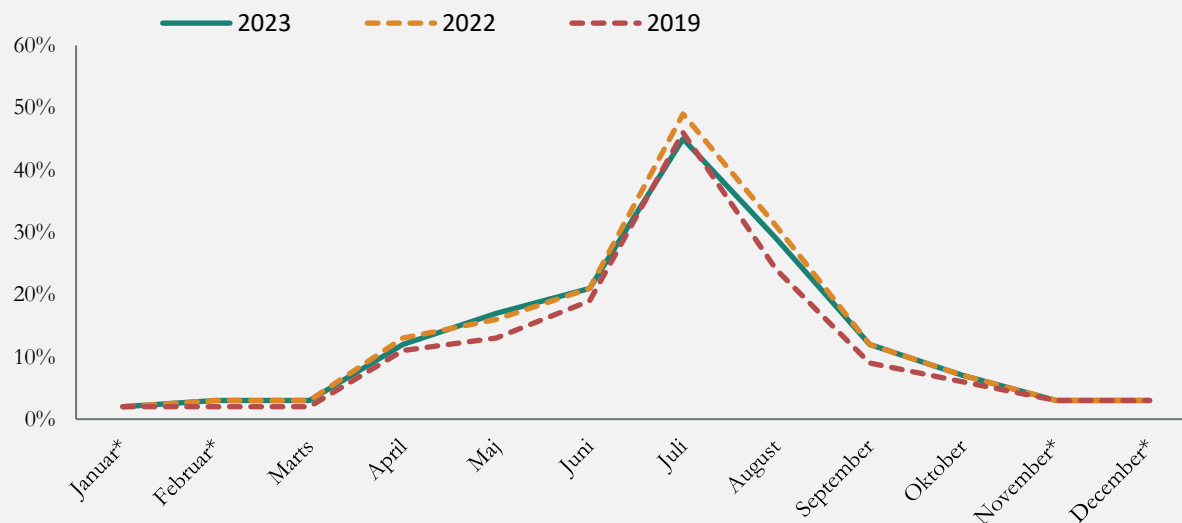
Figur 42 Udvikling i kapacitet og -udnyttelse på campingenheder, 2015-2023



Kilde: Danmarks Statistik (CAMP3).

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

Figur 43 Kapacitetsudnyttelse for campingpladser, 2019, 2022 og 2023



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 reelt være lidt højere i de fire vintermåneder, end den er afbilledet i figuren.

Destination Vesterhavet havde den højeste gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse i 2023 på 30 pct. Med undtagelse af Visit Sydsjælland & Møn lå den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse i de danske destinationsselskaber i 2023 på eller marginalt under niveauet i 2022. Destination Sønderjylland, Destination Nordvestkysten og Destination Fyn var i 2023 de tre største campingdestinationer med mellem 10.039 og 11.304 campingenheder, jf. Tabel 21.

Tabel 21 Gennemsnitlig udnyttelse og antal enheder på destinationsselskabernes campingpladser, 2019, 2022 og 2023

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse			Antal campingenheder 2023	Antal virksomheder 2023
	2019	2022	2023		
Destination Vesterhavet	24%	30%	30%	5.890	25
Destination Fjordlandet	24%	25%	25%	753	4
Destination Bornholm	21%	21%	21%	2.394	14
Destination Fyn	17%	18%	18%	10.039	47
Destination Trekantområdet	17%	20%	18%	4.355	17
Wonderful Copenhagen	16%	17%	17%	2.827	12
Visit Sydsjælland og Møn	13%	15%	16%	3.691	13
Destination Vadehavskysten	16%	16%	16%	2.714	11
Destination Kystlandet	13%	18%	16%	2.193	12
Destination Sønderjylland	13%	15%	15%	11.304	43
Aarhusregionen	15%	17%	15%	9.122	40
Destination Nord	15%	15%	14%	6.321	20
Destination Nordvestkysten	13%	14%	13%	10.503	44
Visit Nordsjælland	12%	12%	12%	2.467	12
Destination Sjælland	11%	13%	12%	3.019	19
Visit Lolland-Falster	12%	12%	12%	2.607	16
Destination Limfjorden	14%	15%	12%	3.236	16
Destination Himmerland	13%	15%	12%	2.364	13
Visit Herning	9%	7%	7%	415	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 2023 den kommune, der i højsæsonen⁴⁷ havde flest campingovernatninger og den højeste kapacitetsudnyttelse, som dog lå noget under niveauet i 2022. Generelt havde de største campingkommuner en dårligere højsæsonmåned i 2023 end i 2022. Kun Bornholm havde en højere kapacitetsudnyttelse i højsæsonen i 2023 end i 2022.

⁴⁷ Den måned med højest belægning.

Tabel 22 Kapacitetsudnyttelse af campingenheder i højsæson for top 10 kommuner, 2019, 2022 og 2023

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2023	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2022	Udnyttelse, højsæson 2023	Antal virksomheder, højsæson 2023
1	Varde	985.370	77%	88%	81%	12
2	Bornholm	336.106	66%	62%	66%	14
3	Haderslev	442.784	45%	51%	50%	8
4	Ringkøbing-Skjern	433.634	53%	51%	47%	13
5	Frederikshavn	527.620	54%	52%	46%	10
6	Aabenraa	264.186	45%	48%	45%	6
7	Jammerbugt	473.288	45%	45%	44%	13
8	Hjørring	318.393	44%	43%	40%	13
9	Sønderborg	354.848	38%	44%	39%	16
10	Tønder	463.921	39%	35%	32%	13

Kilde: Danmarks Statistik (VDK1).

Note: Højsæson angiver måneden med højest udnyttelse.

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



7. Kendskab til og tilfredshed med Danmark som feriedestination

7 Kendskab til og tilfredshed med Danmark som feriedestination

Opsummering

Kendskab til Danmark

- I 2024 var kendskabet til Danmark som feriedestination mest udbredt i områder tæt på Danmark. Kendskabet faldt typisk med stigende geografisk afstand.
- Blandt svenskere og nordmænd kendte flere end seks ud af ti (henholdsvis 67 pct. og 62 pct.) noget eller meget til Danmark som feriedestination. Blandt tyskerne var den tilsvarende andel 39 pct., og blandt nederlænderne var den 17 pct.
- Fra 2012 til 2024 steg kendskabet til Danmark som feriedestination i Nederlandene, mens det stort set var uændret i Tyskland, Sverige og Norge.

Kendskab til større byer i Danmark

- I foråret 2024 var kendskabet til København blandt nordmænd og svenskere højere end kendskabet til Danmark. Tyskeres og nederlænderes kendskab til København var stort set på niveau med kendskabet til Danmark.
- I både Norge, Sverige, Tyskland og Nederlandene var kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense lavere end kendskabet til såvel København som Danmark.

Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

- Blandt svenskere var Danmark den mest kendte udenlandske nordeuropæiske feriedestination i 2024. 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 befolkning i 2024. I Norge lå Danmark nummer tre efter hjemlandet og Sverige.
- I både Nederlandene og Tyskland kendte flere Danmark som feriedestination i 2024, end tilfældet var for Sverige og Norge.

De udenlandske turisters tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa

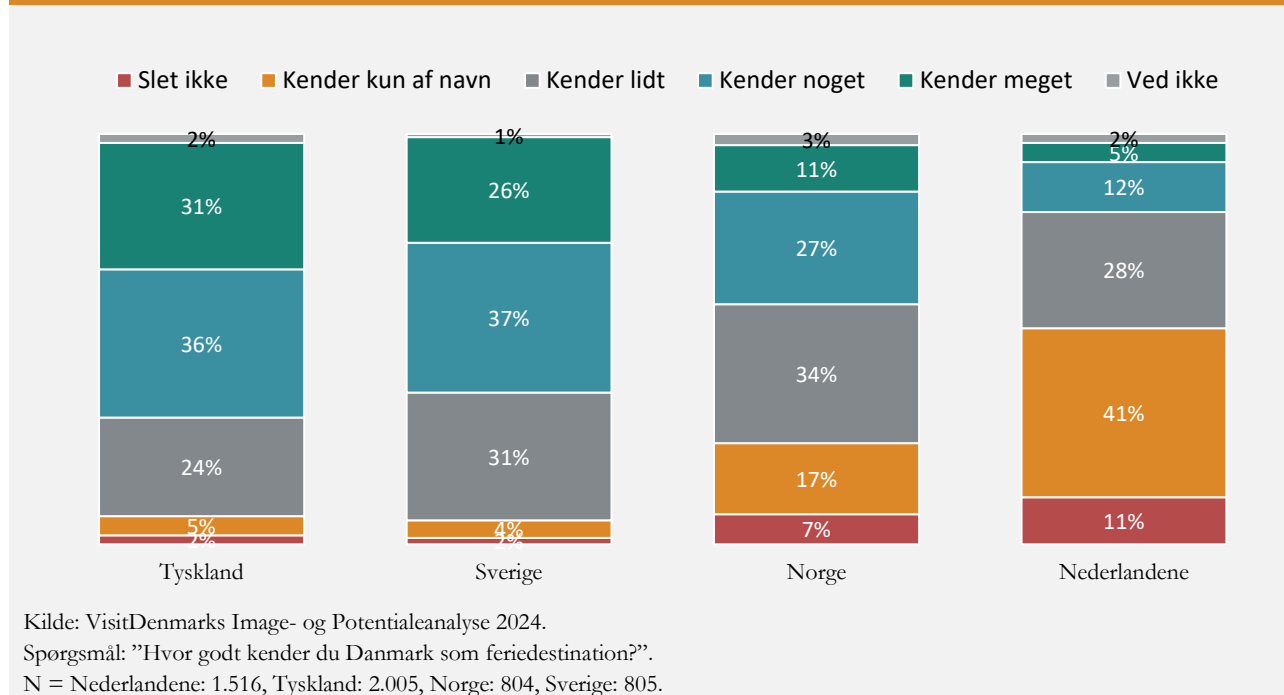
- I 2024 opnåede Danmark en høj score ift. udenlandske turisters tilfredshed med ferien i Danmark. Ligesom sidste år lå Danmark på niveau med gennemsnittet i Norden og Nordeuropa.
- På parametrene *forlystelsesparker og temaparker* og *udvalg af kultur og fritidsaktiviteter* scorede Danmark højere end det nordiske gennemsnit, mens Danmark scorede lavere på *flotte landskaber*.
- På parametrene *flotte strande, oplevelse af sikkerhed under opholdet, forlystelsesparker og temaparker, befolkningens venlighed/imødekommenhed* og *overordnet kvalitet af spisesteder* scorede Danmark over det nordeuropæiske gennemsnit. Danmark scorede lavere end de nordeuropæiske konkurrenter på *udvalg af historiske seværdigheder og museer* og *udvalg af shopping*.

Dette kapitel omhandler kendskabet til og tilfredsheden med Danmark som feriedestination på de største og vigtigste udenlandske markeder for dansk turisme: Sverige, Norge, Tyskland og Nederlandene. I kapitlet ses blandt andet på rejseplaner til de nordeuropæiske lande og 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 Sverige og Norge. I en analyse fra foråret 2024 svarede 67 pct. af svenskerne, 62 pct. af nordmændene, 39 pct. af tyskerne og 17 pct. af nederlænderne, at de kendte noget eller meget til Danmark som feriedestination, jf. Figur 44. Resultaterne dækker over regionale forskelle. I Nordvesttyskland, Syd- og Vestsverige og Sydnorge var der typisk flere, der kendte Danmark, end i Midt- og Sydtykland og det nordlige Sverige og Norge.⁴⁸

Figur 44 Kendskab til Danmark som feriedestination på de fire hovedmarkeder, 2024



Ser man på udviklingen i kendskabet til Danmark fra 2012 til 2024, har der været en stigende trend på det nederlandske marked, mens kendskabsniveauet stort set har været stagneret på de øvrige tre markeder.⁴⁹

7.1.1 Kendskab til de fire store byer i Danmark

Figur 45 viser andelen af befolkningerne på de fire hovedmarkeder, som i 2024 kendte noget eller meget til de fire største byer i Danmark som feriedestinationer. Kendskabet til byerne var i foråret 2024 højest i Norge og Sverige og lavere i de øvrige to lande.

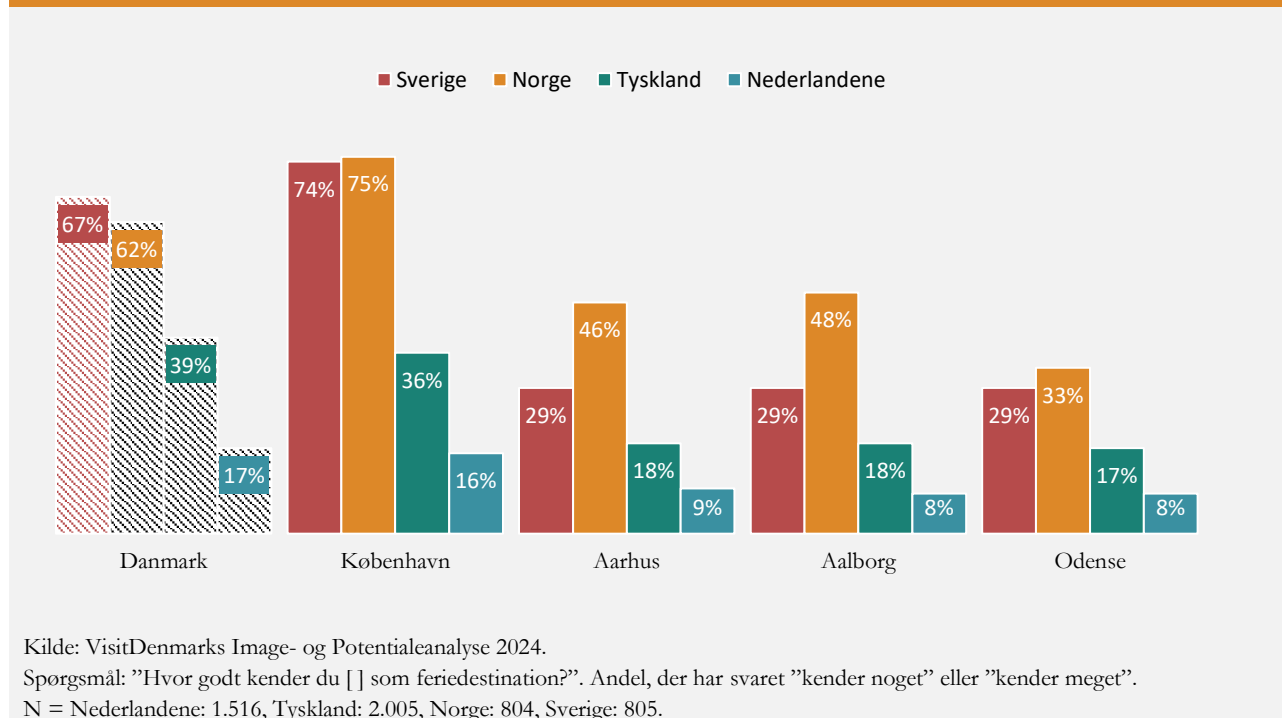
Andelen af nordmænd og svenskere, der i foråret 2024 kendte til København som feriedestination, oversteg andelen, der kendte til Danmark. I den nederlandske befolkning var kendskabet til København på niveau med kendskabet til Danmark, mens kendskabet til København i den tyske befolkning lå under kendskabet til Danmark. Kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense var lavere end kendskabet til København og Danmark. Tallene har ligget forholdsvis stabilt siden 2010.⁵⁰

⁴⁸ Kendskabsmålingerne gennemføres som nationalt repræsentative undersøgelser. Det er muligt at bryde resultaterne ned på for eksempel demografi og segmenter med forbehold for stikprøvestørrelser.

⁴⁹ <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/analyser/kendskab-attraktivitet-og-rejselyst>

⁵⁰ Det bemærkes, at der kræves et massivt markedsføringspres for at øge det generelle landsrepræsentative kendskab.

Figur 45 Kendskab til de fire store byer på de fem hovedmarkeder, 2024

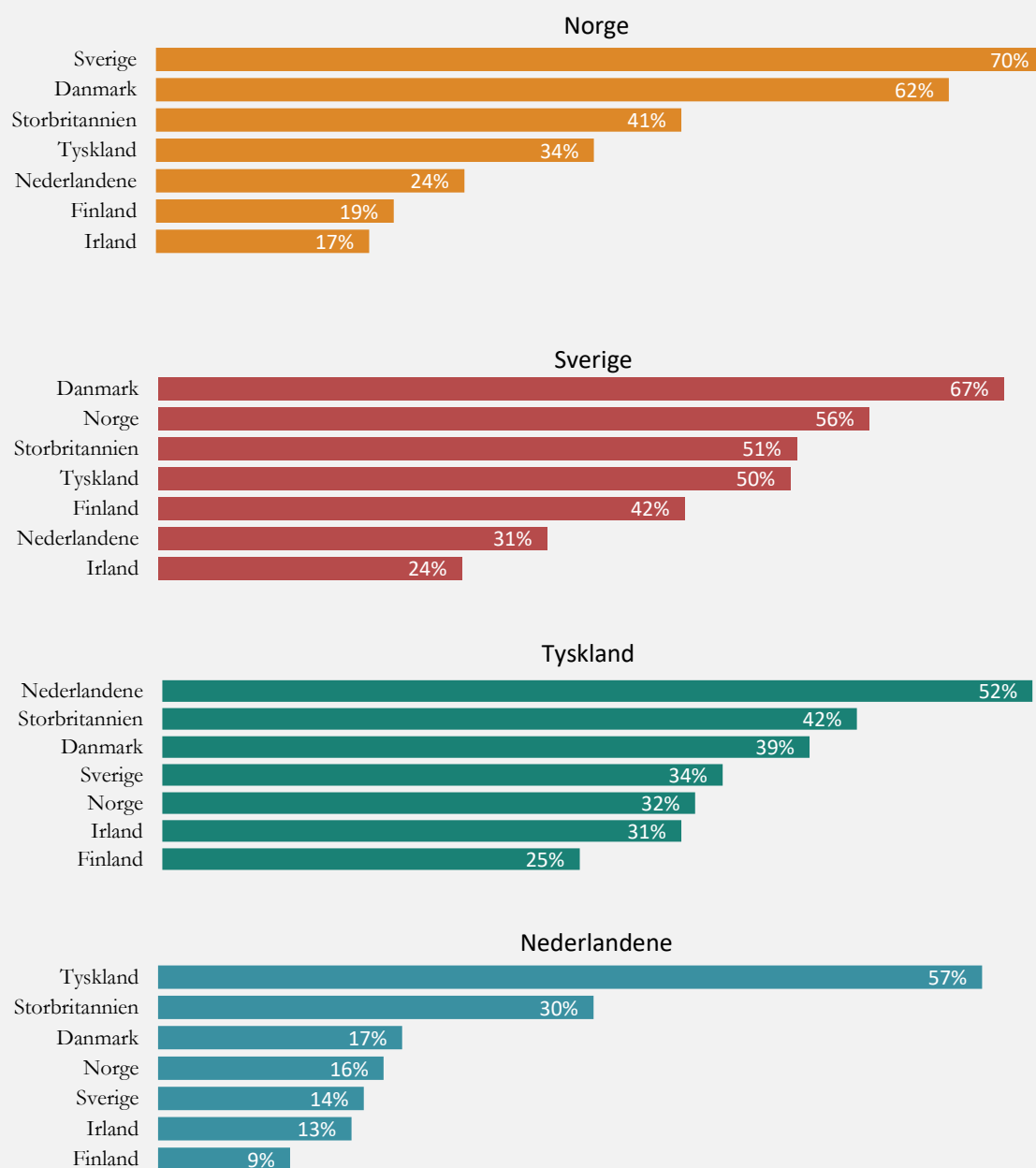


7.1.2 Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

Figur 46 viser andelen af befolkningerne i Tyskland, Norge, Sverige og Nederlandene, der 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, faldt med stigende afstand til Danmark.

Danmark var i foråret 2024 den mest kendte feriedestination blandt svenskere (67 pct.), mens Sverige var den mest kendte blandt nordmændene (70 pct.). Blandt tyskerne var Nederlandene kendt af flest (52 pct.), mens Danmark var den mest kendte af de nordiske lande samlet set. Blandt nederlænderne var Tyskland kendt af flest (57 pct.). Her var kendskabet til Danmark som feriedestination lidt mere udbredt end kendskabet til Norge og Sverige.

Figur 46 De fire hovedmarkeders kendskab til nordeuropæiske lande som feriedestinationer, 2024



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2024.

Spørgsmål: "Hvor godt kender du [land] som feriedestination?". Andel, der har svaret "kender noget" eller "kender meget". N= Nederlandene: 1.516, Tyskland: 2.005, Norge: 804, Sverige: 805.

7.2 Rejseintentioner til de nordeuropæiske feriedestinationer

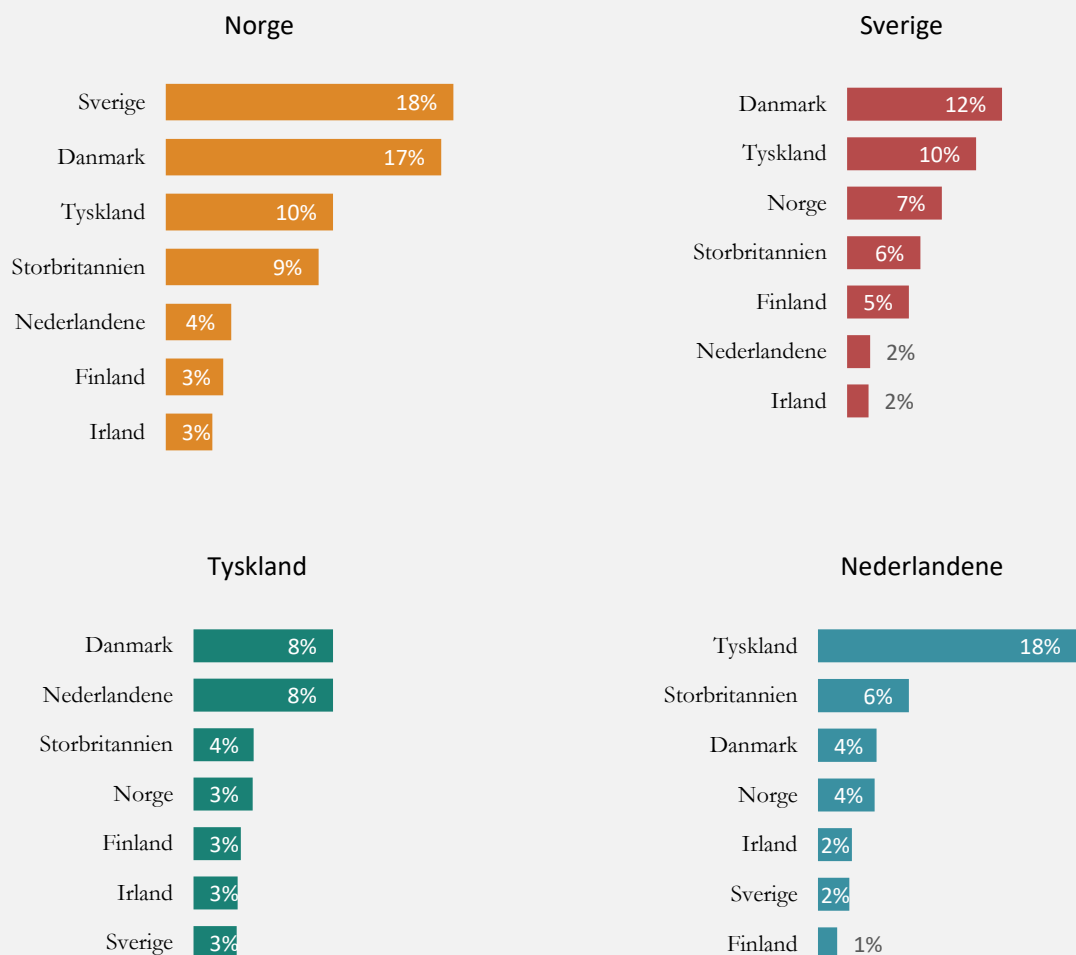
Figur 47 viser, hvor stor en andel af befolkningerne i henholdsvis Norge, Sverige, Tyskland og Nederlandene, der forventede at besøge Danmark på en ferie i de kommende 12 måneder. En ferie defineres som en ferierejse med minimum en overnatning og omfatter både betalt og privat indkvartering.

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 8 pct. af tyskerne og 4 pct. af nederlænderne overvejede at tage på en ferie med overnatning i Danmark inden for en 12 måneders periode. Niveauerne var stort set uændrede sammenlignet med 2023.

Overvejelserne om at holde ferie i eget hjemland var udbredte. Flest tyskere (38 pct.) og nordmænd (33 pct.) forventede at tage på en ferie i eget land. Også blandt svenskerne og nederlænderne var andelen høj (henholdsvis 28 pct. og 27pct.).

Tallene om turisternes rejseintentioner dækkede ligesom kendskabet til Danmark over store geografiske forskelle. Intentionen om at tage på ferie til Danmark var 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, 2024



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2024.

Spørgsmål: "Hvilke(n) af følgende destination(er) forventer du at besøge på en ferie i de kommende 12 måneder? N = Nederlandene: 1.516, Tyskland: 2.005, Norge: 804, Sverige: 805.

7.3 De internationale turisters tilfredshed med ferien

I dette afsnit ses på de udenlandske turisters 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).⁵¹ Data stammer fra den internationale tilfredshedsmåling Travelsat Competitive Index (TCI).

⁵¹ I Nordeuropa består undersøgelsen af i alt 2.810 interview med udenlandske turister, hvoraf der er 747 interview for Danmark og 1.641 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.

Tabel 23 viser, hvordan Danmark klarede sig på en række parametre med afgørende betydning for turisters tilfredshed med ferien. Scorerne for Danmark sammenlignes med scorerne i 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 de sidste to kolonner sammenligner 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 i 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 lå i enten Elite- eller Høj-kategorien. På den overordnede tilfredshed med opholdet scorede Danmark 216 sammenlignet med en gennemsnitlig score i Nordeuropa på 213 og i Norden på 217. 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 og 2023.

På tilfredshedsparametrene *forlystelsesparker og temaparker* og *befolkningens venlighed/imødekommenhed* oversteg Danmarks score både det nordeuropæiske og det nordiske gennemsnit signifikant. I forhold til parametrene *flotte strande*, *oplevelse af sikkerhed under opholdet*, *service i butikker* og *overordnet kvalitet af spisesteder* scorede Danmark over det nordeuropæiske gennemsnit. På parameteret *udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter* scorede Danmark over den nordiske gennemsnit, mens Danmark scorede lavere end det nordiske konkurrentfelt på parameteret *flotte landskaber*. På parameteret *udvalg af historiske seværdigheder/museer* scorer Danmark under det nordeuropæiske gennemsnit.

Tabel 23 Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparametre i forhold til Norden og Nordeuropa

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Flotte strande	304	Elite score: 250-400: Exceptionel oplevelse	-	+29
Oplevelse af sikkerhed under opholdet	267		-	+42
Forlystelsesparker og -temaparker	257		+28	+21
Flotte landskaber	249	Høj score: 150-250 Oplevelse af, at kvalitet overstiger forventninger	-23	-
Befolkningens venlighed/imødekommenhed	242		+15	+30
Udvalg af historiske seværdigheder/museer	237		-	-17
Service på historiske seværdigheder/spisesteder	227		-	-
Service på overnatningssteder	222		-	-
Overordnet tilfredshed med opholdet	216		-	-
Overordnet kvalitet af overnatningssteder	215		-	-
Service på spisesteder	200		-	-
Udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter	200		+18	-
Service i butikker	192		-	+15
Overordnet kvalitet af spisesteder	186		-	+23
Udvalg af shopping og indkøb	180		-	-

Kilde: Travelsat Competitive Index 2024. Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.

Ferie- og erhvervsturisme samlet. 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".

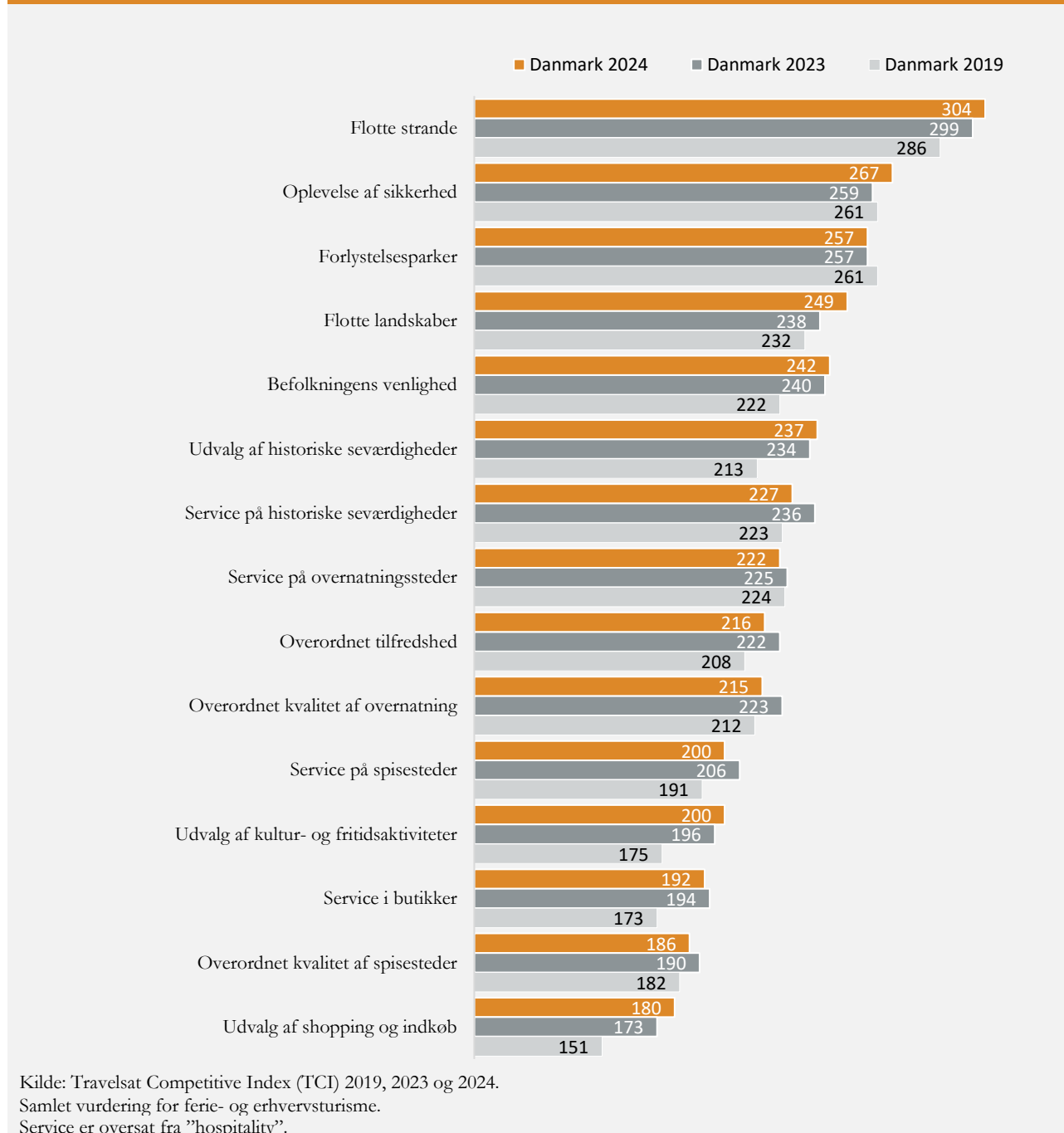
Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

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

Af Figur 48 fremgår udviklingen i Danmarks tilfredshedsscorer på en række parametre. Der kræves en forskel på mindst 15 point, før forskellen er statistisk signifikant. De øverste bjælker under hvert parameter viser tilfredshedsscorerne i 2024.

Der er ikke signifikante forskelle i scorerne i 2024 sammenlignet med 2023.

Figur 48 Udviklingen i Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparametre



7.3.1 Indikator for udenlandske turisters overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen

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

Tabel 24 viser scorerne for de udenlandske turisters overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i de otte nordeuropæiske lande. Med en score på 216 i 2024 lå Danmark på en 4. plads efter Norge (261), Irland (251) og Finland (243). I 2022 og 2023 lå Danmark ligeledes på en 4. plads, mens Danmark i 2019 indtog en 5. plads.

Tabel 24 Score for udenlandske turisters overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen og placering

	2019		2022		2023		2024		Udv. 2023-2024*
Norge	252	(1)	276	(1)	272	(1)	261	(1)	-11
Irland	241	(2)	267	(2)	268	(2)	251	(2)	-17
Finland	235	(3)	265	(3)	252	(3)	243	(3)	-9
Danmark	208	(5)	218	(4)	222	(4)	216	(4)	-6
Storbritannien	187	(8)	206	(6)	215	(5)	210	(5)	-5
Sverige	215	(4)	207	(5)	201	(6)	208	(6)	7
Nederlandene	192	(6)	196	(8)	200	(7)	195	(7)	-5
Tyskland	190	(7)	206	(6)	199	(8)	194	(8)	-5
Norden (gns.)	211		224		221		217		-4
Nordeuropa (gns.)	205		218		219		213		-6

Kilde: Travelsat Competitive Index (TCI) 2019, 2022, 2023 og 2024.

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 scorerne.

Anm.: Placeringen på listen er anført i parentes.



8. Forhold mellem pris og kvalitet

8 Forhold mellem pris og kvalitet

Opsummering

Prisniveauet i Danmark

- I det nordeuropæiske konkurrentfelt havde Danmark efterfulgt af Irland det højeste prisniveau på forbrugsvarer og serviceydelser i 2023.

De internationale turisters oplevelse af pris og kvalitet

- De udenlandske turister i Danmark var generelt tilfredse med den overordnede ferieoplevelse.
- De udenlandske turisters tilfredshed med den overordnede værdi for pengene lå for Danmark på niveau med de andre nordiske lande, men lavere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt.
- Danmark scorede i 2024 på samme niveau som i 2023 på samtlige parametre, der relaterede sig til turisternes prisoplevelse og oplevelse af værdi for pengene.
- Danmark blev vurderet bedre end de nordiske og nordeuropæiske lande på parameteren *transportomkostninger til destinationen*.
- Danmark blev vurderet bedre end landene i Norden på parameteret *pris for offentlig transport og pris for fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)*.
- På ingen af parametrene scorede Danmark under gennemsnittet i Norden.
- På parametrene *værdi for pengene for overnatning, pris for historiske seværdigheder og museer, værdi for pengene for hele opholdet, værdi for pengene for mad og værdi for pengene for shopping* scorede Danmark lavere end det nordeuropæiske gennemsnit.

I dette kapitel ses nærmere på turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet. Et lands markedsposition er blandt andet betinget af landets evne 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 vigtigt for Danmarks konkurrenceposition, at turisterne synes, at de får værdi for pengene.

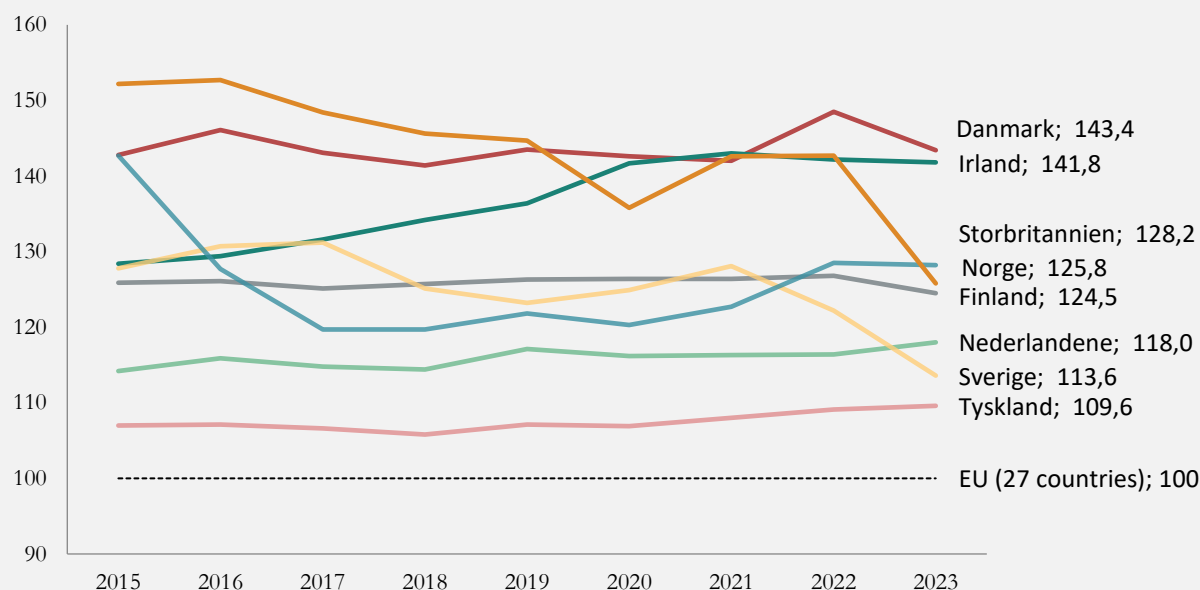
Kapitlet indledes med en oversigt over prisniveauet på forbrugsvarer og serviceydelser i landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Dernæst ses på de udenlandske turisters oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet i Danmark sammenholdt med konkurrentlandene i Nordeuropa og Norden.

8.1 Prisniveauet i Danmark

Når prisniveauerne i det nordeuropæiske konkurrentfelt sammenlignes med det gennemsnitlige prisniveau i EU (indeks 100), er niveauet faldet i 2023 i både Danmark, Norge, Finland og Sverige. Alle nordeuropæiske lande lå over EU-gennemsnittet. Danmarks prisniveau lå relativt stabilt fra 2015 til 2022 i forhold til gennemsnittet i EU. I 2022 steg prisniveauet noget for efterfølgende at falde noget igen i 2023. Prisniveauet i Norge og Sverige har fluktueret noget mere.⁵² Både Sverige og Særligt Norge oplevede markante fald fra 2022 til 2023.

⁵² De relative prisændringer for Sverige og Norge skyldes i vid udstrækning ændringer i landenes valutakurser i forhold til Euroen.

Figur 49 Sammenligning af prisniveauet i det nordeuropæiske konkurrentfelt, 2015-2023



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

8.2 Internationale turisters oplevelse af pris og kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet

Tabel 25 viser udenlandske turisters oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet på forskellige elementer af deres ferie i Danmark sammenlignet med landene i det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt⁵³. Data stammer fra Travelsat Competitive Index (TCI). Første kolonne viser en række tilfredshedsparemetre. 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 2024 har Danmark opnået scoren Ok på seks af otte tilfredshedsparemetre, som omhandler oplevelsen af forholdet mellem pris og kvalitet. Danmark har samtidig scoret Lav på to parametre: *pris for fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)* og *værdi for pengene for shopping*.

Danmark har scoret på niveau med eller højere end det nordiske konkurrentfelt på samtlige tilfredshedsparemetre. I forhold til landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt har Danmark scoret signifikant højere på et parameter og signifikant lavere på fem parametre.

⁵³ Kapitel 7 indeholder flere parametre om turisternes tilfredshed.

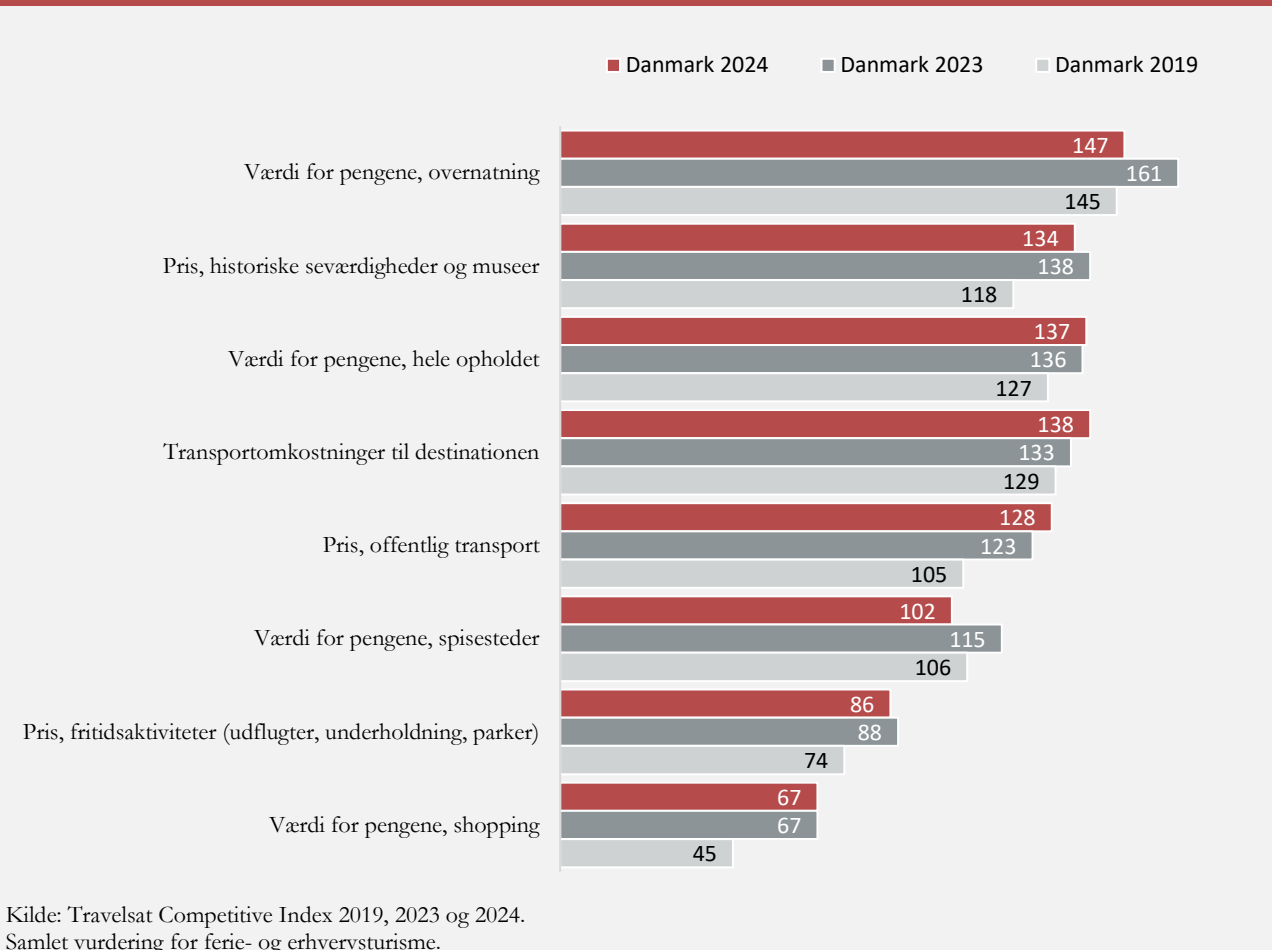
Tabel 25 Udenlandske turisters tilfredshed med parametre, som måler prisoplevelsen

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Værdi for pengene, overnatning	147	Ok score: 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	-	-17
Transportomkostninger til destinationen	138		+27	+25
Værdi for pengene, hele opholdet	137		-	-21
Pris, historiske seværdigheder og museer	134		-	-16
Pris, offentlig transport	128		+20	-
Værdi for pengene, spisesteder	102	Lav score: 0-100 Inkonsistent oplevelse af kvalitet	-	-21
Pris, fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)	86		+17	-
Værdi for pengene, shopping	67		-	-4

Kilde: Travelsat Competitive Index 2024.
Ferie- og erhvervsturisme samlet. De grønne og røde scorer markerer, hvor Danmark scorer henholdsvis signifikant lavere eller signifikant højere 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 2024. Ingen af scorerne i 2024 er signifikant forskellige fra scorerne i 2023.

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





9. Transport og tilgængelighed

9 Transport og tilgængelighed

Opsummering

Transportmuligheder

- Fra 2022 til 2023 steg antallet af passagerer i de danske lufthavne med 17,9 pct. fra 28,0 mio. til 33,0 mio. Alle større lufthavne i Danmark havde flere passagerer i 2023 end i 2022.
- Danmark havde i 2023 i alt 5,1 udenrigspassagerer pr. indbygger sammenlignet med 4,3 i 2022 og 5,7 i 2019.
- Fra 2015 til 2023 lå antallet af indenrigsfærgeruter mellem 38 og 44. I både 2022 og 2023 var antallet af ruter 42.
- Antallet af udenrigsfærgeruter lå stabilt på 16 ruter fra 2015 til 2019. I 2021 faldt antallet til 14, hvilket er det laveste i perioden. I 2023 steg antallet igen til 16.
- Fra 2015 til 2019 steg antallet af krydstogtpassagerer i Danmark gennemsnitligt med 10 pct. årligt. Antallet af krydstogtpassagerer var i 2023 på 1.178.000 passagerer. Det svarer til en stigning på hele 48 pct. sammenlignet med 2022, hvor krydstogsturismen stadig var præget af pandemien.

Tilfredshed med infrastruktur

- Turisterne var mest tilfredse med tilgængeligheden til offentlig transport, infrastruktur (veje) og skiltning (nemt at finde rundt).
- Danmark scorede signifikant over niveauet i både Norden og Nordeuropa på tilfredshedsparametre, der vedrører transportomkostninger til destinationen og service ved grænseovergange/lufthavne/togstationer mm.
- Samtidig scorede Danmark over niveauet i Norden på parameteret *pris for offentlig transport* og over niveauet i det nordeuropæiske konkurrentfelt på parametrene *infrastruktur for veje, skiltning/nemt at finde rundt og tilgængelig ift. parkering*.
- På samtlige parametre lå Danmarks score i 2023 på niveau med i 2022.

Tilgængelighed til en feriedestination er vigtig for både indenlandske 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 tilgængeligheden til Danmarks ved blandt andet at sammenligne antallet af udenrigspassagerer pr. indbygger i Danmark med landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Kapitlet giver også en status på de områder, som med afsæt i de mest retvisende og nutidige data beskriver Danmarks tilgængelighed i 2023, 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 overnatningssted. Bil og fly var 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 en række ø-kommuner og for turister fra lande med færgeruter til Danmark.⁵⁴

⁵⁴ 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

Antallet af passagerer i de danske lufthavne steg med 17,9 pct. fra 2022 til 2023 (jf. Tabel 26). Alle større lufthavne havde positiv vækst. Københavns Lufthavn registrerede flest passagerer i 2023 med i alt 26,7 mio. passagerer, svarende til 81 pct. af passagererne i de danske lufthavne

Tabel 26 Passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs (1.000)

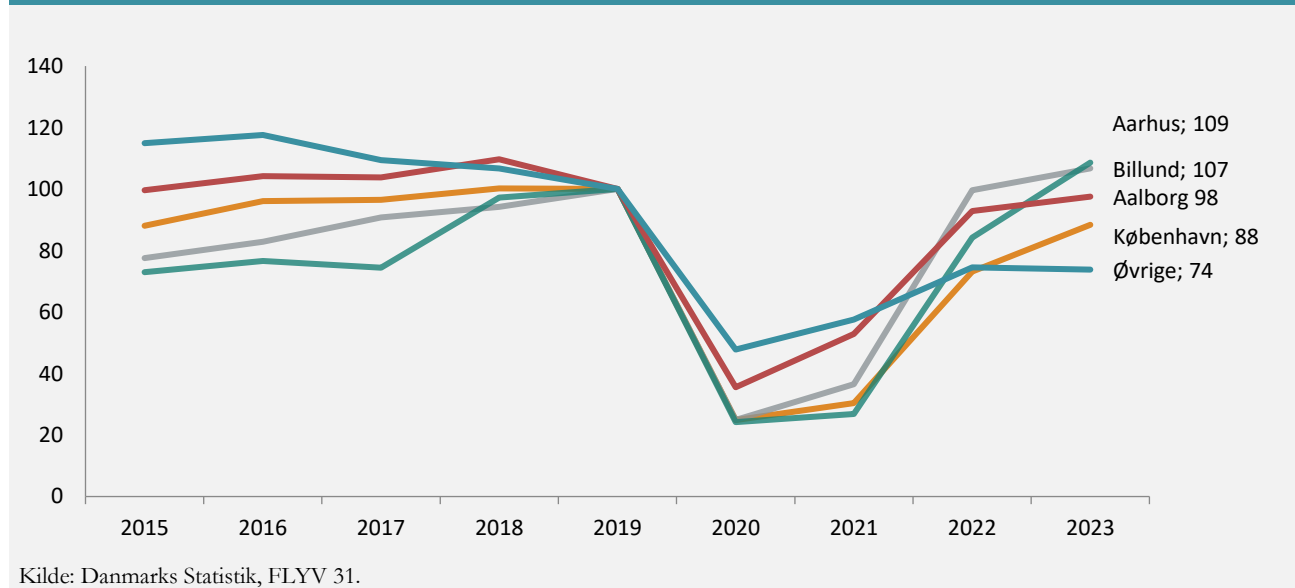
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Udv. fra 2022-2023
I alt	31.869	34.587	34.966	36.390	36.385	9.323	11.726	27.967	32.978	17,9 %
København	26.577	29.003	29.148	30.259	30.197	7.512	9.167	22.110	26.671	20,6 %
Billund	2.885	3.081	3.373	3.501	3.718	926	1.358	3.704	3.968	7,1 %
Aalborg	1.440	1.506	1.501	1.586	1.446	514	765	1.342	1.411	5,1 %
Aarhus	365	383	372	486	500	121	134	421	543	29,0 %
Øvrige lufthavne*	600	600	600	600	500	300	300	390	386	-1,0 %

Kilde: Danmarks Statistik, FLYV31.

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

Som det fremgår af Figur 51, havde alle større lufthavne i 2023 flere passagerer end i 2022, men kun Aarhus og Billund lufthavne var over niveauet i 2019.

Figur 51 Udviklingen i antal passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs, 2015-2023. Indeks 2019 = 100



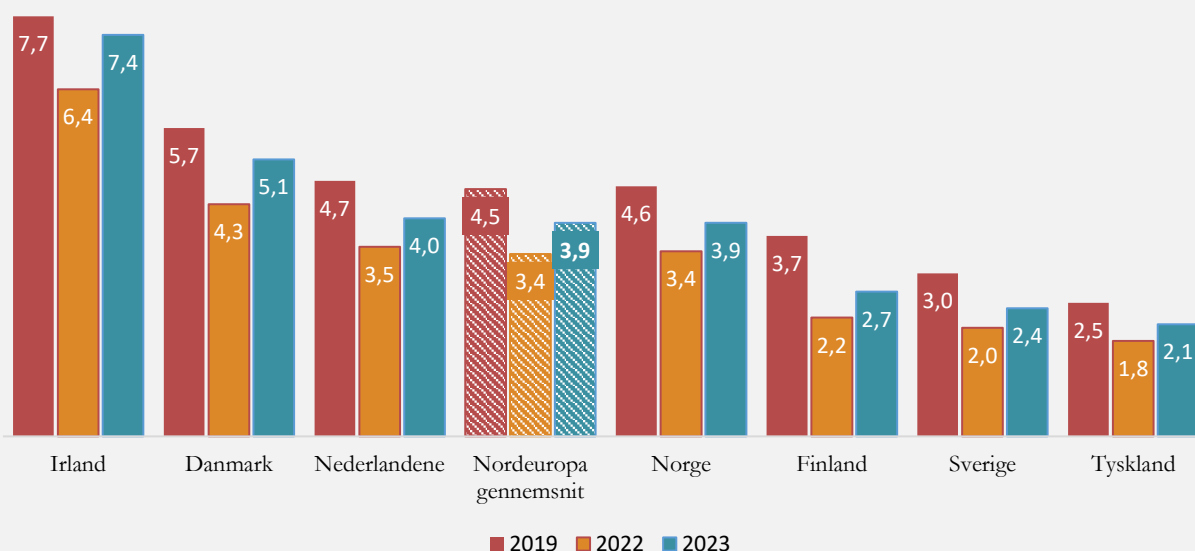
Flytilgængeligheden sammenholdt med konkurrentfeltet

Figur 52 viser antallet af passagerer på udenrigsflyvninger pr. indbygger i 2023 i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Da Storbritannien ikke længere er med i EU, er der ikke tal for Storbritannien.

Irland lå i top med 7,4 udenrigspassagerer pr. indbygger efterfulgt af Danmark med 5,1 og Nederlandene med 4,0. Nederst lå Tyskland med 2,1 udenrigspassagerer pr. indbygger.

I 2023 var gennemsnittet for det nordeuropæiske konkurrentfelt 3,9 udenrigspassagerer pr. indbygger sammenlignet med 3,4 i 2022 og 4,5 i 2019. For Danmark alene var antallet af udenrigspassagerer pr. indbygger højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt med 5,1 i 2023, 4,3 i 2022 og 5,7 i 2019. Trods en stigning i 2023 er niveauet for Danmark dermed stadig under 2019-niveauet (5,7).

Figur 52 Udenrigspassagerer pr. indbygger, 2019, 2022 og 2023



Kilde: Eurostat, Air passenger transport by reporting country, Statistics | Eurostat (europa.eu) og Tourism Economics (indbyggertal).
Anm.: Tallet for Storbritannien er ikke længere indeholdt i data.

9.1.2 Færgetrafik

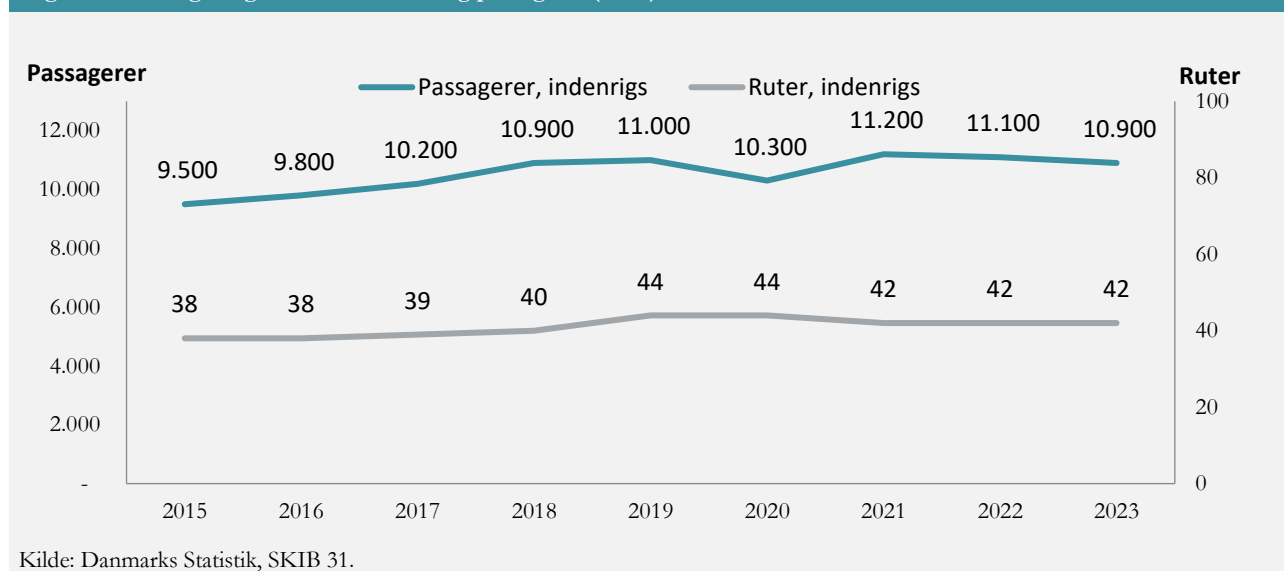
Færgeruter transporterer både personer og køretøjer og kan forkorte transporttiden mellem forskellige dele af Danmark og fra udlandet til Danmark. Færgetrafikken er især vigtig for turismen til de danske øer, hvor færgeturen ofte bidrager til den samlede ferieoplevelse. Nogle steder er færgen den eneste 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.⁵⁵ 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.

⁵⁵ Aftale mellem regeringen, Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti om vækst og udvikling i hele Danmark, 2016.

Indenrigsfærgetrafik

Figur 53 viser, at antallet af indenrigsfærgeruter⁵⁶ har ligget mellem 38 og 44 i perioden 2015 til 2023. I 2023 var antallet 42. Ses på antallet af passagerer på disse ruter, faldt dette med 6,4 pct. fra 2019 til 2020, men er efterfølgende steget. I 2023 lå antallet lidt under niveauet i 2022.

Figur 53 Indenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000), 2015-2023

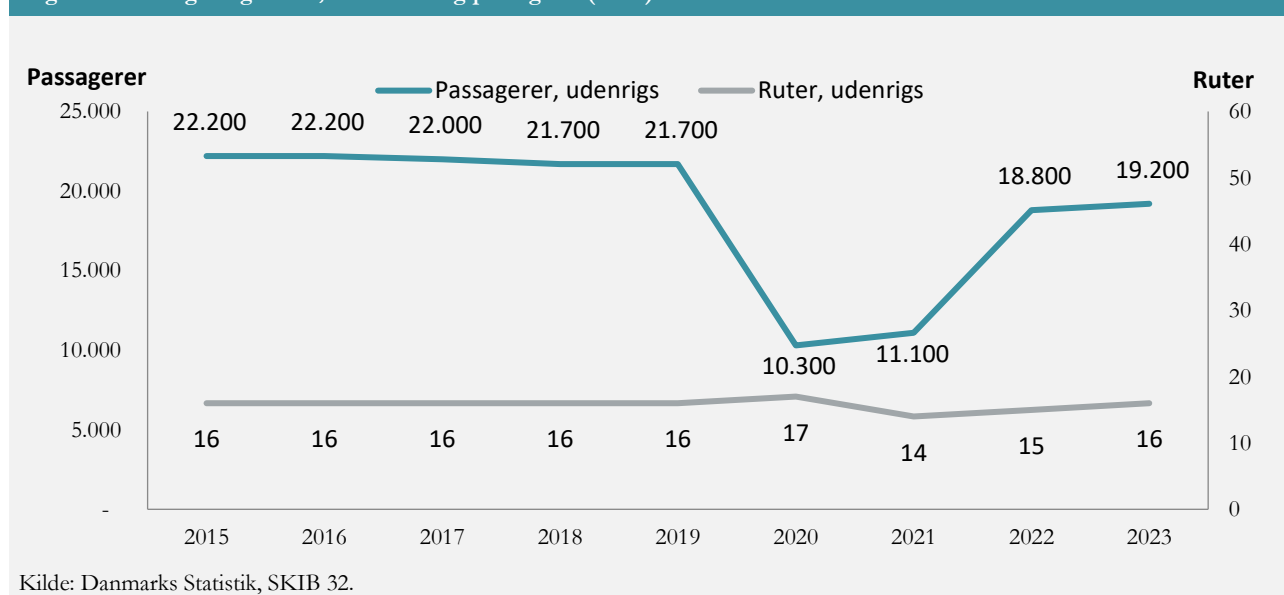


Udenrigsfærgetrafik

Af Figur 54 fremgår det, at antallet af udenrigsfærgeruter⁵⁷ har ligget stabilt fra 2015 til 2019. I 2021 faldt antallet af udenrigsfærgeruter fra 17 til 14. I 2023 var antallet steget til 16.

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. I 2023 var antallet oppe på 19.200, hvilket er over niveauet i 2022, men stadig under 2019-niveauet.

Figur 54 Udenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000)



⁵⁶ Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

⁵⁷ Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

9.1.3 Krydstogter⁵⁸

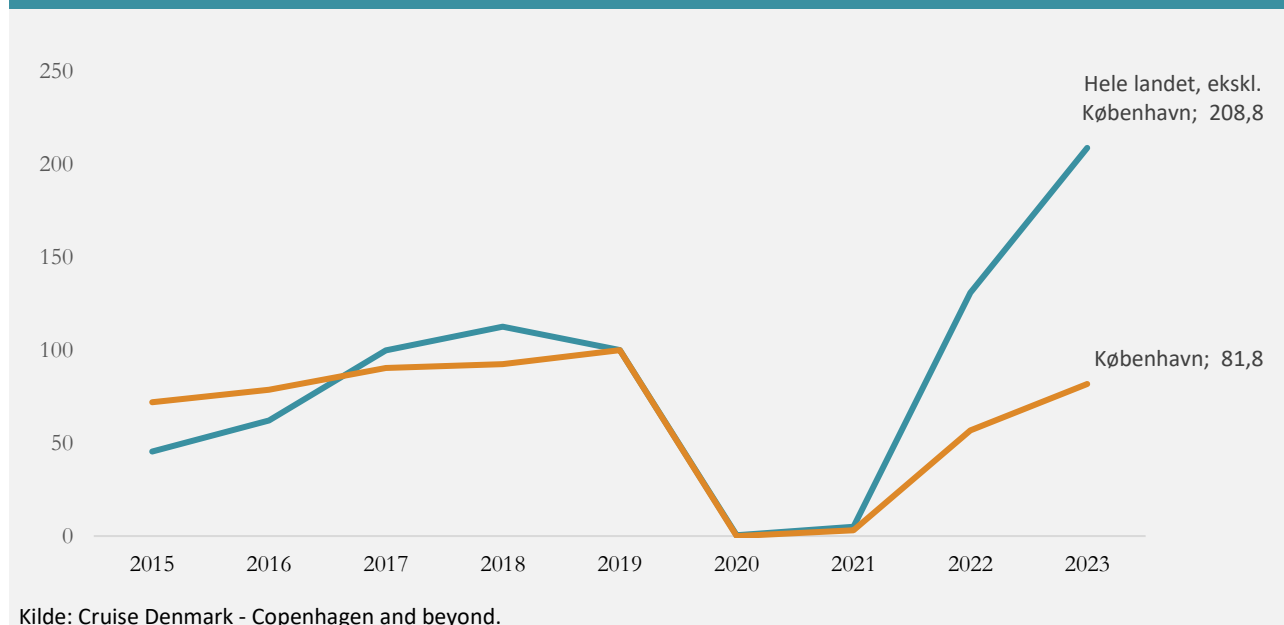
Fra 2015 til 2019 steg antallet af krydstogtpassagerer i Danmark med knap 370.000, svarende til en stigning på 10,3 pct. i gennemsnit pr. år. I 2019 ankom over 1,1 mio. krydstogtpassagerer til Danmark, mens der i 2020 og 2021 kun ankom henholdsvis 900 og 40.000 krydstogtpassagerer. I 2022 steg antallet af krydstogtpassagerer til 791.000, og i 2023 nåede antallet med 1.178.000 op over niveauet før pandemien. Det var især tyske krydstogsturister, der bidrog til væksten. Cruise Denmark – Copenhagen and beyond melder om en fordobling i antallet af tyske krydstogsturister i København, Aarhus og Skagen fra 2019 til 2023.

Tabel 27 Krydstogtpassagerer, inkl. rundrejsepassagerer (1.000)

										Udvikling fra 2022-2023	
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Pct.	Antal
I alt	766	862	1.046	1.090	1.136	0,9	40	791	1.178	49 %	386
København	677	740	850	869	940	0	30	535	769	44 %	234
Skagen	22	11	33	64	66	0,8	1,7	80	148	82 %	66
Aarhus	30	72	90	89	59	0	0,2	90	142	58 %	52
Bornholm	13	10	18	21	21	0	5,6	37	60	60 %	22
Fredericia	12	7	12	12	20	0	2	11	17	55 %	6
Aalborg	13	18	31	29	26	0,1	0,4	20	14	-31 %	-6
Øvrige	0,2	3,4	3,1	5,5	1,7	0	0	1,7	1,3	-22 %	11

Kilde: Cruise Denmark – Copenhagen and beyond.

Figur 55 Udvikling i antal krydstogtpassagerer, 2015-2023. Indeks 2019 = 100



⁵⁸ Krydstogtturismen er ikke en del af den registrerede overnatningsstatistik. Antallet af passagerer på krydstogtsskibene er indhentet fra Cruise Denmark - Copenhagen and beyond.

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.⁵⁹

Tabel 28 viser de udenlandske turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark sammenholdt med turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Norden og Nordeuropa. Data stammer fra Travelsat Competitive Index (TCI). Af indekskolonnen 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 skiltning/nemt at finde rundt*.

I 2024 scorer Danmark enten Høj eller Ok på alle 10 parametre, som vedrører tilfredsheden med transport og infrastruktur. På fem af 10 parametre scorer Danmark signifikant over niveauet i det nordeuropæiske konkurrentfelt, og på to af parametrene scorer Danmark signifikant over gennemsnittet for de nordiske lande. På ingen parametre scorer Danmark lavere end hverken det nordeuropæiske eller nordiske gennemsnit.

⁵⁹ Norden: Danmark, Norge, Sverige, Finland. Nordeuropa: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene.

Tabel 28 Danmarks resultater på tilfredshedsparametre vedrørende transport og infrastruktur i forhold til Norden og Nordeuropa, 2024

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Tilgængelighed, offentlig transport (bus, Metro)	219	Høj score 150-250 Oplevelse af kvalitet overstiger forventninger	-	-
Infrastruktur, veje	211		-	+25
Skiltning, nemt at finde rundt	204		-	+24
Adgang til/fra lufthavne	201		-	-
Service v. grænseovergange, lufthavne, togstationer m.m.	199		+23	+26
Service, offentlig transport	185		-	-
Tilgængelighed, parkering	181		-	+33
Taxa-tjenester	145	Ok score 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	-	-
Transportomkostninger til destinationen	138		+27	+25
Pris, offentlig transport	128		+20	-

Kilde: Travelsat Competitive Index 2024.

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.

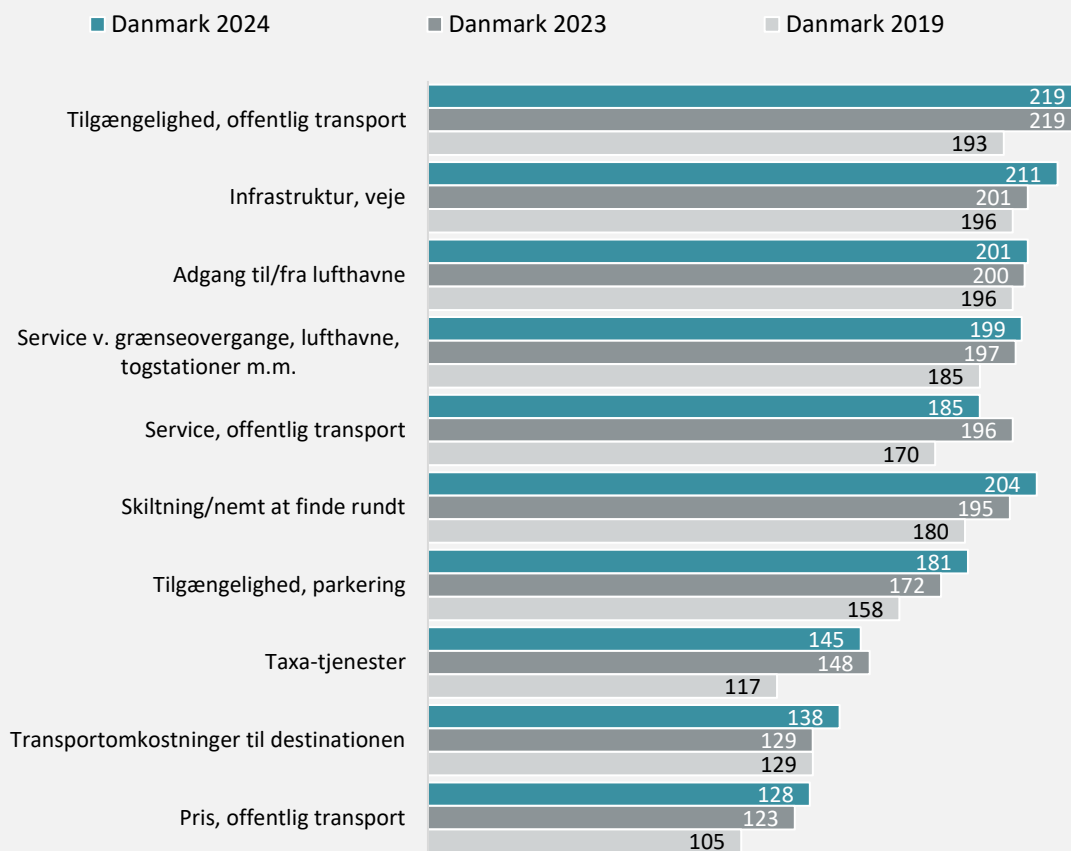
Service er oversat fra "hospitality".

Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

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

Figur 56 viser Danmarks tilfredshedsscorer i 2019, 2023 og 2024. Der kræves en forskel på minimum 15 point, før forskellen er statistisk signifikant. Ingen af scorerne i 2024 er signifikant forskellige fra 2023.

Figur 56 Danmarks resultater på tilfredshedsparametre vedrørende transport og infrastruktur i 2019, 2023 og 2024



Kilde: Travelsat Competitive Index 2019, 2023 og 2024.
Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.



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 restaurationsydelse.
- Den generelle moms på varer og tjenesteydelser er 25 pct. Dette er en relativ høj sats sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Elpriser

- I 2023 var den samlede elpris for en virksomhed med et elforbrug mellem 20 og 500 MWh på 188,17 øre pr. kWh inklusive elpris og levering samt afgifter. Dermed var elpriserne i Danmark tæt på gennemsnittet for det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Omsætning

- Målt i løbende priser steg omsætningen i næsten alle turismerelaterede brancher fra 2021 til 2022. I 2022 har de øvrige erhverv haft en omsætning, der ligger højere end i 2019, og det samme gælder transportvirksomheder, restauranter mv. og overnatningssteder. Rejse-service er den eneste turismerelaterede branche, der fortsat ligger under 2019-niveauet.

Produktivitet

- Der er generelt en lavere produktivitet i turismeerhvervet sammenlignet med det øvrige erhvervsliv. Fra 2015 til 2019 var der en svagt stigende udvikling i produktiviteten generelt, mens produktiviteten i turismeerhvervet har været stabil. I 2020 faldt produktiviteten i turismeerhvervet i modsætning til i det øvrige erhvervsliv. I 2021 og 2022 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 2023 var den gennemsnitlige timeløn for en medarbejder inden for overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder i Danmark 233,00 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 2024 31 pct., hvilket er på samme niveau som i februar 2019.
- I turismeerhvervet har der været en markant stigning i antallet af fuldtidsbeskæftigede udlændinge fra ca. 19.000 i 2015 til over 34.000 i 2022.
- Manglen på arbejdskraft blev i 2023 fortsat vurderet til at være en produktionsbegrænsende faktor, dog i lavere grad end i 2021 og 2022.
- 70 pct. af alle medarbejdere i turismeerhvervet var i 2023 tilfredse med deres job som helhed.

Overskud og investering

- De turismerelaterede brancher havde i 2022 samlet set en positiv overskudsgrad. Rejseservice havde den laveste overskudsgrad (3 pct.) af alle turismerelaterede brancher.
- I 2022 havde de turismerelaterede brancher en investeringsgrad på 6 pct., hvilket var over niveauet for det øvrige erhvervsliv (4 pct.).

Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

- I 2022 var der flere ophørte end nystartede turismevirksomheder i Danmark. Det samme gælder for anden service.
- I turismeerhvervet steg antallet af konkurser med 29 pct. fra 2022 til 2023. I det øvrige serviceerhverv steg antallet af konkursramte virksomheder med 21 pct. i den samme periode.

Hvis Danmark fortsat skal stå stærkt i den globale konkurrence om at tiltrække turister, skal turismeerhvervet tilbyde attraktive produkter og oplevelser. Samtidig skal turisterne 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 elpriser. 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 afgang af virksomheder i erhvervet, herunder antal konkurser samt ophørte og nystartede virksomheder.

10.1 Momssatser og -fradrag

I Danmark er den generelle enhedsmomssats på varer og tjenesteydelser på 25 pct. Det er højere end i en række af de øvrige lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt.⁶⁰ Kun Norge og Sverige har samme høje sats. Både Norge og Sverige opererer imidlertid med differentieret moms og har blandt andet indført lavere momssatser i hotel- og restaurationsbranchen.

10.1.1 Momsfradrag

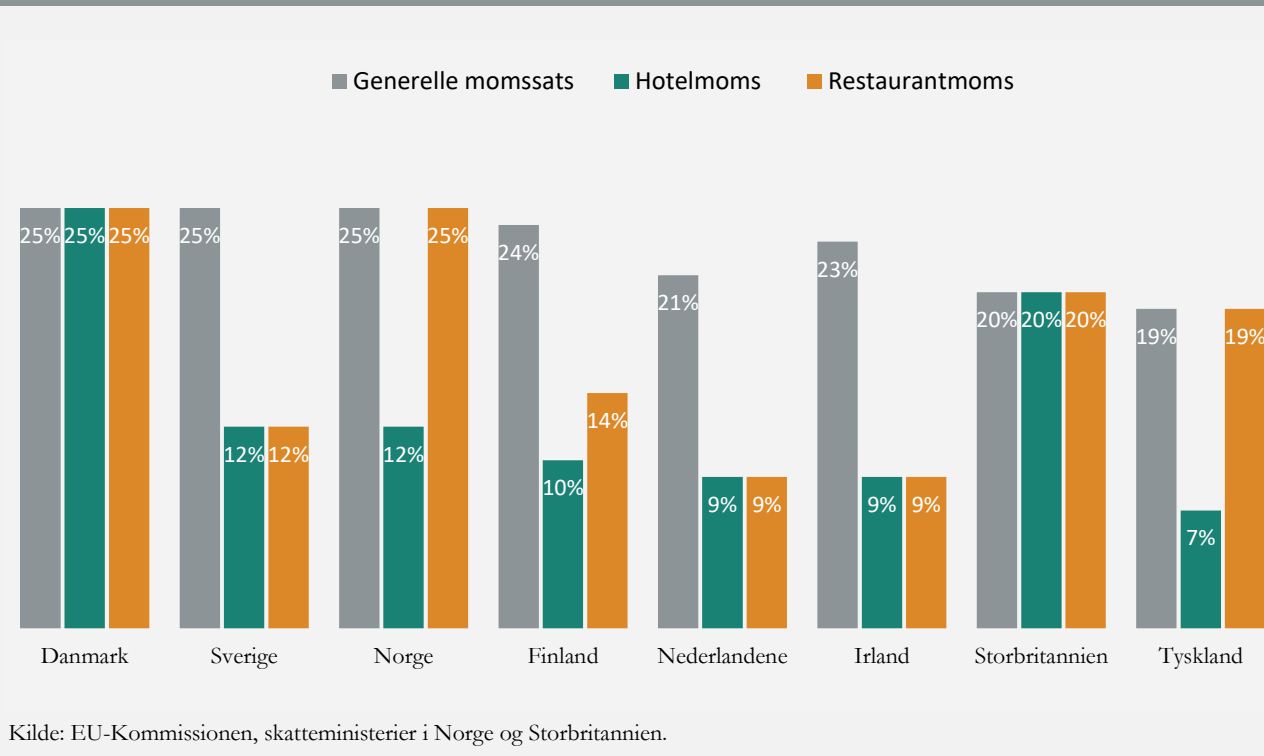
I Danmark blev momsfradraget for hotelovernatninger forhøjet i 2015, så både danske og udenlandske virksomheder fik fuld fradragsret for deres momsudgifter til hotelovernatninger. Dermed blev der sikret lige konkurrencevilkår i seks af de syv lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt: Danmark, Sverige, Norge, Finland, Nederlandene og Tyskland. Kun i Irland er der på nuværende tidspunkt ikke momsfradrag på hotelophold, medmindre det drejer sig om konference eller møde, som defineres som event.⁶¹

Feriehuse er den mest udbredte kommercielle overnatningsform i Danmark. Derfor har det betydning for erhvervets konkurrenceevne, at udlejning af privatejede feriehuse i udgangspunktet er moms fritaget. I 2023 blev 36 pct. af de registrerede kommercielle overnatninger i Danmark foretaget i feriehusene.

⁶⁰ 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.

⁶¹ Kilde: Deloitte, European VAT Refund Guide 2023, appendix III.

Figur 57 Momssatser i Danmark sammenlignet med landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt, 2023



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.⁶² Momsreglerne i Danmark gælder for både danske og udenlandske virksomheder.

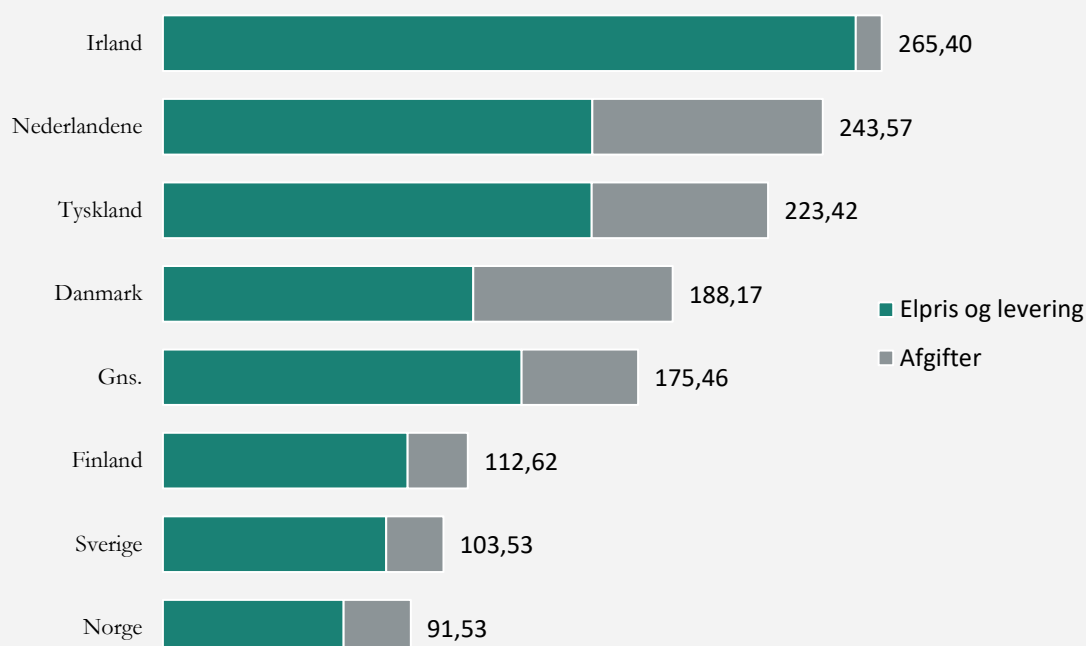
10.2 Elpriser

Figur 58 viser den samlede elpris for en typisk dansk virksomhed med et elforbrug mellem 20 MWh og 500 MWh. I 2023 var elprisen inklusive afgifter 188,17 øre pr. kWh, hvilket var 131,47 øre lavere end i 2022, men kun 7,14 øre lavere end i 2019. I Danmark udgjorde den direkte elpris og levering 114,59 øre og hertil kom tariffer og afgifter på 73,58 øre. Faldet i elprisen fra 2022 til 2023 er primært forårsaget af en halvering i afgifter, mens også den direkte elpris og leveringen er blevet billigere.

Den samlede danske elpris for virksomheder med et elforbrug mellem 20 MWh og 500 MWh var tæt på gennemsnittet for det nordeuropæiske konkurrentfelt. Irland havde den højeste samlede elpris, mens Norge havde den laveste.

⁶² Kilde: Deloitte, European VAT Refund Guide 2023, appendix III.

Figur 58 Elpriser for virksomheder med et elforbrug på 20–500 MWh, kr., DKK øre pr. kWh, 2023



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 branchegruppe 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.

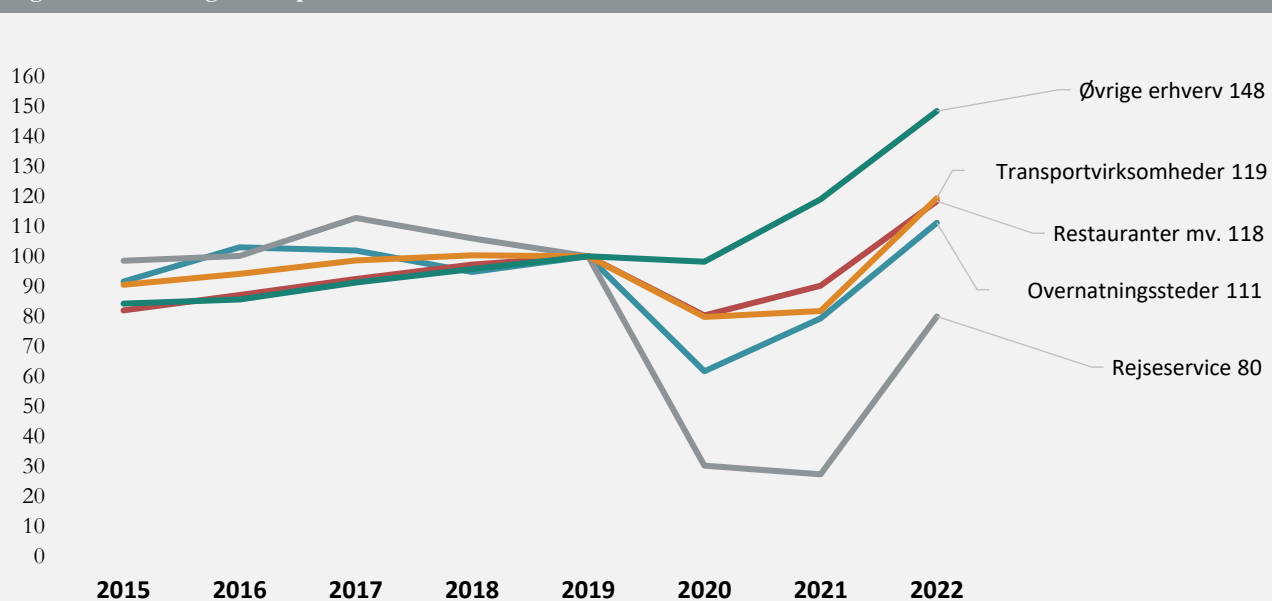
Den angivne elpris er et gennemsnit for virksomhederne inden for forbrugsintervallet. Der kan være forskel på den faktiske elpris for virksomhederne. Virksomheder med høje elforbrug har ofte bedre muligheder for at forhandle særlige pris aftaler med sine leverandører end virksomheder med lave elforbrug. 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 overordnet 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. I 2022 er omsætningen dog steget i samtlige turistbrancher. Omsætningen for transportvirksomheder, restauranter mv. og overnatningssteder er endda højere end 2019-niveauet. Rejseservice er den eneste turismebranche, som fortsat ligger under omsætningen fra 2019.

Figur 59 Omsætning fordelt på underbrancher, 2015-2022. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2015-2022.

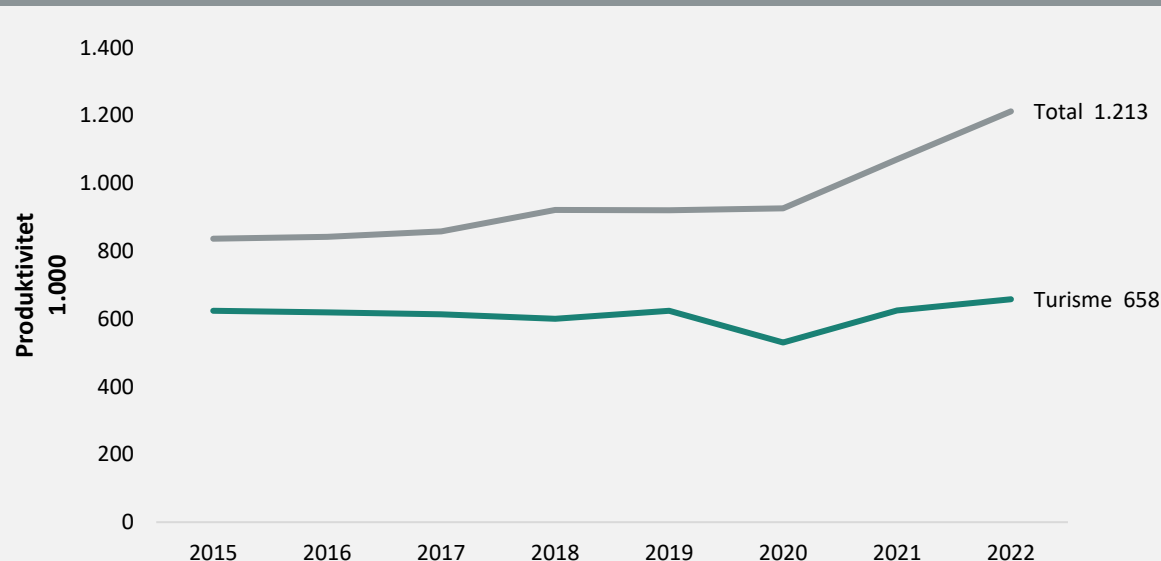
Anm.: Den offentlige sektor er udeladt – både i de turismerelaterede brancher og øvrige brancher. Tilsvarende er omsætningen for forlystelsesparker, museer m.v. udeladt, da tallene er behæftet med usikkerhed.

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 2022 til det hidtil højeste niveau (658). Fra 2021 til 2022 er der tale om en stigning på 5 pct.

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 forholdsvist 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, 2015-2022

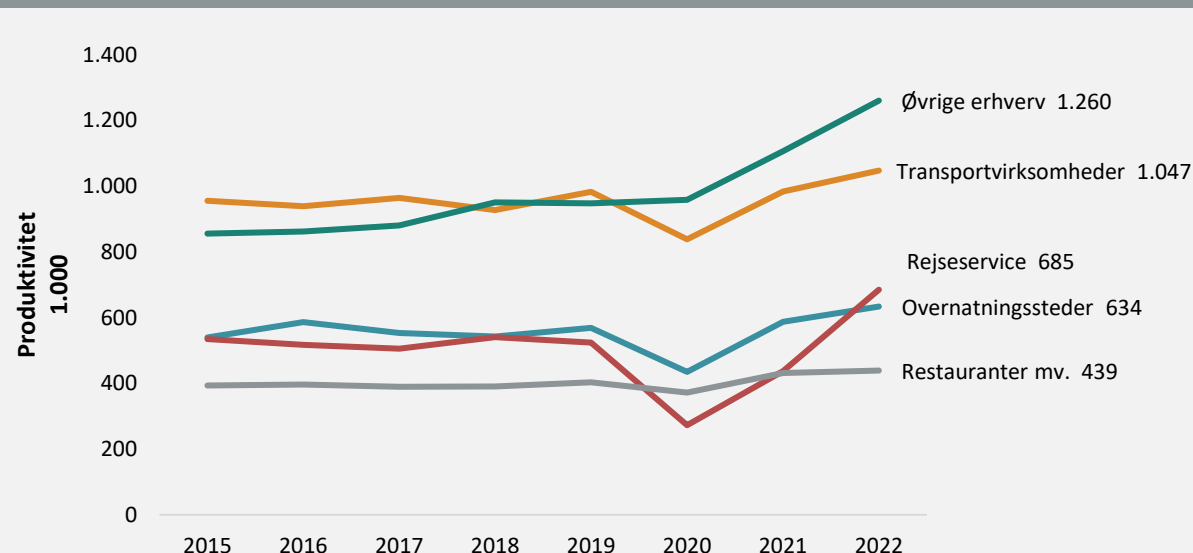


Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2015-2022.

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 2022 er produktiviteten steget i samtlige turismerelaterede brancher. Den største vækst kan findes i 'rejseservice', som er steget med 57 pct. fra 2021 til 2022.

Figur 61 Produktivitet fordelt på underbrancher, (værditilvækst/fuldtidsbeskæftigede), DKK, 2015-2022



Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2015-2022.

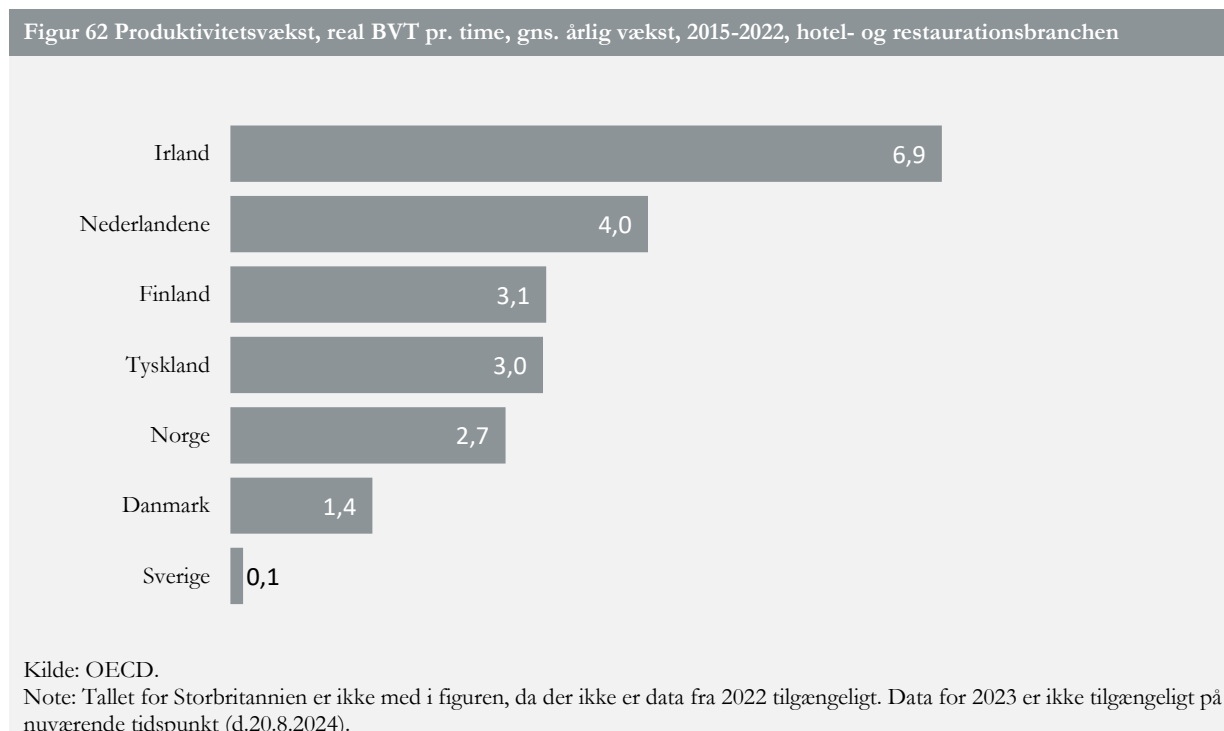
Anm.: Produktivitet beregnes som værditilvækst pr. årsværk.

* Seneste tal er fra 2017, da 2018-tallene endnu ikke er offentliggjorte medio oktober 2022.

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 en stigning i produktivitetsvæksten i perioden fra 2015 til 2022. Der findes ikke tal for 2022 for Storbritannien.

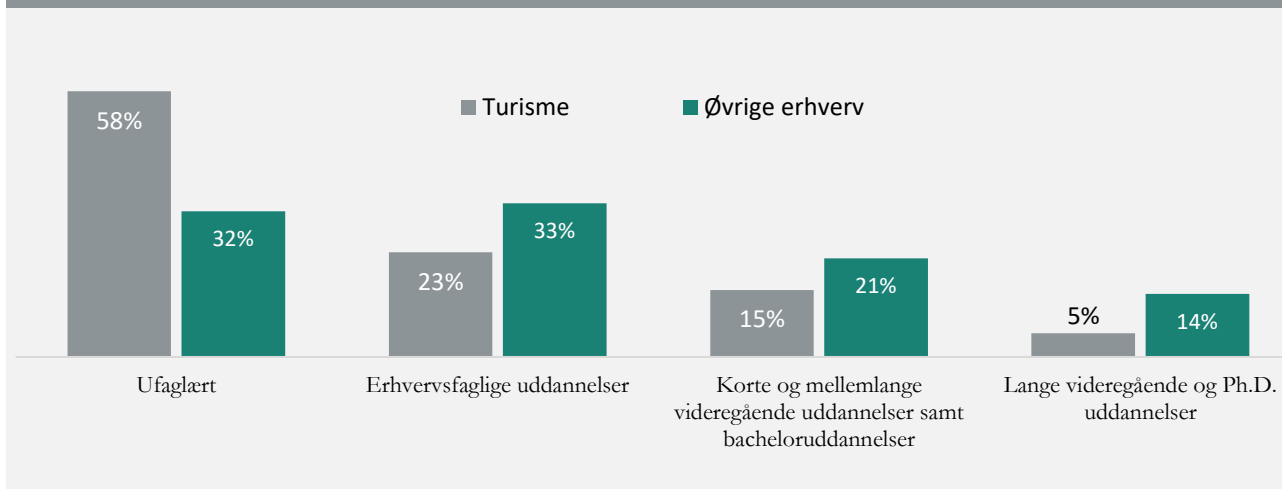
Kigger man på perioden 2015 til 2022 ligger Danmark på en næstsidste plads med +1,4 pct. Irland ligger i toppen med +6,9 pct. fra 2015 til 2022, efterfulgt af Nederlandene med 4,0 pct. Sverige havde den laveste vækst i perioden, nemlig +0,1 pct.



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 58 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, 2022



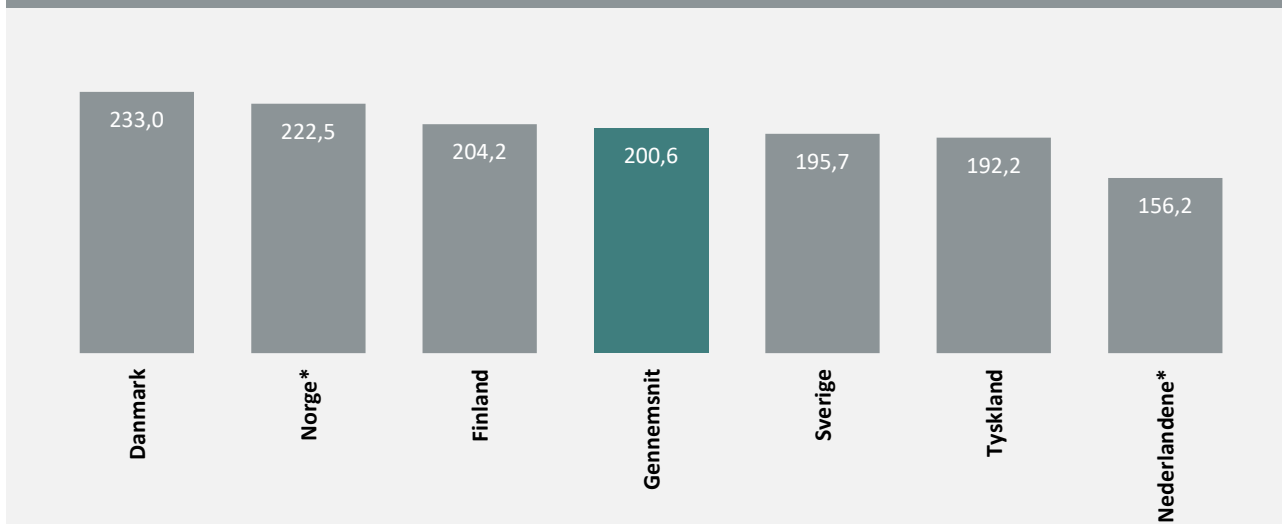
Kilde: Danmarks Statistik – FIDA.

Note: Opgørelsen af uddannelsesniveauet er baseret på beskæftigelsen i november og dækker både fuldtids- og deltidsbeskæftigede. Da der i turismeerhvervet er mange sæsonarbejdere, kan opgørelsesdatoen betyde, at uddannelsesniveauet 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 233,00 kr. pr. arbejdstime sammenlignet med et gennemsnit på 200,60 kr. pr. arbejdstime i konkurrentfeltet (2023). Danske overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder har dermed højere lønningsudgifter end den gennemsnitlige virksomhed i konkurrentfeltet.

Figur 64 Lønniveau i turismeerhvervet* i Danmarks konkurrentfelt, DKK, 2023



Kilde: Dansk Arbejdsgiverforening.

Note: Lønniveau måles som medarbejderomkostning. Turismeerhvervet er her defineret som overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder.

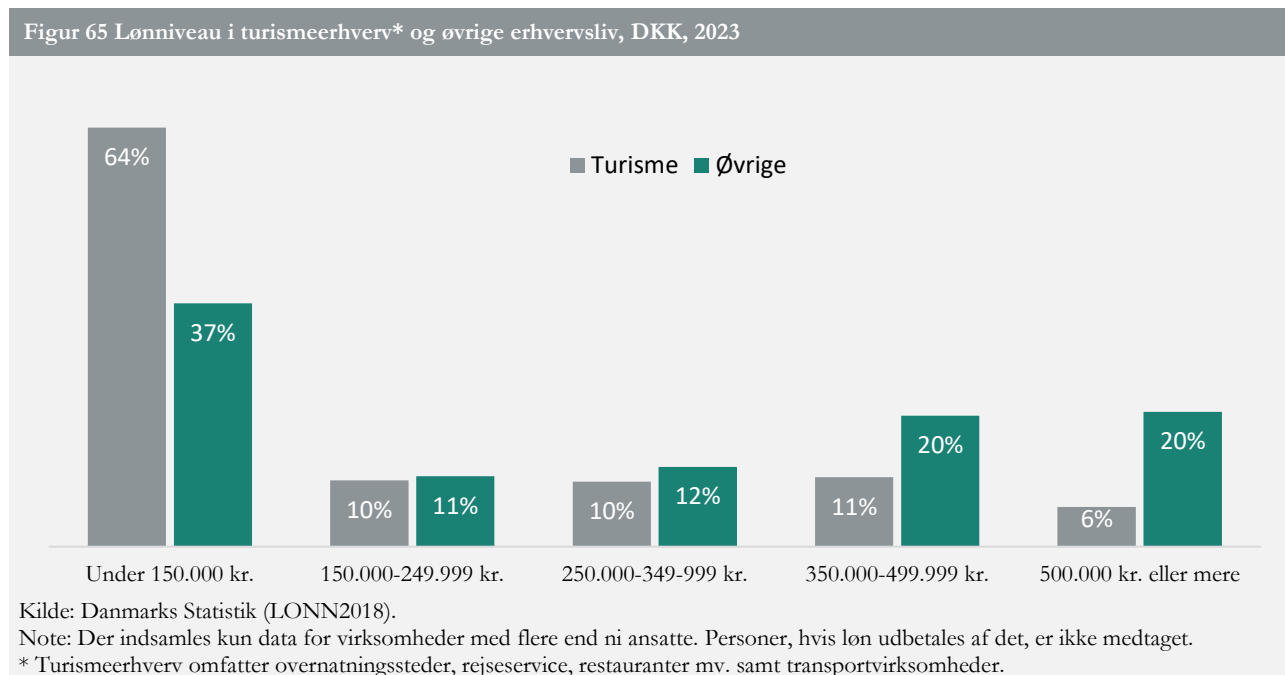
* Tallet er fra 2022. 2023-tallet er endnu ikke offentliggjort.

Anm.: Tal for Storbritannien og Irland 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 349.999 kr. er

stort set ens, mens andelen af beskæftigede med en årsindkomst på 350.000 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.

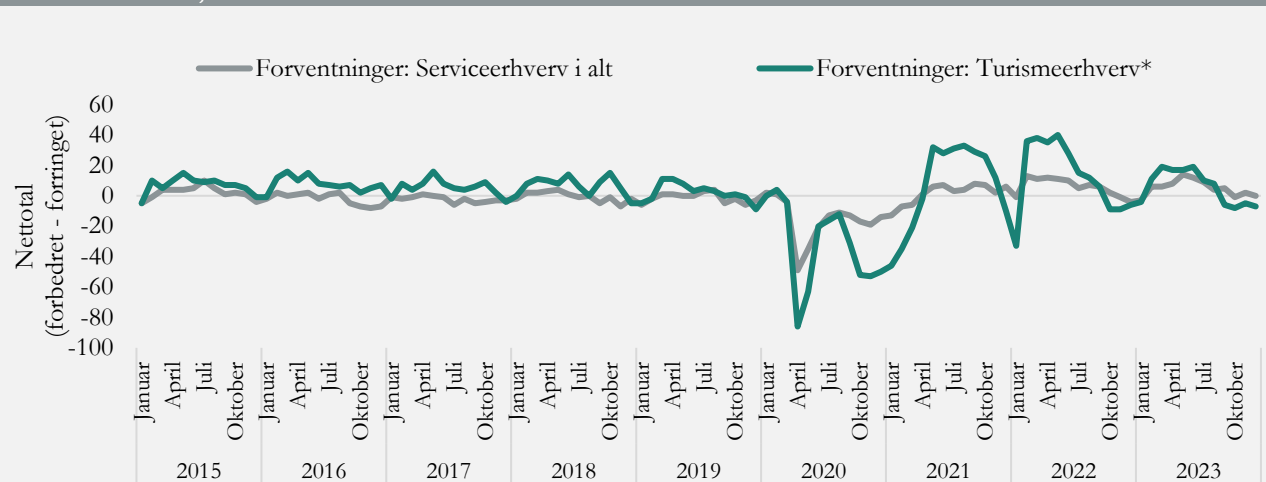
Den høje andel med en årsindkomst under 150.000 kr. i turismeerhvervet kan være resultatet af et lavt uddannelsesniveau, jf. Figur 63. Samtidig kan en del af forklaringen på den høje andel med et lavt løn- og/eller uddannelsesniveau i turismeerhvervet være, at erhvervet har relativt mange del- og fritidsansatte.



Figur 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. Udviklingen i 2023 ligner meget den fra før COVID-19, hvor den forventede og faktiske beskæftigelsesudvikling for såvel serviceerhvervet og turismeerhvervet følges ad. Forventningerne i turismeerhvervet er dog en smule lavere end for serviceerhvervet generelt i efterår 2023.

Figur 66 Vurdering af den forventede beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, 2015-2023



* 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 2023



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

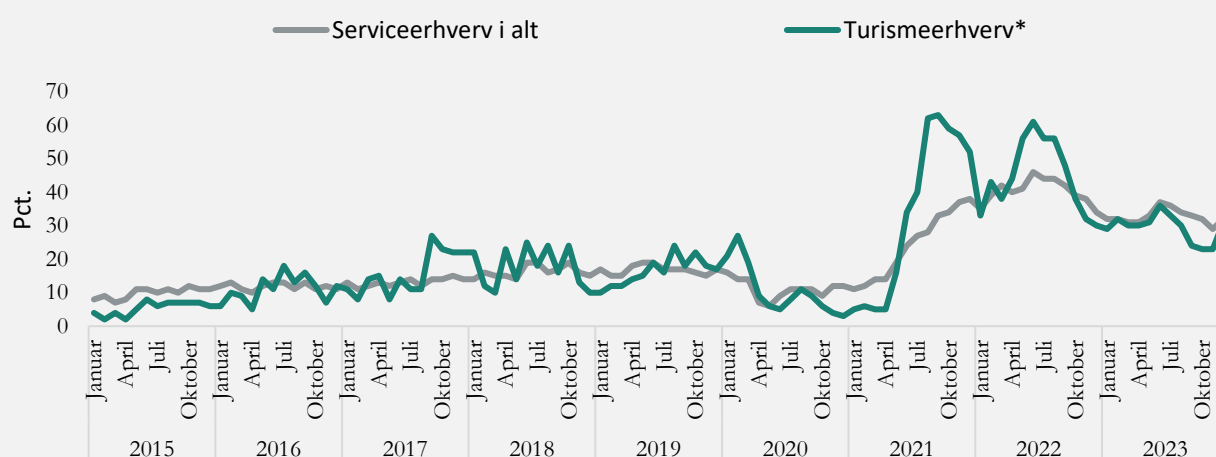
Kilde: Danmarks Statistik.

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. Udviklingen ser dog mere stabilt ud i 2023, hvor oplevelsen af manglen på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor endda er lidt lavere i turismeerhvervet end i serviceerhvervet generelt. Niveaue 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 2023



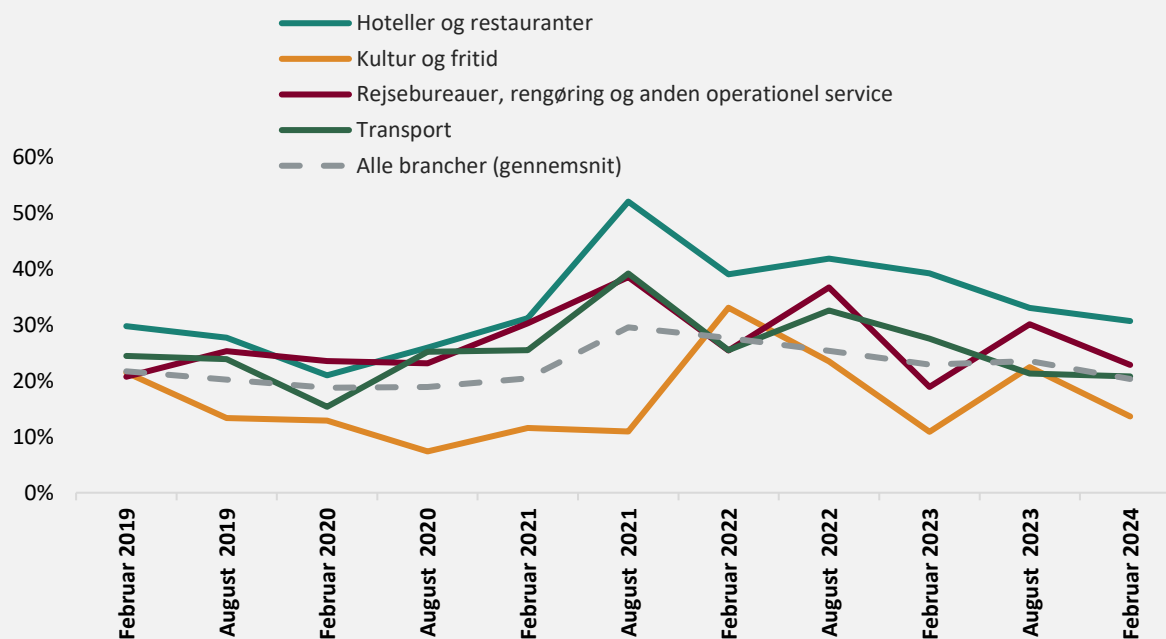
*Turismeerhverv omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer.

Kilde: Danmarks Statistik.

Der spørges til øjeblikkelige produktionsbegrænsninger. Det er muligt at afkrydse ingen begrænsninger. Basis: Ca. 3.000 interview for hele servicesektoren. Udvalget er repræsentativt for de enkelte brancher. Svarprocenter er ca. 80 pct.

Danske virksomheder har generelt oplevet en stigning i andelen af forgæves rekrutteringer fra 2020 til 2021, jf. Figur 69. Fra februar 2020 til august 2021 er andelen af forgæves rekrutteringer steget fra 19 pct. til 30 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 2024 er antallet af forgæves rekrutteringer i hoteller og restauranter 31 pct. mens gennemsnittet for alle brancher er 22 pct.

Figur 69 Udviklingen i andel forgæves rekrutteringer for udvalgte brancher, februar 2019-februar 2024

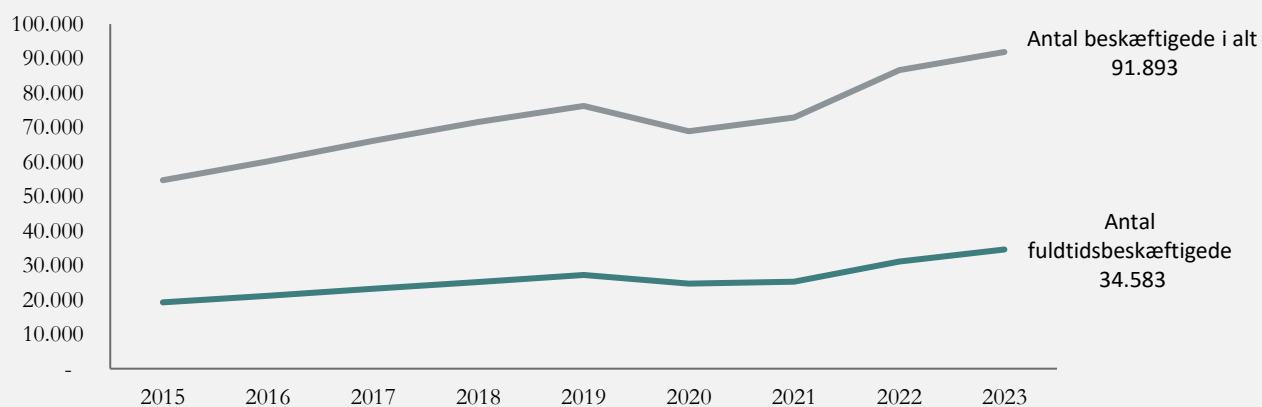


Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR), Rekrutteringsundersøgelsen for efteråret.

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 2023 steg antallet af fuldtidsbeskæftigede udenlandske statsborgere med arbejde i Danmark med 79 pct. til 310.155 fuldtidsbeskæftigede. I turismeerhvervet steg antallet af fuldtidsbeskæftigede udlændinge fra ca. 19.000 i 2015 til ca. 34.600 i 2023, jf. Figur 70.⁶³

Figur 70 Udenlandsk arbejdskraft beskæftiget i dansk turisme, 2015-2023



Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR).

⁶³ 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.

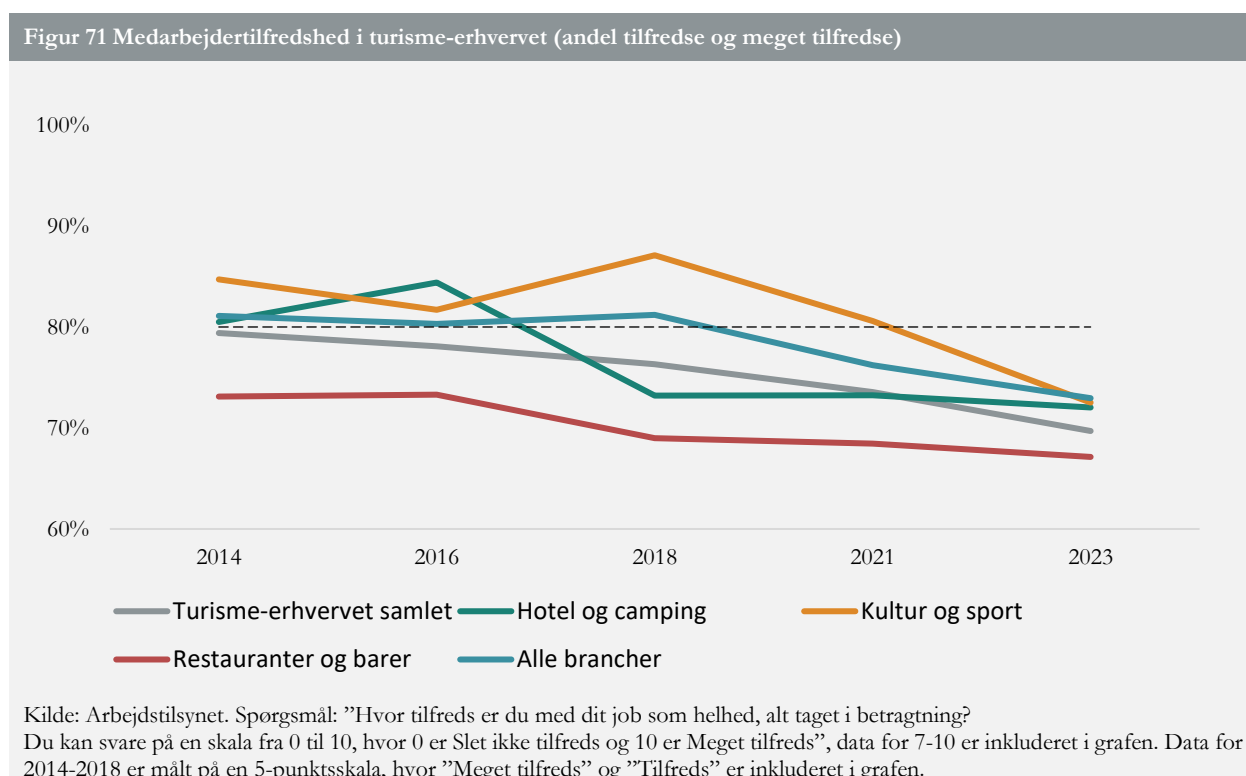
10.6 Medarbejderes tilfredshed

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.

Resultaterne fra de seneste undersøgelser i 2021 og 2023 er ikke direkte sammenlignelige med tidligere undersøgelser. De nyeste undersøgelser anvender et 10-punktsskala, hvor der tidligere blev anvendt en fempunktsskala. For at muliggøre sammenligninger er resultaterne omregnet.



Resultaterne for perioden 2014 til 2023 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 2023 var 70 pct. af alle medarbejdere i turismeerhvervet tilfredse med deres job som helhed, hvilket er lavere end niveauet i 2021 (74 pct.). For branchen hoteller og camping var andelen 72 pct., mens den for restauranter og barer var på 67 pct.

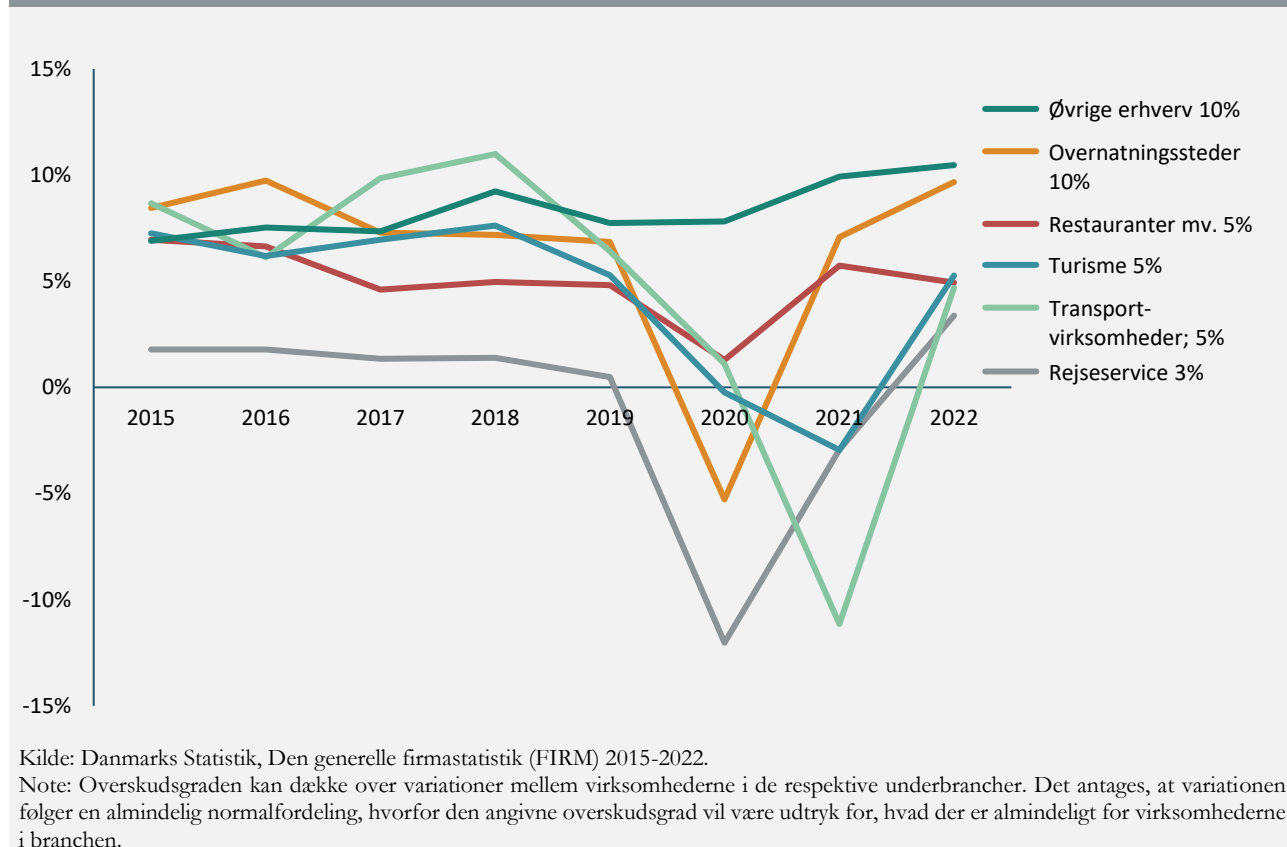
10.7 Overskud og investeringer

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 2022 på +5,3 pct. Det er under niveauet på 10,5 pct. i det øvrige erhvervsliv.

Overnatningsstederne har i en årrække haft en høj overskudsgrad. Tendensen har dog været faldende siden 2016. Under pandemien havde de fleste turismerelaterede brancher en negativ overskudsgrad, jf. Figur 72. Turismerelaterede brancher har været i høj grad påvirkede af restriktionerne i forbindelse med COVID-19. Alle

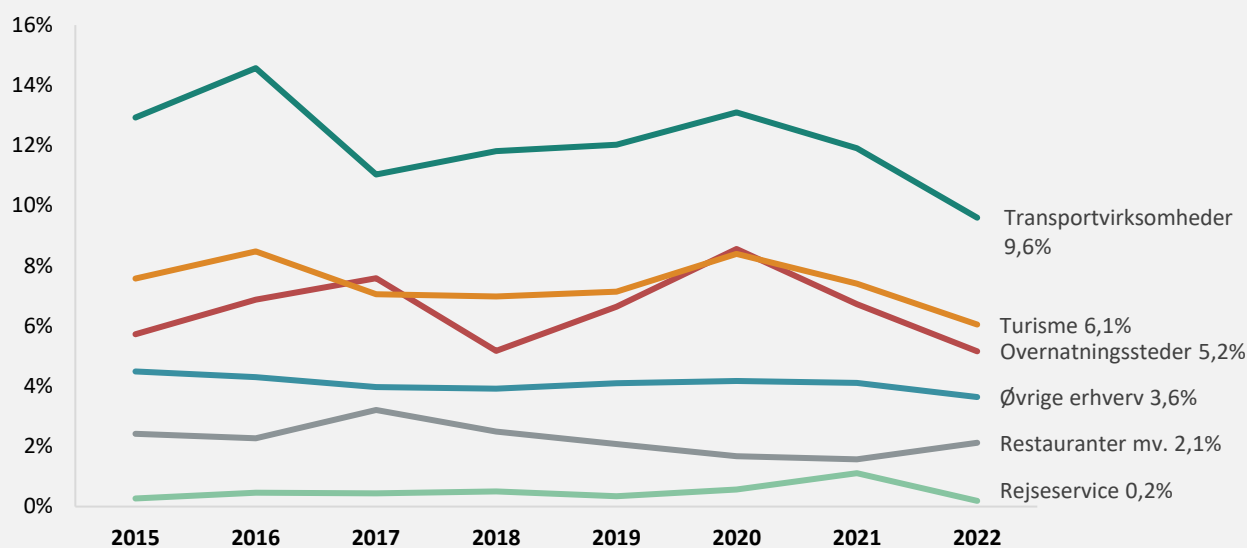
turismerelaterede brancher har dog en positiv overskudsgrad igen i 2022, som for de fleste endda højere end i 2019. Eneste undtagelse er transportvirksomhederne som med 4,7 pct. i 2022 ligger en smule under niveauet fra 2019 (6,4 pct.).

Figur 72 Udvikling i turismerelaterede erhvervs overskudsgrad (ordinært resultat/omsætning), 2015-2022



Investeringsgraden fortæller, hvor stor en del af virksomhedernes omsætning, der går til investeringer. I de turismerelaterede brancher var den gennemsnitlige investeringsgrad samlet set 6,1 pct. i 2022, hvilket var lidt lavere end i 2019, hvor den lå på 7,1 pct. Investeringsgraden er over niveauet for det øvrige erhvervsliv, som er på 3,6 pct. Inden for turismen havde transportvirksomhederne fortsat den højeste investeringsgrad i 2022, mens rejse-service har den laveste investeringsgrad, jf. Figur 73.

Figur 73 Udvikling i turismerelaterede erhvervs investeringsgrad (investeringer/nettoomsætning), 2015-2022



Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2015-2022.

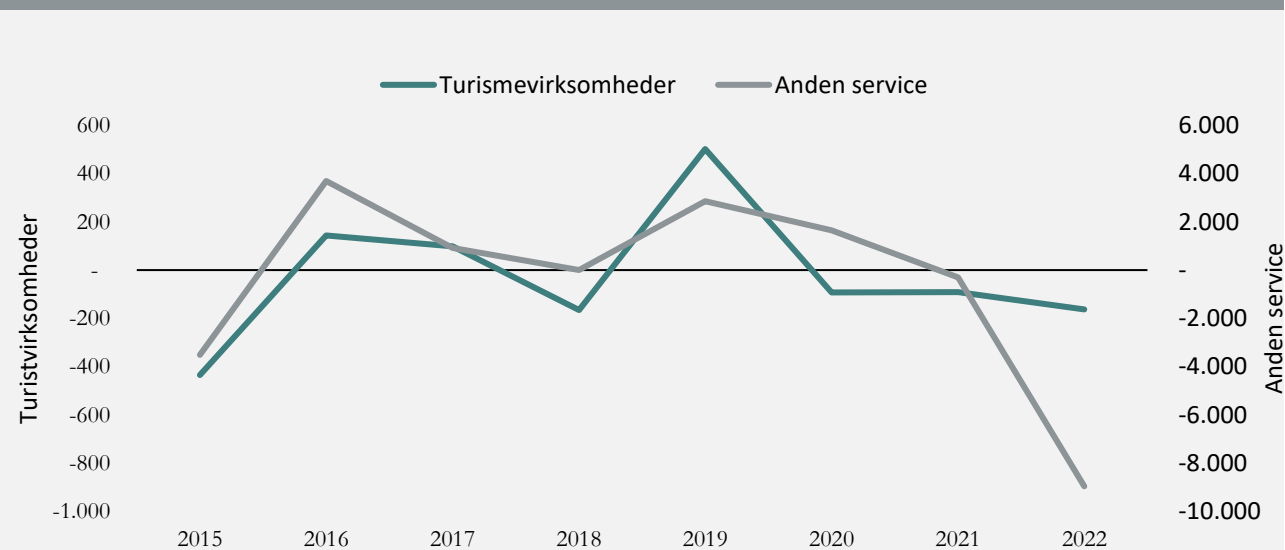
Anm.: Investeringsgraden beregnes som investeringer i forhold til nettoomsætningen.

10.8 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 2022 har forholdet mellem antallet af nystartede og ophørte turistvirksomheder været lidt svingende: 2016, 2017 og 2019 var kendetegnet ved vækst i antallet af virksomheder, mens der i 2015, 2018 og fra 2020 til og med 2022 var tale om et faldt i antallet af virksomheder. Virksomhederne i den øvrige servicesektor har stort set fulgt samme udvikling som turismevirksomhederne, dog er udsvingene markant højere.

Figur 74 Difference mellem antal nystartede og ophørte virksomheder, 2015-2022



Kilde: Særkørsel fra Danmarks Statistik.

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

Tabel 29 viser antallet af konkursramte virksomheder i turismesektoren og de øvrige serviceerhverv. Antallet af konkurser i turismesektoren steg med 29 pct. fra 2022 til 2023, mens den øvrige servicesektor oplevede en stigning i konkurserne på 21 pct. I 2023 oplevede turismebranchen det højeste antal konkursramte virksomheder i det afrapporterede tidsrum og det samme gælder for de øvrige servicevirksomheder.

Tabel 29 Antal konkursramte virksomheder*, 2015-2023

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Udv. 2022-2023 (pct.)
Turismevirksomheder	225	264	245	262	316	370	321	387	501	29%
Øvrige servicevirksomheder	573	760	774	854	883	739	778	961	1.165	21%

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.

Appendiks til kapitel 2

Tabel 30 ETC-indikatorer til monitorering af bæredygtig turisme i Danmark, kyst og storby

Dimension	Indikator*	Hele Danmark	Kyst	Storby
Sociale forhold	Turisternes tilfredshed %-del tilfredse turister	92,6	93,7	90,1
	De lokale beboeres tilfredshed** %-del af lokale, der er tilfredse med turismetrykket i Danmark	73,8	76,3	69,6
	Kapacitetsudbud Sengepladser pr. indbygger	0,79	0,96	0,49
	Turismeintensiteten Antal overnatninger pr. 100 indbyggere pr. dag	2,94	3,50	1,97
	Turismetæthed Antal overnatninger pr. dag pr. km ²	4,06	3,325	17,52
Økonomi	Overnatninger % ændring i antal turismeovernatninger i forhold til året før	+0,2	-2,3	+8,6
	Turistankomster % stigning i internationale ankomster i forhold til året før	7,3	2,6	14,2
	Sæsonfordeling Spredning af overnatningerne over året (Gini-koefficient)***	0,34	0,39	0,18
	Døgnforbrug Gns. forbrug i € pr. turist pr. dag	174	134	255
	Opholdslængde Gns. opholdslængde pr. turist (antal overnatninger)	3,39	4,16	2,15
	Beskæftigelseseffekter Ansatte i turismeerhvervet pr. 100 ansatte i hele økonomien	4,3	5,0	3,4
Miljø	CO2-aftrykket**** Tusind tons CO2e ved lufttransport, overnatningssteder mm.	3.069	-	-
	Certificeringer***** %-del overnatningssteder med miljøcertificeringer	17,9	12,5	40,3

Kilde: Danmarks Statistik, VisitDenmarks Turistundersøgelse 2022, 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 2024.

*** 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 kun angivet på landsplan og tal er for 2019. Beregninger af CO2-e på landsdel- eller kommune niveau er ikke tilgængelig på nuværende tidspunkt.

***** Andel af danske overnatningssteder der er certificerede med Green Key, EU-blomsten eller Nordic Swan. Antallet af certificerede overnatningssteder er hentet fra VisitDenmarks GuideDanmark og er data for 2023. Det totale antal virksomheder er hentet fra Danmarks Statistik og indeholder data for juli 2023. Data omfatter kun camping, feriecentre, hoteller og vandrehjem.

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. Data er for 2023
- Kapacitetsudbud: Sengepladser pr. 100 indbyggere. Kilde: Danmarks Statistiks tal for både sengepladser og indbyggertal. Data er for 2023.
- Turismeintensiteten: Antal overnatninger pr. 100 indbyggere pr. dag. Kilde: Danmarks Statistiks tal for både overnatninger og indbyggertal. Data er for 2023.
- Turismetæthed: Antal overnatninger pr. dag pr. km². Kilde: Danmarks Statistiks tal for både overnatninger og areal. Data er for 2023.

Økonomiske forhold

- Overnatninger: Procentvis stigning i antal turismeovernatninger i forhold til året før. Kilde: Danmarks Statistik. Data er for 2023.
- Turistankomster: Procentvis stigning i antal internationale ankomster i forhold til året før. Kilde: Danmarks Statistik. Data er for 2023.
- 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 2023.
- Døgnforbrug: Gennemsnitlig forbrug i € pr. turist pr. dag. Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelse. Data er for 2022.
- Opholdslængde: Gennemsnitlig opholdslængde pr. turist i antal overnatninger. Kilde: Danmarks Statistik. Data er for 2023.
- Beskæftigelseseffekter: Ansatte i turismeerhvervet pr. ansatte i hele den danske økonomi. Kilde: VisitDenmarks Turismens økonomiske betydning. Data er for 2022.

Miljømæssige forhold

- CO₂-aftrykket: Tusind tons CO₂e ved kategorierne lufttransport, overnatnings- steder og madservice samt andre relaterede services. Kilde: Data er for 2019.
- Certificeringer: Procentdel overnatningssteder med miljøcertificering. Kilde: VisitDenmarks GuideDanmark og Danmarks Statistik. Data er for 2023.

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, 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-Brandø
19	Destination Fjordlandet	Frederikssund, Lejre, Roskilde

Note: kommunerne Odsherred, Greve, Køge, Rebild, Ringsted, Samsø, Solrød, Vejen og Skanderborg har 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.

* 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), VisitFjordlandet (Frederikssund) og Destination Bornholm (Bornholms Regionskommune).

Tabel 31 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på kommuner, 2022

Kommune	Turismeskabt beskæftigelse	Fordeling	Andel af samlet beskæftigelse i kommunen	Total beskæftigelse
	Fuldtidsjob	Pct.	Pct.	Fuldtidsjob
København	29.869	20,5	6,2	483.850
Ringkøbing-Skjern	5.433	3,7	16,5	32.990
Aarhus	5.366	3,7	2,3	228.939
Varde	5.061	3,5	22,2	22.842
Bornholm	3.722	2,5	20,9	17.781
Aalborg	3.698	2,5	3,0	121.620
Frederikshavn	3.459	2,4	12,4	27.979
Hjørring	3.357	2,3	10,0	33.722
Jammerbugt	2.806	1,9	18,9	14.821
Billund	2.583	1,8	11,8	21.909
Vejle	2.474	1,7	4,0	61.389
Sønderborg	2.465	1,7	6,9	35.808
Tønder	2.388	1,6	13,8	17.304
Odense	2.325	1,6	1,9	120.099
Syddjurs	2.305	1,6	14,2	16.265
Tårnby	2.283	1,6	9,4	24.317
Kolding	2.043	1,4	3,5	58.029
Helsingør	2.036	1,4	8,0	25.514
Odsherred	2.012	1,4	16,5	12.167
Gribskov	2.005	1,4	15,6	12.870
Norddjurs	1.814	1,2	11,4	15.938
Esbjerg	1.807	1,2	2,9	62.418
Guldborgsund	1.771	1,2	7,3	24.288
Herning	1.696	1,2	3,3	51.475
Thisted	1.676	1,1	7,4	22.790
Lolland	1.658	1,1	10,5	15.863
Roskilde	1.629	1,1	3,6	45.672
Holstebro	1.578	1,1	4,6	33.951
Frederiksberg	1.561	1,1	3,3	46.622
Silkeborg	1.332	0,9	2,9	46.651
Haderslev	1.204	0,8	4,9	24.601
Vordingborg	1.204	0,8	7,5	16.157
Lemvig	1.194	0,8	11,5	10.388
Fredericia	1.130	0,8	3,8	29.463
Middelfart	1.129	0,8	5,6	20.059
Vesthimmerlands	1.098	0,8	5,9	18.548
Horsens	1.080	0,7	2,2	49.531
Viborg	1.048	0,7	2,0	52.216
Langeland	1.036	0,7	14,7	7.040
Rudersdal	992	0,7	3,4	29.616

Kalundborg	991	0,7	5,1	19.557
Svendborg	972	0,7	3,9	24.879
Slagelse	969	0,7	2,6	37.016
Mariagerfjord	951	0,7	4,1	23.302
Skive	947	0,6	4,3	21.791
Halsnæs	927	0,6	10,0	9.246
Fanø	896	0,6	74,9	1.197
Næstved	853	0,6	2,7	31.947
Skanderborg	851	0,6	2,9	29.750
Aabenraa	850	0,6	2,5	33.996
Frederikssund	823	0,6	5,1	16.137
Hedensted	806	0,6	3,6	22.214
Nyborg	774	0,5	6,0	12.799
Gentofte	738	0,5	1,5	50.701
Nordfyns	736	0,5	7,2	10.192
Faaborg-Midtfyn	733	0,5	3,7	19.630
Assens	679	0,5	4,3	15.923
Lyngby-Taarbæk	675	0,5	1,7	39.927
Holbæk	671	0,5	2,2	30.233
Læsø	618	0,4	70,0	884
Morsø	617	0,4	6,6	9.333
Randers	612	0,4	1,4	44.915
Køge	590	0,4	1,8	32.269
Odder	583	0,4	6,9	8.489
Hillerød	559	0,4	1,6	34.605
Vejen	554	0,4	2,6	21.383
Rebild	546	0,4	4,4	12.309
Ikast-Brande	526	0,4	2,1	25.113
Kerteminde	526	0,4	5,2	10.082
Struer	486	0,3	6,1	7.962
Stevns	469	0,3	7,5	6.287
Høje-Taastrup	467	0,3	1,1	40.843
Brøndby	463	0,3	1,7	26.905
Hvidovre	438	0,3	1,5	30.170
Ærø	436	0,3	16,6	2.631
Ballerup	422	0,3	0,9	48.913
Greve	411	0,3	2,1	19.360
Samsø	406	0,3	20,6	1.971
Glostrup	361	0,2	1,8	20.308
Faxe	358	0,2	2,7	13.092
Ringsted	344	0,2	2,0	16.896
Gladsaxe	329	0,2	0,8	42.751
Furesø	328	0,2	2,1	15.340
Sorø	326	0,2	2,7	12.081

Hørsholm	321	0,2	2,7	11.797
Fredensborg	312	0,2	2,1	14.862
Brønderslev	275	0,2	2,0	13.948
Lejre	273	0,2	3,4	8.073
Dragør	267	0,2	7,4	3.588
Rødovre	249	0,2	1,5	16.675
Egedal	242	0,2	1,9	12.744
Ishøj	231	0,2	2,4	9.747
Favrskov	204	0,1	0,9	22.316
Herlev	197	0,1	0,8	24.344
Albertslund	193	0,1	0,9	21.116
Solrød	117	0,1	1,5	7.944
Allerød	85	0,1	0,5	15.819
Vallensbæk	83	0,1	1,3	6.578
Uden for kommuner	0	0,0	0,0	9.500
Hele landet	145.990	100	4,6	3.167.885

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

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 kursusejendomme
- 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 Caféer, værtshuse, diskoteker mv.

Transportvirksomheder

- 49.10.00 Passagertransport med regional- eller fjerntog
- 49.31.10 Rutebuskørsel, by- og nærtrafik
- 49.31.20 S-togstrafik, metro og andre nærbaner
- 49.32.00 Taxikørsel
- 49.39.20 Turistkørsel og anden landpassagertransport
- 50.10.00 Sø- 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 motorkøretøjer