



Det Nationale Turismeforum

Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne

Januar 2026

Statusanalysen af turismens udvikling og konkurrenceevne

Udarbejdet af VisitDenmark på vegne af Det Nationale Turisme Forum

Udgivet af Det Nationale Turisme Forum

Januar 2026

Udarbejdet af:

VisitDenmark

Fotografer: forsidebilleder

Øverste venstre hjørne: Bona Fide Stories

Øverste højre hjørne: Daniel Brandt Andersen

Nederst: Kim Wyon

Billeder:

Denmark Media Center

Indhold

1. Indledning	2
2. Turisme og bæredygtighed	5
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 Bæredygtighedscertificeringer af offentlige turismeorganisationer	8
2.3.2 Bæredygtighedscertificeringer af overnatningssteder og forlystelsesparker	9
2.4 Turismeintensitet og -densitet	10
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	24
3.1 Dansk turismes markedsposition	25
3.2 Dansk turismes konkurrenceevne	28
4 Status for turismeforbruget i Danmark	32
4.1 Turismeforbruget i Danmark i 2024	33
4.1.1 Indikator for turismeomsætningen i 2030	34
4.1.2 Turismeforbruget i destinationer og på forretningsområder	35
4.1.3 Turismeforbruget i kommunerne	37
4.2 Turismeskabt værditilvækst og beskæftigelse	38
5 Udvikling og vækst i dansk turisme	44
5.1 Indikatorer for overnatninger i den nationale strategi for dansk turisme	45
5.1.1 Indikator for overnatninger i alt	45
5.1.2 Indikator for andel af overnatninger uden for højsæsonen	46
5.2 Udviklingen i dansk turisme fra 2015 til 2024	47
5.2.1 Overnatninger fordelt på forretningsområder	48
5.2.2 Overnatninger i de danske destinationer	49
5.2.3 Overnatninger i de danske kommuner	50
5.2.4 Overnatninger fordelt på overnatningsformer	51
5.2.5 Overnatninger fordelt på nationalitet	52
5.2.6 Overnatninger booket via udlejningsplatforme	53
5.3 Vækst på hovedmarkeder og udviklingsmarkeder	56
5.4 Danmarks markedsandele	57
5.4.1 Storbyturismens markedsandele	59
5.4.2 Kyst- og naturturismens markedsandele	60
6. Vækstforventninger og kapacitet	64

6.1 Vækstforventninger og kapacitet	64
6.2 Kapacitetsudnyttelse	66
6.2.1 Feriehuse	66
6.2.2 Hoteller	68
6.2.3 Feriecentre.....	71
6.2.4 Campingpladser	74
7 Kendskab til og tilfredshed med Danmark som feriedestination	78
7.1 Kendskab til Danmark	80
7.1.1 Kendskab til de fire store byer i Danmark	80
7.1.2 Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer	81
7.2 Rejseintentioner til de nordeuropæiske feriedestinationer.....	83
7.3 De internationale turisters tilfredshed med ferien	84
8 Forhold mellem pris og kvalitet	88
8.1 Prisniveauet i Danmark.....	89
8.2 Internationale turisters oplevelse af pris og kvalitet sammenlignet med konkurrentfeltet	90
9 Transport og tilgængelighed	94
9.1 Transportmuligheder til Danmark og forskellige dele af landet.....	94
9.1.1 Flytrafik	95
9.1.2 Færgetrafik	96
9.1.3 Krydstogter	98
9.2 Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark.....	99
10 Konkurrencedygtigt turismeerhverv.....	103
10.1 Momssatser og -fradrag	104
10.2 Elpriser	105
10.3 Omsætning	106
10.4 Produktivitet	107
10.5 Arbejdsmarked	109
10.6 Medarbejderes tilfredshed	115
10.7 Overskud og investeringer	115
10.8 Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder.....	117
Appendiks til kapitel 2	118
Appendiks til kapitel 4	120
Appendiks til kapitel 10	124



1. Indledning

1. Indledning

Regeringens turismestrategi, *Veje til bæredygtig turismevækst*, blev lanceret i oktober 2024 med bred opbakning fra Folketingets partier. Med strategien har regeringen og aftalepartierne bekræftet turismens værdi for dansk økonomi, og med mange stærke initiativer er turismen godt rustet til fremtiden. Det Nationale Turismeforum bakker op om regeringens strategiske ambitioner for dansk turisme og ser frem til et tæt og godt samarbejde om at sætte en fælles kurs for dansk turisme de kommende år.

I en verden præget af usikkerhed, og nye globale rejsemønstre er det nødvendigt at fastholde fokus på vækstmålene for dansk turisme, så det danske turismeerhverv fortsat kan bidrage til vækst og arbejdspladser på tværs af hele landet og derved sikre, at turisterhvervet forbliver Danmarks fjerdestørste eksporterhverv. I statusanalysen følger Det Nationale Turismeforum udviklingen i de mål, som regeringen har sat i den nationale turismestrategi, og giver dermed et samlet billede af, hvordan turismen bevæger sig i forhold til de politiske ambitioner. På den måde bidrager analysen til at sikre, at strategiens mål omsættes til konkret fremdrift og dokumenterbare resultater.

Samtidig samler og formidler statusanalysen den nyeste viden om turismens udvikling, tendenser og samfundsmæssige betydning og er dermed et centralt værktøj, der skal inspirere turismens aktører til handling, samarbejde og prioritering. Målet er at styrke beslutningsgrundlaget, så der fortsat kan udvikles en mere bæredygtig og konkurrencedygtig turisme i Danmark.

Turisme er godt for Danmark

Dansk turisme er en styrkeposition for landet, og som Danmarks fjerdestørste eksporterhverv bidrager turismen til vækst og arbejdspladser på tværs af hele Danmark. Det Nationale Turismeforum hæfter sig ved, at 2024 var et godt år for dansk turisme. Historisk har turismen været et væksterhverv, og siden 2015 er der – med undtagelse af 2020 og 2021, hvor covid-19 standsede rejseaktiviteten – sat rekord i antallet af overnatninger år efter år. 2024 overgik således rekordåret 2023 med en stigning fra 63,8 til 65,3 mio. overnatninger, hvilket er 2,2 pct. højere end i 2023.

I et foreløbigt estimat fra VisitDenmark omsatte turisterne i 2024 i Danmark for i alt 168,5 mia. kr. Heraf stod danske turister for 55 pct. (93,1 mia. kr.) af forbruget, og de udenlandske turister stod for 45 pct. (75,4 mia. kr.) af forbruget. Det svarer til 3,7 pct. af Danmarks eksportindtægter. Væksten har især været drevet af udviklingen i storbyturismen, mens udviklingen var mere moderat for kyst- og naturturismen samt erhvervs- og mødeturismen. De udenlandske og danske turisternes forbrug har stor økonomisk betydning både nationalt og lokalt. Derfor er det vigtigt, at der er vækst og udvikling i alle tre forretningsområder i dansk turisme: Kyst- og naturturismen, storbyturismen samt erhvervs- og mødeturismen.

Kyst- og naturturismen udgør over halvdelen af det samlede turismeforbrug i Danmark. Mange steder udgør turismen en stor del af den lokale økonomi og skaber betydelige job- og skatteeffekter. Storbyturismen samt erhvervs- og mødeturismen udgør hver især knap en fjerdedel af det samlede turismeforbrug, og de to forretningsområder tiltrækker ofte højtforbrugende turister, der bruger en bred vifte af turismeprodukter som fx hoteller, restauranter, kulturtilbud og transport. Samtidig bidrager erhvervs- og mødeturismen samt storbyturismen til en mere jævn fordeling over året og spiller derfor en afgørende rolle for at udvikle helårsturisme og fuldtidsbeskæftigelse i de større byområder.

Fælles for turismen på tværs af forretningsområderne er, at turismen skaber arbejdspladser, der ikke kan flyttes, og som holder gang i det lokale erhvervsliv og bidrager til et varieret udbud af restauranter, kulturtilbud mv., der også kommer de lokale borgere til gavn. For Det Nationale Turismeforum er det vigtigt at sætte fokus på de positive sociale effekter fra turismen i hele landet.

Fremadrettet fokus for dansk turisme

Det er afgørende for dansk turisme, at der er et godt samarbejde mellem turismeerhvervet og de offentlige

turismeaktører, både nationalt og lokalt. Det Nationale Turismeforum hæfter sig ved, at der er opbygget et velfungerende samarbejde samt en klar rollefordeling i det offentlige turismefremmesystem mellem de kommunalt ejede destinationsselskaber, de nationale udviklingsselskaber, Dansk Kyst- og Naturturisme, MeetDenmark og Dansk Storbyturisme samt VisitDenmark som Danmarks nationale turismeorganisation. For Det Nationale Turismeforum er det vigtigt, at der fortsat er fokus på samarbejdet med turismeerhvervet, som det offentlige turismefremmesystem er sat i verden for at fremme. Det Nationale Turismeforum understøtter samarbejdet på tværs af økosystemet i dansk turisme.

Som led i arbejdet med at fremme en langsigtet og bæredygtig udvikling godkendte Det Nationale Turismeforum i juni 2025 en ny markedsprioritering for dansk turisme. Prioriteringen bygger på et omfattende datagrundlag og VisitDenmarks systematiske vurdering af de enkelte markeder ud fra deres potentiale og eksisterende vækst drivere. Den nye struktur viderefører indsatsen på hovedmarkederne, Tyskland, Sverige, Norge, Nederlandene, Frankrig, Italien, Storbritannien og USA. Den åbner samtidig for en fokuseret bearbejdning af udvalgte udviklingsmarkeder som Polen, Schweiz, Spanien, Belgien, Østrig og Indien. Det Nationale Turismeforum bakker desuden op om den brede tilslutning til den sammenhængende branding og markedsføring under det fælles Danmarksbrand, The Land of Everyday Wonder.

Det Nationale Turismeforum følger udviklingen i regeringens vækst mål, som skal sikre vækst, der balancerer økonomiske, klima- og miljømæssige samt sociale hensyn. I den forbindelse er det positivt, at der blev afsat 200 mio. kr. på finansloven for 2025 til en turismereserve, som skal bidrage til at realisere potentialer i dansk turisme. Det Nationale Turismeforum har bidraget til at kvalificere temaer og initiativer, så de afspejler både de aktuelle udfordringer og erhvervets behov. Arbejdet har samtidig haft fokus på, at initiativerne understøtter de strategiske mål i den nationale turismestrategi og dermed ambitionen om at skabe bæredygtig vækst i dansk turisme. Derfor hæfter Det Nationale Turismeforum sig ved, at regeringen har sat fokus på spredning af turister på sæsonerne og geografisk, så der fortsat er bæredygtig og balanceret turisme. I tillæg hertil hæfter Det Nationale Turismeforum sig ved det styrkede fokus på erhvervs- og mødeturisme samt den grønne omstilling af turisterhvervet, særligt med fokus på certificeringer.

Det Nationale Turismeforum ser frem til at fortsætte det gode samarbejde i 2026 med henblik på at sikre fokus på den strategiske udvikling af dansk turisme



2. Turisme og bæredygtighed

2. Turisme og bæredygtighed

Opsummering

Bæredygtighed og den nationale strategi

- I den nationale strategi *Veje til bæredygtig turismevækst* er en af indikatorerne, 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 2025 lå Danmark nr. 3 i konkurrentfeltet. Danmarks placering har været den samme siden 2020, hvor målingen blev gennemført for første gang.
- Den nationale strategi *Veje til bæredygtig turismevækst* har også mål med for udbredelsen af certificeringer af såvel nationale turismeorganisationer som overnatningssteder og forlystelsesparker.
- Ultimo 2025 var alle fire nationale turismeorganisationer certificerede og 37 pct. af destinationsselskaberne. Desuden var 23 pct. af overnatningsstederne certificerede og 50 pct. af de danske forlystelsesparker.

Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme

- Mellem 18 pct. og 36 pct. af befolkningerne i Danmark, Tyskland, Norge, Sverige og Nederlandene forventer, at bæredygtige hensyn vil påvirke deres fremtidige rejsevalg. Det er markant flere end andelen, der svarer, at deres seneste ferievalg var påvirket af bæredygtige hensyn.
- Andelen af befolkninger, der vil prioritere bæredygtige hensyn ved fremtidige rejsevalg, er uændret fra 2024 til 2025 i både Danmark, Tyskland, Norge, Sverige og Nederlandene.
- Mellem 37 pct. og 56 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 steget signifikant i Greater London og uændret i Milano, 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 *Veje til bæredygtig turismevækst*.

Turismeintensitet og -densitet

- I 2024 var turismeintensiteten (overnatninger pr. indbygger) størst i Fanø Kommune med 265 overnatninger pr. indbygger.
- I 2024 var turismedensiteten (overnatninger pr. km²) størst i Københavns Kommune med 124.749 overnatninger pr. km².

I oktober 2024 lancerede regeringen den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, *Veje til bæredygtig turismevækst*. Strategien sætter retning for udviklingen af dansk turisme frem mod 2030. Strategien opstiller pejlemærker inden for de 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 2024 følges der op på de ni indikatorer, der er opstillet under de tre pejlemærker, jf. tabellen nedenfor.

Tabel 1 Opfølgning på pejlemærker frem mod 2030

Pejlemærke	Indikator	Opfølgning
Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark	Turismeomsætningen i Danmark skal nå 200 mia. kr.	162,1 mia. kr. i 2023, foreløbigt opgjort til 168,5 mia. kr. i 2024. 2023 estimeres til at ligge 4,2 mia. kr. over vækstkurven.
	Dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger	65,2 mio. i 2024, 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	66 pct. af overnatninger var uden for højsæsonen i 2024. I 2023 lå andelen på 65 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	Alle fire nationale turismeorganisationer og syv af 19 destinationsselskaber var ultimo 2025 GTO-certificerede.
	70 pct. af alle overnatningssteder og forlystelsesparker i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede	23 pct. af overnatningsstederne i Danmark var certificerede. ¹ 50 pct. af de danske forlystelsesparker var Green Attraction-certificerede. ²
	Danmark skal ligge nr. 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål	Danmark ligger på en tredjeplads. Niveauet har været uændret siden 2020.

¹ Status er pr. 6. november 2025 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. 6. november 2025 og omfatter medlemmerne af FED (Foreningen af forlystelsesparker i Danmark).

2.1 Den globale dagsorden

Pandemien satte en midlertidig stopper for væksten i turisme. I årene efter pandemien 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. I 2024 er niveauet med 1.465.000 internationale overnatninger tilbage på 2019-niveauet.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 blev der i Metodeudvalget under Det Nationale Turisめforum vedtaget en metode til at afdække danskernes syn på turismens betydning for landet. I 2021 blev data indhentet for første gang, og undersøgelsen blev gentaget i efteråret 2022, 2023, 2024 og 2025. De seneste resultater 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 *Veje til bæredygtig turismevækst* indgår nogle indikatorer om miljøcertificeringer. De omhandler offentlige turismeorganisationer i Danmark, forlystelsesparker i Danmark og overnatningssteder i Danmark.

2.3.1 Bæredygtighedscertificeringer af offentlige turismeorganisationer

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

De nationale turismeorganisationer tæller fire selskaber: VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, Dansk Storbyturisme og Dansk Erhvervs- og Mødeturisme. Alle disse var ultimo 2025 GTO-certificerede, jf. tabel 2.

Destinationsselskaberne består af i alt 19 selskaber. Syv af disse var ved udgangen af 2025 GTO-certificerede, jf. tabel 2.

Tabel 2 GTO-certificerede udviklings- og destinationsselskaber

Udviklings-/destinationsselskab	GTO-certificeret
Nationalt niveau:	
VisitDenmark	GTO
Dansk Kyst- og Naturturisme	GTO
Dansk Erhvervs- og Mødeturisme	GTO ⁵
Dansk Storbyturisme	GTO ⁵
Decentralt niveau: 19 destinationsselskaber	
Wonderful Copenhagen	GTO
Destination Himmerland	GTO
Destination Nord	GTO
Destination Fyn	GTO
VisitAarhus	GTO
Destination Vesterhavet	GTO
Destination Sjælland	GTO
Destination Kystlandet	Senest 2027 ⁶
Destination Sønderjylland	Senest 2027 ⁶
Visit Lolland-Falster	Senest 2027 ⁶
Visit Nordsjælland	Senest 2027 ⁶
Destination Bornholm	Senest 2027 ⁶
Destination Limfjorden	Senest 2027 ⁶
Destination Vadehavskysten	Senest 2030
Destination Fjordlandet	Senest 2027 ⁶
VisitHerning	Senest 2027 ⁶
Destination Sydsjælland & Møn	Senest 2027 ⁶
Destination Trekantområdet	Senest 2027 ⁶
Destination Nordvestkysten	Senest 2030

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

⁵ Dansk Erhvervs- og Mødeturisme (MeetDenmark) og Dansk Storbyturisme har domicil i Wonderful Copenhagen og er derfor omfattet af Wonderful Copenhagen's certificering.

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

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 var 23 pct. med udgangen af 2025 certificeret med et af de nævnte mærker. I 2024 var andelen 20 pct.

Feriecentre, vandrerhjem og campingpladser trækker ned i opgørelsen, mens hoteller trækker op. Fokuseres alene på hotellerne er 39 pct. certificerede med de pågældende mærker. Det er især de større hoteller, der er certificerede.

Bæredygtighedscertificeringer af forlystelsesparker

Strategien indeholder også en indikator for de danske forlystelsesparker om, at 70 pct. i 2030 skal være bæredygtighedscertificerede.

Med udgangen af 2025 er 50 pct., dvs. 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 blandt borgerne.

⁷ I løbet af 2025 er mærkningsordningen Koglemærket – Fokus på energi blevet lanceret, som skal bidrage til optimeret brug og drift af feriehuse. Dertil er en opdateret og videreudviklet version af DGNB Villa blevet lanceret i 2025, så den nu rummer bygningstypen feriehuse (renovering og nybyggeri). På nuværende tidspunkt indgår de ikke i pejlemærkerne og er derfor ikke med i Statusanalysen.

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 destinationer fra 2019 til 2024 og fra 2023 til 2024. I alle årene havde Destination Vesterhavet det højeste antal overnatninger pr. indbygger blandt de 19 destinationsselskaber efterfulgt af Destination Bornholm. Fra 2023 til 2024 steg turismeintensiteten i 10 af de 19 destinationsselskaber, mens den faldt i seks. I VisitLollandFalster, Destination Trekantområder og Destination Nord var niveauet uændret.

I 2024 lå turismeintensiteten over 2019-niveauet i alle destinationsselskaber.

Tabel 3 Turismeintensitet i de 19 danske destinationsselskaber i 2019-2024 samt udvikling i pct. fra 2019-2024 og 2023-2024

Destinationsselskab	Overnatninger pr. indbygger					Udvikling (pct.)		
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024	2023-2024
Destination Vesterhavet	81,5	71,9	80,5	96,9	98,1	101,3	24%	3%
Destination Bornholm	43,4	40,8	47,0	46,3	43,0	44,0	2%	2%
Destination NordVestkysten	26,0	25,1	27,8	29,0	27,8	28,4	9%	2%
VisitLollandFalster	18,4	17,7	19,7	21,6	22,4	22,5	22%	0%
Destination Sønderjylland	18,8	17,3	19,2	22,1	21,6	22,4	19%	3%
Destination Vadehavskysten	12,1	10,2	11,2	12,8	12,7	12,6	4%	-1%
Destination Himmerland	11,0	10,7	11,3	12,4	12,1	12,4	12%	2%
Destination Trekantområdet	10,9	7,0	8,3	12,2	11,8	11,8	8%	0%
Destination Limfjorden	9,7	9,9	11,3	12,3	11,3	11,8	21%	5%
Destination Nord	8,8	7,7	8,4	9,5	9,1	9,2	4%	0%
Destination Fyn	8,0	7,4	8,4	8,6	8,4	8,3	3%	-1%
Wonderful Copenhagen	7,1	2,8	4,0	7,4	8,1	8,4	19%	4%
Visit Sydsjælland og Møn	5,9	5,6	5,9	6,1	6,2	5,9	1%	-3%
VisitNordsjælland	6,0	5,6	6,1	6,1	5,9	6,3	4%	6%
Aarhusregionen	5,4	4,9	5,6	6,1	5,8	5,8	6%	-1%
Destination Kystlandet	5,5	5,3	5,8	6,2	5,8	5,7	3%	-2%
Destination Sjælland	3,8	3,5	3,8	3,9	3,7	4,0	6%	7%
VisitHerning	2,5	1,5	1,7	2,5	2,7	3,1	22%	12%
Destination Fjordlandet	2,6	1,9	2,3	2,8	2,6	2,6	2%	-1%
Hele landet	9,8	7,8	8,9	10,7	10,7	10,9	11%	2%

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

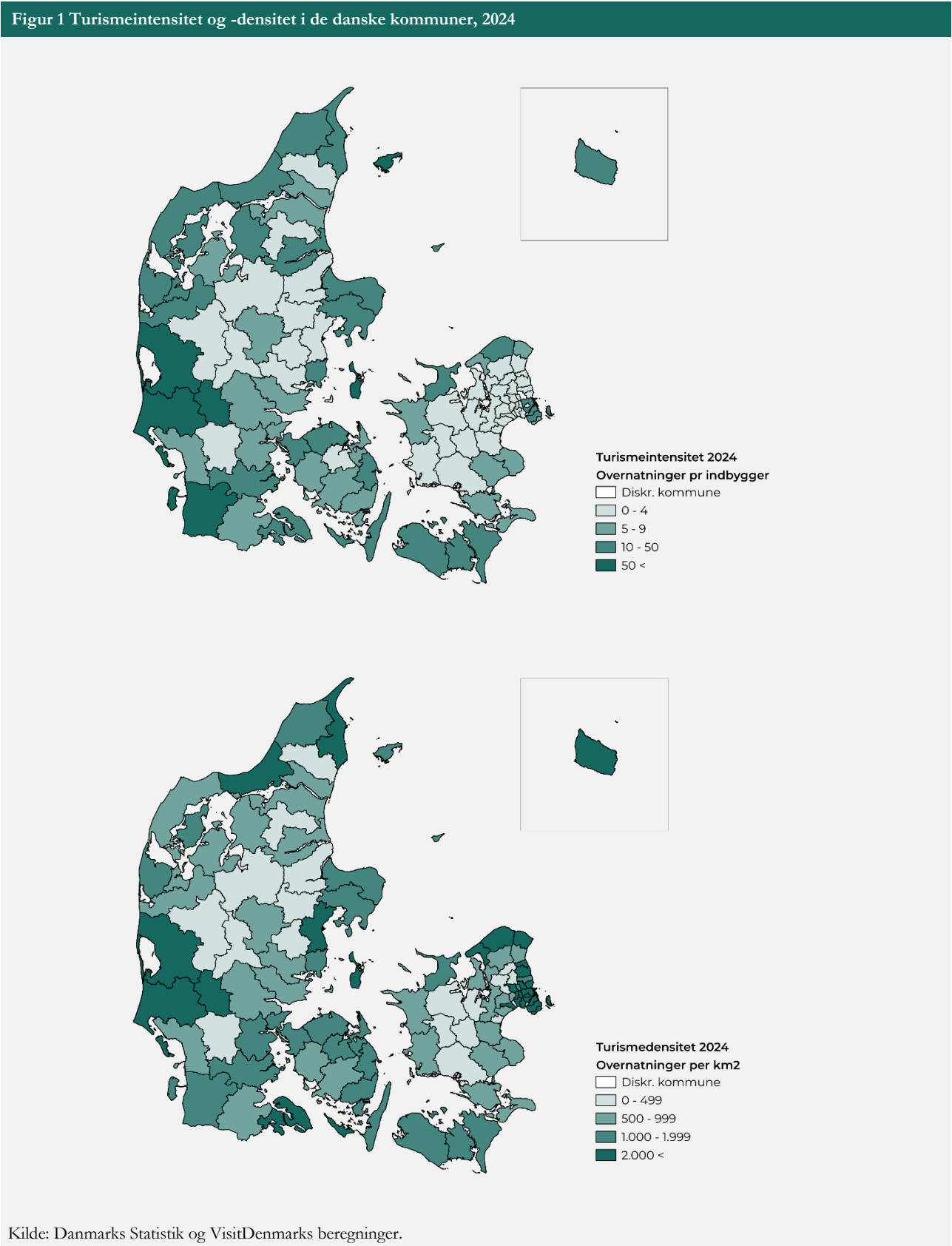
Tabel 4 viser udviklingen i turismedensiteten i de 19 danske destinationsselskaber fra 2019 til 2024. Turismedensiteten er defineret som det samlede antal overnatninger i et år pr. kvadratkilometer af destinationens areal. I 2024 lå turismedensiteten over 2019-niveauet i alle destinationsselskaberne undtagen i Destination Bornholm, hvor niveauet var det samme i 2024 som i 2019. I 12 ud af 19 destinationer var niveauet i 2024 over 2023-niveauet, mens niveauet i fire af de 19 destinationer i 2024 lå lavere end i 2023. I VisitLollandFalster, Aarhusregionen og Destination Fjordlandet var niveauet i 2024 det samme som i 2023.

Tabel 4 Turismedensitet i de 19 danske destinationsselskaber i 2019-2024 samt udvikling i pct. fra 2019-2024 og 2023-2024

Destinationsselskab	Overnatninger pr. km2					Udvikling (pct.)		
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2019-2024	2023-2024
Wonderful Copenhagen	11.380	4.480	6.467	12.073	13.387	14.128	24%	6%
Destination Vesterhavet	3.205	2.805	3.140	3.796	3.832	3.918	22%	2%
Destination Bornholm	2.911	2.744	3.160	3.114	2.873	2.916	0%	2%
Destination Vadehavskysten	1.684	1.419	1.560	1.781	1.759	1.742	3%	-1%
Destination NordVestkysten	1.400	1.348	1.487	1.558	1.489	1.514	8%	2%
Destination Trekantområdet	1.340	868	1.039	1.536	1.492	1.508	13%	1%
Destination Sønderjylland	1.203	1.102	1.220	1.407	1.376	1.419	18%	3%
VisitNordsjælland	1.363	1.278	1.405	1.417	1.375	1.468	8%	7%
VisitLollandFalster	1.050	999	1.107	1.212	1.248	1.242	18%	0%
Destination Fyn	1.148	1.068	1.214	1.246	1.217	1.208	5%	-1%
Destination Nord	1.092	952	1.048	1.198	1.149	1.156	6%	1%
Aarhusregionen	770	701	804	884	856	855	11%	0%
Destination Kystlandet	688	669	743	806	759	748	9%	-1%
Destination Limfjorden	655	657	747	813	738	765	17%	4%
Destination Fjordlandet	590	450	543	673	629	628	6%	0%
Destination Himmerland	581	558	594	651	632	644	11%	2%
Visit Sydsjælland og Møn	567	542	575	597	605	583	3%	-4%
Destination Sjælland	423	392	430	442	426	456	8%	7%
VisitHerning	160	99	110	163	176	198	24%	13%
Hele landet	1.325	1.057	1.217	1.482	1.486	1.520	15%	2%

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

Figur 1 viser turismeintensiteten og -densiteten i de danske kommuner i 2024.



Samlet set var turismeintensiteten i Danmark 10,9 overnatninger pr. indbygger i 2024 mod 10,7 i 2023. Til sammenligning var turismeintensiteten i Sverige 6,5 overnatninger pr. indbygger i 2024, i Norge var den på 7,0 overnatninger pr. indbygger, og i Nederlandene var den 8,1 overnatninger pr. indbygger.⁹

Turismedensiteten i Danmark var 1.520 overnatninger pr. km² i 2024 mod 1.486 i 2023. Variationer kommunerne imellem var ganske store.

I 2024 havde Fanø Kommune den højeste turismeintensitet med 265 overnatninger pr. indbygger, jf. Tabel 5, mens Københavns Kommune havde den højeste turismedensitet med 124.749 overnatninger pr. km².

Tabel 5 viser top-10 kommuner målt på henholdsvis turismeintensitet og turismedensitet i 2024 samt placering i forhold til 2023. Fra 2023 til 2024 rykkede Tårnby, Helsingør og Varde kommuner en plads op i top-10 over turismeintensitet.

Tabel 5 Turismeintensitet og -densitet i kommuner, top-10 i 2024 samt placering i forhold til 2023

Top 10 kommuner							
Turismeintensitet 2024				Turismedensitet 2024			
Overnatninger pr. indbygger				Overnatninger pr. km ²			
1	-	Fanø	264,9	1	-	København	124.749
2	-	Varde	111,2	2	-	Frederiksberg	26.804
3	-	Ringkøbing-Skjern	92,5	3	-	Fanø	14.175
4	-	Læsø	92,4	4	+1	Tårnby	12.528
5	-	Samsø	78,5	5	-1	Rødovre	10.107
6	-	Billund	62,6	6	-	Dragør	6.362
7	-	Tønder	61,3	7	-	Glostrup	5.543
8	-	Jammerbugt	49,2	8	+1	Helsingør	4.543
9	-	Lemvig	47,5	9	+1	Varde	4.429
10	-	Langeland	46,4	10	-2	Brøndby	4.280

Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

2.5 Aktuelle analyser om bæredygtighed i dansk turisme

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

I første halvdel af 2021 etablerede Metodeudvalget¹⁰ under Det Nationale Turismeforum 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. De nyeste resultater, som er fra 2024, 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

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

¹⁰ Metodeudvalget bestod af repræsentanter fra VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme, Danmarks Statistik, Wonderful Copenhagen, Aarhusregionen og Center for Regional- og Turismeforskning, Metodeudvalget blev nedlagt i 2025.

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

VisitDenmark en tilsvarende analyse på det danske marked med deltagelse af 1.000 danskere. Formålet med analyserne var at afdække turisternes forventninger til deres egen rejseadfærd fremadrettet, betydningen af bæredygtighed for destinationsvalg og adfærd på feriedestination samt Danmarks image som et bæredygtigt rejsemål. Undersøgelserne tager således udgangspunkt i turisternes holdninger og forventninger, som kan være forskellige fra deres reelle handlinger.

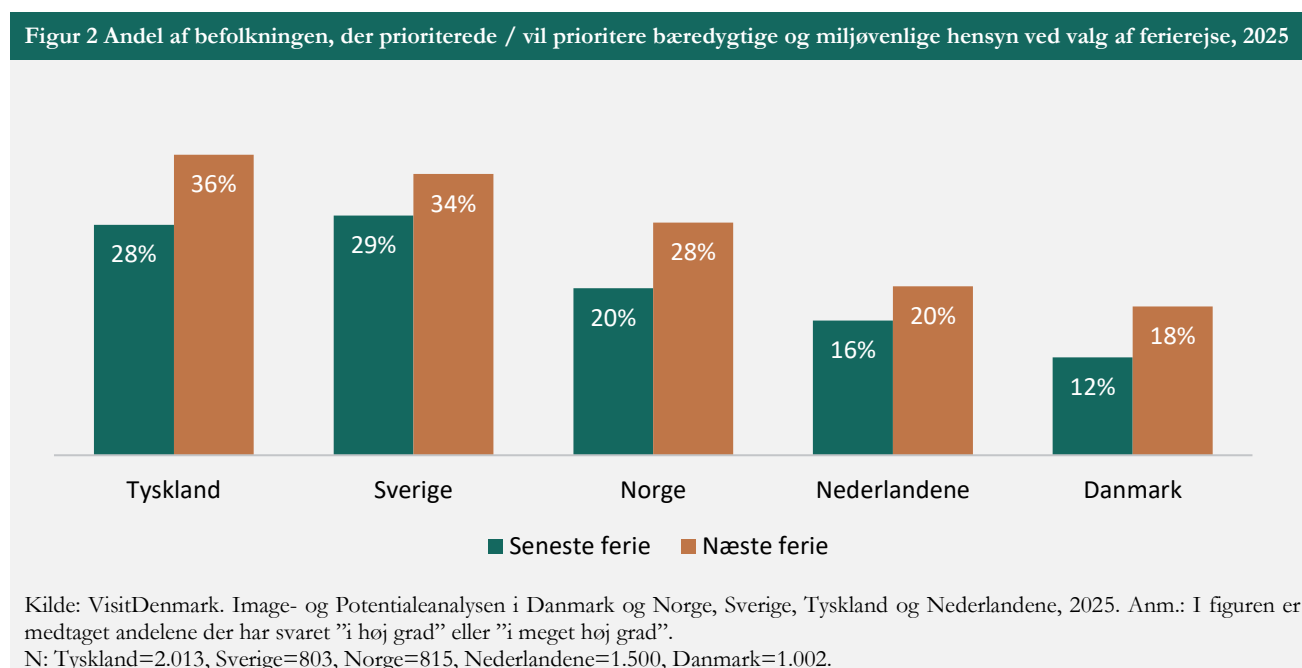
2.5.1 Indikator for Danmark som miljøvenligt rejsemål

En af indikatorerne i den nationale strategi *Veje til bæredygtig turisme* 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 2025 lå Danmark sammen med Sverige nr. 2 i Norge og nr. 3 i Tyskland og Sverige i det nordeuropæiske konkurrentfelt, når det gjaldt opfattelsen af Danmark som et miljøvenligt rejsemål.¹² I Nederlandene lå Danmark på en delt tredjeplads sammen med Finland. Samlet lå Danmark på en tredjeplads blandt respondenterne fra de fire markeder. Niveauet har været uændret de senere år.

2.5.2 Internationale turisters syn på bæredygtighed

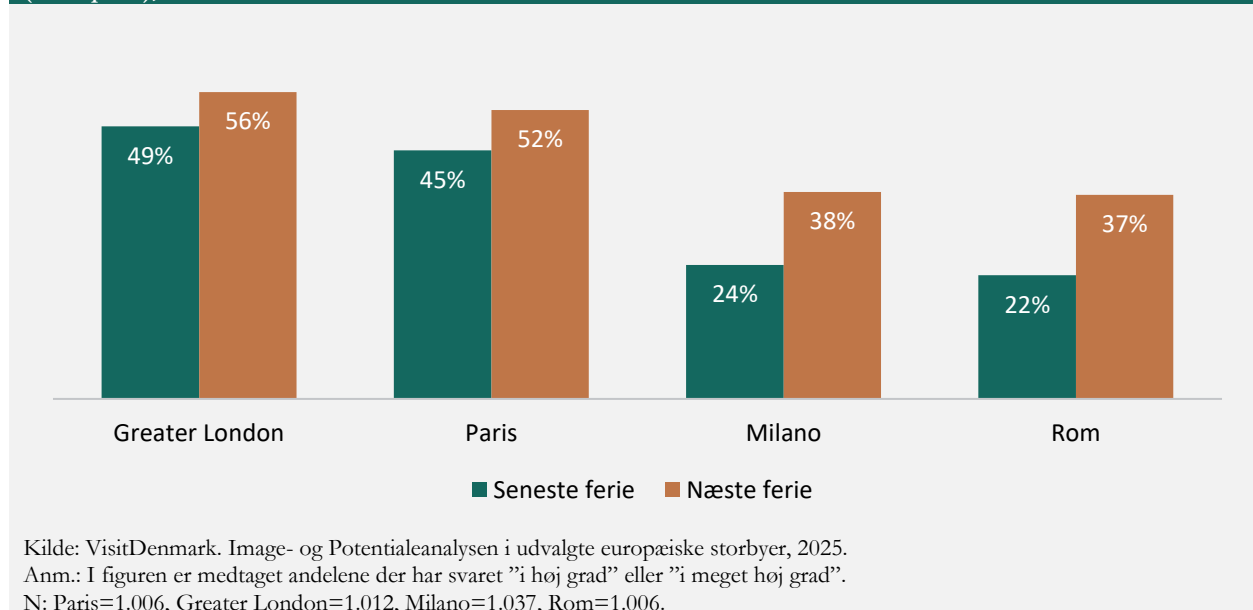
VisitDenmarks analyse fra foråret 2025 viser, at bæredygtighed fortsat var et vigtigt motiv for mange, når de valgte feriedestination. Der var således flere, der tilkendegav, at bæredygtige og miljøvenlige hensyn ville have betydning for valg af næste udenlandsferie, og end andelen, der havde medtænkt det ved seneste valg af udlandsferie.



Blandt tyskerne prioriterede 28 pct. bæredygtige og miljøvenlige hensyn højt eller meget højt, da de valgte deres seneste udlandsdestination, mens 36 pct. 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 ved 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, var stort set uændret i perioden 2022-2025 til trods for den høje andel, der angav at ville prioritere bæredygtighed ved deres næste rejsevalg.

¹² Kilde: VisitDenmarks internationale image- og potentialeanalyse 2025. Udvalgte resultater fra undersøgelsen kan læses her <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/analyser/kendskab-attraktivitet-og-rejselyst>

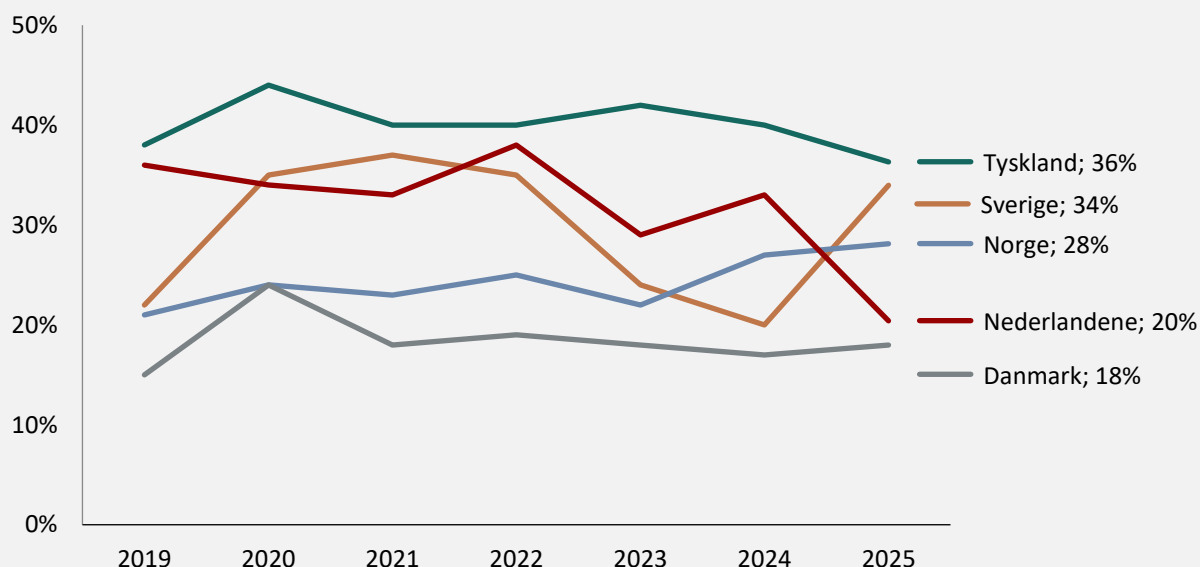
Figur 3 Andel af befolkningen, der prioriterede / vil prioritere bæredygtighed og miljøvenlige hensyn ved valg af ferierejse (metropoler), 2025



Blandt borgerne i Greater London medtænkte flest bæredygtighed i forbindelse med valg af seneste rejse (49 pct.), og 56 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 2025.

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



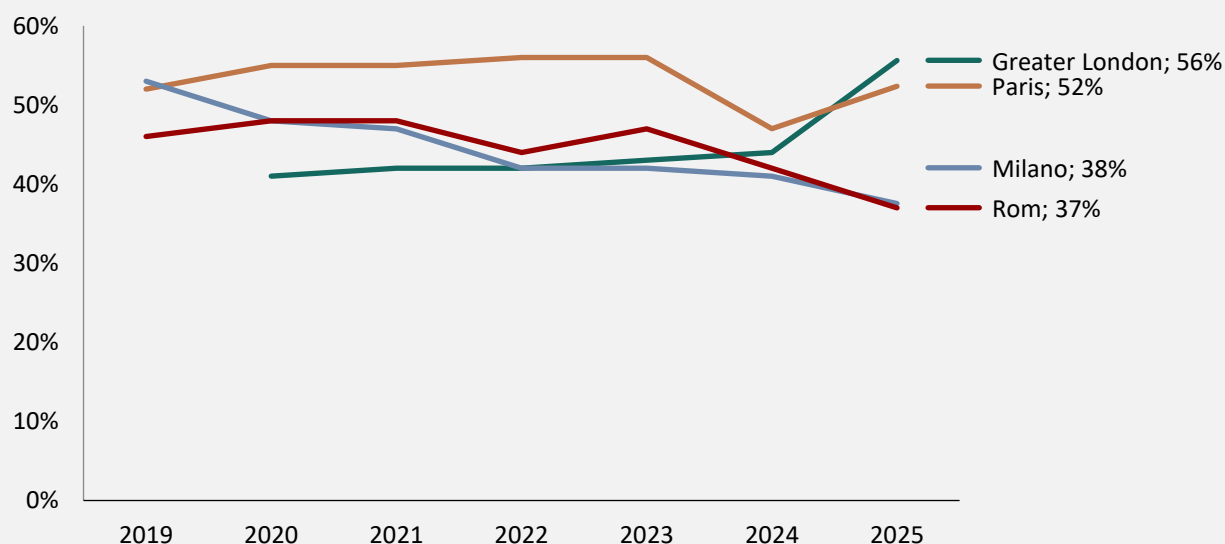
Kilde: VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme. Image- og Potentialeanalysen i Danmark og Norge, Sverige, Tyskland og Nederlandene, 2019-2025.

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

N: Tyskland=2.013, Sverige=803, Norge=815, Nederlandene=1.500, Danmark=1.002.

I Tyskland angav 36 pct. i 2025, at de ville prioritere bæredygtighed ved valget af næste udlandsrejse. Andelen har ligget stabilt i den betragtede periode. Også i Danmark og Norge ligger niveauet stabilt. I Nederlandene har der været en faldende trend. I Sverige steg andelen, der ville prioritere bæredygtighed ved næste ferievalg, fra 20 pct. i 2024 til 34 pct. i 2025. Det betød, at niveauet i den svenske befolkning er tilbage på niveauet fra perioden 2020 til 2022.

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



Kilde: VisitDenmark. Image- og Potentialeanalysen i udvalgte europæiske storbyer, 2019-2025.

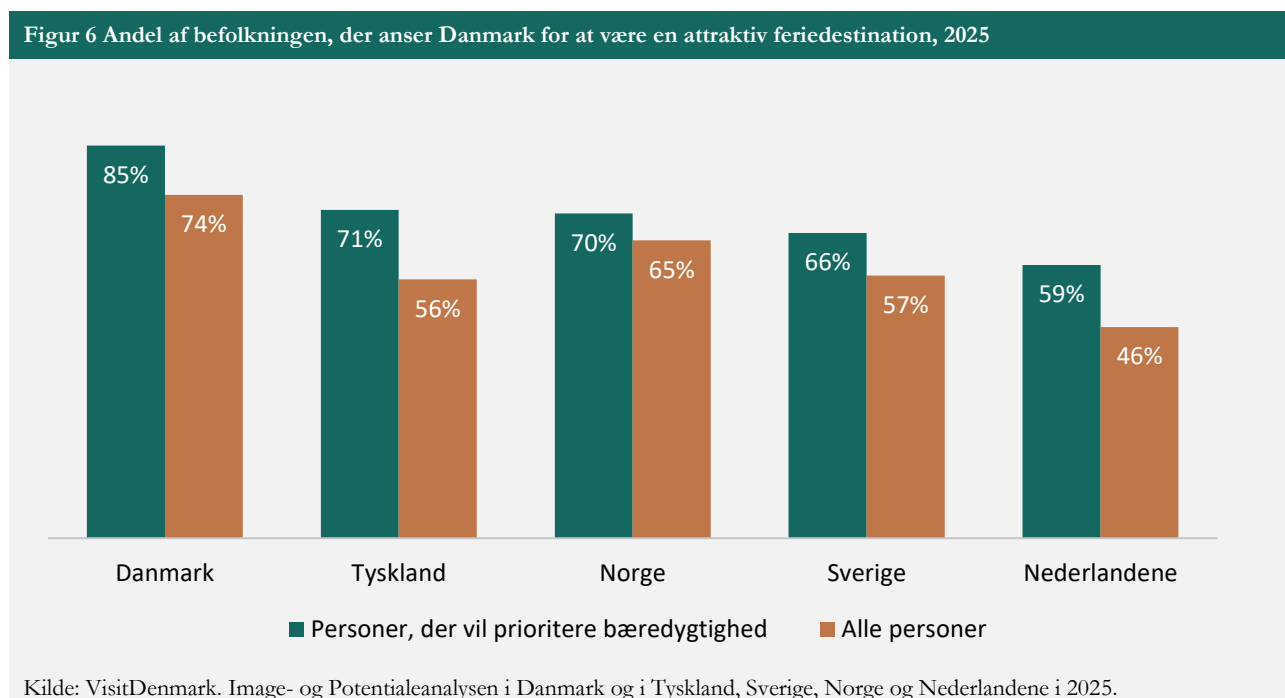
Anm.: I 2019 blev dataindsamlingen i Storbritannien gennemført i hele landet, mens fokus i de efterfølgende år udelukkende er på Greater London. Der er således ikke sammenlignelige data fra 2019.

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

N: Paris=1.006, Greater London=1.012, Milano=1.037, Rom=1.040.

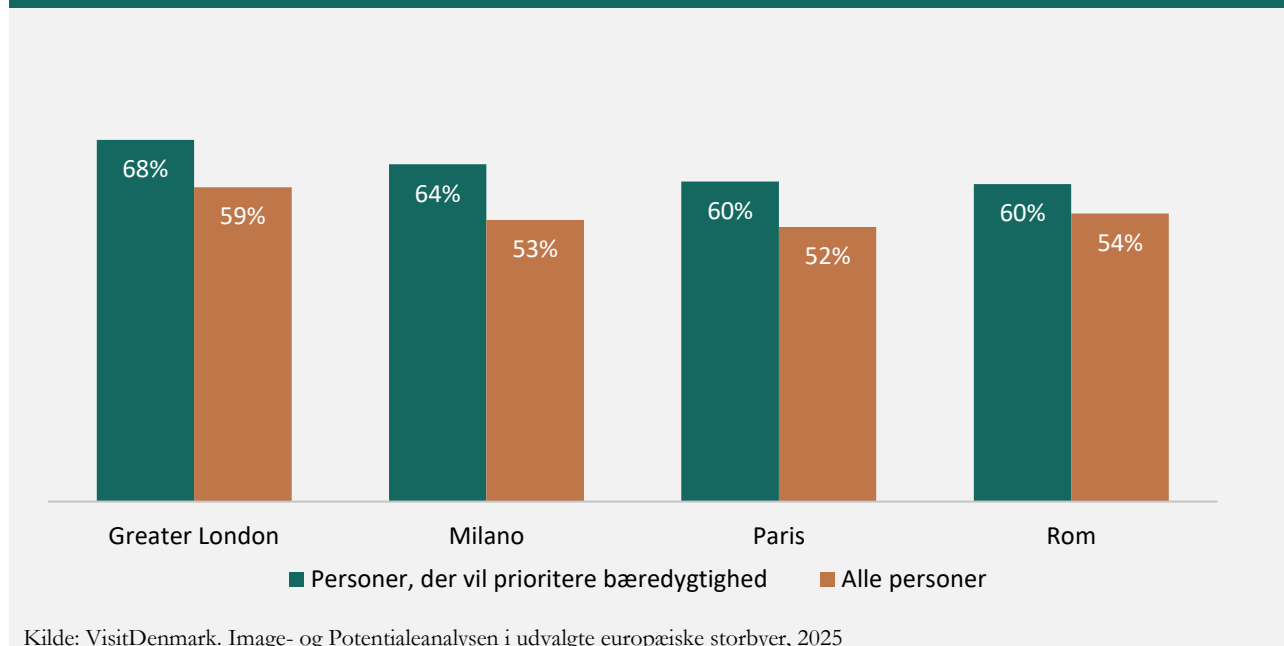
I Greater London angav 56 pct., at de ville prioritere bæredygtighed i forbindelse med valget af næste rejse. Det tilsvarende gjorde sig gældende for 52 pct. i Paris, 38 pct. i Milano og 37 pct. i Rom. I Greater London var der en stigende trend. I Paris så niveauet ud til at rette sig efter en nedgang sidste år. I Milano og Rom fortsatte den nedadgående trend.

Danmark blev generelt vurderet som en attraktiv feriedestination og navnlig blandt turister, der ville prioritere bæredygtighed på en kommende ferie, jf. Figur 6. Fra 2024 til 2025 steg andelen, der vurderede Danmark som en attraktiv feriedestination, i Norge, mens den var uændret i de øvrige lande. Andelen, der ville prioritere bæredygtighed på næste rejse og anså Danmark for at være en attraktiv feriedestination, lå i 2025 over niveauet i 2024 i Danmark og Nederlandene, mens niveauet var uændret i Tyskland og Sverige. I Norge faldt andelen fra 79 pct. i 2024 til 71 pct. i 2025.



Blandt befolkningerne i de fire europæiske storbyer anså hver anden eller flere i 2025 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 2025 over 2024-niveauet i Greater London, mens niveauet var uændret i de tre øvrige storbyer. Blandt dem, der ville prioritere bæredygtighed, var andelen i 2025 på niveau med i 2024 i Rom, Greater London og Milano, men over niveauet i Paris.

Figur 7 Andel af befolkningen, der anser Danmark for at være en attraktiv feriedestination (metropoler), 2025



2.5.3 Indikator for borgernes overordnede opfattelse af turismens betydning

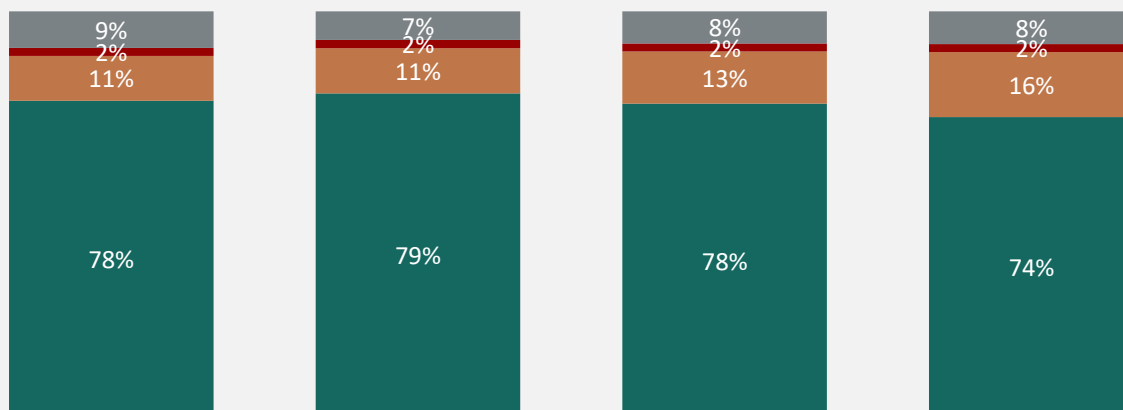
En af indikatorerne i den nationale strategi *Veje til bæredygtig turismevækst* er, at 80 pct. af borgerne skal opfatte turismens betydning som positiv for det danske samfund.

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 skabte 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 skabte 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

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



2021

2022

2023

2024

Alle

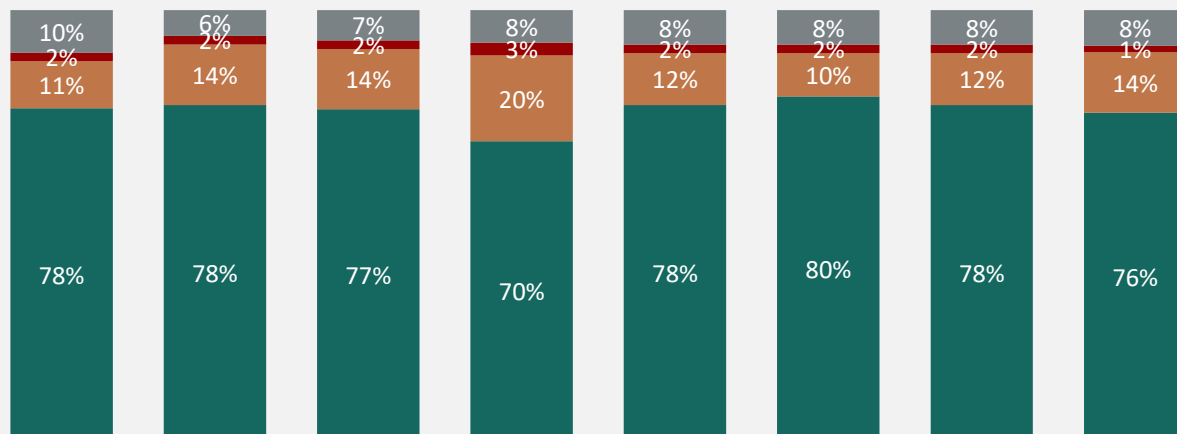
Flere positive end negative konsekvenser

Lige mange positive som negative konsekvenser

Flere negative end positive konsekvenser

Ingen mening

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



2021

2022

2023

2024

Storby

2021

2022

2023

2024

Kyst- og natur

Flere positive end negative konsekvenser

Lige mange positive som negative konsekvenser

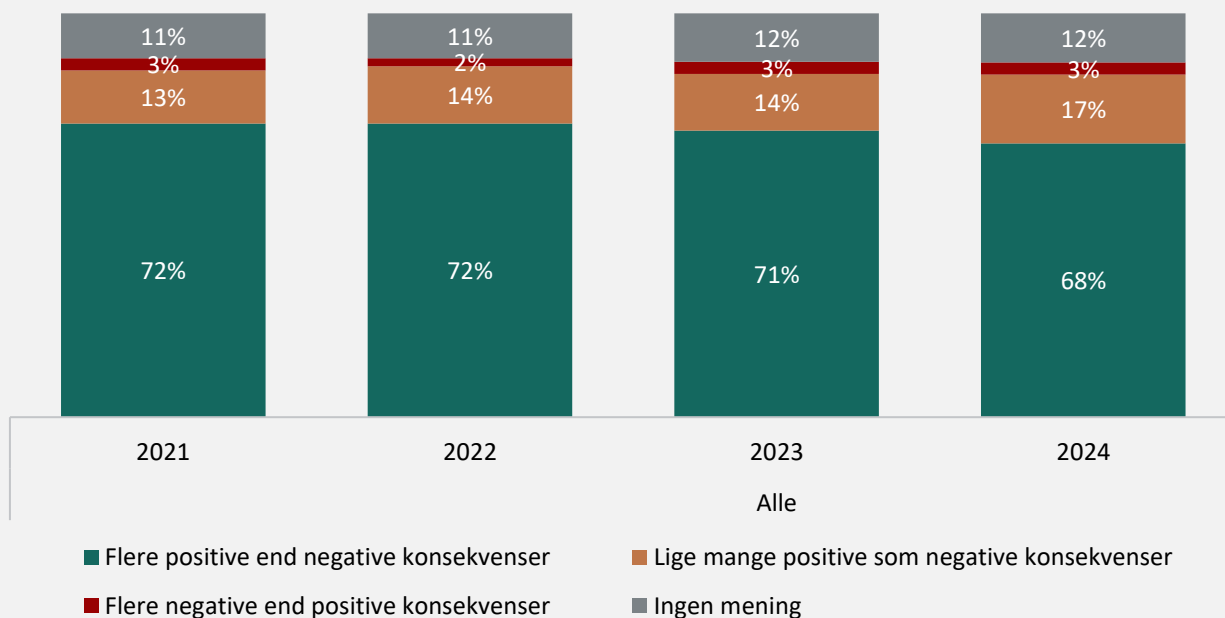
Flere negative end positive konsekvenser

Ingen mening

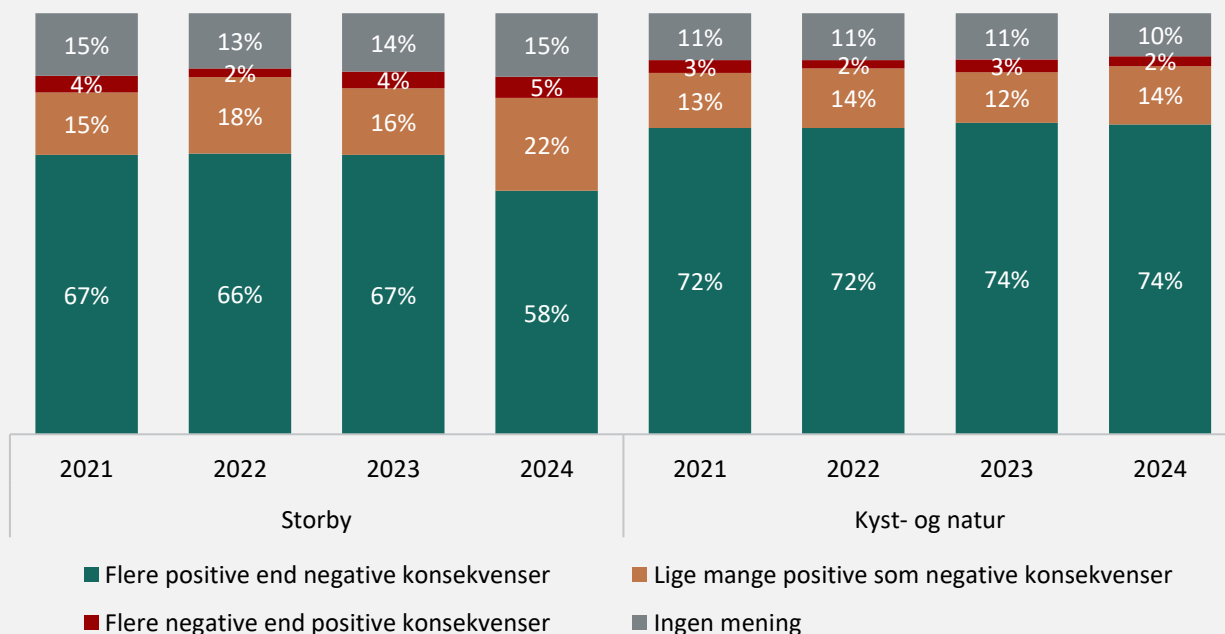
Kilde: VisitDenmark, 2024

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

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



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



Kilde: VisitDenmark, 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.



3. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

3. Dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne

Opsummering

Dansk turismes markedsposition

- Fra 2023 til 2024 steg antallet af udenlandske turistovernatninger i både Danmark og de lande, som Danmark umiddelbart konkurrerer med.
- For første gang har et andet land i konkurrentfeltet end Danmark, Nederlandene, haft et højere niveau af overnatninger sammenlignet med 2019 efter coronanedlukningerne.
- De ikke-europæiske overnatninger lå stadig noget under 2019-niveauet for både Danmark og flere andre lande i konkurrentfeltet, selvom flere lande nu også oplever vækst.

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.

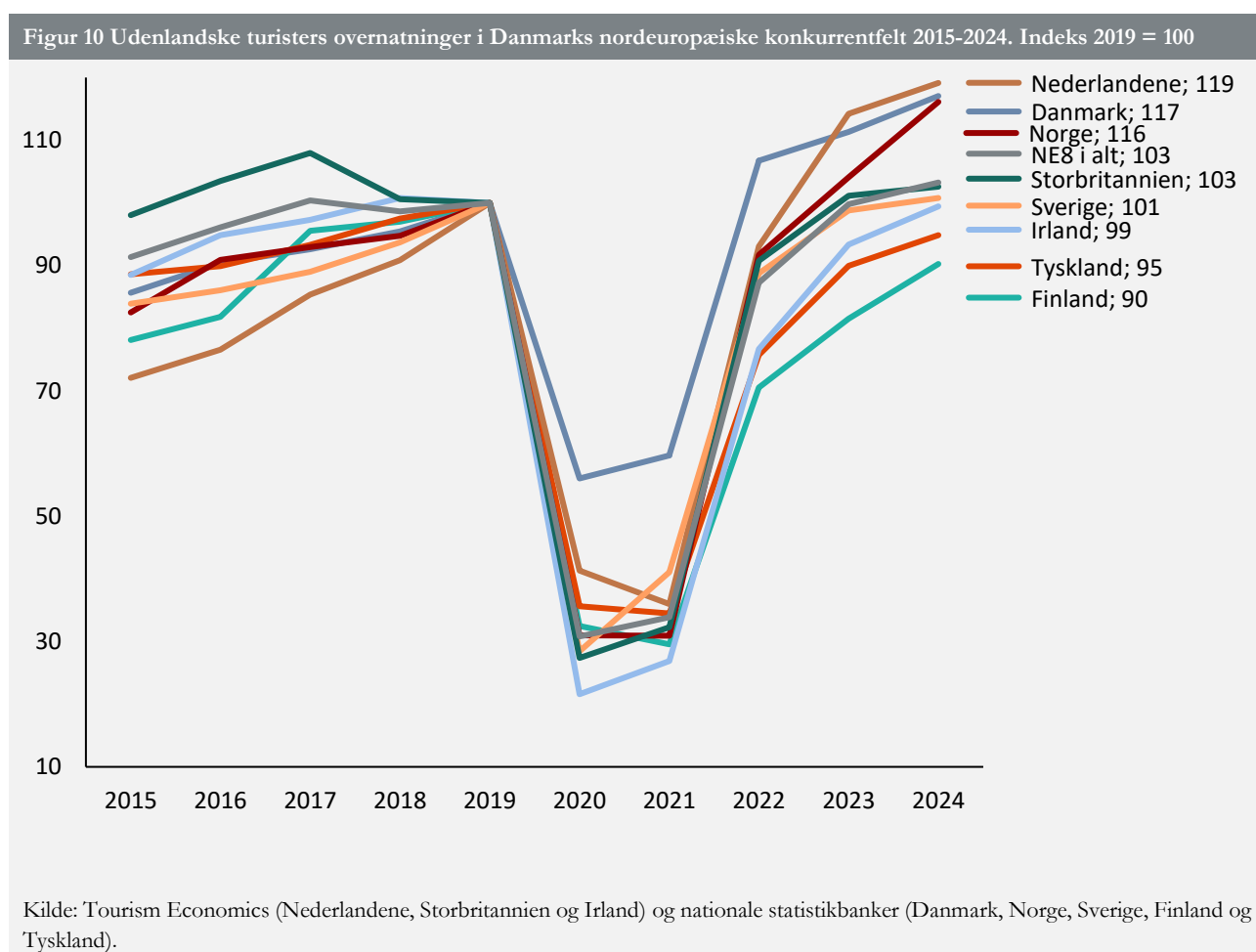
Dette kapitel fokuserer på data om udenlandske turister, da det giver det mest reelle billede af dansk turismes markedsposition og konkurrenceevne i forhold til det internationale konkurrentfelt. Indenlandsk turisme spiller dog en central rolle for Danmark, og før coronanedlukningerne blev knap halvdelen af alle turistovernatninger i Danmark foretaget af danske turister. I 2020 og 2021 forstærkede coronanedlukningerne denne tendens, og omkring to tredjedele af turistovernatningerne i Danmark var danske. I 2024 udgjorde danske overnatninger knapt halvdelen af alle overnatninger i Danmark, men der har generelt været en faldende tendens for indenlandsk turisme 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 2024. Fra 2015 til 2019 oplevede samtlige nordeuropæiske lande fremgang i antallet af udenlandske overnatninger. Særligt Nederlandene oplevede en kraft vækst på 39 pct. efterfulgt af Finland med 28 pct. Også Danmark oplevede en solid vækst på 17 pct. i perioden.

Coronanedlukningerne bremsede den positive udvikling, og samtlige lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt oplevede et fald i antallet af udenlandske overnatninger fra 2019 til 2021. Allerede fra 2021 vendte udviklingen sig dog for alle landene, men Danmark var det eneste land i feltet, der havde et højere antal overnatninger i 2022 sammenlignet med 2019. Fra 2023 vandt Nederlandene, Norge og Storbritannien dog også tabt terræn. I 2024 er det kun Tyskland og Finland, der endnu ikke er tilbage på 2019-niveauet, mens Irland stort set rammer antallet af udenlandske overnatninger i 2019. Selvom Danmark stadig ligger i top, har Nederlandene nu overhalet Danmark og har således oplevet en vækst på 19 pct. fra 2019 til 2024 i udenlandske overnatninger, 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 17 pct. fra 2019 til 2024 er drevet af udvikling i de europæiske overnatninger, der er steget med 19 pct., idet der er et fald på godt 1 pct. i overnatninger fra resten af verden. Til sammenligning var den samlede vækst i det nordeuropæiske konkurrentfelt på 3 pct. med en stigning på europæiske overnatninger på 4 pct., og en stigning i de ikke-europæiske overnatninger på 1,5 pct. Denne

udvikling er primært drevet af Nederlandene og Storbritannien (og til dels Norge, der dog ikke har nær så mange overnatninger som de to øvrige lande), der havde vækstrater på hhv. 18 og 5 pct., jf. tabel 6.

Nederlandenes markante vækst skyldes ikke kun den store tilgang af turister fra ikke-europæiske lande. Også de europæiske overnatninger vækstede med 19 pct. fra 2019 til 2024.

Tabel 6 Udvikling i udenlandske overnatninger fra 2019 til 2024 og fra 2023 til 2024

	Udvikling 2019-2024			Udvikling 2023-2024		
	Europæiske overnatninger	Ikke-europæiske overnatninger	Udenlandske overnatninger i alt	Europæiske overnatninger	Ikke-europæiske overnatninger	Udenlandske overnatninger i alt
Danmark	19,4%	-1,4%	17,0%	4,1%	16,7%	5,2%
Sverige	5,1%	-16,5%	0,8%	2,3%	0,7%	2,0%
Norge	19,7%	4,8%	16,1%	7,6%	28,7%	11,6%
Finland	-11,2%	-6,0%	-9,7%	5,5%	25,5%	10,7%
Tyskland	-4,0%	-8,3%	-5,2%	4,1%	9,1%	5,4%
Nederlandene	19,4%	17,7%	19,1%	4,2%	5,1%	4,3%
Irland	4,5%	-8,5%	-0,6%	7,5%	4,8%	6,5%
Storbritannien	0,4%	4,9%	2,6%	10,6%	-6,3%	1,4%
Nordeuropæiske konkurrentfelt	4,3%	1,5%	3,2%	7,1%	-2,2%	3,5%

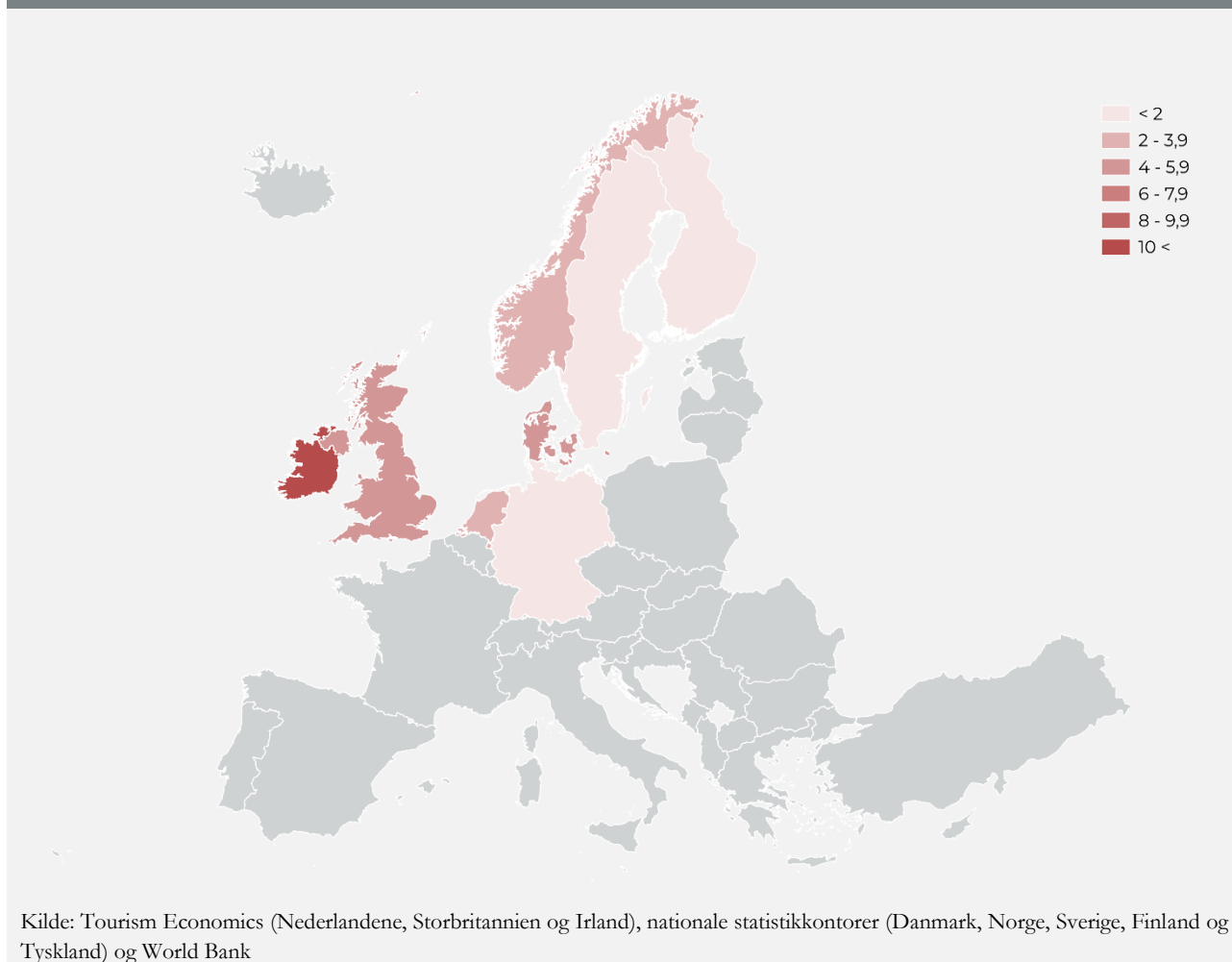
Kilde: Tourism Economics (Nederlandene, Storbritannien Tyskland og Irland), nationale statistikbanker (Danmark, Norge, Sverige, Tyskland og Finland)

Figur 11 viser intensiteten af udenlandske turister i 2024 fordelt på landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt, det vil sige antallet af udenlandske overnatninger pr. indbygger. I 2024 var der samlet set 2,9 udenlandske overnatninger pr. indbygger i det nordeuropæiske konkurrentfelt svarende til en stigning på knapt 3 pct. sammenlignet med 2023, jf. tabel 7.

Efter Irland var Danmark det land, der havde den næststørste turismeintensitet (5,7). Tyske turister udgjorde den største udenlandske turistgruppe i Danmark med 62 pct. af samtlige udenlandske overnatninger i 2024.

Med 0,5 ikke-europæiske overnatninger pr. indbygger i 2024 lå Danmark under gennemsnittet på 1,1 overnatninger pr. indbygger i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Figur 11 Udenlandske overnatninger pr. indbygger i 2024 for det nordeuropæiske konkurrentfelt



Tabel 7 Udenlandske overnatningstal pr. indbygger i 2023-2024 i det nordeuropæiske konkurrentfelt

	Udenlandske overnatninger per indbygger			Europæiske overnatninger per indbygger			Ikke-europæiske overnatninger per indbygger		
	2023	2024	2023-24	2023	2024	2023-24	2023	2024	2023-24
Danmark	5,5	5,7	4,7%	5,0	5,2	3,6%	0,5	0,5	16,2%
Sverige	1,6	1,6	1,8%	1,3	1,3	2,1%	0,3	0,3	0,4%
Norge	2,0	2,2	10,6%	1,6	1,7	6,6%	0,4	0,5	27,6%
Finland	1,0	1,1	10,1%	0,8	0,8	4,9%	0,3	0,3	24,8%
Tyskland	1,0	1,0	5,2%	0,7	0,8	4,0%	0,2	0,3	9,0%
Nederlandene	3,3	3,4	3,7%	2,8	2,9	3,5%	0,5	0,6	4,4%
Irland	13,2	13,9	5,1%	8,3	8,9	6,1%	4,8	5,0	3,4%
Storbritannien	4,3	4,3	0,2%	2,0	2,1	9,2%	2,3	2,1	-7,5%
NE8	2,8	2,9	2,8%	1,7	1,8	6,4%	1,1	1,1	-2,8%

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

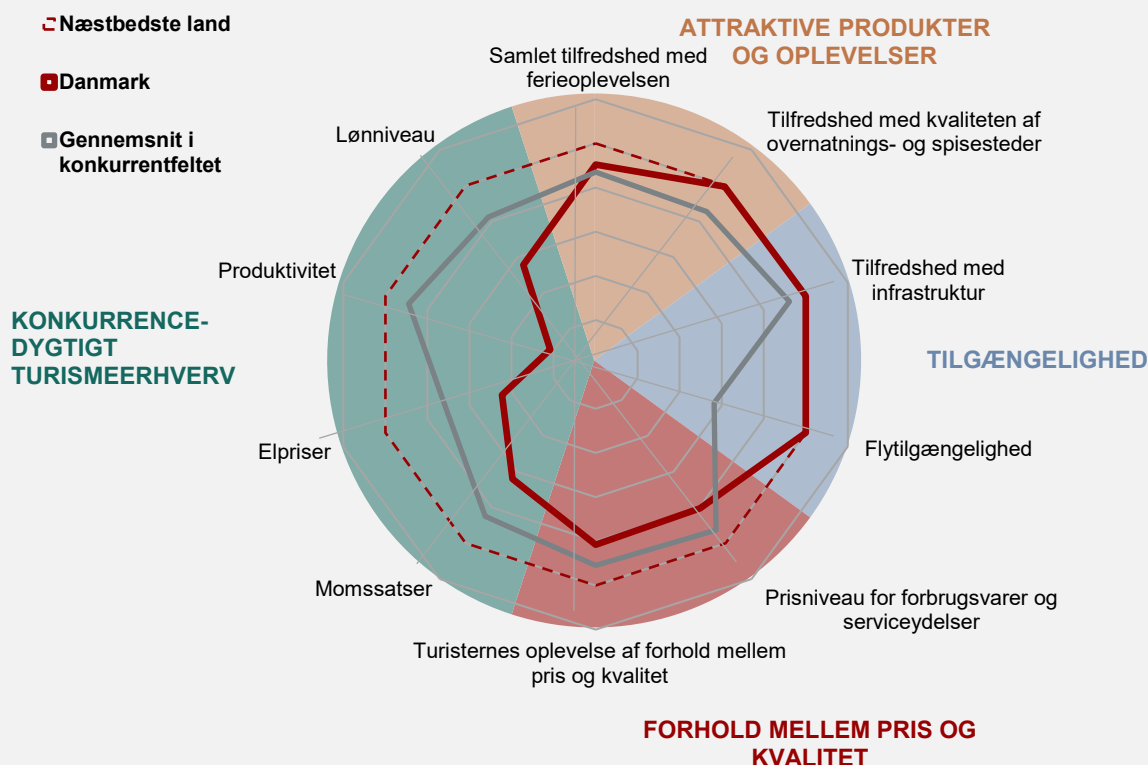
Hver indikator viser Danmarks præstation sammenlignet med det næstbedst scorende land og gennemsnittet for alle otte lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Det næstbedst scorende land får indeksscoren 100, og de øvrige landes indeksscorer udregnes i forhold til denne. For eksempel opnår det næstbedste nordeuropæiske land en score på 183, når det gælder turisternes oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet. Her opnår Danmark en score på 147, og gennemsnittet for alle otte lande er 164. Når det næstbedste land sættes til indeks 100, får Danmark indeksscoren, 82, og gennemsnittet tildeles en indeksscore på 91. Det næstbedste land er anvendt som reference, 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 2025, 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 og EU-Kommissionen. På grund af begrænsninger i datamaterialet anvendes hotel- og restaurationsbranchen som substitut for turismebranchen i sammenligningerne af produktivitet og lønniveau.

¹⁵ Danmark scorer fx 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. Det betyder dog ikke, at en styrket indsats skal fokusere på at sænke lønnen indenfor dansk turisme.

Figur 12 Diagram over dansk turismes konkurrenceevne



Kilde: TCI, Tourism Economics, Eurostat, OECD, Dansk Arbejdsgiverforening og Eurocontrol. For momssatserne er følgende kilder blevet brugt: Skattestyrelsen (Danmark), Skatteverket (Sverige), Skatteetaten (Norge), Verohallinto (Finland), Belastingdienst (Nederlandene), The Office of the Revenue Commissioners (Irland), Government Digital Service (Storbritannien) og Marosa VAT (Tyskland).

Tilgængelighed

Danmark har en relativ høj flytilgængelighed sammenlignet med det europæiske konkurrentfelt. I 2024 var der i gennemsnit 2,8 internationale flypassagerer pr. dansker, hvilket er over gennemsnittet på 1,6 internationale 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 som det næsthøjeste og dermed over det nordeuropæiske gennemsnit.

Forhold mellem pris og kvalitet

Prisniveauet for forbrugsvarer og serviceydelser i Danmark lå 15 pct. højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt i 2023, 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. Tyskland er det land, der scorer højest i det nordeuropæiske konkurrentfelt efterfulgt af Irland og har dermed skiftet plads fra undersøgelsen sidste år.

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 2024 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 22 pct. det land, der ligger næsthøjest.¹⁷

I 2024 var elpriserne med 2,21 kr. pr. kWh for danske virksomheder højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt, der lå på 1,73 kr. pr. kWh. Irland og Tyskland havde dog begge højere elpriser end Danmark på henholdsvis 2,50 og 2,42 kr. pr. kWh.¹⁸ Det skal dog bemærkes, at et folketingsflertal den 21. august 2025 har besluttet at sænke elafgiften fra de nuværende 72,7 øre pr. kWh til minimumssatsen (iht. EU-lovgivning) på 0,8 øre fra 2026.

Produktiviteten som målt ved arbejdskraftomkostning pr. arbejdstime i faste priser i turismeerhvervet har i Danmark være faldende det seneste årti. Selvom Sverige hidtil har haft et større fald i produktiviteten, har Sverige i 2023 oplevede en massiv stigning i produktiviteten. Det gør dermed Danmark til det land med den næstlaveste vækst i produktiviteten kun overgået af Storbritannien, der dog ikke har data for 2023.¹⁹

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

Attraktive produkter og oplevelser

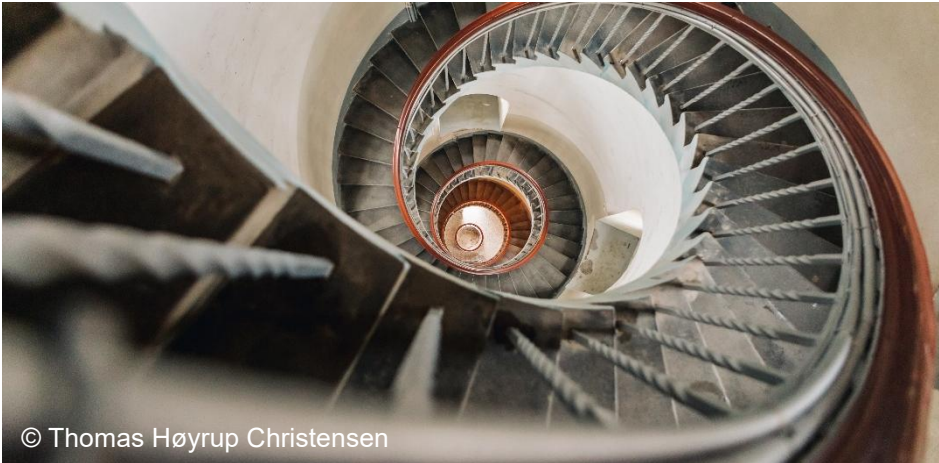
Turisterne er overordnet set lige så tilfredse med deres ferie i Danmark som i det nordeuropæiske konkurrentfelt samlet set. Norge og Irland er de to lande, turisterne scorer højest, mens Tyskland og Nederlandene scorer lavest.

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 og Nederlandene scorer lavest.

¹⁷ Jf. afsnit 10.1.

¹⁸ Jf. afsnit 10.2.

¹⁹ Jf. afsnit 10.5.



© Thomas Høyrup Christensen

4. Status for turismeforbruget i Danmark

4 Status for turismeforbruget i Danmark

Opsummering

Turismeforbruget i Danmark

- I 2024 brugte udenlandske og danske turister samlet set 168,5 mia. kr. i Danmark i et foreløbigt estimat.
- Heraf kan 93,1 mia. kr. henføres til danske turister, mens de udenlandske turister stod for de resterende 75,4 mia. kr.
- **Kyst- og naturturisme:** I 2024 blev der samlet set brugt 90,6 mia. kr. inden for kyst- og naturturismen. Dette svarer til 54 pct. af det totale turismeforbrug i Danmark.
- **Storbyturisme:** I 2024 blev der samlet set brugt 38,4 mia. kr. inden for storbyturismen, svarende til 23 pct. af det samlede turismeforbrug. Størstedelen af forbruget blev lagt i Storkøbenhavn.
- **Erhvervs- og mødeturisme:** I 2024 blev der samlet set brugt 39,5 mia. kr. inden for erhvervs- og mødeturismen, svarende til 23 pct. af den totale turismeomsætning i Danmark.

Geografi

- I 2024 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 knapt halvdelen af det samlede turismeforbrug i Danmark i 2024.
- Med en andel på 40 pct. var Fanø den kommune, hvor turismen fyldte relativt mest i den samlede lokaløkonomi. Generelt ligger ø-kommunerne højt ift. vigtigheden af turismeerhvervet for lokaløkonomien.

Værditilvækst og beskæftigelse

- Den turismeskabte værditilvækst var på 81,7 mia. kr. i 2023. Størstedelen (56 pct.) af værditilvæksten blev skabt af kyst- og naturturismen. Storbyturismen og erhvervs- og mødeturismen stod for henholdsvis 24 pct. og 20 pct. af den turismeskabte værditilvækst.
- I 2023 skabte turismeforbruget i Danmark godt 149.000 arbejdspladser, svarende til 4,7 pct. af landets samlede beskæftigelse.

I dette kapitel afdækkes turismeforbruget i Danmark i 2024, som er det seneste år, hvor der er forbrugsdata tilgængeligt. Det seneste endeligt opgjorte år er 2023, men VisitDenmark laver hvert år en fremskrivning af turisternes omsætning på baggrund af de seneste overnatningstal og inflationen. Dette estimat følger ikke satellitregnskabsmetoden. Den endelige opgørelse af turismeforbruget i Danmark for 2024 forventes offentliggjort i først halvår af 2026.

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 2023 udgivet i 2025. 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 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 2024

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 strukturreport, hvor datakilderne og metoden løbende opdateres og udvikles.

I dette afsnit præsenteres VisitDenmarks foreløbige estimat for turismeforbruget i 2024 og er dermed ikke lavet efter turismesatellitregnskabsmetoden, men er beregnet på baggrund af væksten i overnatningerne og priserne i turismebranchen, hvorfor tallene også skal tolkes med større forsigtighed end normalt. Estimerne for 2023 og 2022 ramte dog inden for ± 1 pct. i forhold til den endelige turismeomsætning.

I 2024 brugte turisterne i Danmark i alt 168,5 mia. kr. Heraf kan 55 pct. (93,1 mia. kr.) henføres til danske turisternes forbrug, og 45 pct. (75,4 mia. kr.) kan henføres til udenlandske turisternes forbrug, jf. Figur 13. 68 pct. af de danske turisternes forbrug skete i forbindelse med ferieophold, og de resterende 32 pct. kan tilskrives erhvervs- og mødeturismen. For udenlandske turister kan 86 pct. af forbruget tilskrives ferieophold og de sidste 14 pct. erhvervs- og mødeturisme.

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 2024 fordelt på forretningsområder. Kyst- og naturturismen var det største forretningsområde med en omsætning på 90,6 mia. kr., hvoraf 54 pct. af omsætningen kom fra danske turister. Tilsvarende kan 40 pct. af omsætning 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 Over sat til dansk fra UN Tourisms publikation, Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1e.pdf

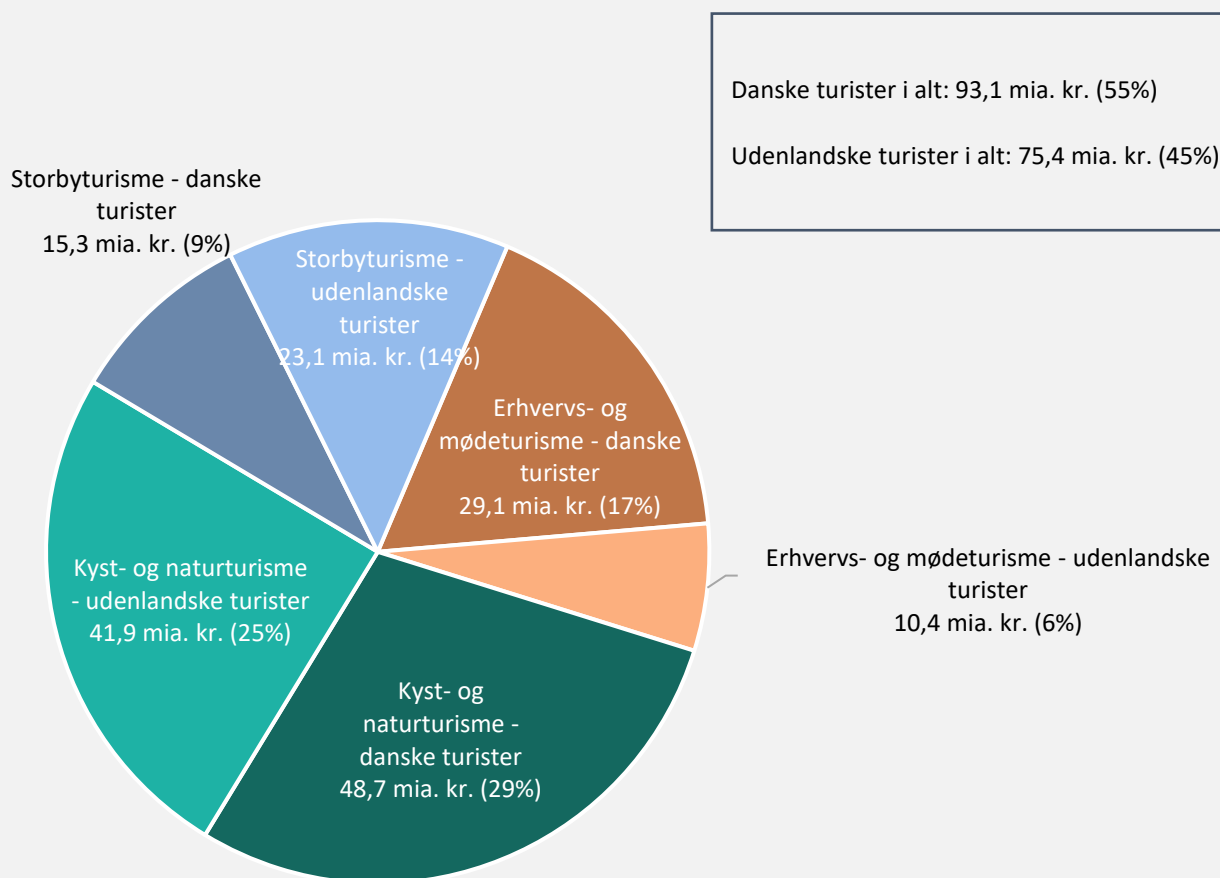
²² Læs mere om forretningsområderne her:

<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>

Figur 13 Turismeomsætning i Danmark fordelt på forretningsområder, 2024



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 *Veje til bæredygtig turismevækst* er en af indikatorerne, at turismeomsætningen i 2030 skal nå 200 mia. kr. i forhold til 140,1 mia. kr. i turismeomsætning i 2019. Det svarer til en gennemsnitligt årlig vækst i turismeomsætningen på 3,3 pct. eller 5,4 mia. kr. om året frem mod 2030.²⁵

Corona og de efterfølgende nedlukninger har påvirket turismeomsætningen betydeligt: Fra 2019 til 2020 faldt turismeforbruget med 43,1 mia. kr. fra 140,1 mia. kr. til 96,9 mia. kr. Siden er turismeomsætningen dog steget betydeligt, og med det foreløbige estimat for 2024 ligger turismeomsætningen i 2024 28,5 mia. kr. over niveau i 2019.

Turismen er dermed genoprettet, når der sammenlignes med indikatoren for turismeomsætningen frem mod 2030. Pejlemærket for omsætningen i 2024 er 167,3 mia. kr., hvilket betyder, at med det nuværende estimat for 2024 er omsætningen stort set på niveau med pejlemærket med 1,2 mia. kr. over.

²⁵ Vækstmålene har ændret sig siden seneste udgivelse af Statusanalysen 2024, fordi turismeomsætningen er blevet revideret tilbage til 2019 i mellemtiden.

4.1.2 Turismeforbruget i destinationer og på forretningsområder

Blandt de 19 danske destinationsselskaber tegnede Wonderful Copenhagen sig i 2024 for det højeste turismeforbrug på 50,2 mia. kr., hvilket svarer til knap 30 pct. af den samlede turismeomsætning i Danmark, jf. Tabel 7. Herefter fulgte Aarhusregionen og Destination Vesterhavet med henholdsvis 9 pct. og 8 pct. af det samlede turismeforbrug i Danmark.

Tabel 7 Turismeomsætningen fordelt på destinationsselskaber og forretningsområder, 2024

	Turismeomsætning, mia. kr.				Pct. af omsætningen
	Kyst og natur	Storby	Erhverv	I alt	
Wonderful Copenhagen	2,5	30,8	16,8	50,2	29,8
Aarhusregionen	6,6	3,6	5,0	15,3	9,1
Destination Vesterhavet	13,5	-	0,4	13,9	8,2
Destination Nordvestkysten	10,8	-	0,9	11,6	6,9
Destination Fyn	6,2	1,5	3,2	10,9	6,5
Destination Trekantområdet	6,4	-	2,8	9,2	5,4
Destination Sønderjylland	7,4	-	0,9	8,4	5,0
Destination Nord	3,4	2,5	1,8	7,8	4,6
Destination Bornholm	4,0	-	0,6	4,6	2,7
VisitNordsjælland	4,0	-	0,6	4,6	2,7
VisitLolland-Falster	3,6	-	0,4	3,9	2,3
Destination Sjælland	2,8	-	0,7	3,5	2,1
Destination Vadehavskysten	2,3	-	0,8	3,1	1,8
VisitFjordlandet	2,5	-	0,6	3,1	1,8
VisitSydsjælland & Møn	2,5	-	0,4	2,9	1,7
Destination Kystlandet	2,1	-	0,7	2,8	1,6
VisitHerning	1,2	-	1,3	2,5	1,5
Destination Limfjorden	1,8	-	0,2	2,0	1,2
Destination Himmerland	1,8	-	0,2	2,0	1,2
Uden for destination	5,2	-	1,3	6,5	3,8
Hele landet	90,6	38,5	39,5	168,5	100

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

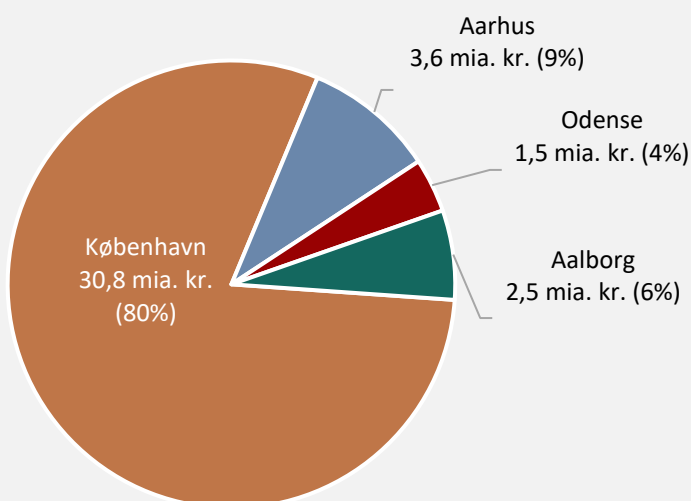
I forhold til turismens relative betydning for lokaløkonomien ses der på 2023, idet denne type data kræver modelberegninger, som endnu ikke er lavet på 2024. Destination Bornholm var den destination i 2023, hvor turismen udgjorde den største andel af lokalområdet samlede økonomi med knap 15 pct. Efter Destination Bornholm fulgte Destination Vesterhavet, hvor næsten en tiendedel af den samlede økonomi kommer fra turismen. Turismen udgjorde den laveste andel af den samlede lokaløkonomi i VisitHerning og Destination Sjælland, hvor turismen udgjorde 1,4 pct. Samlet set stod turismen for 2,2 pct. af den samlede økonomi i hele landet.

Ses alene på turismeforbruget inden for kyst- og naturturismen, var Destination Vesterhavet og Destination Nordvestkysten de største destinationsselskaber med turismeforbrug på henholdsvis 13,5 mia. kr. og 10,8 mia. kr.

Næsten 43 pct. af det samlede turismeforbrug på 33,7 mia. kr. inden for erhvervs- og mødeturismen blev brugt i Wonderful Copenhagen efterfulgt af Aarhusregionen (12,7 pct.). Der er dermed stor forskel på, hvilke destinationsselskaber, der er størst inden for de forskellige forretningsområder.

Inden for storbyturisme kan 80 pct. af det totale turismeforbrug på 38,5 mia. kr. i 2024 henføres til hovedstaden, jf. Figur 14. De tre øvrige storbyer – Aarhus, Aalborg og Odense – stod for de resterende 20 pct. af omsætningen inden for storbyturismen.

Figur 14 Storbyturismens omsætning fordelt på de fire danske storbyer, 2024

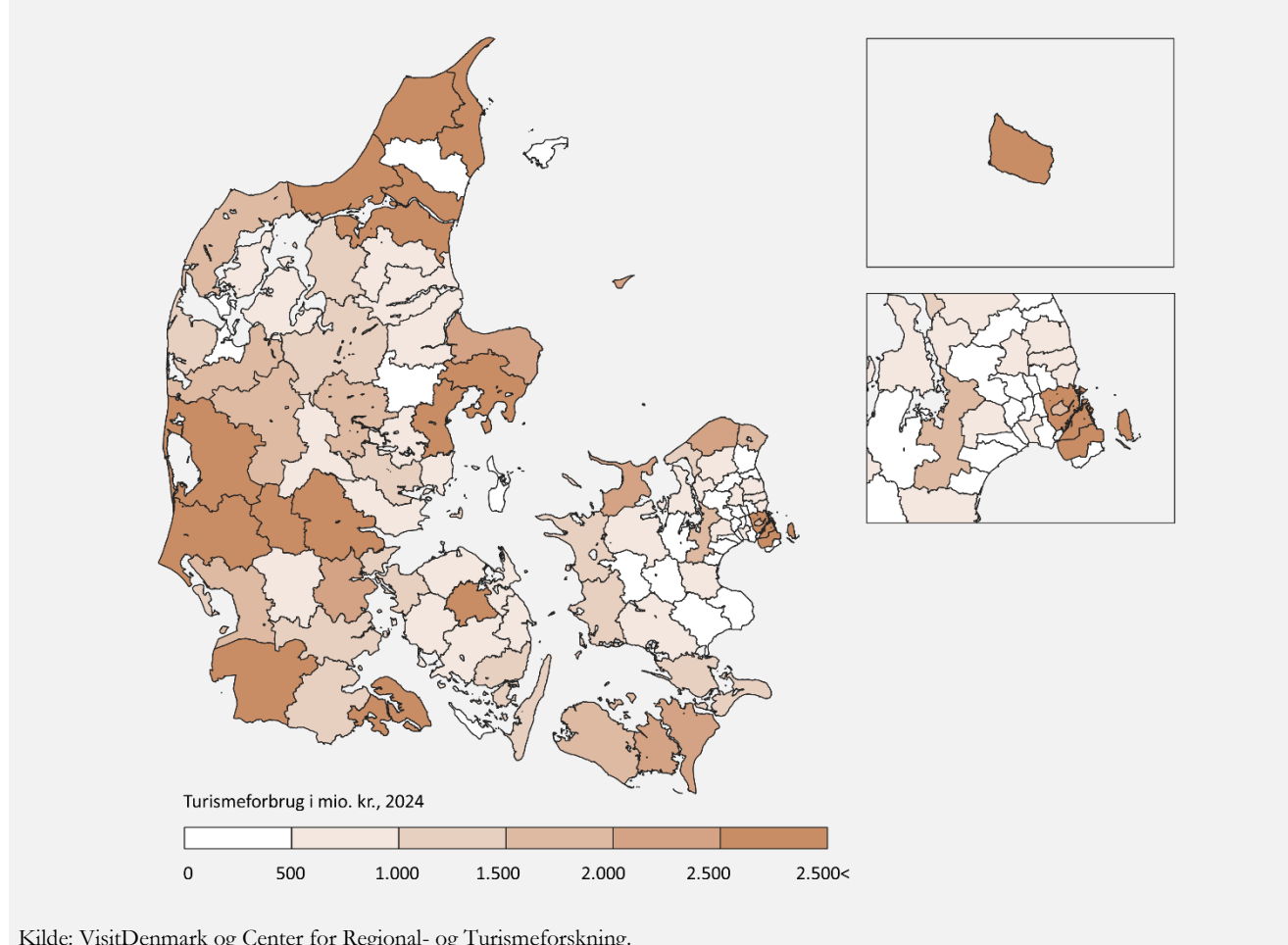


Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

4.1.3 Turismeforbruget i kommunerne

Figur 15 viser det samlede turismeforbrug i Danmark i 2024 fordelt på kommuner. Det ses, at turismeforbruget er højest i store turismekommuner og storbyerne.

Figur 15 Turismeforbrug fordelt på kommuner, 2024



Tabel 8 viser de ti største turismekommuner i Danmark opgjort på turismeforbrugets størrelse og ændringen i placeringen ift. 2023. De ti største turismekommuner i Danmark tegnede sig i 2024 for knapt halvdelen (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

Tabel 8 Samlet turismeforbrug i 2024 fordelt på kommuner og ændring i placering i forhold til 2023

Top 10 kommuner

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.

Placering, 2024	Placering ift. 2023	Kommune	Mio. kr.
1	-	København	34.237
2	+1	Varde	6.707
3	+1	Ringkøbing-Skjern	6.585
4	-2	Aarhus	6.410
5	+1	Bornholm	4.437
6	-1	Aalborg	3.737
7	-	Frederikshavn	3.319
8	-	Hjørring	3.297
9	-	Jammerbugt	2.982
10	+3	Tønder	2.892

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning.

Hvis der igen kigges på turismens betydning for kommunernes lokaløkonomi, bruges igen data for 2023. Fanø Kommune var med en andel på 40 pct. den kommune, hvor turismen fyldte relativt mest af det samlede udbud af varer og tjenester i 2023. Generelt set er det ø-kommuner, der ligger i top, når der sorteres efter turismeandelen af kommunens økonomi. Efter Fanø lå således Læsø og Bornholm (begge 15 pct.) samt Langeland (14 pct.), mens Varde med sine 14 pct. var den første landfaste kommune på listen.

4.2 Turismeskabt værditilvækst og beskæftigelse

Turisternes forbrug bidrager til samfundsøkonomien 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 -subsider.

I dette afsnit kigges der udelukkende på 2023, idet disse data kræver modelberegninger som tidligere beskrevet i starten af dette kapitel.

Tabel 9 viser den turismeskabte værditilvækst fordelt på erhverv og forretningsområde i 2023. Det danske turismeerhverv skabte i 2023 en samlet værditilvækst på 81,7 mia. kr. inklusiv afledte effekter, hvilket svarer til 3,3 pct. af den samlede værditilvækst i Danmark. Turismen skaber værdi i mange dele af samfundet og inden for mange forskellige brancher, og i 2023 blev 70 pct. af den samlede turismeskabte værditilvækst skabt uden for de typiske turismeerhverv.²⁷ Samlet set skabte kyst- og naturturismen 56 pct. af den samlede turismeafledte værditilvækst, mens storbyturismen skabte 24 pct., og erhvervs- og mødeturismen skabte de resterende 20 pct.

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

Tabel 9 Turismeskabt værditilvækst fordelt på erhverv og forretningsområde, 2023

	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt værditilvækst, mio. kr.				Pct.
Turismeerhverv	10.906	7.691	5.879	24.477	30%
Overnatningssteder	1.841	1.591	1.976	5.409	7%
Restauranter og værtshuse	5.850	3.559	2.004	11.412	14%
Transportvirksomheder	738	1.087	1.576	3.402	4%

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

Rejseservice	95	180	133	408	0%
Kultur, forlystelser og sport	2.383	1.273	191	3.846	5%
Detailhandel*	9.895	3.421	2.261	15.577	19%
Andre brancher**	25.005	8.768	7.829	41.602	51%
Ejendomsmæglere, bolig og husleje	9.791	2.767	1.537	14.094	17%
Erhvervsservice	2.996	1.367	1.794	6.157	8%
Øvrige	12.218	4.635	4.498	21.351	26%
I alt	45.807	19.880	15.969	81.656	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. "Ejendomsmægler, bolig og husleje" omfatter blandt andet udlejning af feriehuse, mens "Erhvervsservice" blandt andet "producerer" biludlejning. "Øvrige" dækker blandt andet "Offentlig service", "Andre personlige serviceydelser", "Finans og forsikring" og "Udgivelse, tv/radio og it".

I 2023 skabte turismen godt 149.000 arbejdspladser i Danmark, jf.

Tabel 10. Det svarer til 4,7 pct. af den samlede beskæftigelse. Turismen betyder således relativt mere for beskæftigelse og jobskabelse end for værditilvækst (3,3 pct.). Det skyldes bl.a., at turismebranchen har mange erhverv med lav produktivitet (se afsnit 10.4). I 2023 tegnede kyst- og naturturismen sig for størstedelen (55 pct.) af den samlede turismeafledte beskæftigelse, mens storbyturismen tegnede sig for 25 pct. og erhvervs- og mødeturismen for 20 pct. af den samlede turismeafledte beskæftigelse.

Tabel 10 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på erhverv og forretningsområde, 2023

	Kystferie	Storbyferie	Erhverv	Hele landet	
	Turismeskabt beskæftigelse, årsværk				Pct.
Turismeerhverv	36.291	22.058	17.655	76.004	51%
Overnatningssteder	7.050	5.282	7.217	19.548	13%
Restauranter og værtshuse	22.582	12.135	7.262	41.980	28%
Transportvirksomheder	1.827	2.089	2.622	6.538	4%
Rejseservice	127	262	194	583	0%
Kultur, forlystelser og sport	4.705	2.290	361	7.355	5%
Detailhandel*	21.048	6.450	4.041	31.539	21%
Andre brancher**	25.360	8.090	8.288	41.738	28%
Ejendomsmæglere, bolig og husleje	1.077	432	214	1.723	1%
Erhvervsservice	5.169	1.942	2.603	9.713	7%
Øvrige	19.115	5.717	5.471	30.302	20%
I alt	82.699	36.598	29.984	149.281	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 2023 sig for den højeste andel af den samlede turismeskabte beskæftigelseseffekt i Danmark (30,1 pct.) efterfulgt af Aarhusregionen (8,8 pct.), Destination Vesterhavet (7,5 pct.) og Destination Nordvestkysten (7,1 pct., jf.

Tabel 11.

I forhold til den samlede beskæftigelse inden for destinationen fyldte den turismeskabte beskæftigelse relativt mest i Destination Bornholm (21,5 pct.) og Destination Vesterhavet (20,1 pct.). Ser man på de enkelte kommuner, fyldte den turismeskabte beskæftigelse relativt mest i Fanø og Læsø kommune med hhv. 75 pct. og 32 pct..

Tabel 11 Turismeskabt beskæftigelse fordelt på destinationsselskaber, 2023

Destinationsselskab	Turismeskabt beskæftigelse (job)	Andel af samlet turismeskabt beskæftigelse (pct.)	Andel af samlet beskæftigelse i destinationen (pct.)	Total beskæftigelse (job)
Wonderful Copenhagen	44.921	30,1	4,2	1.061.116
Aarhusregionen	13.195	8,8	3,1	429.151
Destination Vesterhavet	11.136	7,5	20,1	55.366
Destination Nordvestkysten	10.528	7,1	9,6	109.489
Destination Fyn	9.746	6,5	4,0	243.154
Destination Trekantområdet	8.186	5,5	4,6	176.488
Destination Nord	7.526	5,0	4,5	167.051
Destination Sønderjylland	7.098	4,8	6,4	111.738
Uden for destination	5.679	3,8	3,7	155.395
Destination Bornholm	3.919	2,6	21,5	18.203
VisitNordsjælland	3.879	2,6	5,3	73.825
VisitLolland-Falster	3.634	2,4	8,6	42.058
Destination Sjælland	2.978	2,0	2,9	102.434
VisitSydsjælland & Møn	2.841	1,9	4,0	70.987
VisitFjordlandet	2.831	1,9	4,0	71.204
Destination Vadehavskysten	2.730	1,8	4,1	65.889
Destination Kystlandet	2.461	1,6	2,9	83.525
VisitHerning	2.145	1,4	2,7	78.842
Destination Himmerland	1.969	1,3	4,9	40.120
Uden for destination	1.881	1,3	4,1	46.339
Hele landet	149.281	100	4,7	3.202.373

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 2023 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 38 pct. og 23 pct. af beskæftigelsen inden for hoteller og restauranter, mens personer med videregående uddannelser tegnede sig for 18 pct. Uden for de turismetypiske brancher ("andre brancher") havde hele 48 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, 2023 (pct.)

	Grundskole	Gymnasiale uddannelser	Erhvervsfaglige uddannelser	Videregående uddannelser	Uoplyst mv.	I alt
	Pct. af branche					
Hoteller og restauranter	38	23	19	18	2	100
Transport	30	12	34	22	2	100
Kultur og fritid	27	20	17	36	1	100
Handel	30	14	34	21	1	100
Andre brancher	13	9	29	48	1	100
Alle brancher	17	11	30	41	1	100

Note: 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 53,4 mia. kr. i skatteprovenu i 2023, hvilket svarer til 4,8 pct. af det samlede provenu fra skatter og afgifter i Danmark. Momsindtægterne på 25,6 mia. kr. udgjorde den største del af skatteprovenuet fra turismen, svarende til 48 pct. af de samlede skatteindtægter. De resterende 27,8 mia. kr. kan tilskrives personskatter (35 pct.), vareafgifter (12 pct.) og selskabsskatter (5 pct.).



5. Udvikling og vækst

5 Udvikling og vækst i dansk turisme

Opsummering

Antal overnatninger i Danmark

- I 2024 blev der foretaget i alt 65,3 mio. overnatninger i Danmark, hvilket er 2,2 pct. flere end i 2023. Væksten var især drevet af storbyturismen.
- I den nationale strategi *Veje til bæredygtig turisme* vækst fra 2024 er indikatoren for antallet af overnatninger fastsat til 74 mio. i 2030. Hvis indikatoren skal indfries, skal antallet af overnatninger vokse med 13,4 pct. fra 2024 til 2030. Det svarer til 8,7 mio. flere overnatninger i 2030 end i 2024 eller en årlig vækst på 2,1 pct.
- I den nationale strategi *Veje til bæredygtig turisme* vækst 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 4,5 procentpoint fra 2023 til 2030.

Antal overnatninger fordelt på forretningsområder

- Kyst- og naturturismen udgjorde 70 pct. af alle overnatninger i 2024 og var det største forretningsområde i dansk turisme. Antallet af overnatninger inden for kyst- og naturturisme steg 0,6 mio. fra 2023 til 2024, svarende til 1,3 pct.
- Antallet af overnatninger inden for storbyturismen steg 0,8 mio., svarende til 7,0 pct. fra 2023 til 2024.
- Antallet af overnatninger inden for erhvervs- og mødeturismen steg 0,1 mio. svarende til 0,7 pct. fra 2023 til 2024.

Udenlandske turisters overnatninger

- Fra 2023 til 2024 steg antallet af overnatninger fra alle Danmarks prioriterede markeder med undtagelse af Norge og Sverige.
- Hermed er det kun fra Norge og Sverige (blandt Danmarks prioriterede markeder), at overnatningerne i 2024 ligger på et lavere niveau end i 2019.
- Med 21,2 mio. overnatninger stod Tyskland for klart størstedelen af de udenlandske overnatninger i Danmark i 2024. Også Nederlandene, Norge og Sverige var vigtige markeder for dansk turisme i 2024.
- Med 34,3 mio. registrerede udenlandske overnatninger i 2024 havde Danmark næsten lige så mange udenlandske overnatninger som Sverige, Norge og Finland tilsammen, hvor der samlet var 35,6 mio. udenlandske overnatninger.

Overnatninger booket via udlejningsplatforme (Airbnb, booking.com og Expedia)

- I 2024 foretog danske og udenlandske turister i alt 7,3 mio. overnatninger via udlejningsplatforme. Det var 1,2 mio. flere overnatninger end i 2023 og 2,6 mio. flere end i 2019.
- 79 pct. af overnatningerne via udlejningsplatforme i 2024 var udenlandske. Tyske turister stod for 30 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 2024 målt på antallet af overnatninger. Der perspektiveres til 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 2024 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

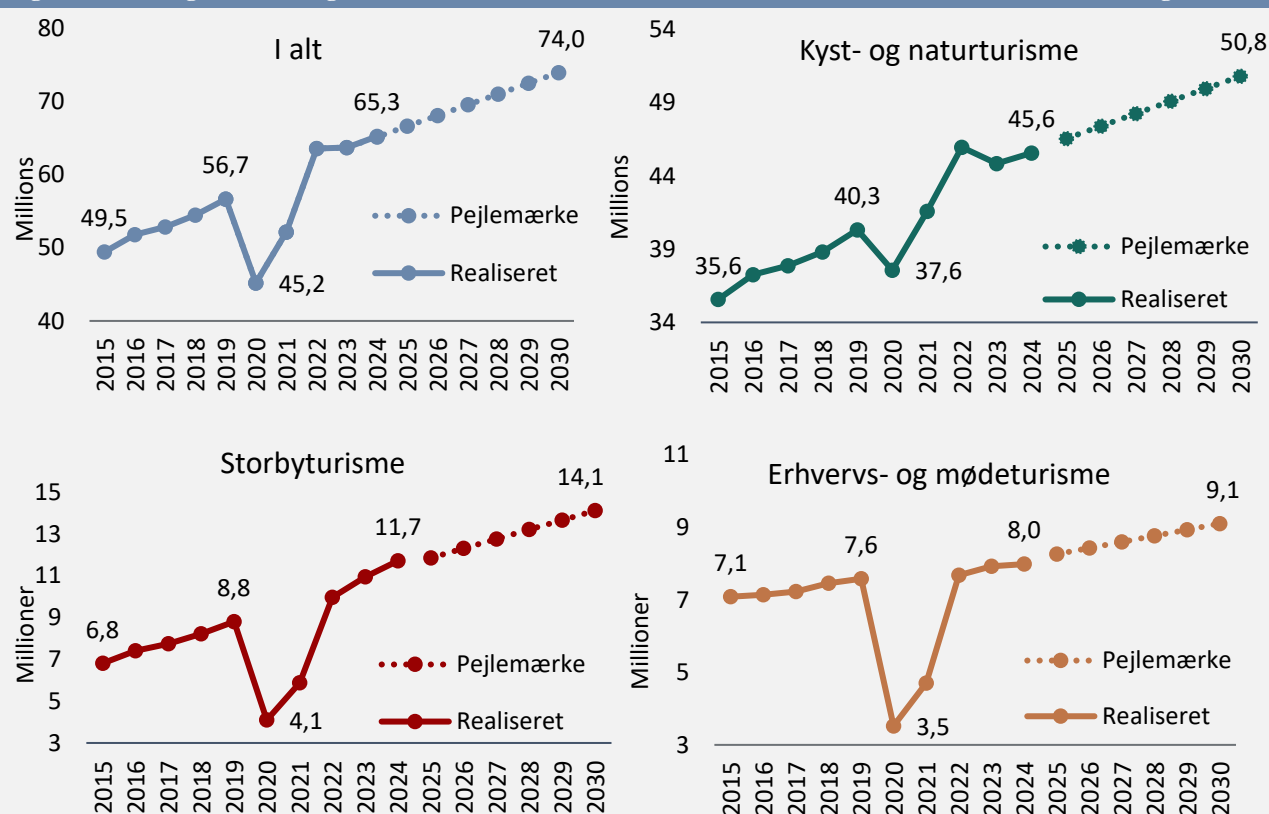
Med den nationale strategi, *Veje til bæredygtig turismevækst* fra oktober 2024, har regeringen sat en ambition om, at dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger i 2030. Det svarer til en vækst på 8,7 mio. eller 13,4 pct. i forhold til 2024-niveauet. For at nå indikatoren skal antallet af overnatninger gennemsnitligt stige med 2,1 pct. om året fra 2024 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 3,2 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 2,2 pct. fra 2023 til 2030.

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



Kilder: Danmarks Statistik: 2015-2024 (tabel: TURIST) og VisitDenmark: 2025-2030.

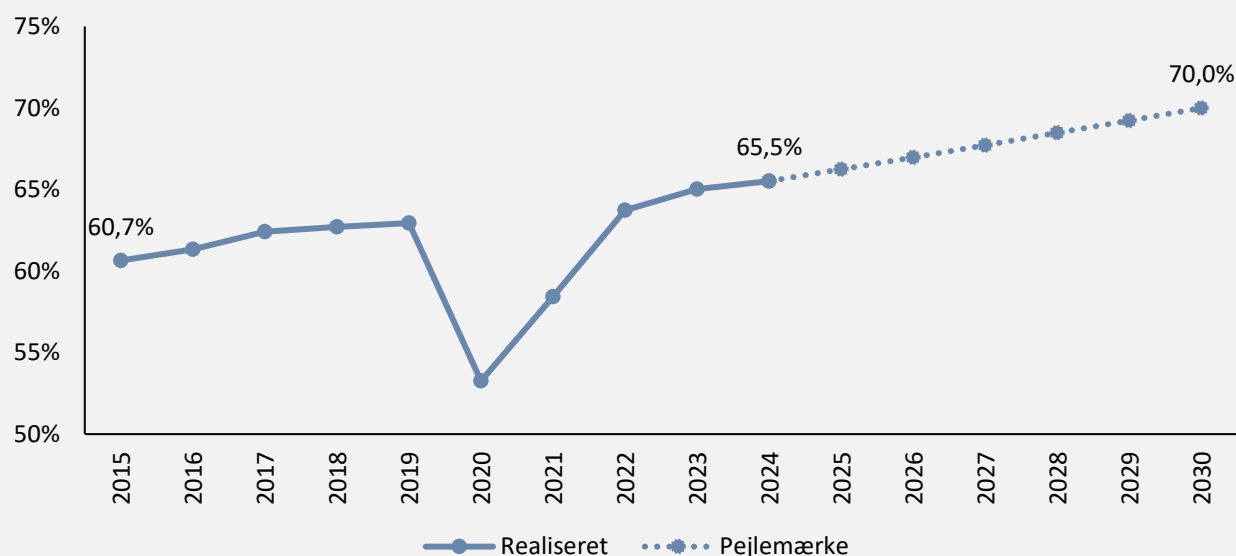
5.1.2 Indikator for andel af overnatninger uden for højsæsonen

I den nationale strategi *Veje til bæredygtig turisme* vækst fra 2024 indgår en indikator om, at antallet af overnatninger uden for højsæsonen skal udgøre 70 pct. af overnatningerne i 2030.

Det ses af Figur 17, at andelen af overnatninger uden for højsæsonen (juli-august) er steget siden 2015, bortset fra de to covid-19-prægede år 2020 og 2021.

I 2024 lå 65,5 pct. af alle overnatninger i Danmark uden for højsæsonen, hvilket vil sige, at andelen af overnatninger uden for højsæsonen skal vokse med 0,7 procentpoint om året fra 2024 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 2024 sammenholdt med indikatoren frem mod 2030, pct.



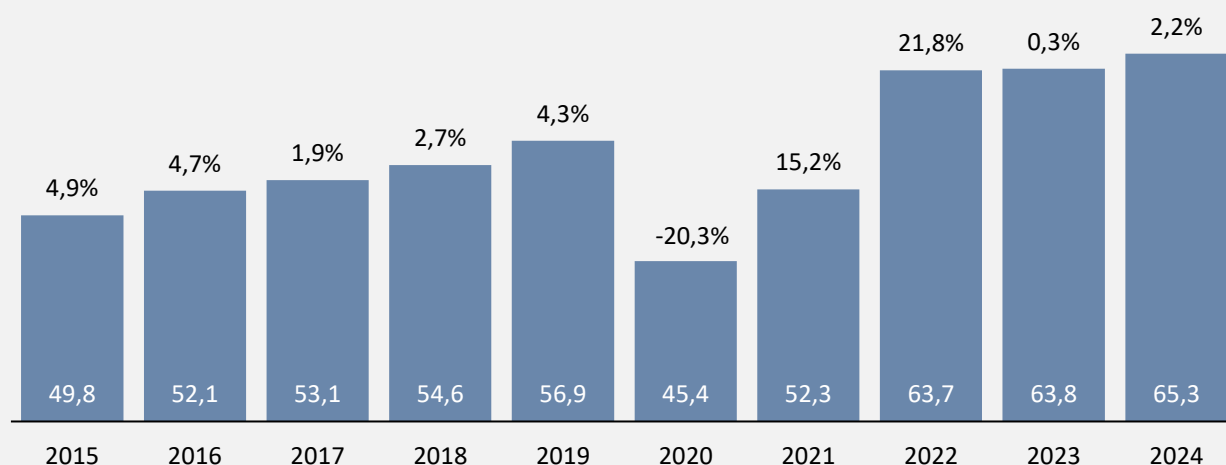
Kilder: Danmarks Statistik (tabel: TURIST) 2015-2024 og VisitDenmark: 2025-2030.

5.2 Udviklingen i dansk turisme fra 2015 til 2024

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 løbende. Overnatninger booket via online udlejningsplatforme 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 2020 og 2021. 2024 overgik således rekordåret 2023 med en stigning fra 63,8 til 65,3 mio. overnatninger, hvilket fremgår af Figur 18.

Figur 18 Udvikling i alle registrerede overnatninger i Danmark, 2015-2024 (ændring i pct. og mio.)



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: TURIST).

5.2.1 Overnatninger fordelt på forretningsområder

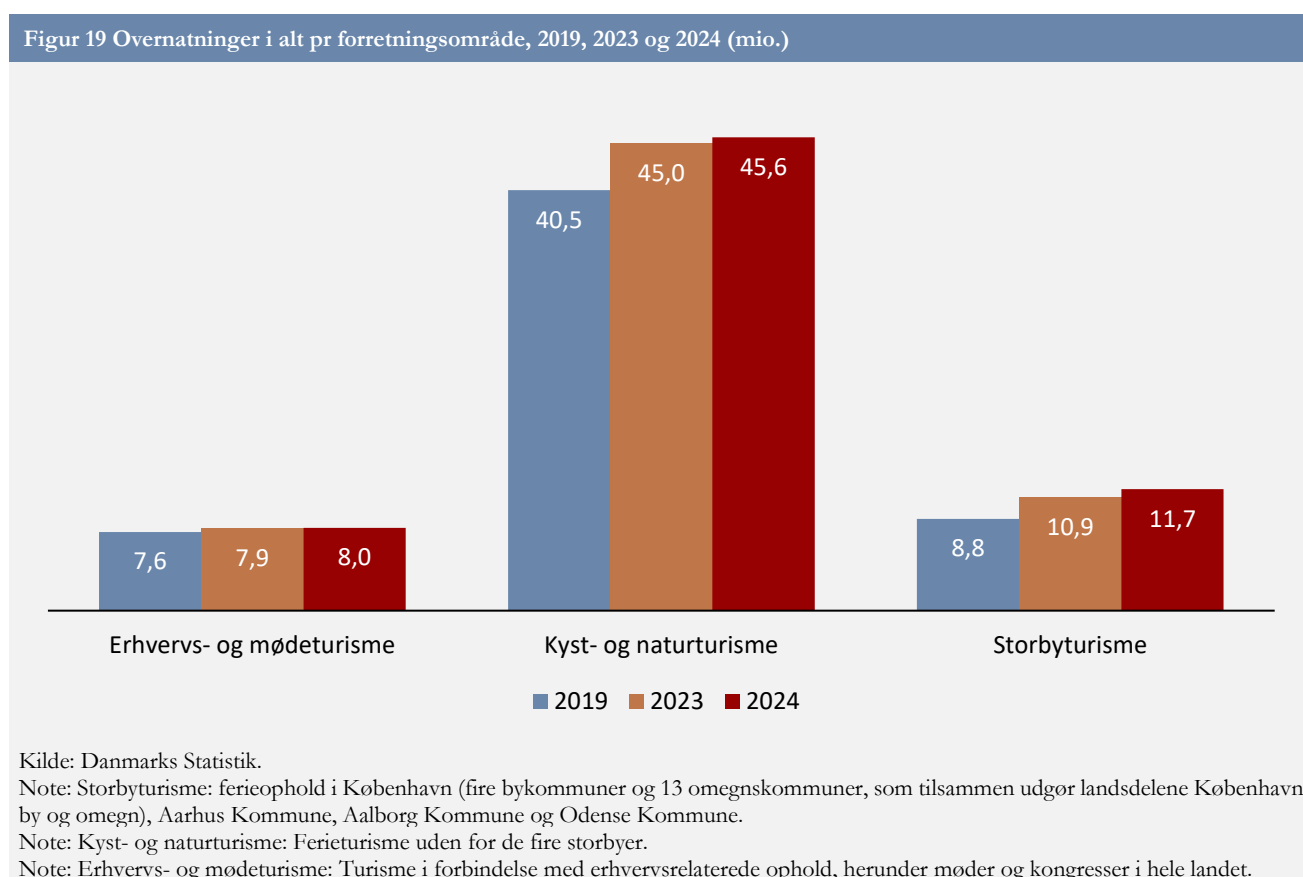
Dansk turisme er organiseret i tre forretningsområder:

1. Storbyturisme (ferieturisme i København, Aarhus, Odense og Aalborg),²⁸
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 2024.

Storbyturismen var det næststørste forretningsområde i 2024 med 11,7 mio. overnatninger, idet storbyovernatninger udgjorde 18 pct. af det samlede antal overnatninger mod 16 pct. i 2019.

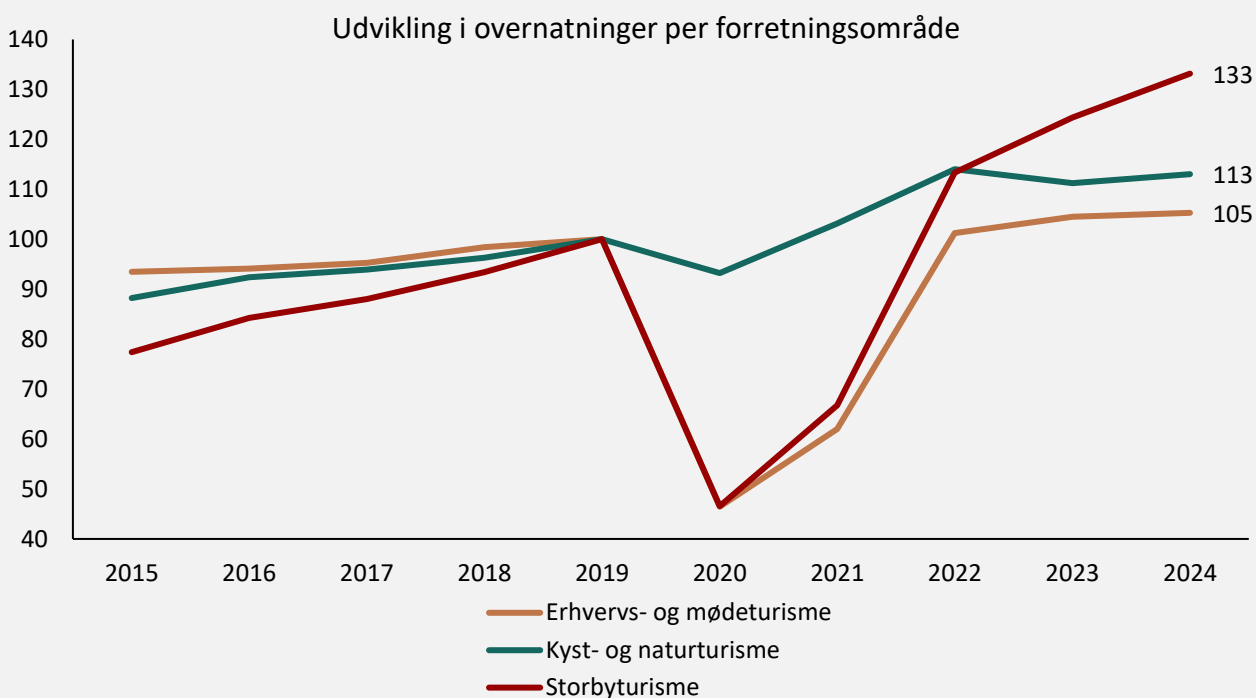
Erhvervs- og mødeturismen var det mindste forretningsområde med 8,0 mio. overnatninger, svarende til 12 pct. af det samlede antal overnatninger i 2024.



Fra 2023 til 2024 steg antallet af overnatninger inden for alle tre forretningsområder, jf. Figur 20. Mens væksten var svagt positiv for erhvervs- og mødeturismen (+0,7 pct.) og kyst- og naturturismen (+1,3 pct.) steg antallet af overnatninger inden for storbyturismen med hele 7,0 pct.

²⁸ 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, 2015-2024. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik og VisitDenmarks beregninger.

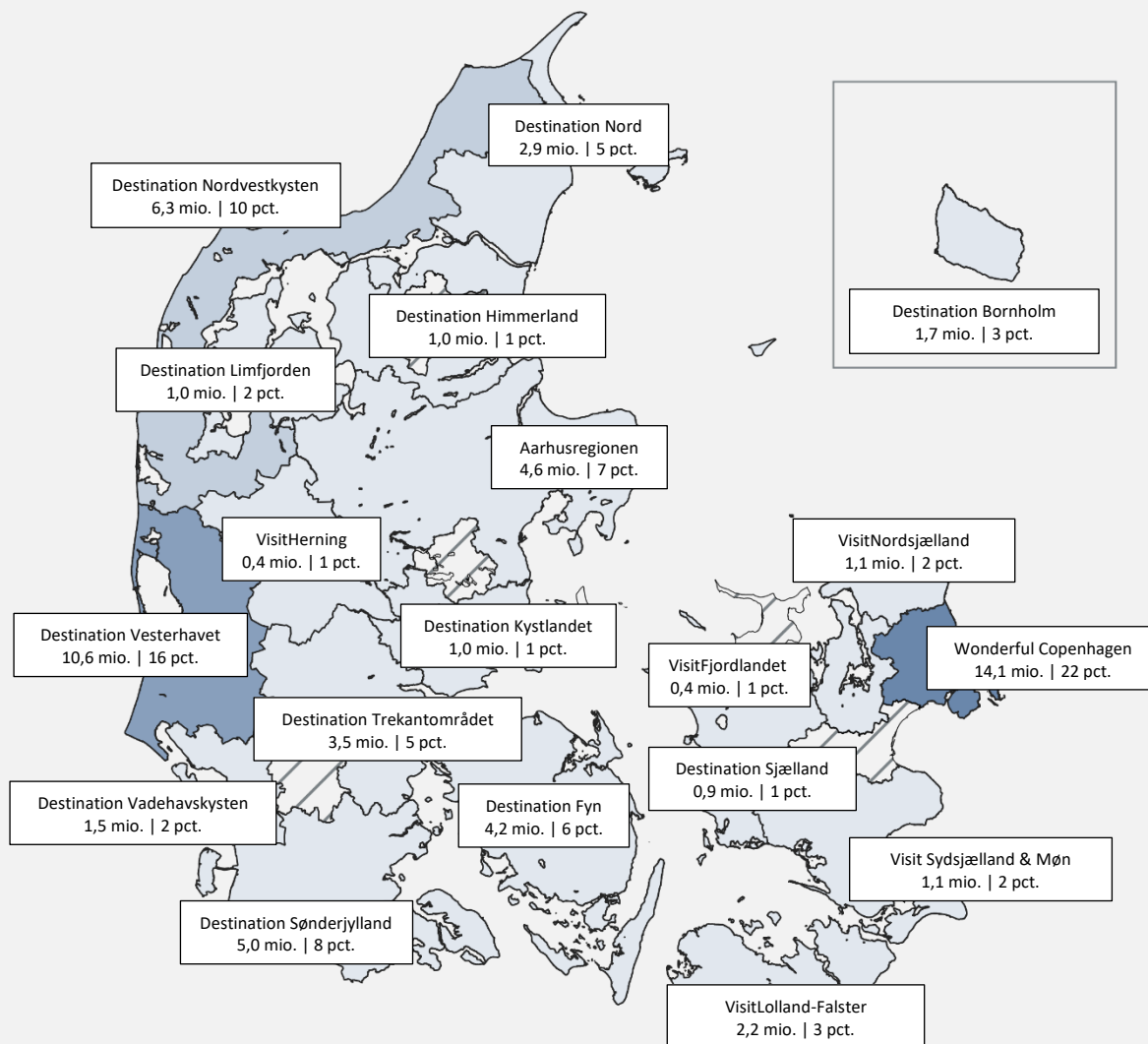
5.2.2 Overnatninger i de danske destinationer

Figur 21 viser fordelingen af alle registrerede overnatninger i Danmark i 2024 på de 19 danske destinationsselskaber. Wonderful Copenhagen stod for flest overnatninger (22 pct.) efterfulgt af Destination Vesterhavet (16 pct.), Destination Nordvestkysten (10 pct.), Destination Sønderjylland (8 pct.) og Aarhusregionen (7 pct.).

12 destinationsselskaber oplevede positiv vækst i antallet af overnatninger fra 2023 til 2024. VisitHerning havde med 13 pct. den største relative vækst, efterfulgt af Destination Sjælland (+7 pct.), Nordsjælland (+7 pct.) og Wonderful Copenhagen (+6 pct.).

Målt på absolut vækst havde Wonderful Copenhagen klart den største stigning med 752.000 flere overnatninger i 2024 end i 2023.

Figur 21 Alle registrerede overnatninger fordelt på destinationsselskaber, 2024 (mio. og pct.)



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: VDK).

5.2.3 Overnatninger i de danske kommuner

Med 11,3 mio. overnatninger var Københavns Kommune den danske kommune, der havde flest overnatninger i 2024 (jf. Tabel 13) efterfulgt af vestkystkommunerne Varde og Ringkøbing-Skjern med henholdsvis 5,5 mio. og 5,1 mio. overnatninger.

Næsten alle top-10 kommuner havde flere overnatninger i 2024 end i 2023 – eneste undtagelse var Sønderborg, hvor antallet var på nogenlunde samme niveau. København og Tønder Kommune oplevede de største relative vækstrater med stigninger på 8 pct. fra 2023 til 2024.

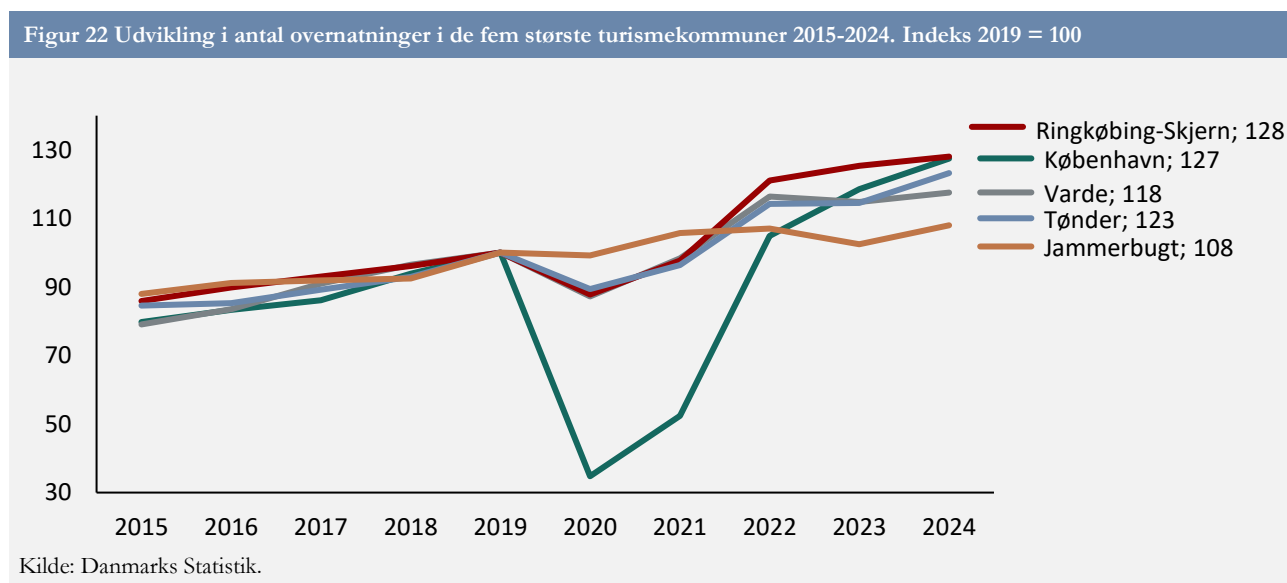
Den positive udvikling i antallet af overnatninger fra 2023 til 2024 var drevet af udenlandske overnatninger, idet danske overnatninger gik tilbage mange steder. Frederikshavn var den eneste kommune på top-10 listen, der oplevede et fald i antallet af udenlandske overnatninger fra 2023 til 2024.

Tabel 13 Top-10 over kommuner med flest overnatninger i 2024 og udvikling i forhold til 2023

Nr.	Kommune	I alt Over- natninger	Udvikling 2023-2024	Danske turister		Udenlandske turister	
				Over- natninger	Udvikling 2023-2024	Over- natninger	Udvikling 2023-2024
1	København	11.339.655	8%	4.115.203	-4%	7.224.452	15%
2	Varde	5.492.583	2%	1.114.189	-1%	4.378.394	3%
3	Ringkøbing-Skjern	5.141.434	2%	944.208	-3%	4.197.226	3%
4	Tønder	2.230.647	8%	587.362	-1%	1.643.284	11%
5	Jammerbugt	1.868.055	5%	1.008.271	8%	859.784	3%
6	Hjørring	1.797.072	4%	797.860	8%	999.212	2%
7	Bornholm	1.716.188	2%	989.578	0%	726.610	4%
8	Billund	1.700.061	4%	760.693	4%	939.368	4%
9	Frederikshavn	1.635.187	0%	914.825	2%	720.361	-1%
10	Sønderborg	1.478.591	0%	586.708	-1%	891.883	1%

Kilde: Danmarks Statistik.

Figur 22 viser udviklingen i antallet af overnatninger i de fem største turismekommuner baseret på antallet af overnatninger fra 2015 til 2024. Bortset fra de to covid-19-prægede år, ses en stigende tendens i overnatningstallene for top-5-kommunerne.



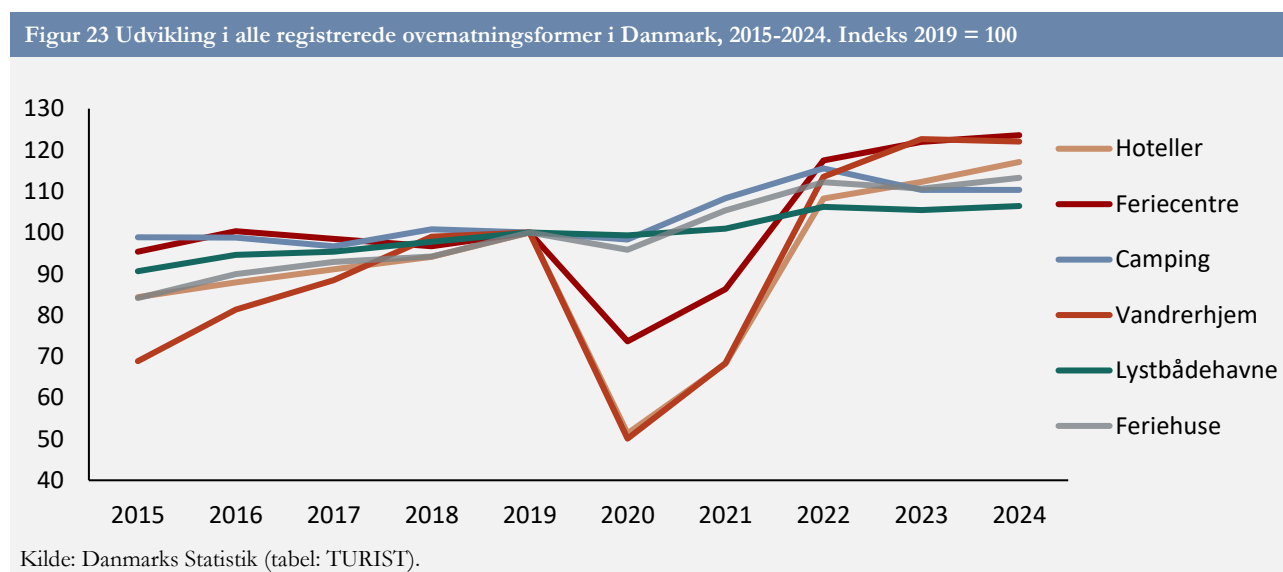
5.2.4 Overnatninger fordelt på overnatningsformer

Turistovernatninger registreres på seks forskellige kommercielle overnatningsformer: feriehuse, hoteller, campingpladser, vandrerrhjem, feriecentre og lystbådehavne. De fleste af overnatningsformerne oplevede en stigning af turisternes overnatninger fra 2023 til 2024 (jf. Figur 23).

Turister i lejet feriehus²⁹ tegnede sig for 36 pct. af alle registrerede overnatninger i Danmark i 2024 efterfulgt af turister på hotel (31 pct.) og camping³⁰ (19 pct.). Overnatninger på feriecenter, i lystbådehavne og på vandrerhjem udgjorde de resterende 15 pct.

Målt på overnatninger er hotel og camping de foretrukne overnatningsformer for danske turister, mens lejet feriehus og hotel er de foretrukne overnatningsformer de udenlandske turister.

Mens hoteller gik mest markant frem fra 2023 til 2024, stagnerede væksten for camping- og vandrerhjemsovernatninger. Feriehuse, feriecentre og lystbådehavne oplevede moderat vækst på 1-2 pct. i antallet af overnatninger fra 2023 til 2024.



5.2.5 Overnatninger fordelt på nationalitet

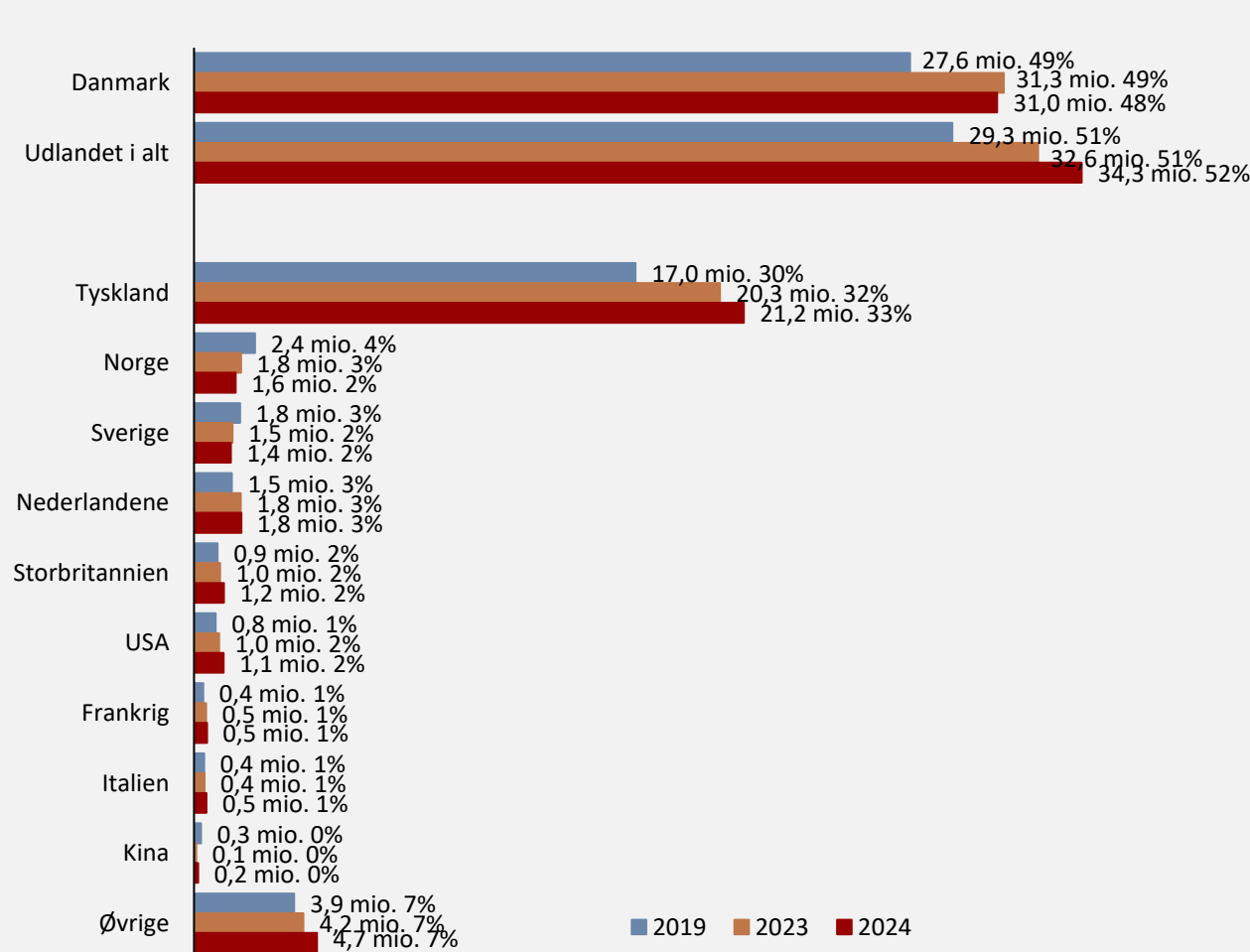
Både danske og udenlandske turisters overnatninger er vigtige for dansk turisme. I 2024 udgjorde udenlandske overnatninger 52 pct. (34,3 mio.) af samtlige registrerede overnatninger i Danmark, og danske overnatninger udgjorde 48 pct. (31,0 mio.).

De markeder, der ligger tæt på Danmark (Tyskland, Nederlandene, Sverige, og Norge), tegnede sig for 40 pct. af overnatningerne i Danmark i 2024. Med 21,2 mio. overnatninger stod Tyskland for 33 pct. af det samlede antal overnatninger, svarende til 62 pct. af alle udenlandske overnatninger i Danmark i 2024, jf. Figur 24.

²⁹ Feriehuse er det samme som sommerhuse.

³⁰ 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, 2023 og 2024 overnatninger og andel (mio. og pct.)



Kilde: Danmarks Statistik (tabel: TURIST).

Det bemærkes, at udenlandske overnatninger gennem de seneste år er steget mere end danske, og dermed udgør en stadigt større del af dansk turisme. Antallet af danske overnatninger gik svagt tilbage fra 2023 til 2024.

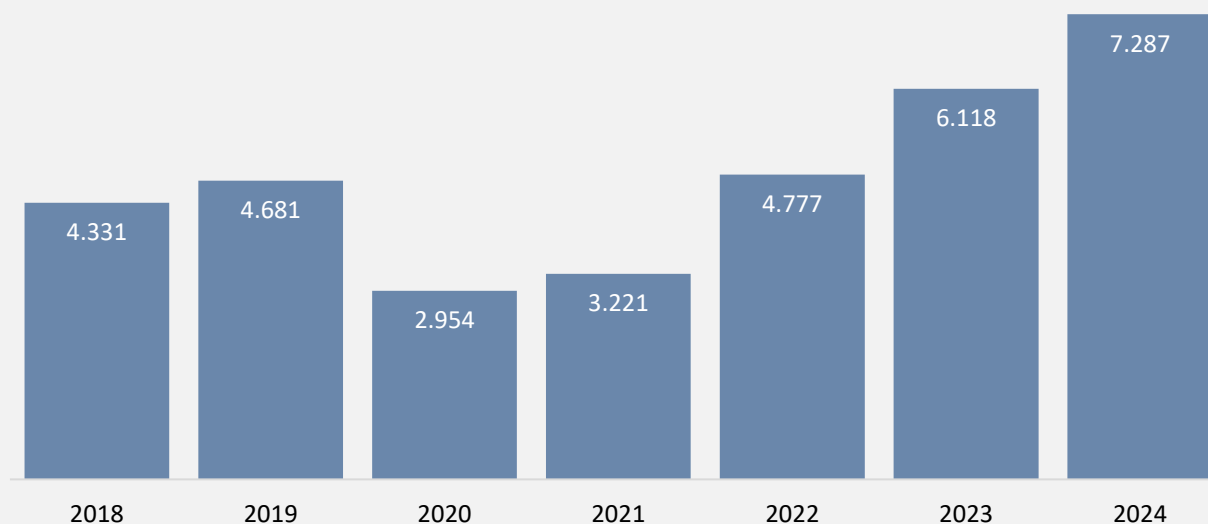
5.2.6 Overnatninger booket via udlejningsplatforme

Udlejning via udlejningsplatforme, som fx Airbnb, har i mange år været i kraftig vækst. 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 udlejningsplatforme (Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor) offentliggøres kvartalsvist og supplerer således de eksisterende data om udviklingen i turisme og overnatninger.³¹

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 siden er antallet af overnatninger booket via udlejningsplatforme steget markant, sammenlignet med antallet af kommercielle turistovernatninger. Overnatninger via udlejningsplatforme nåede i 2024 op på 7,3 mio., jf. Figur 25. Dette er en stigning på 1,2 mio. overnatninger, svarende til 19 pct. i forhold til 2023.

³¹ Eurostats eksperimentelle data omfatter udlejning af ferieboliger og private hjem via de fire platforme. På grund af mulig dobbelttælling kan indholdet i dette afsnit derfor ikke direkte sammenlignes med eksisterende statistikker med eksempelvis antal overnatninger i feriehuse. Mere information om data kan findes her: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/experimental-statistics/collaborative-economy-platforms>

Figur 25 Antal overnatninger booket gennem udlejningsplatforme i Danmark, 2018-2024 (1.000)



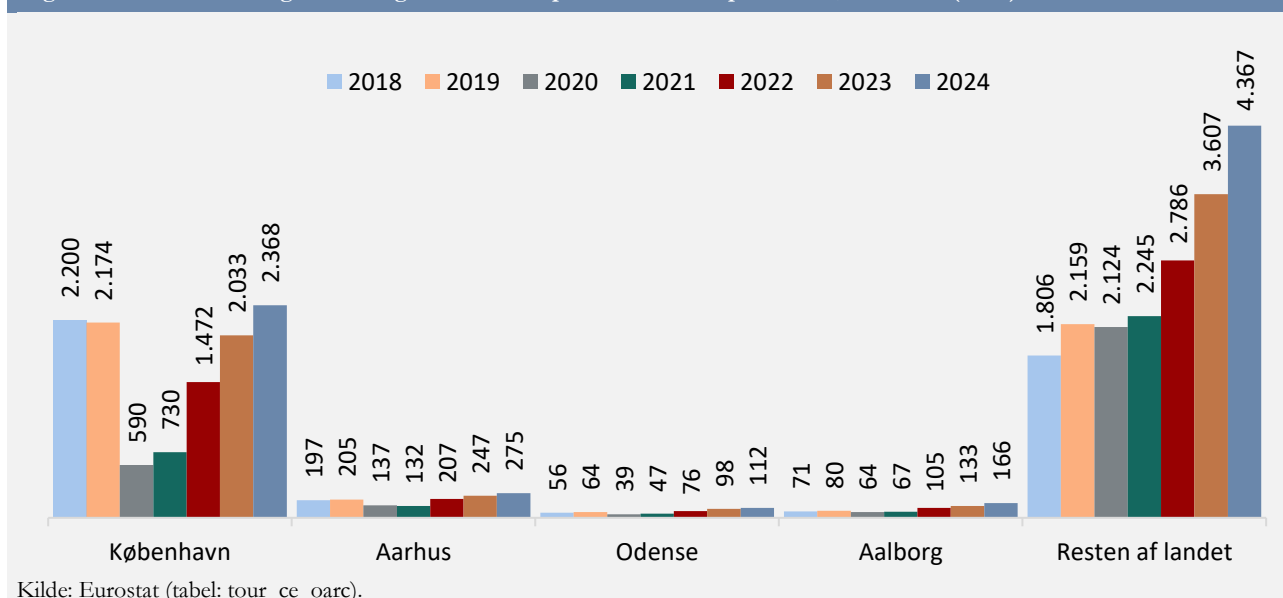
Kilde: Eurostat (tabel: tour_ce_oar).

Udviklingen for udlejningsplatforme siden 2019 er især drevet af en stor stigning i antallet af overnatninger uden for de store byer, mens København, der ser mere mættet ud, først kom over 2019-niveauet i 2024.

Overnatningerne uden for de fire storbyer udgjorde i 2024 i alt 60 pct. af de samlede overnatninger mod 46 pct. i 2019. Hermed er der en tendens til, at overnatninger i private hjem 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 (9 pct.), Aalborg (6 pct.) og Odense (4 pct.).

Figur 26 Antal overnatninger booket gennem online platforme fordelt på område, 2018-2024 (1.000)



Blandt de 7,3 mio. overnatninger via udlejningsplatforme i 2024 blev 79 pct. foretaget af udenlandske turister og 21 pct. af danske turister.

Tyske turister udgjorde den største udenlandske gruppe med 30 pct. af overnatningerne efterfulgt af USA (6 pct.) og Nederlandene (5 pct.). Antallet af overnatninger steg for samtlige af de vigtigste udenlandske markeder fra 2023 til 2024.

Tabel 14 Udviklingen i antal overnatninger booket gennem udlejningsplatforme fordelt på nationalitet 2023 til 2024

	2024	Fordeling af overnatninger 2024	2023	Fordeling af overnatninger 2023	Udvikling i antal overnatninger 2023 - 2024
I alt	7.286.822	100%	6.118.000	100%	19%
Danmark	1.557.310	21%	1.349.062	22%	15%
Udlandet i alt	5.729.512	79%	4.768.938	78%	20%
Tyskland	2.161.607	30%	1.692.870	28%	28%
USA	436.169	6%	342.769	6%	27%
Nederlandene	373.407	5%	330.519	5%	13%
Frankrig	303.791	4%	275.420	5%	10%
Norge	284.460	4%	280.169	5%	2%
Storbritannien	271.071	4%	227.476	4%	19%
Sverige	177.330	2%	166.182	3%	7%
Polen	163.776	2%	125.281	2%	31%
Schweiz	149.191	2%	122.265	2%	22%
Italien	146.368	2%	116.639	2%	25%
Øvrige lande	1.262.342	17%	1.089.348	18%	16%

Kilde: Eurostat (tabel: tour_ce_oar).

5.3 Vækst på hovedmarkeder og udviklingsmarkeder

Det Nationale Turismeforum godkendte på deres møde den 16. juni 2025 en ny markedsprioritering for dansk turisme. Prioriteringen blev foretaget på baggrund af et grundigt forarbejde, hvor relevante indikatorer og markeder for dansk turisme systematisk blev rangeret ud fra et omfattende datagrundlag.

Med afsæt i denne markedsrating og de efterfølgende analytiske vurderinger anbefalede VisitDenmark en markedsstruktur for dansk turisme, der bygger videre på de skabte og eksisterende vækstdrivere og hovedmarkeder samt åbner for begrænset og selektiv bearbejdning af udvalgte markeder med særligt potentiale, kaldet udviklingsmarkeder

- Hovedmarkederne, der omfatter Tyskland, Sverige, Norge, Nederlandene, Frankrig, Italien, Storbritannien og USA bearbejdes af VisitDenmarks markedskontorer og står for hovedparten af de udenlandske overnatninger.
- Udviklingsmarkederne, der tæller Polen, Schweiz, Spanien, Belgien, Østrig og Indien bearbejdes med fokuserede indsatser fra 2026 med pressebearbejdning, travel trade og særlige partnerskaber.

Andelen af udenlandske overnatninger fra de otte hovedmarkeder lå i 2024 på 86 pct., hvilket var samme andel som i 2019. De seks udviklingsmarkeder stod bag 5 pct. af det totale antal udenlandske overnatninger i Danmark i 2024 mod 4 pct. i 2019.

Tabel 15 viser en indekseret udvikling for hovedmarkederne og udviklingsmarkederne.

Fra 2023 til 2024 gik antallet af overnatninger fra de fleste hovedmarkeder frem, men antallet af overnatninger fra det svenske og norske marked faldt.

Samtidig var der høje vækstrater fra udviklingsmarkederne med undtagelse af Belgien. Eksempelvis steg antallet af overnatninger fra Polen og Indien med henholdsvis 35 pct. og 18 pct.

Tabel 15 Udvikling i overnatninger for hoved- og udviklingsmarkeder 2015-2024

									Gns. årligt vækst	
Marked	2015	...	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2024	2015-2024
Indeks 2019=100									1.000 overnat.	pct.
I alt	87		100	80	92	112	112	115	65.270	3,1%
Danmark	89		100	105	126	117	113	112	31.005	2,6%
Udlandet	86		100	56	60	107	111	117	34.264	3,5%
Hoved- markeder	Tyskland		100	77	79	116	119	124	21.219	4,7%
	Nederlandene		100	31	50	118	124	125	1.829	5,7%
	Norge		100	29	18	97	77	68	1.602	-5,4%
	Sverige		100	24	36	99	84	81	1.429	-3,1%
	Storbritannien		100	28	23	86	110	127	1.156	3,9%
	USA		100	17	24	86	116	136	1.140	7,9%
	Frankrig		100	25	46	103	131	139	499	9,9%
	Italien		100	21	42	87	106	125	484	6,2%
Udviklings- markeder	Polen		100	39	61	127	132	178	399	11,1%
	Schweiz		100	27	47	105	124	129	385	6,1%
	Spanien		100	21	35	93	113	125	372	8,4%
	Belgien		100	24	57	124	140	130	264	8,9%
	Østrig		100	27	52	110	155	179	173	11,7%
	Indien		100	20	17	48	69	81	87	2,1%
Øvrige markeder									3.226	2,2%

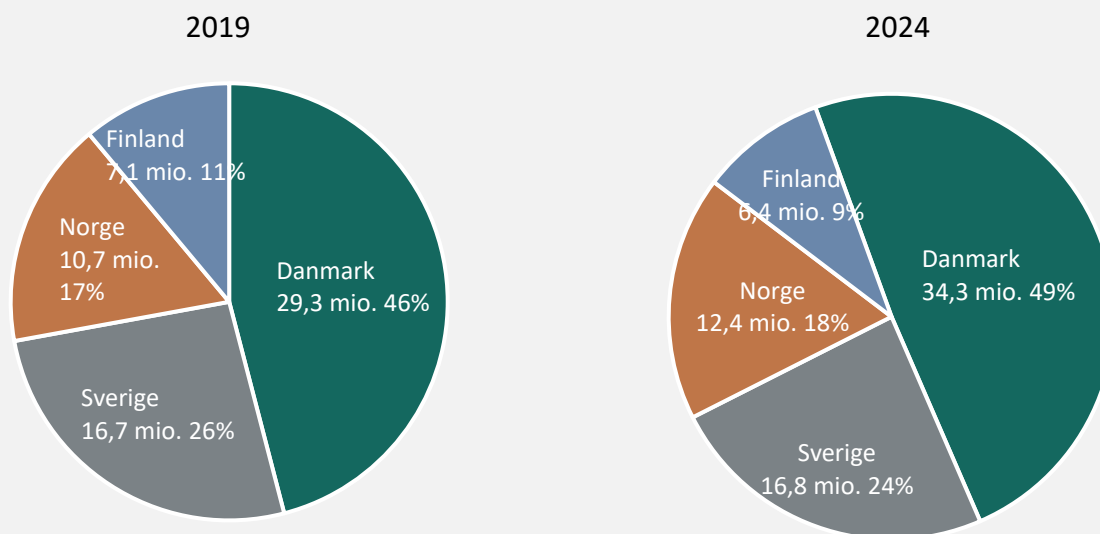
5.4 Danmarks markedsandele

Med 34,3 mio. udenlandske overnatninger i 2024 havde Danmark næsten lige så mange udenlandske overnatninger som Sverige, Norge og Finland tilsammen (35,6 mio. overnatninger) svarende til 49 pct. af de samlede overnatninger i de nordiske lande.

Danmark havde også før covid-19 en stærk position i Norden med en markedsandel på 46 pct. af det totale antal udenlandske overnatninger i Danmark, Sverige, Norge og Finland i 2019, jf. Figur 27.³²

³² 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 27 Danmarks markedsandel af udenlandske overnatninger i forhold til de nordiske konkurrenter, 2019 og 2024 (mio. og pct.)



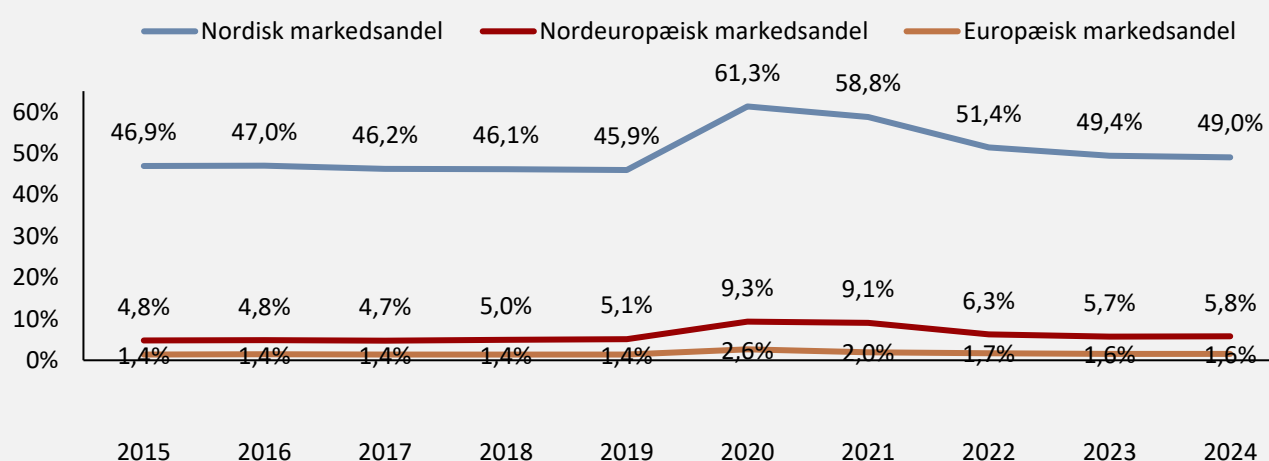
Kilde: Nationale statistikbanker.

Note: De nordiske konkurrenter består af Danmark, Sverige, Norge og Finland.

Danmarks markedsandele af udenlandske overnatninger i både Norden, Nordeuropa og Europa nåede rekordhøje niveauer i 2020 og 2021, jf. Figur 28. De samlede niveauer for antallet af overnatninger var dog unormalt lave grundet covid-19-pandemien.

Danmarks markedsandel var nogenlunde uændret fra 2023 til 2024 med 49,0 pct. af overnatningerne i Norden, 5,8 pct. af overnatningerne i Nordeuropa og 1,6 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 28 Danmarks europæiske, nordeuropæiske og nordiske markedsandel af udenlandske overnatninger, 2015-2024



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

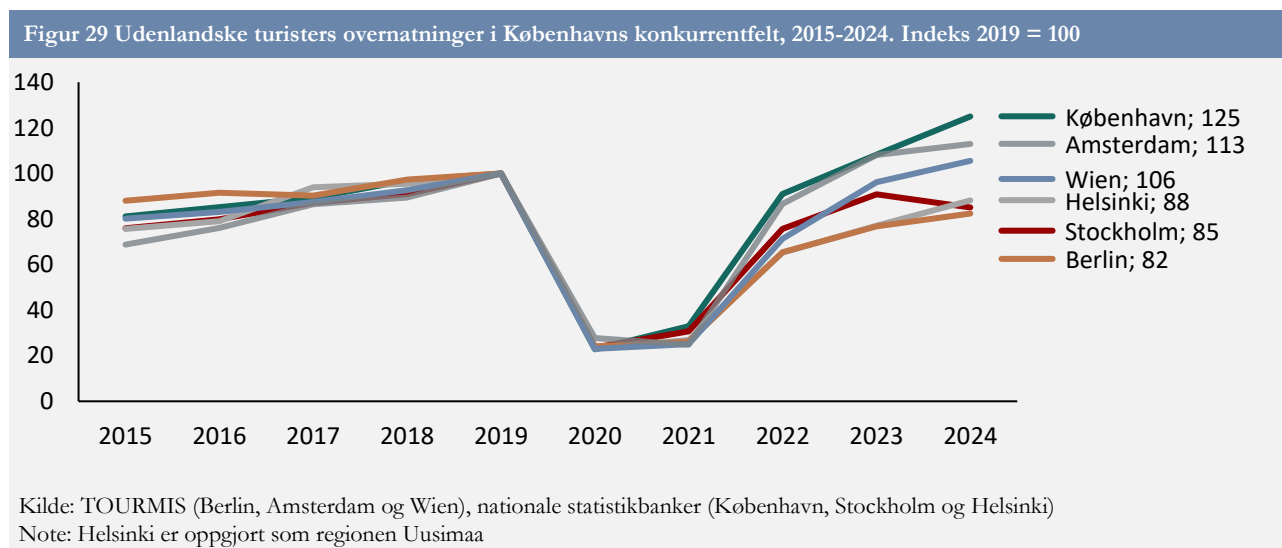
Danmarks primære konkurrentfelt kan inddeles i storbyturisme og kyst- og naturturisme og afhænger af geografisk placering. Der er her tale om alle udenlandske overnatninger inklusive erhvervs- og mødeturister, da der ikke er statistik på udenlandske erhvervs- og mødeturister i Danmark og konkurrentlandene.

Figur 29 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 København, Amsterdam og Wien havde et højere niveau i 2024 end i 2019.

Fra 2019 til 2024 er udenlandske overnatninger i København steget med 25 pct., hvilket er markant højere end i de andre storbyer. Tilsvarende oplevede Amsterdam vækst på 13 pct. og Wien 6 pct., mens Helsinki, Stockholm og Berlin lå henholdsvis 12 pct., 15 pct. og 18 pct. under 2019-niveauet.

Med andre ord vinder København markedsandele af de udenlandske overnatninger i de seks storbyer med 12 pct. i 2024 mod 10 pct. i 2019.



I "second-city"³³ 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 30.

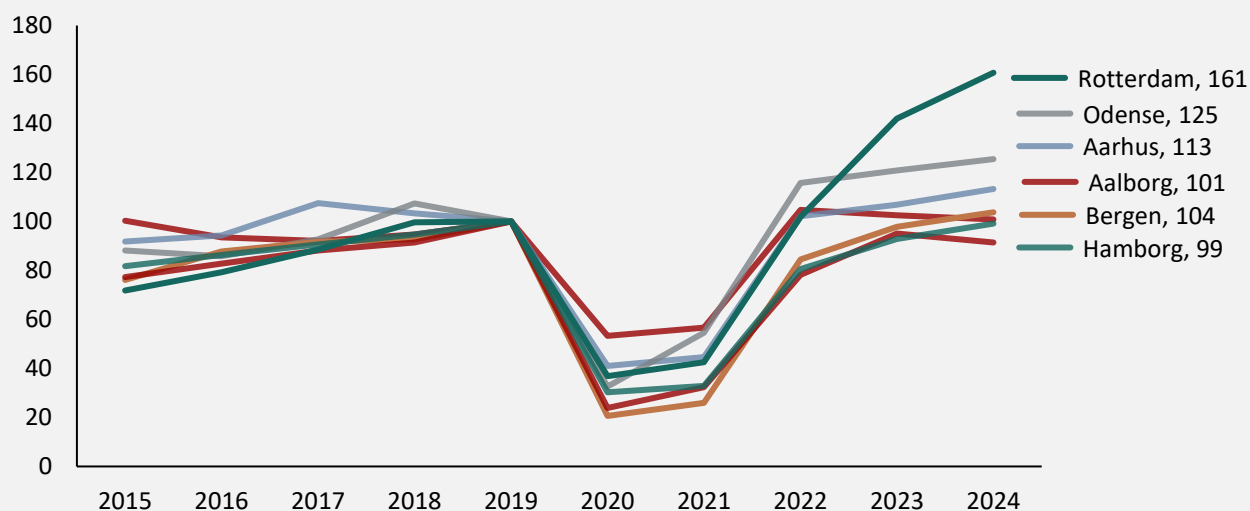
Fra 2023 til 2024 havde Rotterdam den største vækst af de syv "second-cities", så den nederlandske by i 2024 var 61 pct. over 2019-niveauet. Odense og Aarhus oplevede også positiv vækst, så man i 2024 var henholdsvis 25 pct. og 13 pct. over 2019-niveauet.

Aalborg gik tilbage fra 2023 til 2024, men var lige netop over 2019-niveauet. Bergen var i 2024 4 pct. over niveauet i 2019, mens Hamborg var 1 pct. under 2019-niveauet.

De tre danske byer, Odense, Aarhus og Aalborg, havde tilsammen en markedsandel på 7 pct. af de udenlandske overnatninger i "second-city" konkurrencefeltet i 2024. Det var på samme niveau som i 2019. Af de tre danske storbyer havde Aalborg og Aarhus den største markedsandel (3 pct. hver) efterfulgt af Odense (1 pct.).

³³ Second-city refererer til storbyer, som ikke er hovedstæder.

Figur 30 Udenlandske turisters overnatninger i Aarhus, Aalborg og Odenses konkurrentfelt, 2015-2024. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik (Aalborg, Odense og Aarhus), TOURMIS (Hamborg), Tilvækstdata (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.

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.

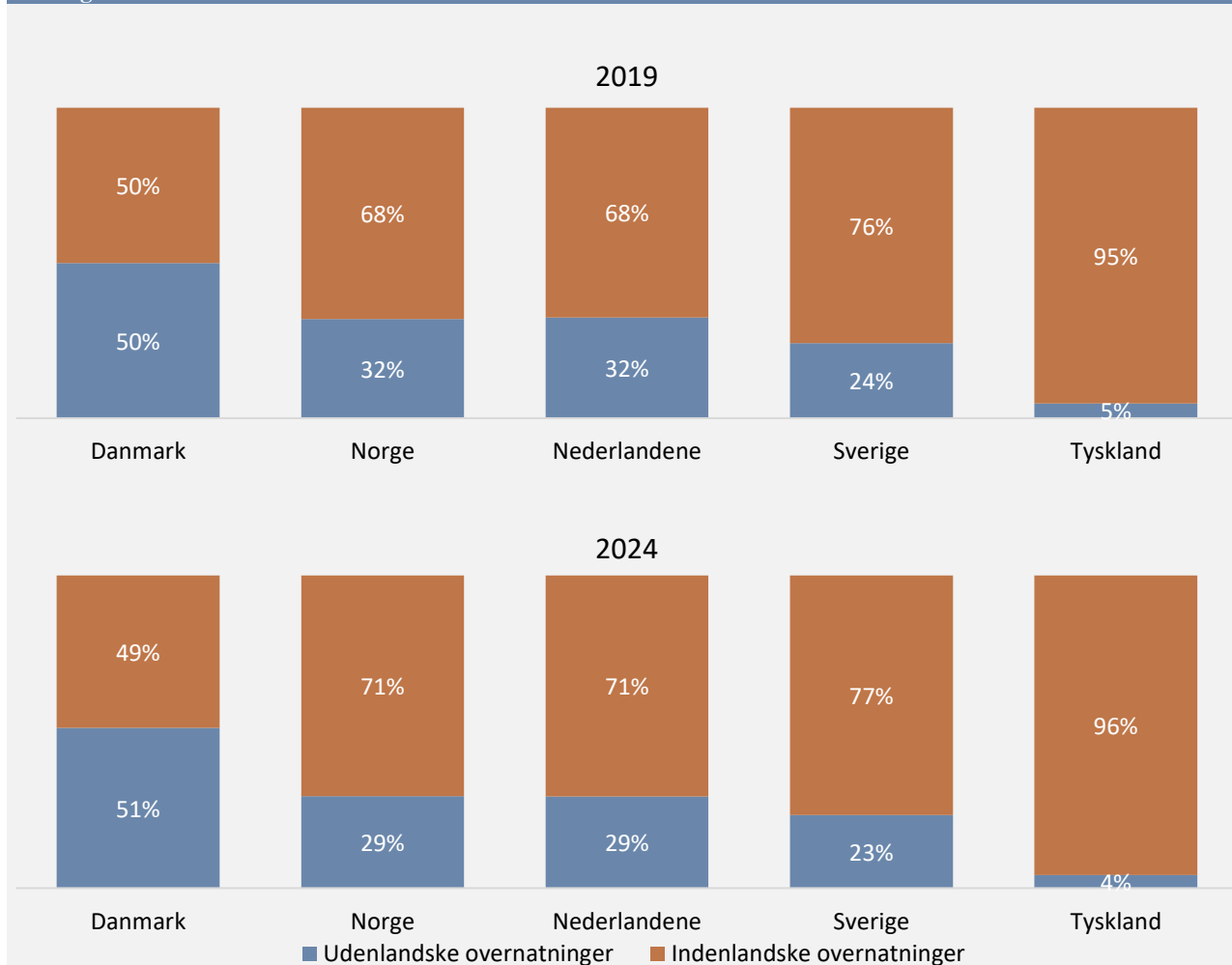
VisitDenmark og Dansk Kyst- og Naturturisme har lavet følgende afgrænsning af Danmarks konkurrentfelt inden for kyst- og naturturismen:

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 hede³⁴.

I konkurrentfeltet steg andelen af udenlandske overnatninger i kyst- og naturturismen fra 50 pct. til 51 pct. fra 2019 til 2024. Hermed havde Danmark den største andel af udenlandske kyst- og naturturister sammenlignet med konkurrentfeltet, jf. Figur 31.

³⁴ Centraal Bureau voor de Statistiek har opdelt de nederlandske kommuner i turistområder

Figur 31 Fordeling af inden- og udenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2019 og 2024



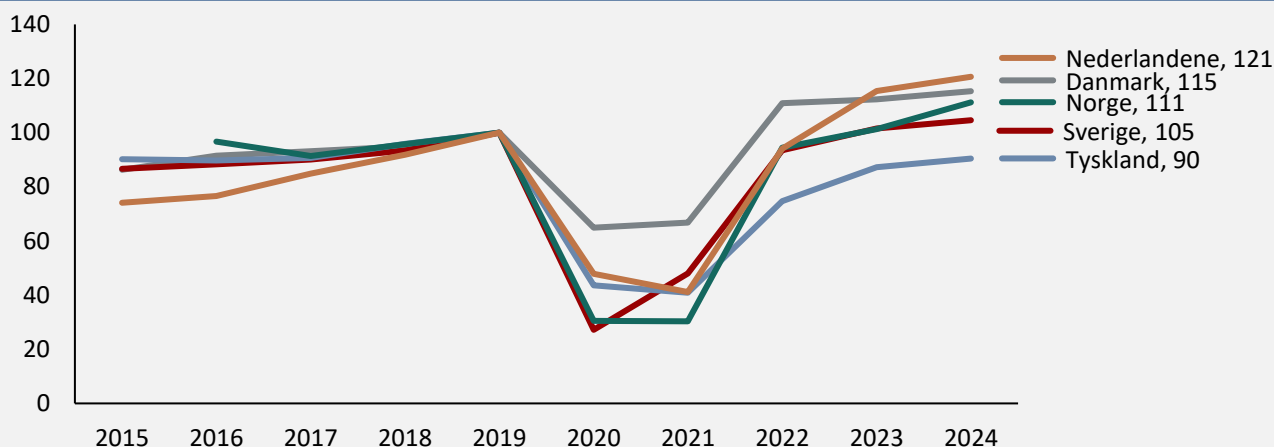
Kilde: Danmarks Statistik (Danmark), Statistisk sentralbyrå (Norge), Tillvaxtdata (Sverige), Statistisches Bundesamt (Tyskland) og Centraal Bureau voor de Statistiek (Nederlandene).

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., jf. Figur 32.

I 2024 var antallet af udenlandske overnatninger inden for dansk kyst- og naturturisme 15 pct. over niveauet i 2019. Hermed lå Danmark lige efter Nederlandene, hvor antallet af udenlandske overnatninger steg 21 pct. i forhold til 2019.

Figur 32 Udenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2015-2024. Indeks 2019 = 100



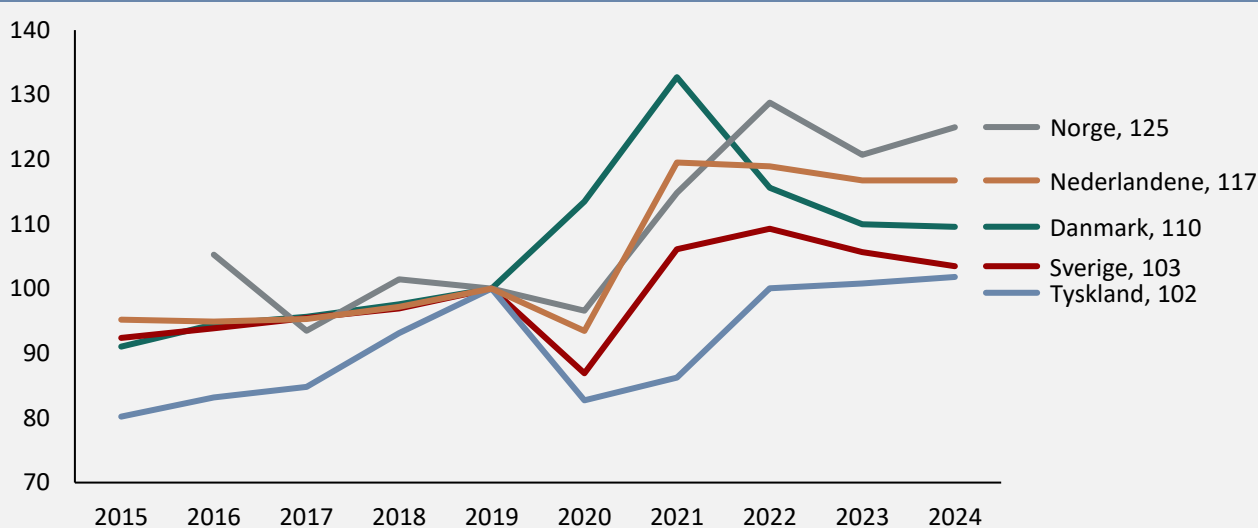
Kilde: Danmarks Statistik (Danmark), Statistisk Sentralbyrå (Norge), Tillvaxtdata (Sverige), Statistisches Bundesamt (Tyskland) Centraal Bureau voor de Statistiek (Nederlandene).

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

Antallet af indenlandske overnatninger i Danmark steg markant i de to covid-19-prægede år. Siden da er indenlandske overnatninger i Danmark faldet, mens andre lande, bl.a. Norge og Tyskland, har oplevet positiv vækst

Danmarks indenlandske overnatninger i kyst- og naturturismen faldt 0,4 pct. fra 2023 til 2024, men var dog stadig 10 pct. over 2019-niveauet, jf. Figur 33.

Figur 33 Indenlandske turisters overnatninger i Danmarks konkurrentfelt for kyst- og naturturisme, 2015-2024. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik (Danmark), Statistisk sentralbyrå (Norge), Tillvaxtdata (Sverige), Statistisches Bundesamt (Tyskland) og 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: Hele landet med undtagelse af Noord-Holland og Zuid-Holland (Amsterdam, Rotterdam og Haag regionerne).



© Christoffer Arias Sandager

6. Vækstforventninger og kapacitet

6. Vækstforventninger og kapacitet

Opsummering

Vækstforventninger frem mod 2030

- Målt på antal overnatninger overgik 2024 det hidtidige rekordår 2023, mens overnatningstallene i 2025 forventes at gå svagt tilbage. I 2030 forventes der i alt 77,0 mio. overnatninger, hvoraf 42,1 mio. anslås at være udenlandske.
- Hvis vækstforventningerne for 2030 realiseres, svarer det til en gennemsnitlig årlig vækst i antallet af overnatninger på 3,4 pct. fra 2025 til 2030. Antallet af danske overnatninger forventes at vokse med 2,7 pct. om året i gennemsnit fra 2025 til 2030, og antallet af udenlandske overnatninger forventes at vokse med 4,1 pct. om året.

Kapacitetsudvikling

- Målt på antallet af sengepladser steg kapaciteten på de danske hoteller, campingpladser, feriecentre og i feriehuse med 19,6 pct. fra 2015 til 2024. Det svarer til en gennemsnitlig årlig vækst på 2,0 pct.
- Fra 2023 til 2024 steg feriehuskapaciteten med 3.793 huse til udlejning. De danske feriehuse blev udlejet i 782.498 uger i 2024, hvilket var mere end noget andet år. Det svarer til, at hvert feriehus blev udlejet 17,3 uger i 2024, hvilket var mindre end i 2023, hvor hvert feriehus blev udlejet 18,0 uger. Feriehusene blev især udlejet i sommermånederne.
- Fra 2015 til 2024 steg hotelværelseskapaciteten med 36 pct.
- Den gennemsnitlige udnyttelse af hotelværelser var i 2024 61 pct. Det var lidt højere end i 2023 på trods af et større udbud.
- Wonderful Copenhagen havde både den største hotelkapacitet og den højeste kapacitetsudnyttelse i 2024. Fra 2023 til 2024 steg kapacitetsudnyttelsen på de danske hoteller i ni af 19 destinationsselskaber.
- På landets feriecentre var værelsesudnyttelsen i 2024 på 46 pct, hvilket var på niveau med 2023. I forhold til feriecentrenes samlede kapacitet er den et stykke fra niveauet fra 2015 til 2020.
- Antallet af campingenheder har fluktueret omkring 90.000 siden 2015, men faldt til under 89.000 fra 2023 til 2024. Kapacitetsudnyttelsen af landets campingpladser var uændret på 16 pct. fra 2023 til 2024.

6.1 Vækstforventninger og kapacitet

I dette kapitel præsenteres en fremskrivning af udviklingen i antallet af overnatninger i Danmark frem mod 2030, jf. Tabel 15.³⁵ Vækstprognosen er baseret på forventningerne til efterspørgslen af overnatninger i Danmark de kommende år.

Den kortsigtede prognose for 2025 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.

³⁵ 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 overgik 2024 det hidtidige rekordår 2023. Samlet var der 65,3 mio. overnatninger i 2024 sammenlignet med 63,8 mio. i 2023. Antallet af danske overnatninger lå 0,8 pct. under 2023-niveauet, mens antallet af udenlandske overnatninger lå 5,2 pct. over niveauet i 2023.

Antallet af overnatninger i 2025 forventes at gå svagt tilbage.

Den nationale strategi *Veje til bæredygtig 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 2,8 pct. fra 2024 til 2030.

Jf. prognosen vil målet allerede indfries i 2029. I 2030 forventes der 34,9 mio. danske overnatninger og 42,1 mio. udenlandske overnatninger, hvilket svarer til en gennemsnitlig vækst på henholdsvis 2,4 pct. og 4,2 pct. fra 2025 til 2030.

Tabel 15 Antal overnatninger og prognose, 2019-2030

	Overnatninger				Prognose								Gns. årlig vækst 2025-2030	Samlet vækst 2025-2030
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025*	2026*	2027*	2028*	2029*	2030*		
	Mio. overnatninger												Pct.	
Danske	27,6	29,0	34,8	32,4	31,3	31,0	30,5	31,7	32,5	33,3	34,0	34,9	2,7%	14,3%
Udenlandske	29,3	16,4	17,5	31,3	32,6	34,3	34,5	35,9	37,4	39,1	40,8	42,1	4,1%	22,0%
I alt	56,9	45,4	52,3	63,7	63,8	65,3	65,0	67,5	69,8	72,4	74,8	77,0	3,4%	18,4%

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

Note: *Forventede antal overnatninger.

Hvis vækstprognosen skal realiseres, kræver det tilstrækkelig kapacitet, så turisternes efterspørgsel kan imødekommes. Dette kapitel afdækker kapaciteten på de største overnatningsformer i Danmark: feriehus, hoteller, feriecentre og camping, der står for mere end 90 pct. af samtlige registrerede kommercielle overnatninger i Danmark. De resterende overnatninger fandt sted på vandrerhjem og i lystbådehavne.

Figur 34 viser udviklingen i den maksimale kapacitet på hoteller, feriecentre og campingpladser målt i antal senge og campingenheder fra 2015 til 2024.³⁶ Fra 2015 til 2024 steg kapaciteten med i alt 14,6 pct. fra 220.100 til 252.100 sengepladser, svarende til en årlig vækst på 1,5 pct.

Den øgede kapacitet var i høj grad drevet af hotellerne, der fra 2015 til 2024 udvidede med næsten 36.000 senge. Fra 2023 til 2024 steg kapaciteten på de danske hoteller med 3.800 senge, hvilket blev modsvaret af et fald i kapaciteten på feriecentre og campingpladser. Således var der fra 2023 til 2024 1.200 færre tilgængelige senge på landets feriecentre og 700 færre sovepladser på landets campingpladser.

Fra 2015 til 2024 steg antallet af feriehus til udlejning med 9.256, svarende til omkring 55.536 flere disponible sengepladser³⁷ eller en gennemsnitlig årlig vækst på 2,5 pct. Denne udvikling dækker især over en kraftig stigning i kapaciteten de seneste par år, idet niveauet har være nogenlunde konstant fra 2015 til 2022.

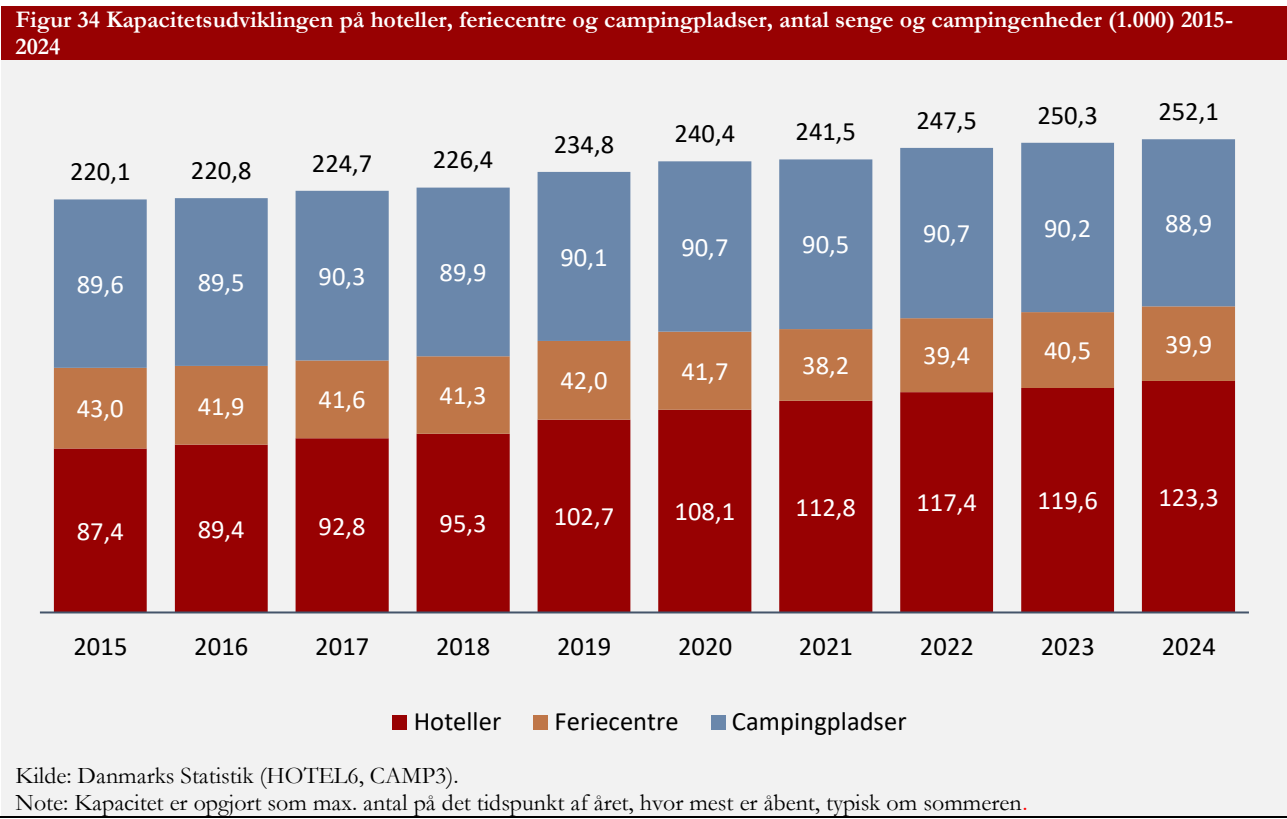
Lægges den officielle kapacitet for hoteller, feriecentre og campingpladser sammen med den estimerede feriehuskapacitet, steg antallet af sovepladser med 19,6 pct. fra 2015 til 2024, svarende til en gennemsnitlig årlig

³⁶ En campingenhed svarer til en kapacitet på 3 personer jf. [Danmarks Statistiks campingstatistik](#).

³⁷ Danmarks Statistiks tabel FERIEM5. Statistikken går tilbage til 2012. Der er antaget 6 sengepladser pr. feriehus jf. oplysninger fra VisitDenmarks Sommerhusundersøgelse 2022.

vækst på 2,0 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.



6.2 Kapacitetsudnyttelse

6.2.1 Feriehuse

En femtedel af de danske feriehuse udlejes gennem et bureau.³⁸ I 2024 var der i alt 47.256 feriehuse til rådighed for udlejning, hvilket var 3.793 flere end i 2023 og det hidtil højeste niveau, jf. Tabel 16. Samlet set blev de danske feriehuse udlejet 817.478 uger i 2024. Det er det højeste niveau og svarer til, at hvert feriehus blev udlejet 17,3 uger. I 2023 blev hvert feriehus udlejet 18,0 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.

Tabel 16 Udlejning og kapacitet i feriehusene 2015-2024

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Udlejningskapacitet, huse	38.000	40.028	40.301	39.800	39.550	39.725	39.280	38.773	43.463	47.256
Estimat på antal senge	228.000	240.168	241.806	238.800	237.300	238.350	235.680	232.638	260.778	283.536

³⁸ Danmarks Statistik (BOL101, FERIAH5). Størstedelen af feriehusovernatningerne foregår således i eget eller lånt feriehus. Disse overnatninger er ikke omfattet af statistikkerne.

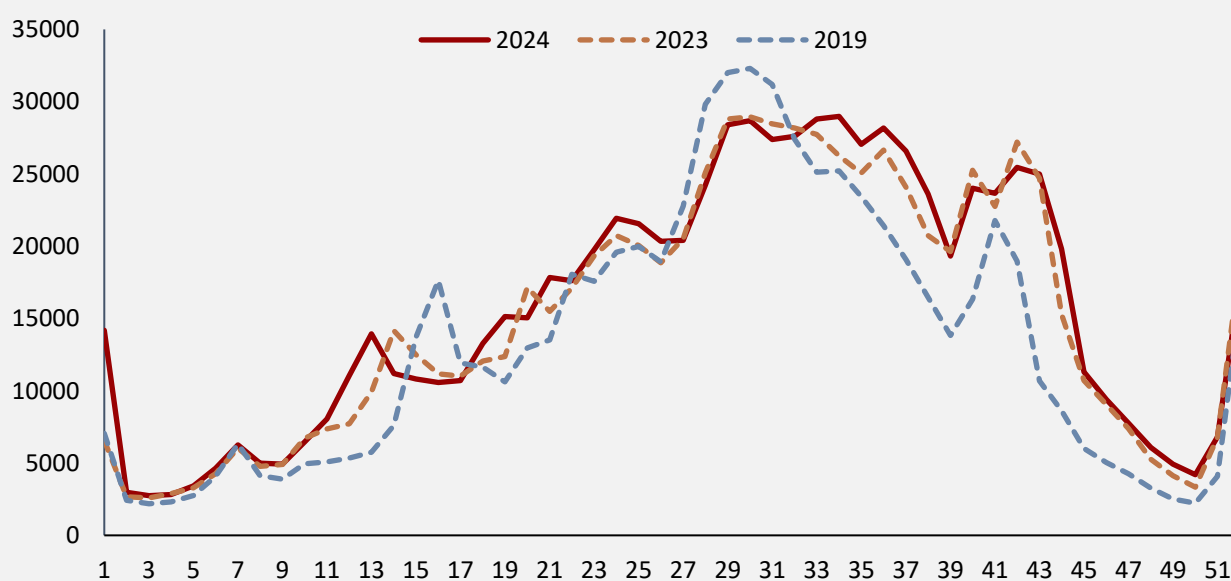
Udlejede husuger	589.832	625.092	649.265	651.130	691.120	652.547	713.980	780.292	782.498	817.478
---------------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

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.³⁹ Både husenes stand, kystnærhed og størrelse samt ejernes brug og villighed til at udleje spiller en rolle for udlejningspotentialet.

Som det ses af Figur 35, er højsæsonen for feriehusudlejning juli og august. Sæsonmønstret kan ændre sig fra år til år. Det afhænger blandt andet af den tyske feriekalender.

Figur 35 Antal udlejede husuger i feriehusene, 2019, 2023 og 2024



Kilde: Danmarks Statistik (FERIEH4).

6.2.2 Hoteller

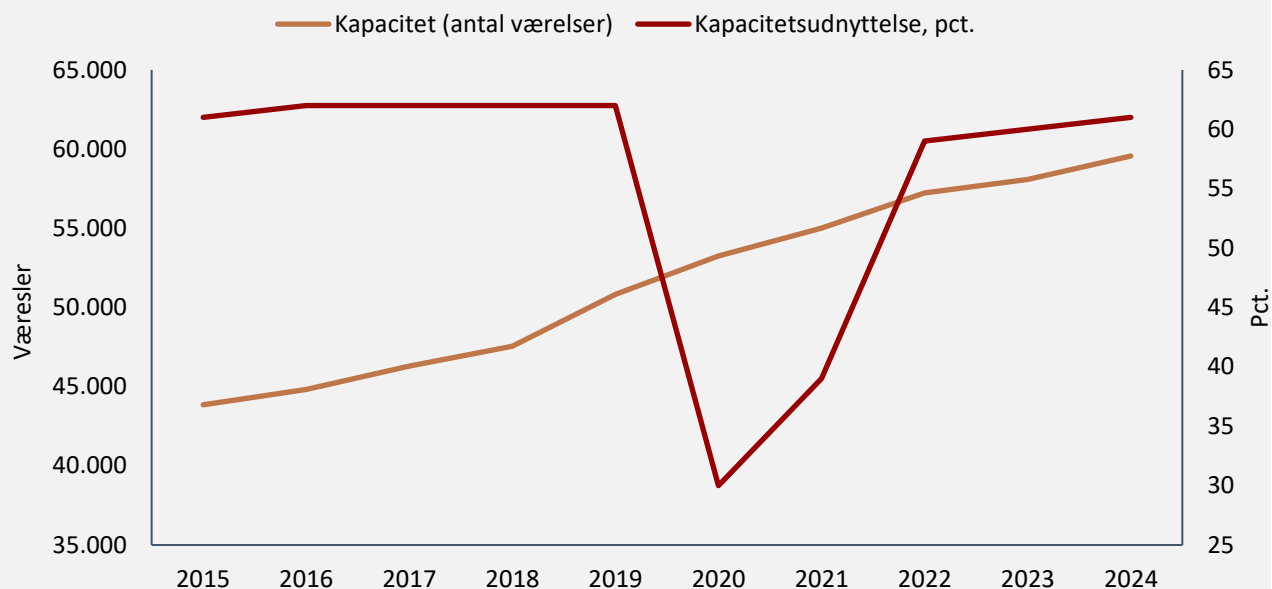
Med undtagelse af de to covid-19-prægede år har hotelværelsesudnyttelsen på landsplan ligget nogenlunde konstant fra på 60-62 pct. fra 2015 til 2024, jf. Figur 36. Dette til trods for et stigende kapacitetsudbud.⁴⁰

Fra 2015 til 2024 steg den maksimale kapacitet på hotellerne med 15.711 værelser, svarende til 35.900 senge. Man har altså i perioden også formået at fylde de mange nye senge, der er kommet til.

³⁹ [Udlejning af feriehus størst i Jylland - Danmarks Statistik \(dst.dk\)](https://dst.dk/nyheder/nyhedsarkiv/2022/07/udlejning-af-feriehus-storst-i-jylland)

⁴⁰ Hotellernes nettokapacitetsudnyttelse er beregnet som antal belagte senge/værelser i forhold til senge-/værelseskapaciteten gange antal åbningsdage i perioden.

Figur 36 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på hoteller, 2015-2024

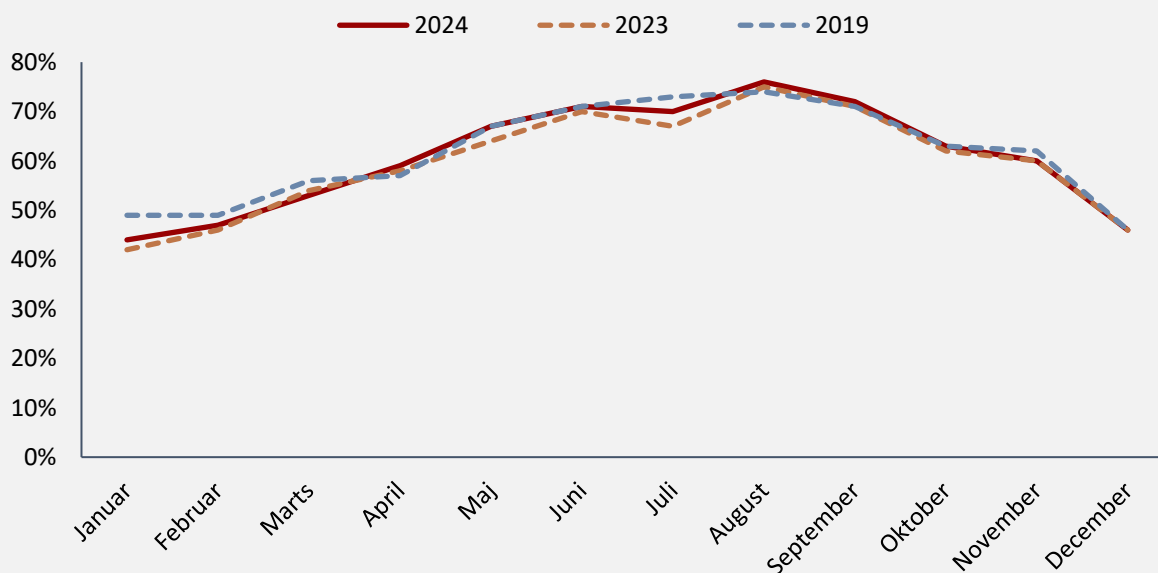


Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL6).

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

Den gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse i 2024 viser et nogenlunde ens sæsonmønster de seneste par år sammenlignet med 2019, jf. Figur 37. Hotellerne har flest gæster i august efterfulgt af juli, september og juni.

Figur 37 Kapacitetsudnyttelse for hoteller målt i værelser, 2019, 2023 og 2024



Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL5).

Ni ud af de 19 danske destinationsselskaber oplevede stigende kapacitetsudnyttelse fra 2023 til 2024, mens otte oplevede faldende kapacitetsudnyttelse. I Destination Fyn og Destination Nordvestkysten var kapacitetsudnyttelsen i 2024 på samme niveau som i 2023.

Wonderful Copenhagen havde med 70 pct. den højeste kapacitetsudnyttelse i 2024, selvom det nu højere udbud ikke var tilpasset efterspørgslen i samme grad som i 2019, hvor 73 pct. af hotelværelserne var udnyttet.

Destination Trekantområdet havde den næsthøjeste udnyttelse i 2024 på 59 pct., mens Destination Sjælland oplevede den største fremgang i kapacitetsudnyttelsen fra 45 pct. til 52 pct. fra 2023 til 2024.

Tabel 17 Gennemsnitlig værelsesudnyttelse og antal værelser på destinationsselskabernes hoteller, 2019, 2023 og 2024

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse			Antal værelser 2024	Antal virksomheder 2024
	2019	2023	2024		
Wonderful Copenhagen	73%	68%	70%	28.009	157
Destination Trekantområdet	59%	58%	59%	3.676	39
Destination Vadehavskysten	65%	63%	59%	867	11
Aarhusregionen	57%	57%	58%	4.903	56
Destination Fyn	51%	55%	55%	4.670	58
Destination Sønderjylland	50%	51%	53%	1.701	35
Destination Nord	54%	54%	53%	3.749	48
Destination Sjælland	47%	45%	52%	771	15
Destination Fjordlandet	54%	50%	51%	717	12
VisitNordsjælland	44%	45%	49%	805	14
Destination Kystlandet	53%	53%	47%	1.032	13
Destination Bornholm	51%	45%	46%	1.529	37
Destination Vesterhavet	50%	50%	46%	672	18
Destination Himmerland	48%	52%	46%	305	8
Destination Nordvestkysten	41%	46%	46%	1.392	35
Visit Sydsjælland og Møn	45%	47%	43%	663	13
VisitLolland-Falster	41%	48%	43%	698	15
Destination Limfjorden	50%	44%	42%	378	8
VisitHerning	44%	37%	39%	1.485	19

Kilde: Danmarks Statistik (VDK).

Note: Data er sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse 2024. 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 højsæsonen⁴¹ for de 10 kommuner med flest hotelovernatninger i 2024. Hotellerne i Tårnby Kommune og Københavns Kommune havde de højeste kapacitetsudnyttelser i højsæsonen 2024 på henholdsvis 93 pct. og 89 pct. For halvdelen af kommunerne var kapacitetsudnyttelsen i 2024 højere end i 2023, mens tre kommuner havde udnyttelse på et lavere niveau og to kommuner havde samme udnyttelse i 2024 som i 2023.

⁴¹ Månedens med højest belægning.

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

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2024	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2023	Udnyttelse, højsæson 2024	Antal virksomheder højsæson 2024
1	Tårnby	818.210	93%	88%	93%	6
2	København	9.130.221	87%	87%	89%	111
3	Bornholm	347.050	86%	83%	82%	37
4	Frederiksberg	233.106	92%	82%	81%	4
5	Aarhus	1.065.493	76%	77%	81%	26
6	Odense	481.334	64%	77%	74%	14
7	Fredericia	177.528	73%	73%	82%	7
8	Frederikshavn	434.678	86%	72%	73%	23
9	Aalborg	611.376	69%	67%	67%	22
10	Vejle	390.924	68%	67%	67%	15

Kilde: Danmarks Statistik (VDK).

Note: Højsæson angiver måneden med højest udnyttelse.

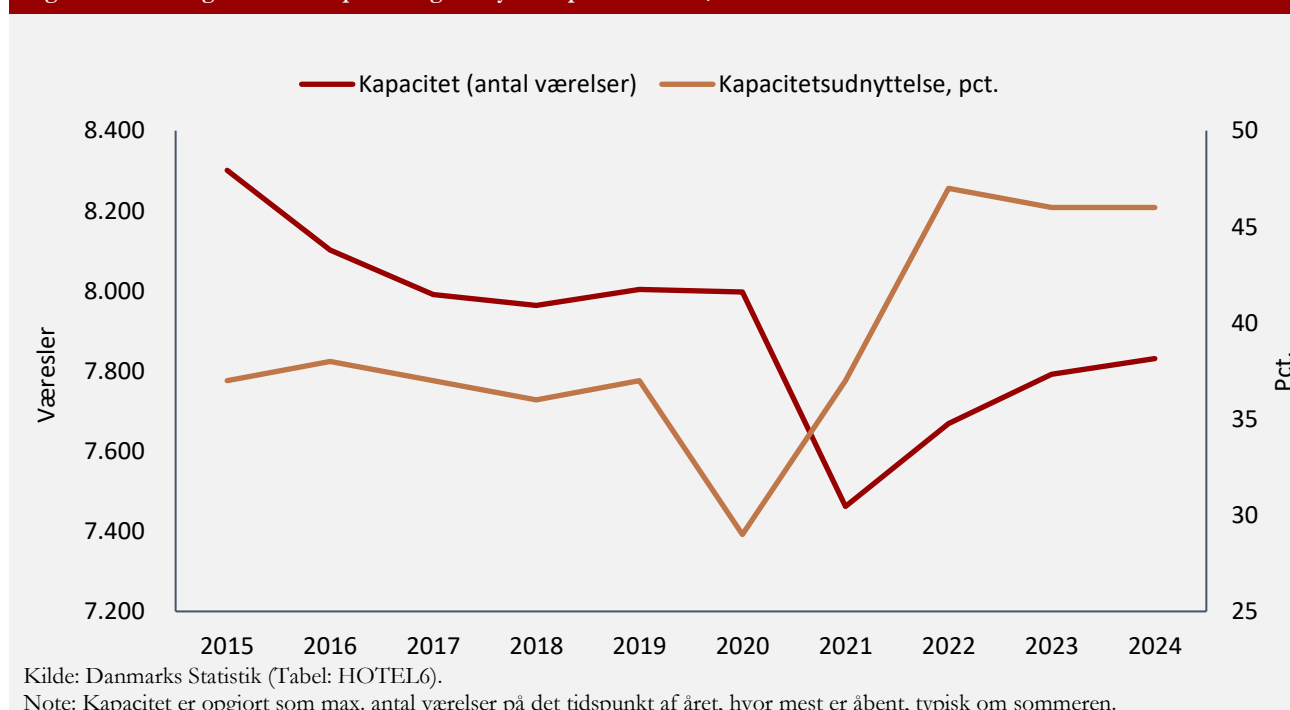
Note: Data er sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse 2024.

6.2.3 Feriecentre

Værelseskapacitetsudnyttelsen på de danske feriecentre lå i årene 2015 til 2019 omkring 37 pct., jf. Figur 38.

I årene efter covid-19 er udnyttelsen steget til et nyt niveau omkring 46 pct., hvilket også afspejler et lavere udbud af værelser end før 2021.

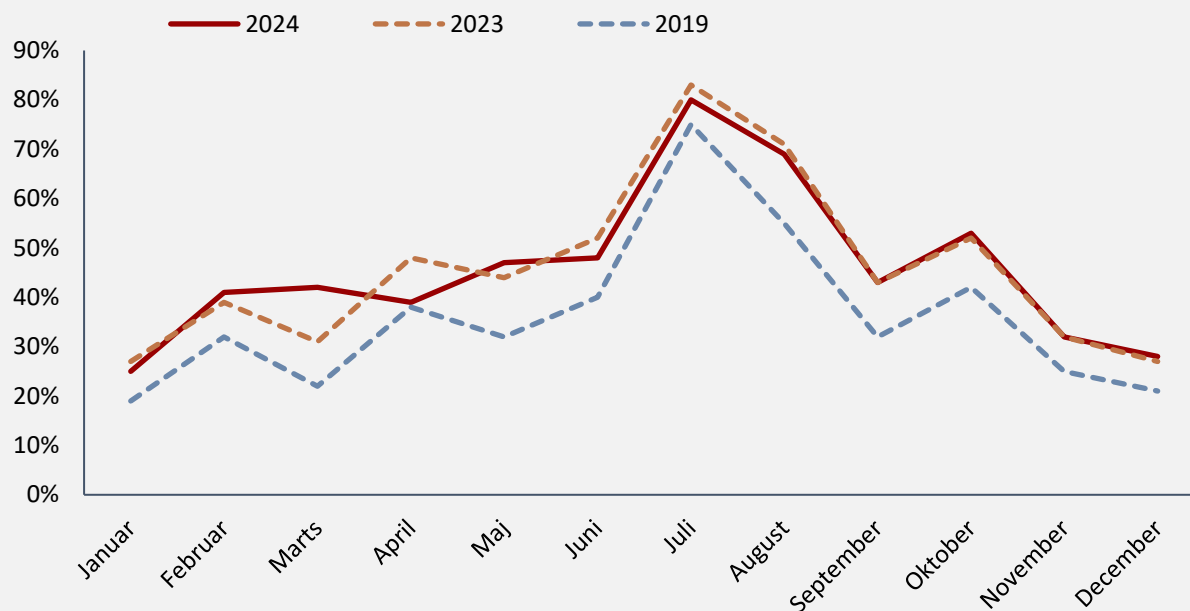
Figur 38 Udvikling i værelseskapacitet og -udnyttelse på feriecentre, 2015-2024



Kapacitetsudnyttelsen i feriecentrene er højest i juli måned med 83 pct. i 2024, jf. Figur 39. Sammenlignes med 2023 og 2019 var udnyttelsen bedre i store dele af året. Fx sås en højere udnyttelse i månederne februar, maj og oktober.

Kapacitetsudnyttelsen i feriecentre er noget mere sæsonpræget end på landets hoteller, hvor flere forretningsrejsende giver mere sæsonspredning.

Figur 39 Kapacitetsudnyttelse for feriecentre målt i værelser 2019, 2023 og 2024



Kilde: Danmarks Statistik (HOTEL5).

Kapacitetsudnyttelsen af feriecentre var kun højere i 2024 end i 2023 i et af landets 13 destinationsselskaber med tre feriecentre eller flere, nemlig i Destination Sønderjylland, jf.

Tabel 19. I Destination Trekantområdet, Visit-Lolland-Falster og Destination Nordvestkysten var udnyttelsen lige så høj i 2024 som i 2023, mens de resterende ni destinationsselskaber oplevede en lavere udnyttelse af feriecentre i 2023 end 2024. Især faldt udnyttelsen af feriecentre i Aarhusregionen og i Visit Sydsjælland & Møn.

Destination Nordvestkysten havde den største kapacitet i 2024, mens udnyttelsen var højest i Destination Trekantområdet.

Tabel 19 Gennemsnitlig udnyttelse og antal værelser på destinationsselskabernes feriecentre, 2019, 2023 og 2024

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse			Antal værelser 2024	Antal virksomheder 2024
	2019	2023	2024		
Destination Trekantområdet	51%	64%	64%	1.045	4
VisitLolland-Falster	37%	53%	53%	1.064	8
Destination Vesterhavet	30%	49%	48%	985	7
Destination Sønderjylland	37%	43%	46%	629	8
Destination Himmerland	44%	46%	45%	434	4
Destination Vadehavskysten	44%	46%	45%	171	3
Destination Nordvestkysten	33%	42%	42%	1.242	12
Destination Fyn	30%	39%	38%	226	5
Aarhusregionen	31%	44%	36%	499	5
Destination Bornholm	38%	39%	35%	368	6
Visit Sydsjælland & Møn	22%	38%	34%	176	5
Visit Nordsjælland	28%	31%	28%	166	3
Destination Nord	27%	25%	23%	277	5

Kilde: Danmarks Statistik.

Note: Data er sorteret efter faldende kapacitetsudnyttelse 2024. Antal værelser og virksomheder er opgjort som max. antal på det tidspunkt af året, hvor mest er åbent, typisk om sommeren.

Størstedelen af top-10-listen over kommuner med flest overnatninger på feriecentre havde en bedre højsæson⁴² i 2023 end i 2024, jf.

⁴² Den måned med højest belægning.

Tabel 20. Kun feriecentre i Varde Kommune havde en bedre højsæson i 2024 end i 2023, idet hele 94 pct. af værelseskapaciteten blev udnyttet.

Til gengæld oplevede feriecentre i Guldborgsund og Vordingborg kommuner drastiske fald i værelsesudnyttelsen fra 2023 til 2024. Det skal dog siges, at disse to kommuner er klart mindre end de andre i top-10 målt på feriecenterovernatninger.

Tabel 20 Værelseskapacitetsudnyttelse i højsæson på feriecentre for top 10 kommuner, 2019, 2023 og 2024

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2024	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2023	Udnyttelse, højsæson 2024	Virksomheder, højsæson 2024
1	Varde	293.307	78%	91%	94%	3
2	Lolland	719.653	91%	92%	91%	4
3	Hjørring	427.670	82%	89%	87%	5
4	Ringkøbing-Skjern	486.686	69%	90%	86%	4
5	Jammerbugt	202.543	74%	88%	84%	3
6	Bornholm	114.928	82%	73%	72%	6
7	Vesthimmerlands	242.193	70%	73%	69%	3
8	Tønder	219.595	67%	71%	69%	5
9	Guldborgsund	27.266	37%	77%	66%	4
10	Vordingborg	40.971	...	68%	62%	3

Kilde: Danmarks Statistik.

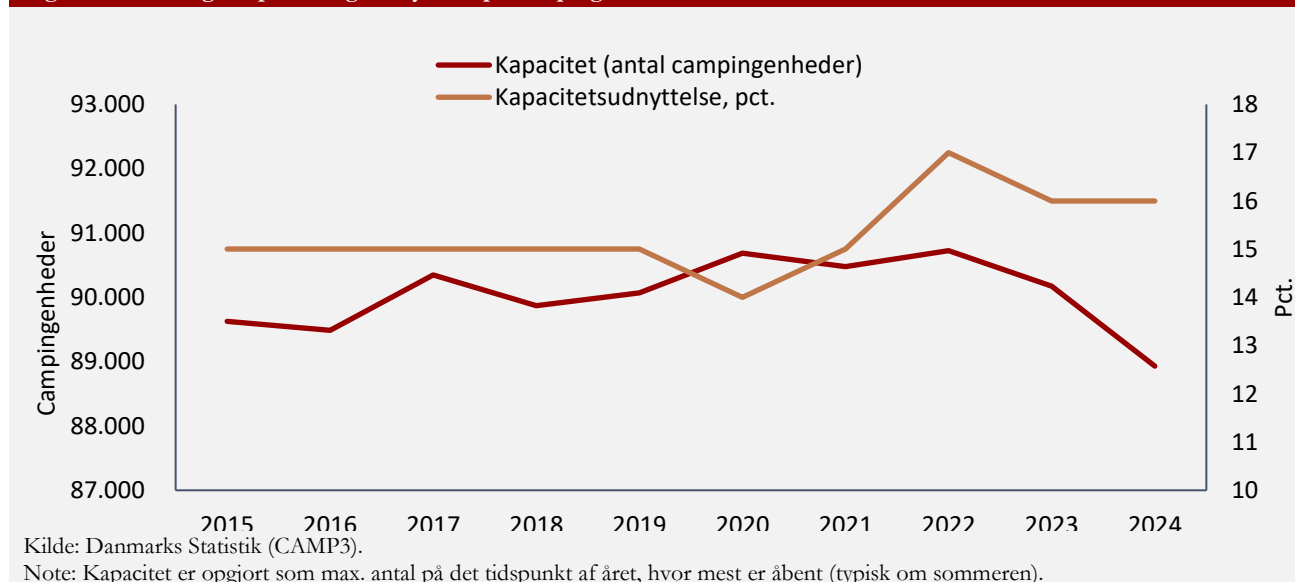
Note: Højsæson angiver måneden med højest udnyttelse.

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

6.2.4 Campingpladser

Antallet af campingenheder⁴³ har fluktueret omkring 90.000 siden 2015, men tog et dyk fra 2023 til 2024, hvor kapaciteten var 88.931 campingenheder. Kapacitetsudnyttelsen⁴⁴ var konstant på 17 pct. fra 2023 til 2024, men 2022 var et bedre år, da både kapacitet og udnyttelse var højere.

Figur 40 Udvikling i kapacitet og -udnyttelse på campingenheder, 2015-2024



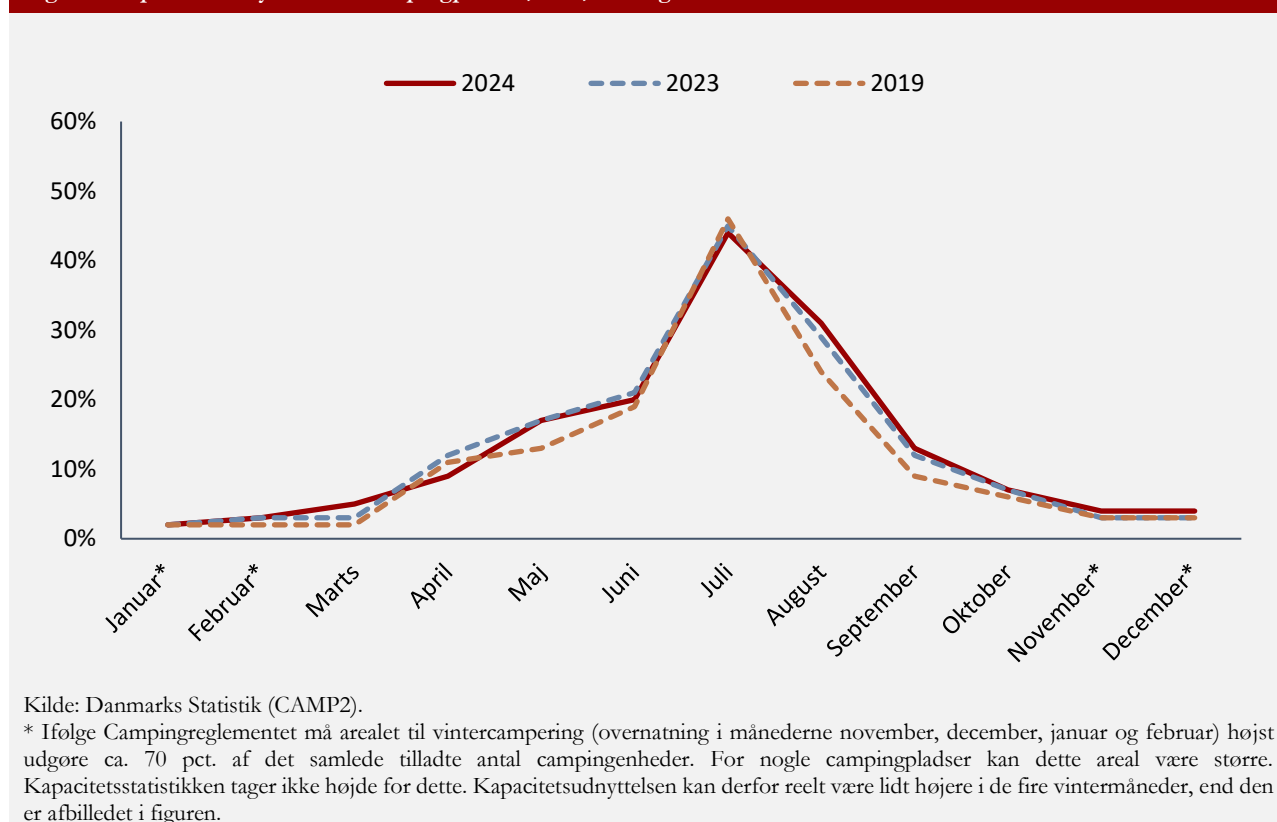
I juli, der er campingpladsernes absolutte højsæson, var kapacitetsudnyttelsen i 2024 på 44 pct. Dette var en anelse lavere end i juli 2023 og 2019., jf. Figur 41. Ellers bemærkes det, at kapacitetsudnyttelsen i andet halvår af 2024 var højere end i både 2023 og 2019, særligt i august.

⁴³ En campingenhed svarer til 3 sovepladser.

⁴⁴ Kapacitetsudnyttelsen beregnes som antal udlejede pladser i forhold til kapaciteten gange antal åbningsdage i perioden. Fastliggere tæller med i overnatningsstatistikken.

Kapacitetsudnyttelsen inden for camping er lav sammenlignet med for eksempel hoteller, og overnatningsmønsteret på campingpladser er meget sæsonpræget.

Figur 41 Kapacitetsudnyttelse for campingpladser, 2019, 2023 og 2024



Destination Vesterhavet havde den højeste gennemsnitlige kapacitetsudnyttelse af campingpladserne i 2024 på 30 pct. Kun Destination Vadehavskysten, VisitNordsjælland, Destination Sjælland og Destination Himmerland havde en højere udnyttelse af campingpladserne i 2024 end i 2023, mens de fleste af destinationsselskabernes udnyttelse af campingpladser lå på samme niveau eller lavere i 2024 sammenlignet med 2023.

Destination Sønderjylland, Destination Nordvestkysten og Destination Fyn var i 2024 de tre største campingdestinationer med mellem 9.686 og 11.322 campingenheder, jf.

Tabel 21.

Tabel 21 Gennemsnitlig udnyttelse og antal enheder på destinationsselskabernes campingpladser, 2019, 2023 og 2024

Destinationsselskab	Gennemsnitlig udnyttelse			Antal campingenheder 2024	Antal virksomheder 2024
	2019	2023	2024		
Destination Vesterhavet	24%	30%	30%	5.789	24
Destination Fjordlandet	24%	25%	25%	753	4
Destination Bornholm	21%	21%	20%	2.424	14
Destination Vadehavskysten	16%	16%	17%	2.249	10
Destination Fyn	17%	18%	17%	9.686	45
Destination Trekantområdet	17%	18%	16%	4.578	18
Wonderful Copenhagen	16%	17%	16%	2.837	12
Visit Sydsjælland og Møn	13%	16%	15%	3.671	13
Aarhusregionen	15%	15%	15%	9.174	40
Destination Kystlandet	13%	16%	15%	2.193	12
Destination Sønderjylland	13%	15%	14%	11.322	43
Destination Nordvestkysten	13%	13%	14%	10.285	43
Visit Nordsjælland	12%	12%	14%	2.047	11
Destination Nord	15%	14%	14%	6.321	20
Destination Sjælland	11%	12%	13%	3.019	19
Destination Himmerland	13%	12%	13%	2.381	13
Destination Limfjorden	14%	12%	12%	3.239	16
Visit Lolland-Falster	12%	12%	11%	2.607	16
Visit Herning	9%	7%	6%	415	3

Kilde: Danmarks Statistik (VDK).

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 var den kommune, der med afstand både havde flest campingovernatninger i 2024 og den højeste kapacitetsudnyttelse i højsæsonen.⁴⁵ Generelt havde de største campingkommuner en dårligere højsæsonmåned i 2024 end i 2023. Kun Jammerbugt, Tønder og Hjørring havde en højere kapacitetsudnyttelse af campingpladserne i højsæsonen i 2024 end i 2023.

⁴⁵ Den måned med højest belægning.

Tabel 22 Kapacitetsudnyttelse af campingenheder i højsæson for top 10 kommuner, 2019, 2023 og 2024

Nr.	Kommune	Antal overnatninger 2024	Udnyttelse, højsæson 2019	Udnyttelse, højsæson 2023	Udnyttelse, højsæson 2024	Antal virksomheder, højsæson 2024
1	Varde	1.057.433	77%	81%	81%	12
2	Jammerbugt	552.620	45%	44%	45%	13
3	Frederikshavn	547.820	54%	46%	44%	10
4	Tønder	523.089	39%	32%	36%	13
5	Haderslev	427.115	45%	50%	47%	8
6	Ringkøbing-Skjern	414.884	53%	47%	47%	12
7	Sønderborg	345.966	38%	39%	36%	16
8	Hjørring	338.063	44%	40%	41%	13
9	Bornholm	331.771	66%	66%	61%	14
10	Aabenraa	265.647	45%	45%	43%	6

Kilde: Danmarks Statistik (VDK).

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

7 Kendskab til og tilfredshed med Danmark som feriedestination

Opsummering

Kendskab til Danmark

- Kendskabet til Danmark som feriedestination var 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 63 pct. og 62 pct.) noget eller meget til Danmark som feriedestination. Blandt tyskerne var andelen 38 pct., og blandt nederlænderne 17 pct.
- Fra 2012 til 2024 steg kendskabet til Danmark i Nederlandene, mens niveauet har været uændret i Tyskland, Sverige og Norge.

Kendskab til større byer i Danmark

- I foråret 2025 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.
- På alle fire nærmarkeder var kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense lavere end kendskabet til København og Danmark.

Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

- Blandt svenskere var Danmark den mest kendte udenlandske, nordeuropæiske feriedestination i 2025. Blandt nordmænd lå Sverige nummer et foran Danmark på andenpladsen.
- I både 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 2025. Blandt nordmændene lå Danmark nummer tre efter hjemlandet og Sverige.
- I både Nederlandene og Tyskland havde flere Danmark på deres liste over rejsemål for det kommende år, end tilfældet var for Sverige og Norge.

De udenlandske turisters tilfredshed med Danmark sammenlignet med Norden og Nordeuropa

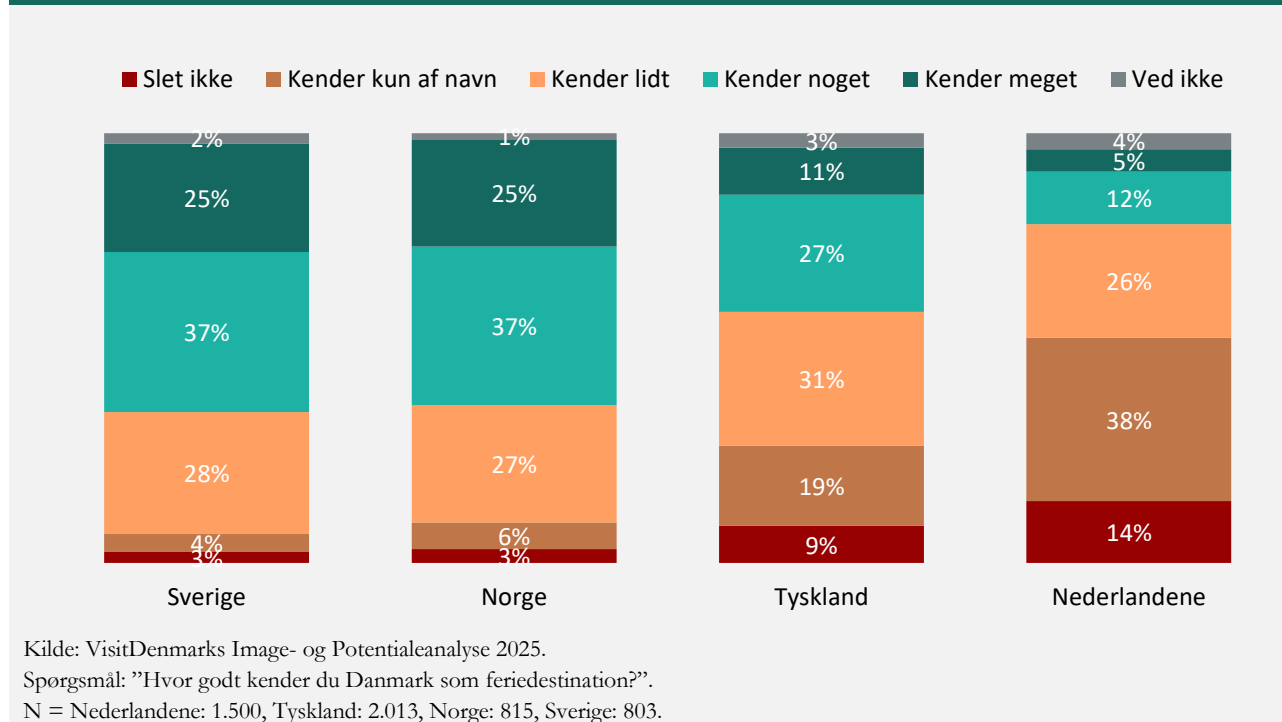
- I 2025 opnåede Danmark en høj score i forhold til udenlandske turisters tilfredshed med ferieoplevelsen i Danmark. Ligesom sidste år lå Danmark på niveau med gennemsnittet i Norden og Nordeuropa.
- På parametrene *forlystelses- og temaparker* og *befolkningens imødekommenhed* scorede Danmark højere end både det nordeuropæiske og nordiske gennemsnit.
- På parametrene *flotte strande*, *oplevelse af sikkerhed under opholdet*, *service på overnatningsstedet*, *overordnet kvalitet af overnatningsstedet*, *service på spisesteder*, *overordnet kvalitet af spisesteder* og *service i butikker* scorede Danmark over det nordeuropæiske gennemsnit. På ingen af parametrene scorer Danmark under det nordeuropæiske gennemsnit.
- På parametrene *udvalg af historiske seværdigheder/museer*, *udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter* og *udvalg af shopping og indkøb* scorede Danmark over den nordiske gennemsnit, mens Danmark scorede lavere end det nordiske konkurrentfelt på parameteret *flotte landskaber*.

I dette kapitel ses der nærmere på 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 der 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 højt i Sverige og Norge. I en analyse fra foråret 2025 svarede 63 pct. af svenskerne, 62 pct. af nordmændene, 38 pct. af tyskerne og 17 pct. af nederlænderne, at de kendte noget eller meget til Danmark som feriedestination, jf. Figur 42. Resultaterne dækker over regionale forskelle. I Nordvesttyskland, Syd- og Vestsverige og Sydnorge var der typisk flere, der kendte Danmark, end i Midt- og Syd-tyskland og det nordlige Sverige og Norge.⁴⁶

Figur 42 Kendskab til Danmark som feriedestination på de fire nærmarkeder, 2025



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 uændret på de øvrige tre markeder.⁴⁷

7.1.1 Kendskab til de fire store byer i Danmark

Figur 43 viser andelen af befolkningerne på de fire hovedmarkeder, som i 2025 kendte noget eller meget til Danmark og de fire største byer i Danmark som feriedestinationer. Kendskabet til byerne var i foråret 2025 højest i Norge og Sverige og lavere i de øvrige to lande.

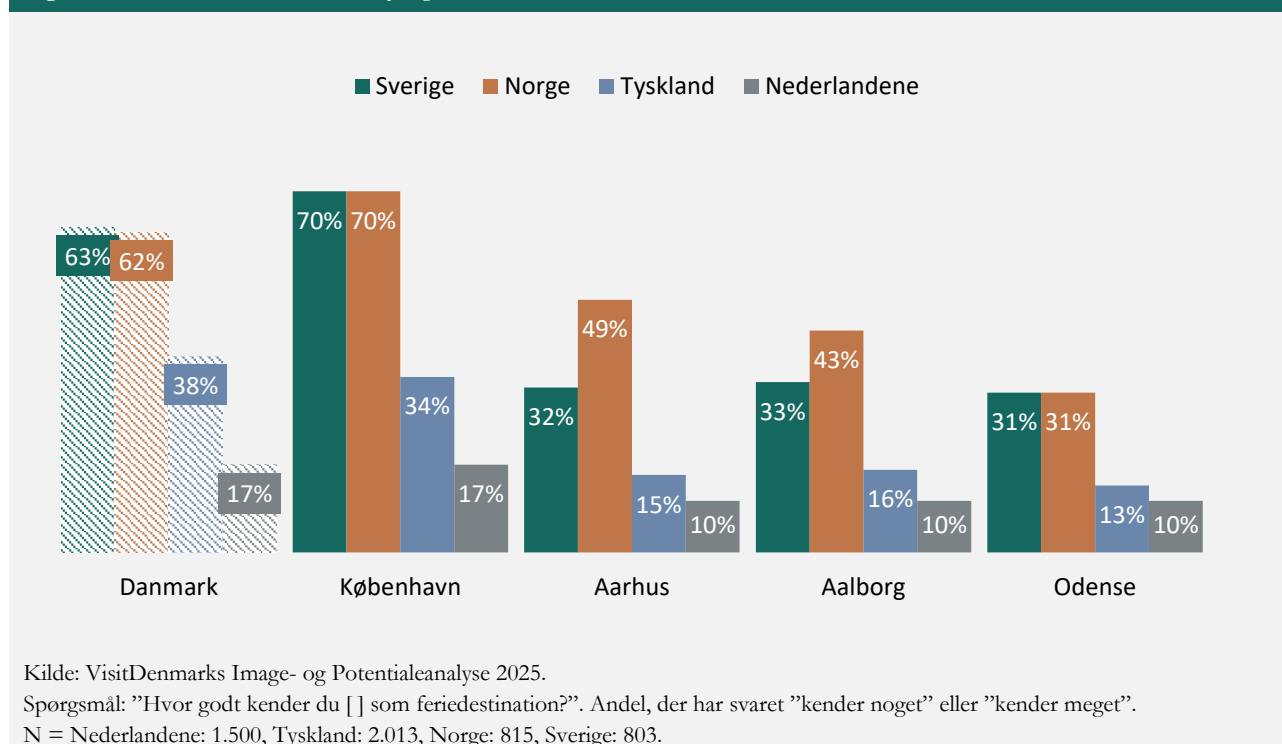
Andelen af nordmænd og svenskere, der i foråret 2025 kendte til København som feriedestination, lå højere end andelen, der kendte til Danmark. I den nederlandske befolkning var kendskabet til København på niveau med kendskabet til Danmark, mens kendskabet til København i den tyske befolkning lå under kendskabet til Danmark.

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

⁴⁷ <https://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/analyser/kendskab-attraktivitet-og-rejselyst>

Kendskabet til Aalborg, Aarhus og Odense var lavere end kendskabet til København og Danmark. Tallene har ligget forholdsvis stabilt siden 2010.⁴⁸

Figur 43 Kendskab til de fire store byer på de fem hovedmarkeder, 2025



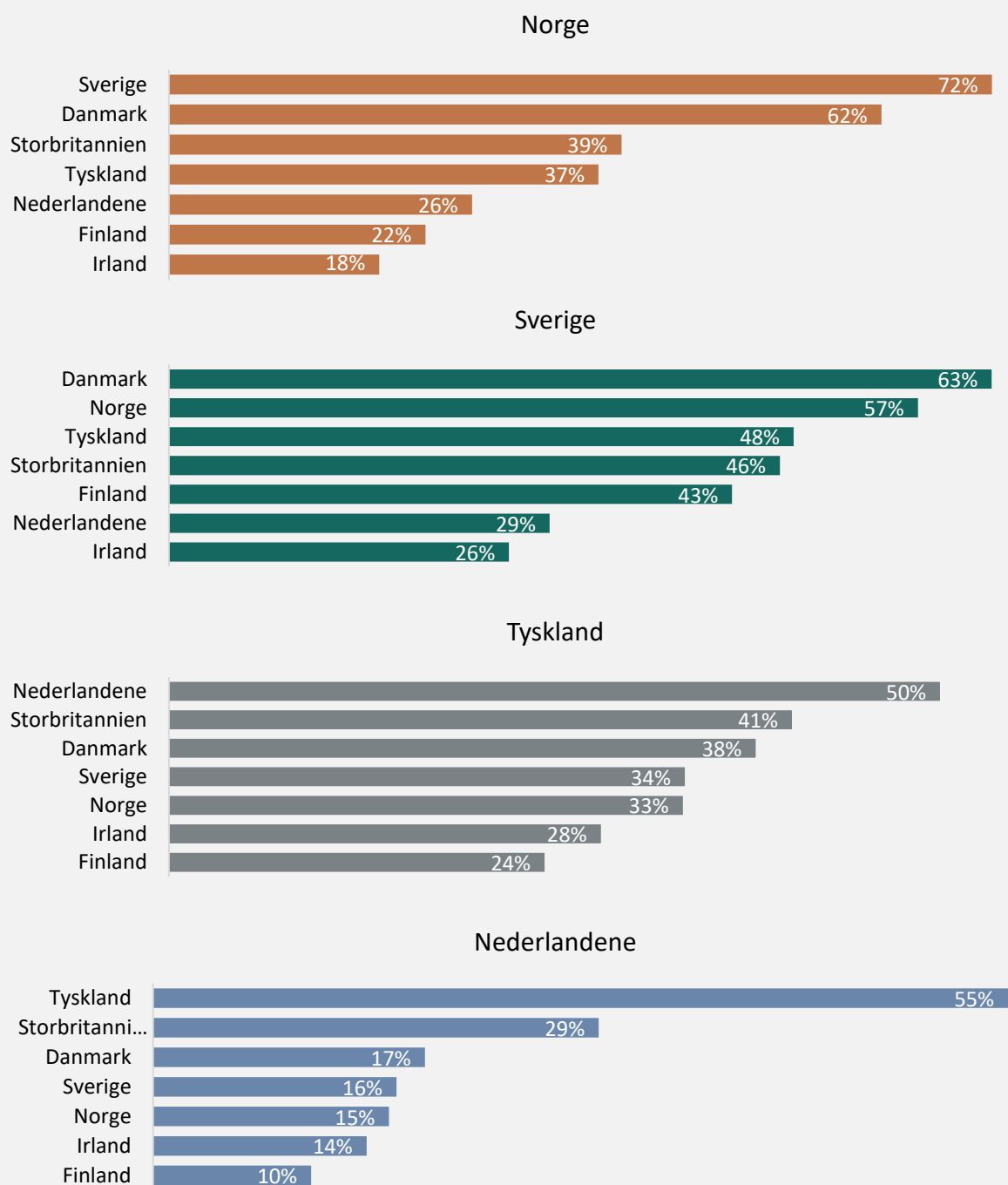
7.1.2 Kendskab til nordeuropæiske feriedestinationer

Figur 44 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.

I foråret 2025 var Danmark den mest kendte feriedestination blandt svenskere (63 pct.), mens Sverige var den mest kendte blandt nordmændene (72 pct.). Blandt tyskerne var Nederlandene kendt af flest (50 pct.), mens Danmark var den mest kendte af de nordiske lande samlet set. Blandt nederlænderne var Tyskland kendt af flest (55 pct.). Her var kendskabet til Danmark som feriedestination lidt mere udbredt end kendskabet til Norge og Sverige.

⁴⁸ Det bemærkes, at der kræves et massivt markedsføringspres for at øge det generelle landsrepræsentative kendskab.

Figur 44 De fire hovedmarkeders kendskab til nordeuropæiske lande som feriedestinationer, 2025



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2025.

Spørgsmål: "Hvor godt kender du [land] som feriedestination?". Andel, der har svaret "kender noget" eller "kender meget". N= N = Nederlandene: 1.500, Tyskland: 2.013, Norge: 815, Sverige: 803.

7.2 Rejseintentioner til de nordeuropæiske feriedestinationer

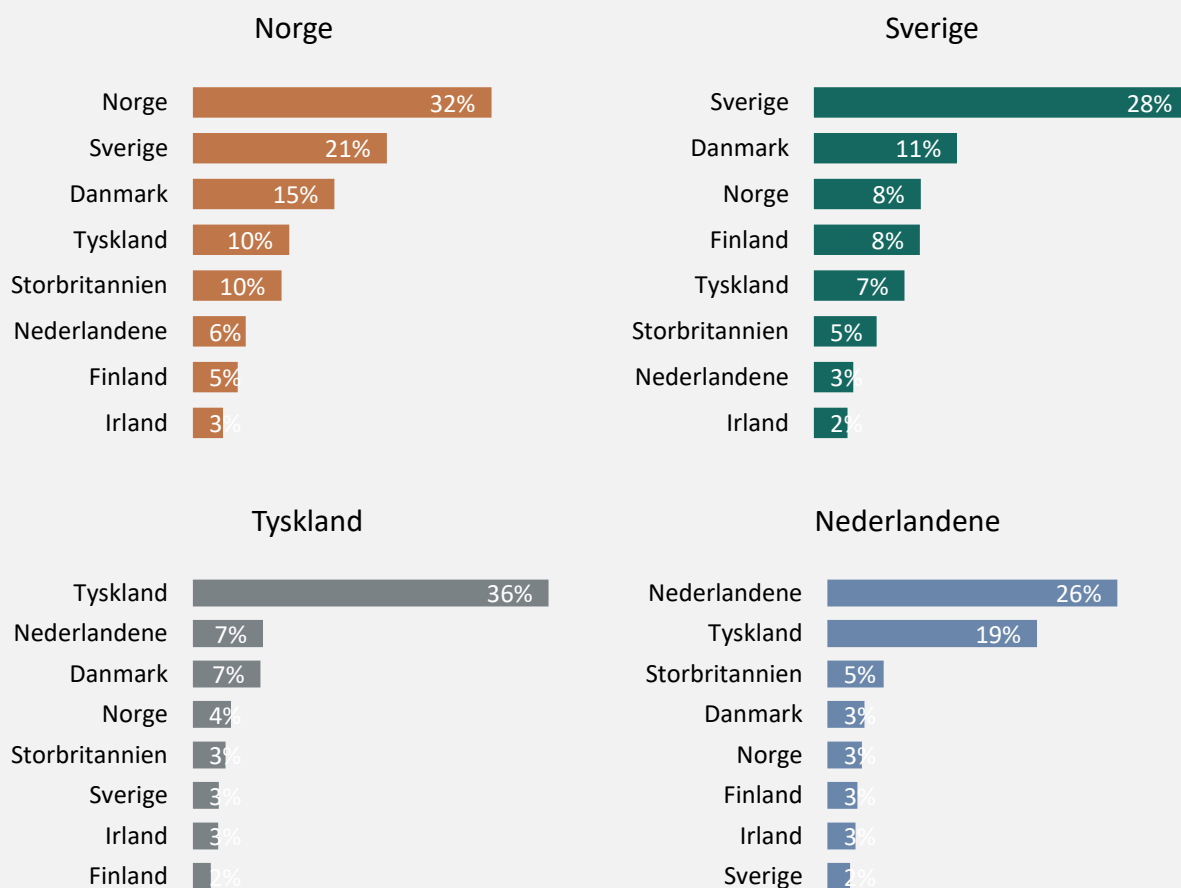
Figur 45 viser, hvor stor en andel af befolkningerne på de fire nærmarker, der forventede at besøge Danmark på en ferie i de kommende 12 år. En ferie defineres som en ferierejse med minimum en overnatning og omfatter både betalt og privat indkvartering.

Andelen, der forventede at tage på ferie i Danmark i de kommende 12 måneder, var størst i Norge, hvor 15 pct. overvejede at tage på ferie til Danmark inden for en 12 måneders periode. I Sverige overvejede 11 pct. en ferie i Danmark, mens 7 pct. af tyskerne og 3 pct. af nederlænderne overvejede at tage på en ferie med overnatning i Danmark.

Overvejelserne om at holde ferie i eget hjemland var udbredte. Flest tyskere (36 pct.) og nordmænd (32 pct.) forventede at tage på en ferie i eget land. Også blandt svenskerne og nederlænderne var andelen høj (henholdsvis 28 pct. og 26pct.).

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 45 Rejseintention til lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt i de kommende 12 måneder vist pr. marked, 2025



Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2025.

Spørgsmål: "Hvilke(n) af følgende destination(er) forventer du at besøge på en ferie i de kommende 12 måneder?"

N = Nederlandene: 1.500, Tyskland: 2.013, Norge: 815, Sverige: 803.

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).⁴⁹ Data stammer fra den internationale tilfredshedsmåling Travelsat Competitive Index (TCI).

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 219 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, 2023 og 2024.

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 på overnatningsstedet*, *overordnet kvalitet af overnatningsstedet*, *service på spisesteder*, *overordnet kvalitet af spisesteder* og *service i butikker* scorede Danmark over det nordeuropæiske gennemsnit. På parametrene *udvalg af historiske seværdigheder/museer*, *udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter* og *udvalg af shopping og indkøb* scorede Danmark over den nordiske gennemsnit, mens Danmark scorede lavere end det nordiske konkurrentfelt på parameteret *flotte landskaber*. På ingen af parametrene scorer Danmark under det nordeuropæiske gennemsnit.

⁴⁹ I Nordeuropa består undersøgelsen af i alt 2.949 surveys med udenlandske turister, hvoraf der er 705 interview for Danmark og 1.701 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 Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparemetre i forhold til Norden og Nordeuropa

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Flotte strande	310	Elite score: 250-400: Exceptionel oplevelse	-	+35
Forlystelses- og temaparker	287		+36	+41
Oplevelse af sikkerhed under opholdet	262		-	+23
Udvalg af historiske seværdigheder/museer	257		+17	-
Flotte landskaber	254		-15	-
Befolkningens imødekommenhed	250		+15	+33
Service på overnatningssteder	231	Høj score: 150-250 Oplevelse af, at kvalitet overstiger forventninger	-	+27
Service på historiske seværdigheder/spisesteder	227		-	-
Overordnet kvalitet af overnatningssteder	225		-	+21
Overordnet tilfredshed med opholdet	219		-	-
Service på spisesteder	218		-	+27
Udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter	218		+28	-
Overordnet kvalitet af spisesteder	204		-	+37
Udvalg af shopping og indkøb	203		+21	-
Service i butikker	201		-	+34

Kilde: Travelsat Competitive Index 2025. 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".

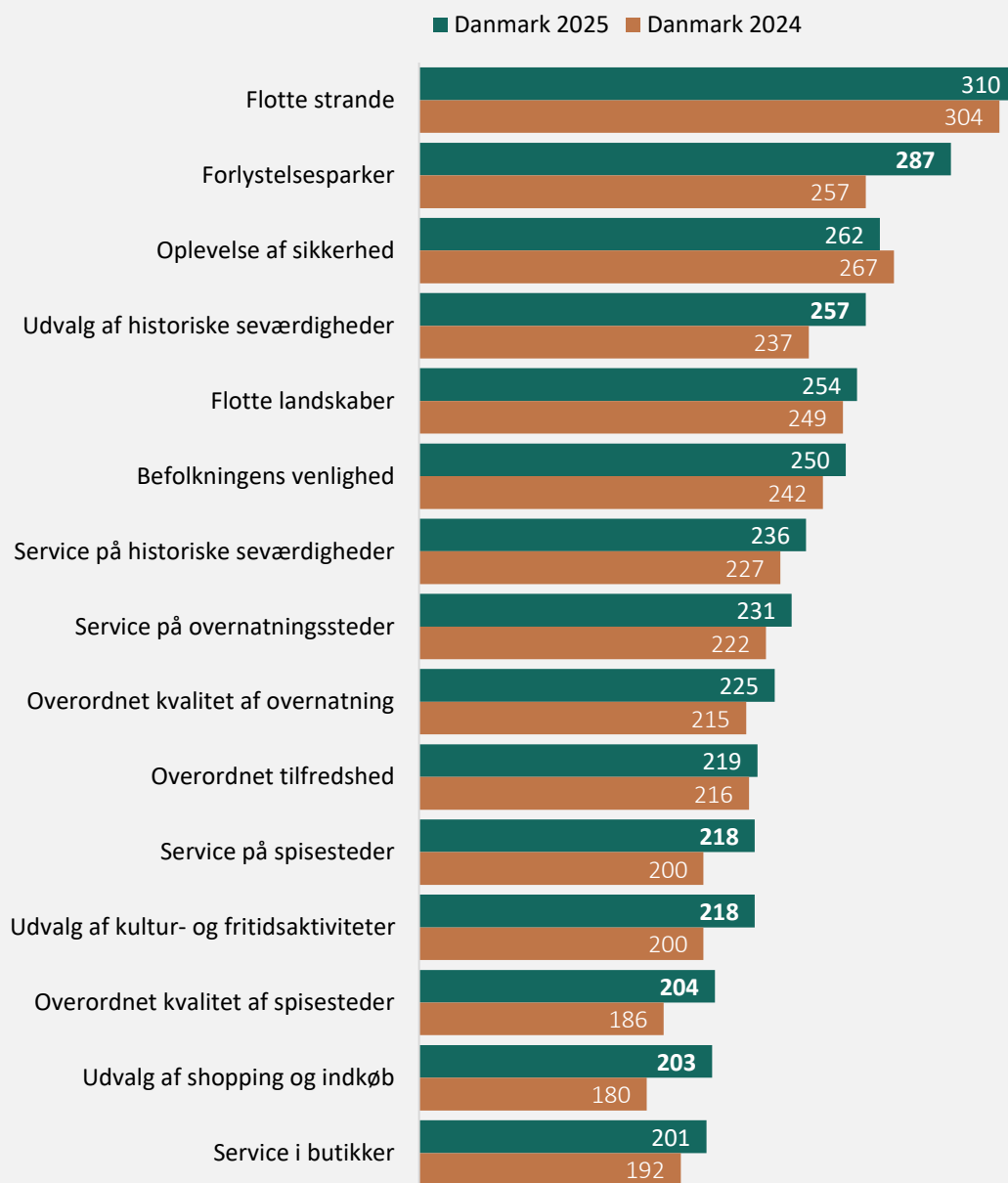
Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

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.

På seks parametre har der fra 2024 til 2025 været en signifikant positiv udvikling i de udenlandske turisters tilfredshed. Det drejer sig om *forlystelses- og temaparker*, *udvalg af historiske seværdigheder*, *service på spisesteder*, *udvalg af kultur- og fritidsaktiviteter*, *overordnet kvalitet af spisesteder* og *udvalg af shopping og indkøb*.

Figur 46 Udviklingen i Danmarks resultater på udvalgte tilfredshedsparametre



Kilde: Travelsat Competitive Index (TCI) 2024 og 2025.
Samlet vurdering for ferie- og erhvervsturisme.
Service er oversat fra "hospitality".

I den nationale strategi *Veje til bæredygtig turismevækst* 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 219 i 2025 lå Danmark på en 4. plads efter Norge (243), Irland (242) og Finland (225). I 2022, 2023 og 2024 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	2025	Udv. 2004-2025*
Norge	252 (1)	276 (1)	272 (1)	261 (1)	243 (1)	-18
Irland	241 (2)	267 (2)	268 (2)	251 (2)	242 (2)	-9
Finland	235 (3)	265 (3)	252 (3)	243 (3)	225 (3)	-18
Danmark	208 (5)	218 (4)	222 (4)	216 (4)	219 (4)	3
Storbritannien	187 (8)	206 (6)	215 (5)	210 (5)	209 (5)	-1
Sverige	215 (4)	207 (5)	201 (6)	208 (6)	207 (6)	-1
Nederlandene	192 (6)	196 (8)	200 (7)	195 (7)	191 (7)	-4
Tyskland	190 (7)	206 (6)	199 (8)	194 (8)	189 (8)	-5
Norden (gns.)	211	224	221	217	214	-3
Nordeuropa (gns.)	205	218	219	213	211	-2

Kilde: Travelsat Competitive Index (TCI) 2019, 2022, 2023, 2024 og 2025.

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 det højeste prisniveau på forbrugsvarer og serviceydelser i 2024.

De internationale turisters oplevelse af pris og kvalitet

- De udenlandske turisters tilfredshed med den overordnede værdi for pengene lå for Danmark på niveau med de andre nordiske lande og landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt.
- Danmark scorede i 2025 over niveauet i 2024 på samtlige parametre, som måler tilfredsheden med prisoplevelsen. På seks af otte parametre var stigningen signifikant: *værdi for pengene for overnatning, pris for historiske seværdigheder og museer, transportomkostninger til destinationen, værdi for pengene på spisesteder, pris for fritidsaktiviteter og værdi for pengene ved shopping.*
- Danmark blev vurderet bedre end de nordiske og nordeuropæiske lande på parameteren *transportomkostninger til destinationen.*
- Danmark blev vurderet bedre end landene i Norden på parametrene *transportomkostninger til destinationen, 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* 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 afhænger blandt andet af landets evne til at levere værdi for pengene. Danmark er et relativt dyrt land at holde ferie i sammenlignet med en række af landene i konkurrentfeltet. Det er derfor vigtigt for Danmarks konkurrenceposition, at turisterne synes, at de får værdi for pengene.

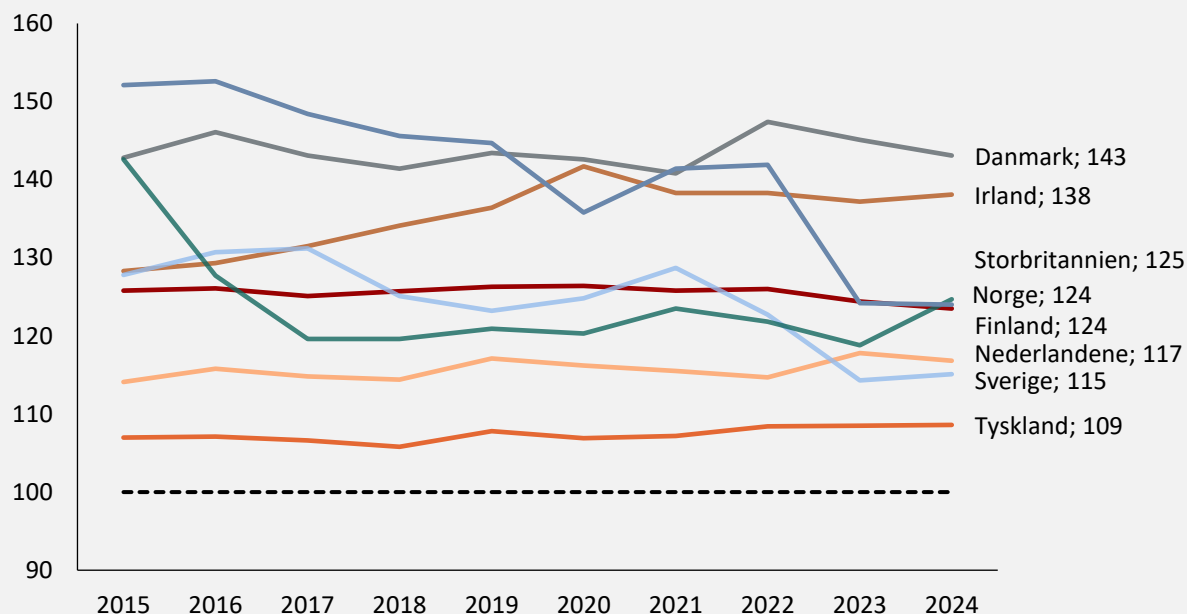
Kapitlet indledes med en oversigt over prisniveauet på forbrugsvarer og serviceydelser i landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Dernæst ses på de udenlandske turisters oplevelse af forholdet mellem pris og kvalitet i Danmark sammenholdt med konkurrentlandene i Nordeuropa og Norden.

8.1 Prisniveauet i Danmark

Når prisniveauerne i det nordeuropæiske konkurrentfelt sammenlignes med det gennemsnitlige prisniveau i EU (indeks 100), er niveauet faldet i 2024 i Danmark, Nederlandene og Finland. 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 i 2023 og 2024. Prisniveauet i Norge og Sverige har fluktueret noget mere.⁵⁰

⁵⁰ De relative prisændringer for Sverige og Norge skyldes i vid udstrækning ændringer i landenes valutakurser i forhold til Euroen.

Figur 47 Sammenligning af prisniveauet i det nordeuropæiske konkurrentfelt, 2015-2024



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 konkurrentfelt⁵¹. Data stammer fra Travelsat Competitive Index (TCI). Første kolonne viser en række tilfredshedsparametre. Næste kolonne viser, hvilke scorer Danmark har fået på parametrene på en skala med kategorierne Elite, Høj, Ok, Lav og Meget lav. Indekskolonnen 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 2025 har Danmark opnået scoren Ok på alle af otte tilfredshedsparametre, som omhandler oplevelsen af forholdet mellem pris og kvalitet.

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

⁵¹ 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	175	Ok score: 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	-	-
Transportomkostninger til destinationen	154		+29	-
Værdi for pengene, hele opholdet	147		-	-17
Pris, historiske seværdigheder og museer	159		-	-
Pris, offentlig transport	141		+23	+25
Værdi for pengene, spisesteder	132		-	-
Pris, fritidsaktiviteter (udflugter, underholdning, parker)	111		+32	-
Værdi for pengene, shopping	100		-	-20

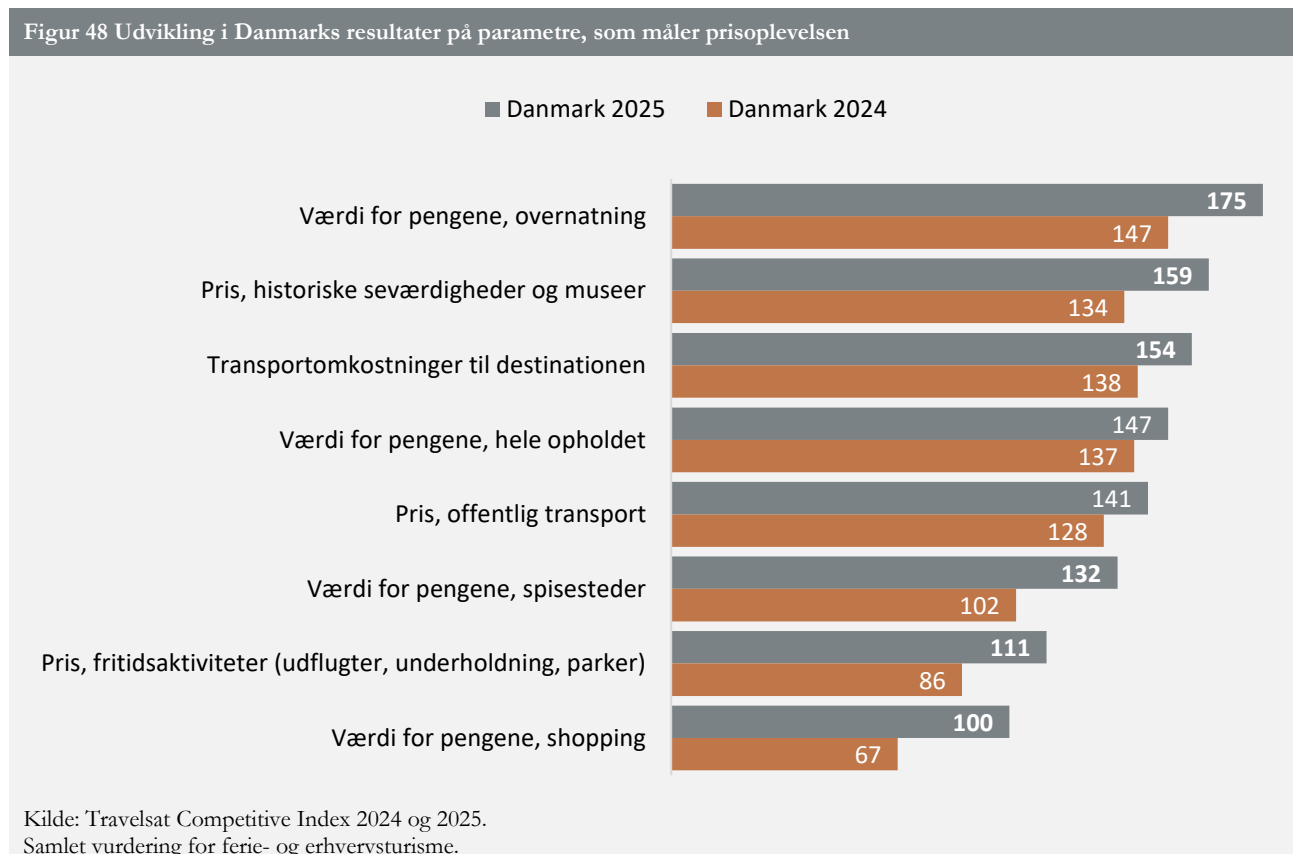
Kilde: Travelsat Competitive Index 2025.

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 48 viser udviklingen i Danmarks scorer på en række tilfredshedsparametre. En statistisk signifikant forskel forudsætter en forskel mellem to scorer på mindst 15 point. Tilfredsheden er steget signifikant på seks ud af otte parametre. Det gælder *værdi for pengene for overnatning*, *pris for historiske seværdigheder og museer*, *transportomkostninger til destinationen*, *værdi for pengene på spisesteder*, *pris for fritidsaktiviteter* og *værdi for pengene ved shopping*.





9. Transport og tilgængelighed

9 Transport og tilgængelighed

Opsummering

Transportmuligheder

- Fra 2023 til 2024 steg antallet af passagerer i de danske lufthavne med 9,3 pct. fra 33,0 mio. til 36,0 mio. Københavns Lufthavn og Aalborg Lufthavn registrerede flere passagerer, mens passagerantallet faldt i Billund og Aarhus lufthavne.
- Danmark havde i 2024 i alt 2,8 udenrigspassagerer pr. indbygger sammenlignet med 2,5 i 2023. Danmark lå over det nordeuropæiske gennemsnit på 1,6.
- Fra 2015 til 2024 lå antallet af indenrigsfærgeruter mellem 38 og 43. I 2024 var antallet af ruter 43 mod 42 de to foregående år.
- Antallet af udenrigsfærgeruter er steget fra 14 i 2021 til 17 i 2024.
- Antallet af krydstogtpassagerer var i 2024 på 1.247.000 passagerer. Det svarer til en stigning på 7 pct. sammenlignet med 2023.

Tilfredshed med infrastruktur

- Turisterne var mest tilfredse med tilgængeligheden til offentlig transport.
- Danmark scorede signifikant over niveauet i både Norden og Nordeuropa på de udenlandske turisters tilfredshed med *pris for offentlig transport og skiltning (nemt at finde rundt)*.
- Samtidig scorede Danmark over niveauet i Nordeuropa på parametrene *service v. grænseovergange, service i forbindelse med offentlig transport, tilgængelighed til parkering, taxatjenester og transportomkostninger til destinationen*.
- På flere områder har Danmark forbedret sin score fra 2024 til 2025. Det gælder både *tilgængelighed til offentlig transport, service ved offentlig transport, transportomkostninger til destinationen og pris for offentlig transport*.

Tilgængeligheden til feriedestinationer er afgørende for både indenlandske og udenlandske turister. Flytilgængeligheden har især betydning for de udenlandske turister, og infrastrukturen har betydning for, hvor nemt det er at rejse rundt og besøge forskellige destinationer og seværdigheder. Dette kapitel kortlægger tilgængeligheden til Danmarks ved blandt andet at sammenligne antal udenrigspassagerer pr. indbygger i Danmark med landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt. I kapitlet gives også en status på de områder, som med afsæt i de mest retvisende og nutidige data beskriver Danmarks tilgængelighed i 2024, 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 var vigtige for turismen til en række ø-kommuner og for turister fra lande med færgeruter til Danmark.⁵²

⁵² Kilde: Turistundersøgelsen 2022, VisitDenmark.

9.1.1 Flytrafik

Flytilgængeligheden til og i Danmark afdækkes i dette afsnit 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 de respektive nordeuropæiske lande.

Passagerer i de danske lufthavne

Antallet af passagerer i de danske lufthavne steg med 9,3 pct. fra 2023 til 2024 (jf. Tabel 26). Lufthavnene i København og Aalborg havde positiv vækst, mens lufthavnene i Billund og Aarhus registrerede færre passagerer. Københavns Lufthavn registrerede flest passagerer i 2024 med i alt 29,9 mio., svarende til 83 pct. af passagererne i de danske lufthavne

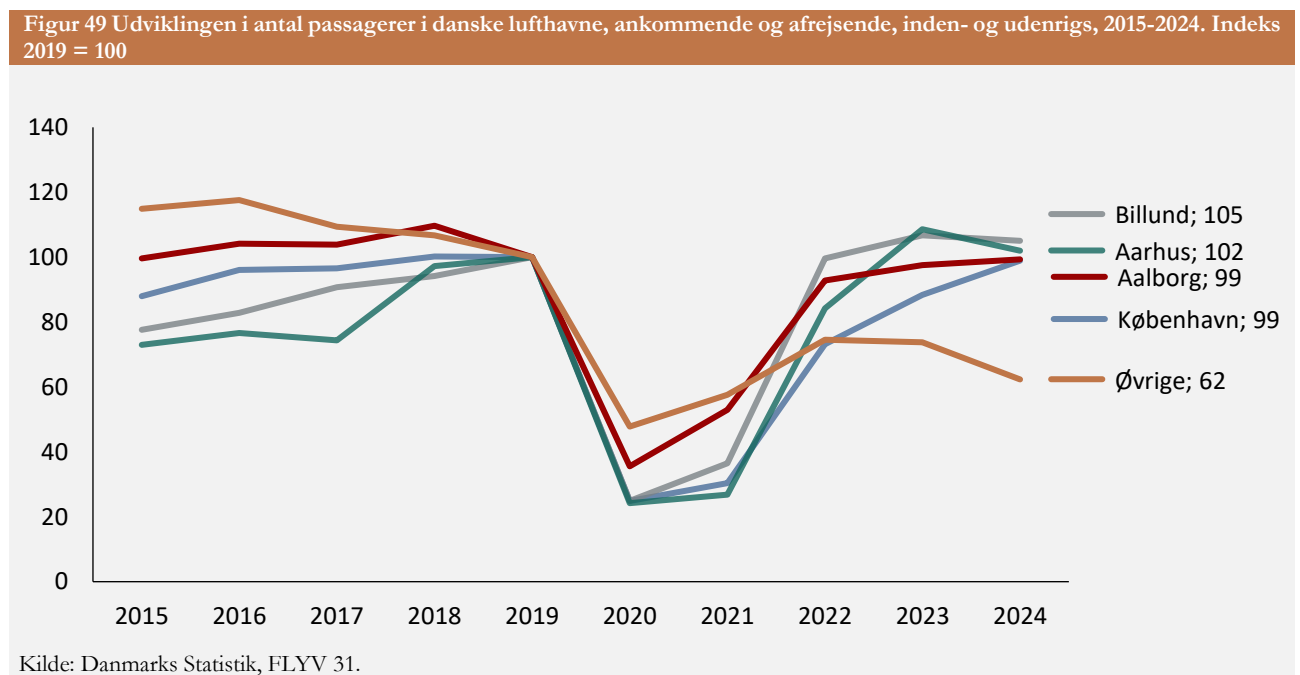
Tabel 26 Passagerer i danske lufthavne, ankomende og afrejsende, inden- og udenrigs (1.000)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Udv. fra 2023-2024
I alt	31.869	34.587	34.966	36.390	36.385	9.323	11.726	27.967	32.978	36.042	9,3 %
København	26.577	29.003	29.148	30.259	30.197	7.512	9.167	22.110	26.671	29.866	12,0 %
Billund	2.885	3.081	3.373	3.501	3.718	926	1.358	3.704	3.968	3.904	-1,6 %
Aalborg	1.440	1.506	1.501	1.586	1.446	514	765	1.342	1.411	1.436	1,8 %
Aarhus	365	383	372	486	500	121	134	421	543	510	-6,1 %
Øvrige lufthavne*	600	600	600	600	500	300	300	390	386	326	-15,5 %

Kilde: Danmarks Statistik, FLYV31.

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

Som det fremgår af Figur 49, havde Billund og Aarhus lufthavne i 2024 flere passagerer end i 2019. Aalborg og Københavns lufthavne er med indeks 99 tæt på niveauet.

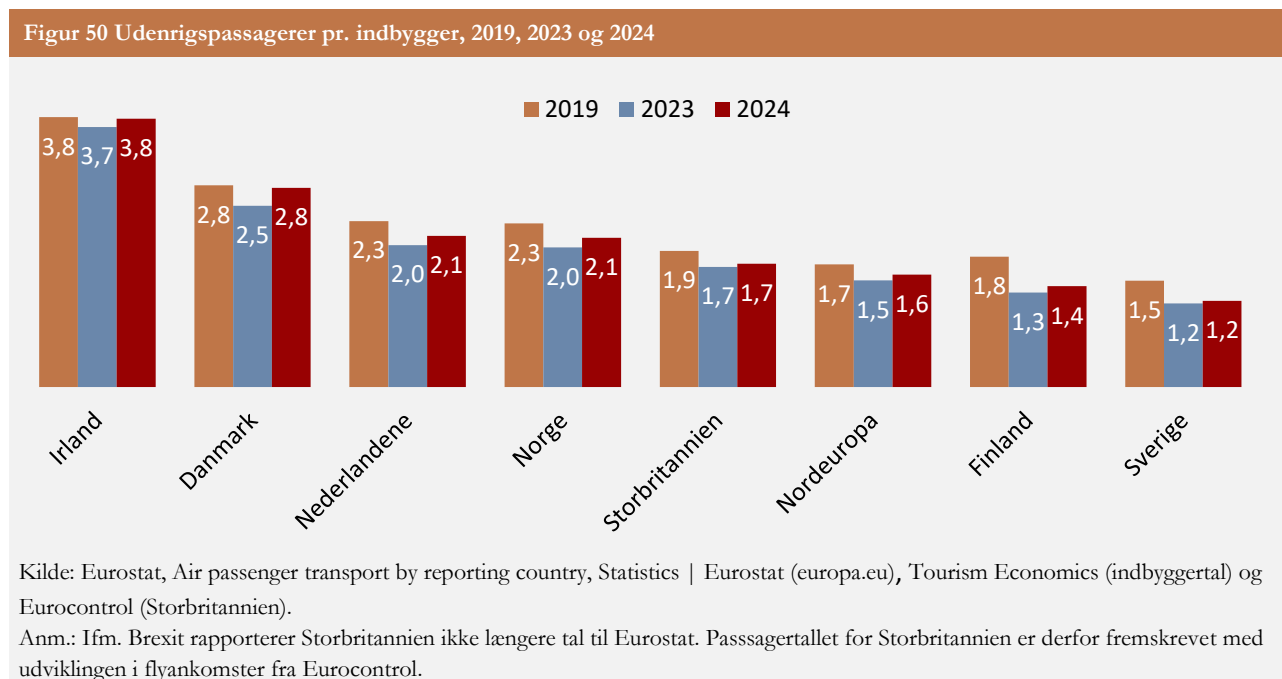


Flytilgængeligheden sammenholdt med konkurrentfeltet

Figur 50 viser antallet af passagerer på udenrigsflyvninger pr. indbygger i 2024 i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

I 2024 lå Irland i top med 3,8 udenrigspassagerer pr. indbygger efterfulgt af Danmark med 2,8 og Nederlandene med 2,1. Sverige lå nederst med 1,2 udenrigspassagerer pr. indbygger.

I 2024 var gennemsnittet for det nordeuropæiske konkurrentfelt 1,6 udenrigspassagerer pr. indbygger sammenlignet med 1,5 i 2023 og 1,7 i 2019. For Danmark alene var antallet af udenrigspassagerer pr. indbygger højere end gennemsnittet i det nordeuropæiske konkurrentfelt. I 2024 er niveauet tilbage på 2019-niveauet.



9.1.2 Færgetrafik

Færgeruter transporterer personer og køretøjer mellem forskellige dele af Danmark og fra udlandet til Danmark. Færgetrafikken er især vigtig for turismen til de danske øer, hvor færgeturen kan bidrage 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.⁵³ Færgetilgængelighed afdækkes via en opgørelse af udviklingen i færgetrafikken i Danmark målt på passagerantal og antal ruter. Der ses på både inden- og udenrigsfærgetrafik og tilgængeligheden til de danske destinationer, når turisterne er kommet til landet.

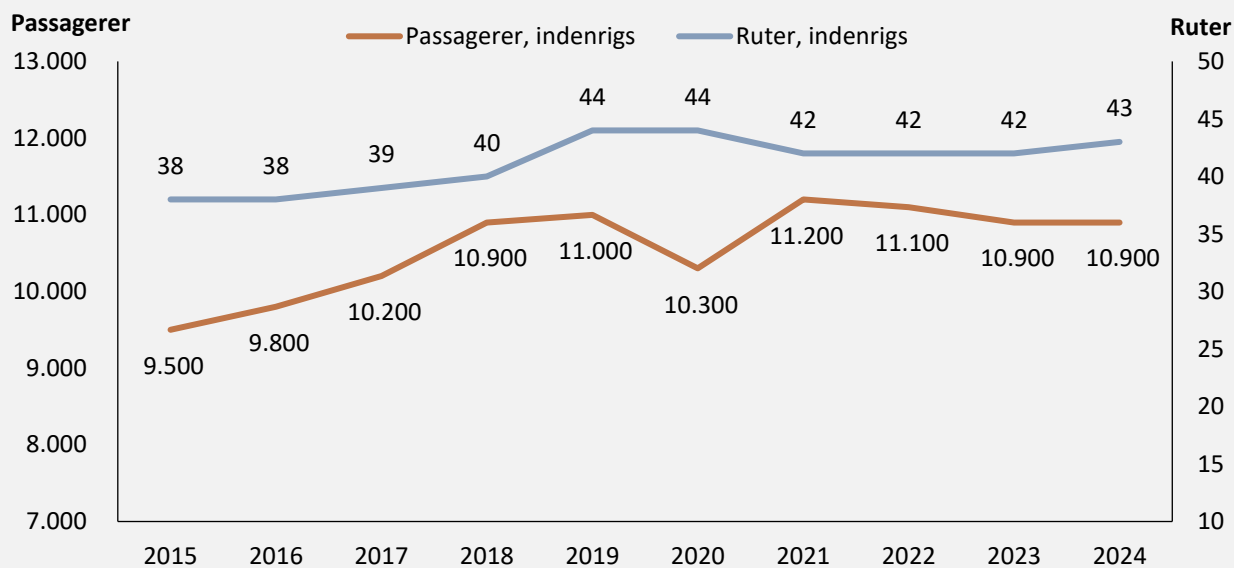
Indenrigsfærgetrafik

Som det fremgår af Figur 51, har antallet af indenrigsfærgeruter⁵⁴ har ligget mellem 38 og 44 i perioden 2015 til 2024. I 2024 var antallet 43. Ses på antallet af passagerer på disse ruter, faldt dette med 6,4 pct. fra 2019 til 2020, men er efterfølgende steget. I 2024 lå antallet på niveau med i 2023.

⁵³ Aftale mellem regeringen, Dansk Folkeparti, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti om vækst og udvikling i hele Danmark, 2016.

⁵⁴ Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

Figur 51 Indenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000), 2015-2024



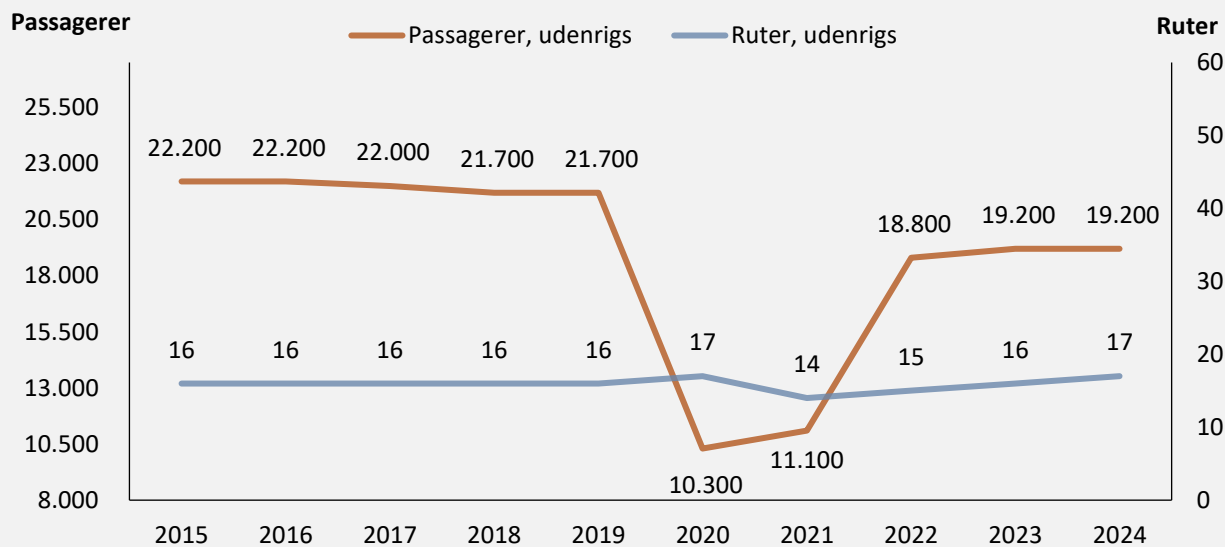
Kilde: Danmarks Statistik, SKIB 31.

Udenrigsfærgetrafik

Figur 52 viser, at antallet af udenrigsfærgeruter⁵⁵ lå stabilt fra 2015 til 2019. I 2021 faldt antallet af udenrigsfærgeruter fra 17 til 14. I 2024 var antallet steget til 17. 2024 og 2020 repræsenterer det højeste antal i den betragtede periode.

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 og 2024 var antallet oppe på 19.200, hvilket stadig var under 2019-niveauet.

Figur 52 Udenrigsfærgetrafik, antal ruter og passagerer (1.000)



Kilde: Danmarks Statistik, SKIB 32.

⁵⁵ Målt som ruter med transportarbejde på mere end 100.000 personkilometer.

9.1.3 Krydstogter⁵⁶

Fra 2015 til 2019 steg antallet af krydstogtpassagerer i Danmark med knap 370.000. 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 1.178.000 og lå dermed over niveauet før pandemien.

I 2024 kunne Cruise Denmark – Copenhagen and beyond melder om et samlet antal krydstogtpassagerer på 1.247.000, svarende til en stigning på knap 7 pct. i forhold til 2023.

Tabel 27 Krydstogtpassagerer, inkl. Rundrejsepassagerer i alt og de seks største anløbshavne (1.000)

											Udvikling fra 2023-2024	
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Pct.	Antal
I alt	766	862	1.046	1.090	1.136	0,9	40	791	1.167	1.247	6,9	81
København	677	740	850	869	940	0	30	535	769	818	6,4	49
Aarhus	30	72	90	89	59	0	0,2	90	142	191	34,2	49
Skagen	22	11	33	64	66	0,8	1,7	81	148	142	-3,9	-6
Bornholm	13	10	18	21	21	0	5,6	37	60	74	22,6	14
Fredericia	12	7	12	12	20	0	2	11	17	2	-89,2	-15
Aalborg	13	18	31	29	26	0,1	0,4	20	14	14	5,4	0,7

Kilde: Cruise Denmark – Copenhagen and beyond.

Figur 53 Udvikling i antal krydstogtpassagerer, 2015-2024. Indeks 2019 = 100



⁵⁶ Krydstogtturismen er ikke en del af den registrerede overnatningsstatistik. Antallet af passagerer på krydstogtskibene er indhentet fra Cruise Denmark - Copenhagen and beyond.

9.2 Turisternes tilfredshed med transport og infrastruktur i Danmark

I dette afsnit ses nærmere på turisternes oplevelse af tilgængelighed, information og service i forbindelse med transport på ferien i Danmark og det nordiske og nordeuropæiske konkurrentfelt.⁵⁷

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*.

I 2025 scorer Danmark enten Høj på ni parametre og Ok på et enkelt parameter, som vedrører tilfredsheden med transport og infrastruktur. På syv af de 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.

⁵⁷ 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, 2025

	Danmark	Indeks	Danmark vs. Norden	Danmark vs. Nordeuropa
Tilgængelighed, offentlig transport (bus, Metro)	237	Høj score 150-250 Oplevelse af kvalitet overstiger forventninger	-	-
Skiltning, nemt at finde rundt	214		+19	+30
Service v. grænseovergange, lufthavne, togstationer m.m.	213		-	+38
Adgang til/fra lufthavne	212		-	-
Infrastruktur, veje	211		-	+21
Service, offentlig transport	201		-	+34
Tilgængelighed, parkering	185		-	+27
Taxa tjenester	154		-	+22
Transportomkostninger til destinationen	154		-	+29
Pris, offentlig transport	141	Ok score 100-150 Acceptabel oplevelse af kvalitet i forhold til forventninger	+23	+25

Kilde: Travelsat Competitive Index 2025.

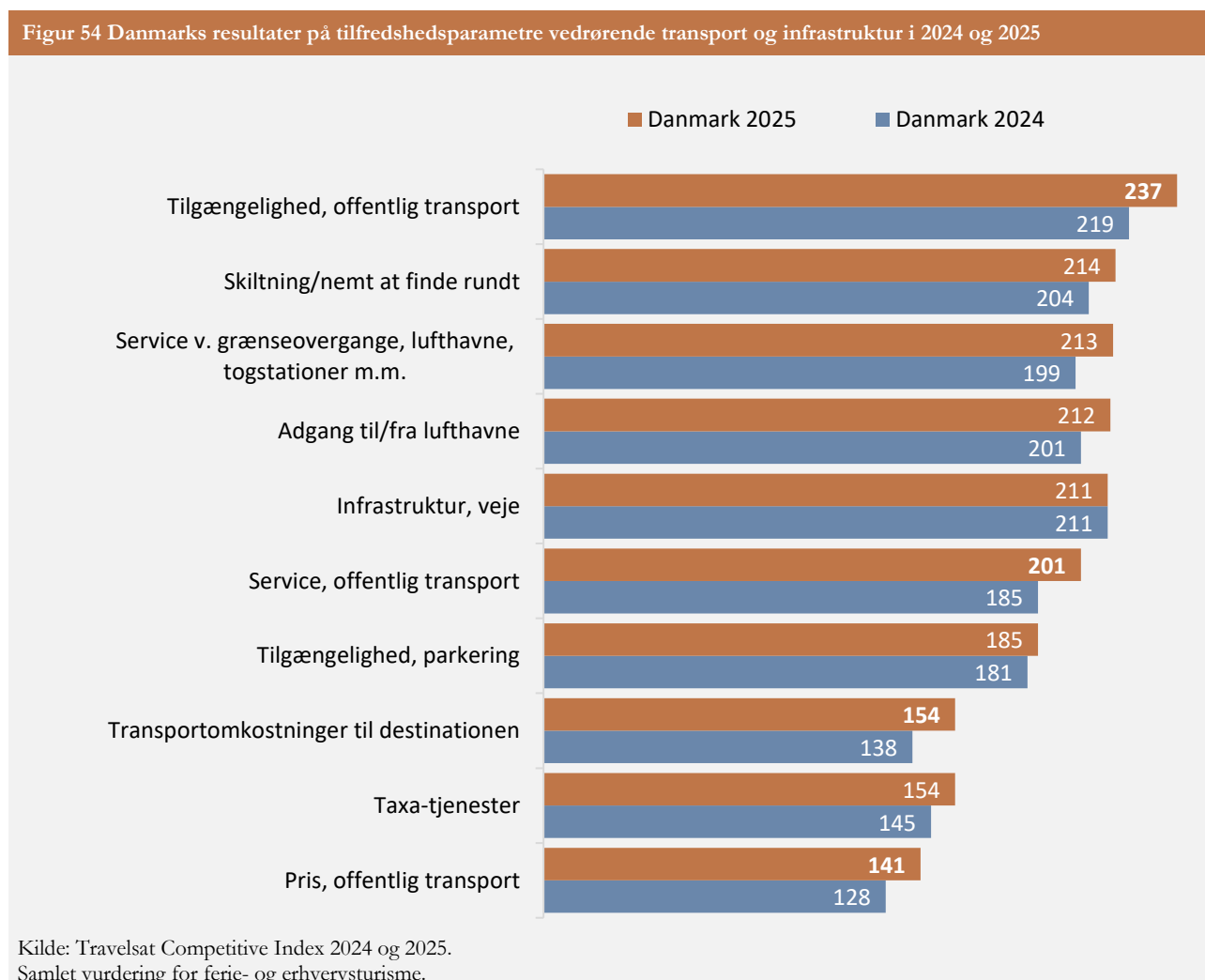
Ferie- og erhvervsturisme samlet. Service er oversat fra "hospitality". De grønne og røde scorer markerer, hvor Danmark scorer henholdsvis signifikant bedre eller signifikant dårligere end henholdsvis Norden og Nordeuropa.

Service er oversat fra "hospitality".

Norden: Danmark, Norge, Sverige og Finland.

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

Figur 54 viser Danmarks tilfredshedsscorer i 2024 og 2025. Der kræves en forskel på minimum 15 point, før forskellen er statistisk signifikant. På flere scorer har Danmark rykket sig positivt i 2025 sammenlignet med 2024. Det gælder for *tilgængelighed til offentlig transport*, *service ved offentlig transport*, *transportomkostninger til destinationen* og *pris for offentlig transport*.





10. Konkurrencedygtigt turismeerhverv

10 Konkurrencedygtigt turismeerhverv

Opsummering

Momssatser og -fradrag

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

Elpriser

- I 2024 var den samlede elpris for en virksomhed med et elforbrug mellem 20 og 500 MWh på 221,16 øre pr. kWh inklusive elpris og levering samt afgifter. Dermed var elpriserne i Danmark over gennemsnittet for det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Omsætning

- Målt i løbende priser steg omsætningen i næsten alle turismerelaterede brancher fra 2022 til 2023.
- I 2023 har de øvrige erhverv haft en omsætning, der ligger højere end i 2019, og det samme gælder transportvirksomheder, restauranter mv. og overnatningssteder. Rejseservice 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. Siden 2021 er der dog igen tale om en stigning af produktiviteten i turisterhvervet.

Arbejdsmarked

- Andelen af ufaglærte i turismeerhvervet er markant højere end i det øvrige erhvervsliv.
- I 2023 var den gennemsnitlige timeløn for en medarbejder inden for overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder i Danmark 164,20 kr. Det var højere end i det nordeuropæiske konkurrentfelt, dog undtagen Norge. Lønniveauet i turismeerhvervet er dog 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 2023.
- 70 pct. af alle medarbejdere i turismeerhvervet var i 2023 tilfredse med deres job som helhed.

Overskud og investering

- De turismerelaterede brancher havde i 2023 samlet set en positiv overskudsgrad. Rejseservice havde den laveste overskudsgrad (4 pct.) af alle turismerelaterede brancher.
- I 2023 havde de turismerelaterede brancher en investeringsgrad på 4 pct., hvilket var under niveauet for det øvrige erhvervsliv (5 pct.).

Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

- I 2023 var der flere ophørte end nystartede turismevirksomheder i Danmark. Det samme gælder dog ikke for anden service.
- I turismeerhvervet faldt antallet af konkurser med 19 pct. fra 2023 til 2024. I det øvrige serviceerhverv faldt antallet af konkursramte virksomheder med 30 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 priseniveau, 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.⁵⁸ Kun Norge og Sverige har samme høje sats, mens den i Finland i 2025 er steget til 25,5 pct. pr. september 2025. Både Norge, Sverige og Finland opererer imidlertid med differentieret moms og har håndterer blandt andet lavere momssatser i hotel- og restaurationsbranchen. I Nederlandene bliver hotelmomsen forhøjet fra 9 pct. til 21 pct. pr. 1. januar 2026.

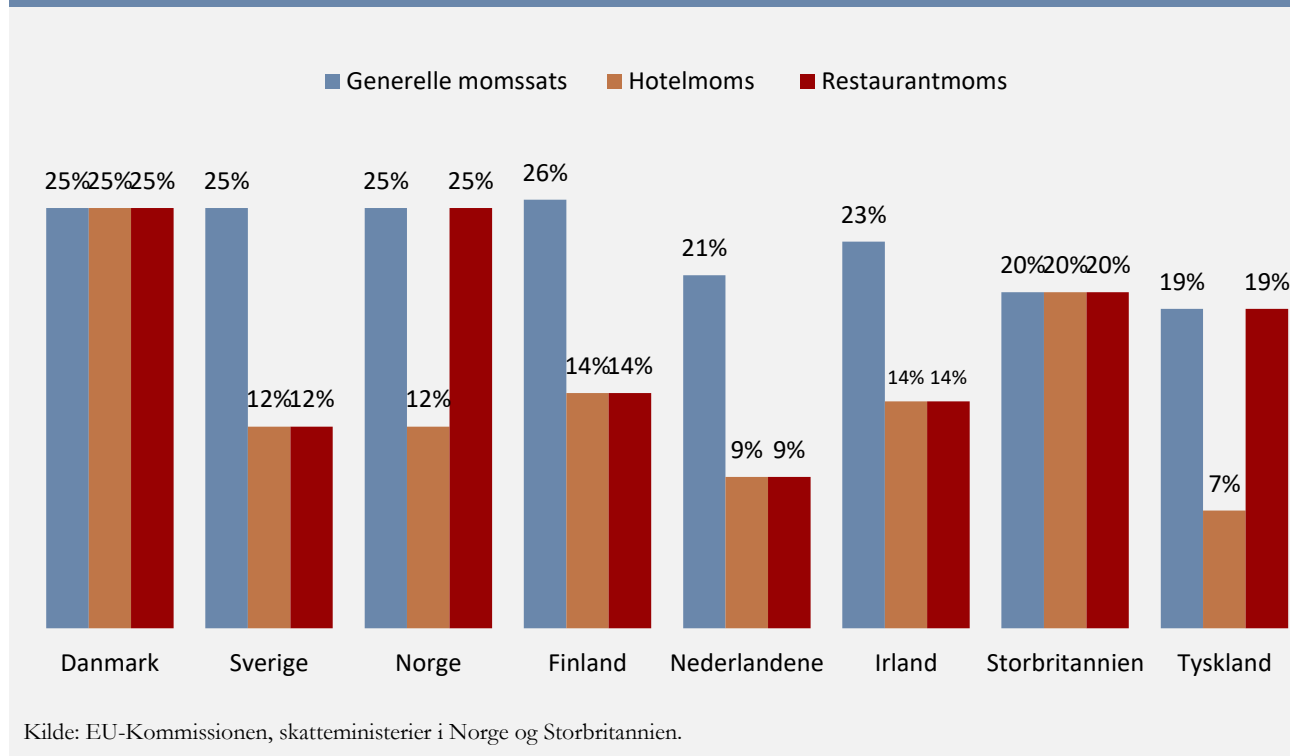
I Danmark blev momsfradraget for hotelovernatninger forhøjet i 2015, så både danske og udenlandske virksomheder fik fuld fradragsret for deres momsudgifter til hotelovernatninger. Dermed blev der sikret lige konkurrencevilkår i seks af de syv lande i det nordeuropæiske konkurrentfelt: Danmark, Sverige, 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.⁵⁹

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 2024 blev 36 pct. af de registrerede kommercielle overnatninger i Danmark foretaget i feriehusene.

⁵⁸ 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.

⁵⁹ Kilde: Deloitte, European VAT Refund Guide 2025, appendix III.

Figur 55 Momssatser i Danmark sammenlignet med landene i det nordeuropæiske konkurrentfelt, 2025



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.⁶⁰ Momsreglerne i Danmark gælder for både danske og udenlandske virksomheder.

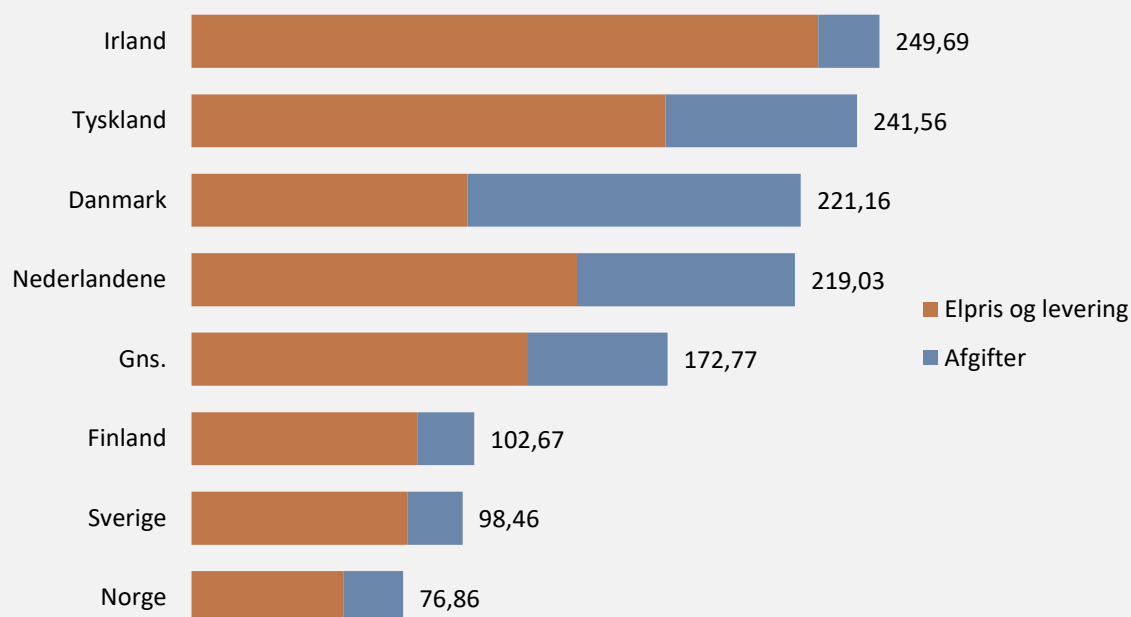
10.2 Elpriser

Figur 56 viser den samlede elpris for en typisk dansk virksomhed med et elforbrug mellem 20 MWh og 500 MWh. I 2024 var elprisen inklusive afgifter 221,16 øre pr. kWh, hvilket var 32,98 øre højere end i 2023, men 98,49 øre lavere end i 2022. I Danmark udgjorde den direkte elpris og levering 100,14 øre og hertil kom tariffer og afgifter på 121,02 øre. Stigningen i elprisen fra 2023 til 2024 er forårsaget af stigning i afgifter, mens den direkte elpris og leveringen er blevet billigere.

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

⁶⁰ Kilde: Deloitte, European VAT Refund Guide 2023, appendix III.

Figur 56 Elpriser for virksomheder med et elforbrug på 20–500 MWh, kr., DKK øre pr. kWh, 2024



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.

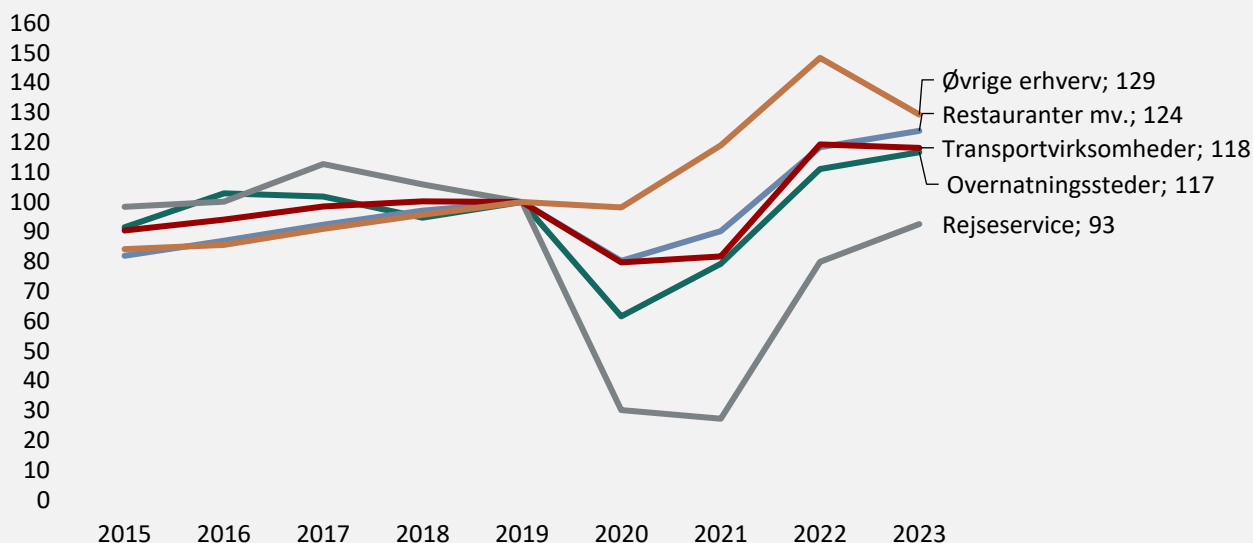
Den angivne elpris er et gennemsnit for virksomhederne inden for forbrugsintervallet. Der kan være forskel på den faktiske elpris for virksomhederne. Virksomheder med høje elforbrug har ofte bedre muligheder for at forhandle særlige pris aftaler med sine leverandører end virksomheder med lave elforbrug. 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 57 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 var det en overordnet positiv udvikling i omsætningen målt i løbende priser i en række turismerelaterede brancher, særligt restauranter. Covid-19 havde 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 kunne notere sig en stigning på 29 pct. fra 2020 til 2021. I 2023 steg omsætningen dog i samtlige turistbrancher. Omsætningen for transportvirksomheder, restauranter mv. og overnatningssteder var endda højere end 2019-niveauet. Rejseservice var den eneste turismebranche, som fortsat lå under omsætningen i 2019.

Figur 57 Omsætning fordelt på underbrancher, 2015-2023. Indeks 2019 = 100



Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2015-2023.

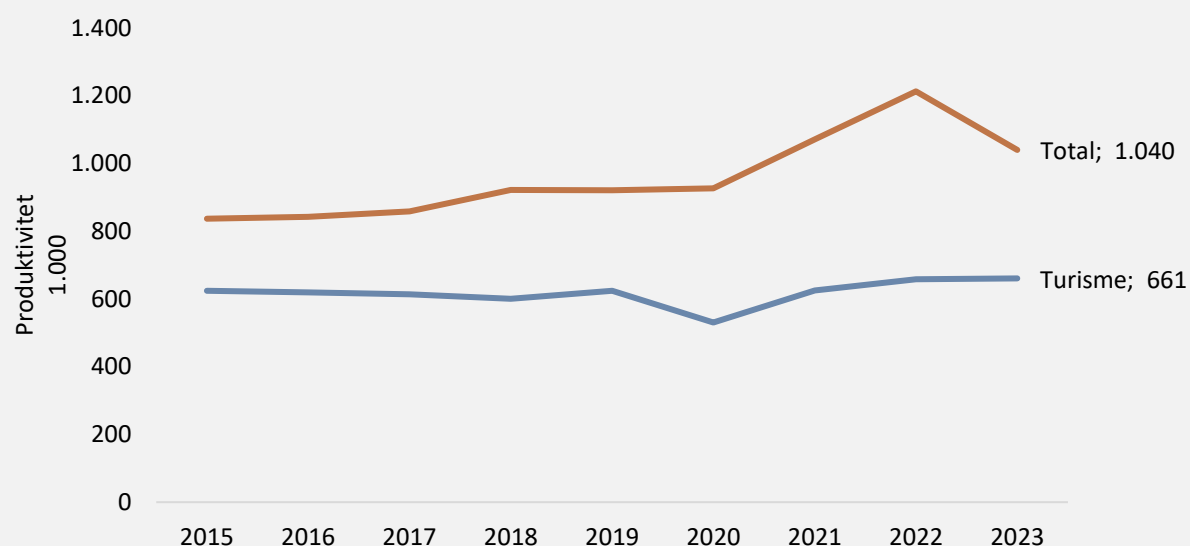
Anm.: Den offentlige sektor er udeladt – både i de turismerelaterede brancher og øvrige brancher. Tilsvarende er omsætningen for forlystelsesparker, museer m.v. udeladt, da tallene er behæftet med usikkerhed.

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 58. Produktiviteten i turismeerhvervet faldt fra 2019 til 2020, men er steget igen fra 2020 til 2023 til det hidtil højeste niveau.

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

Figur 58 Produktivitet (bruttoværditilvækst/fuldtidsbeskæftigede), DKK, 2015-2023

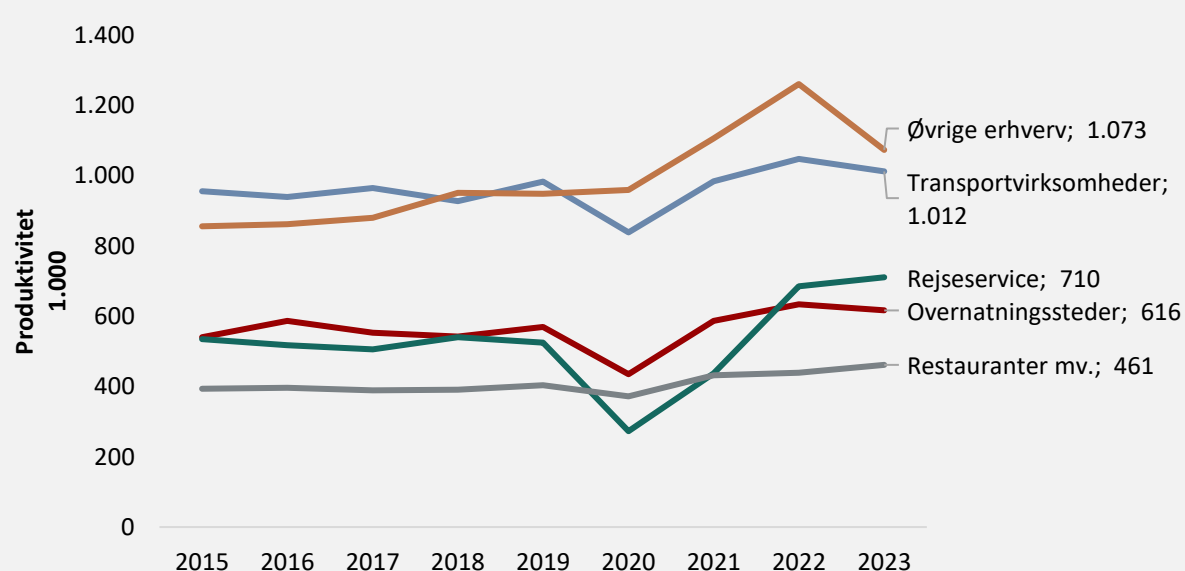


Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2015-2023.

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 59. I denne periode fandt den mest positive produktivitetsudvikling sted inden for transportvirksomheder. Fra 2020 til 2022 steg produktiviteten i samtlige turismerelaterede brancher. Den største vækst fandt sted i 'rejseservice', som steg med 57 pct. fra 2021 til 2022.

Figur 59 Produktivitet fordelt på underbrancher, (værditilvækst/fuldtidsbeskæftigede), DKK, 2015-2023



Kilde: Danmarks Statistik, Regnskabsstatistikken, 2015-2023.

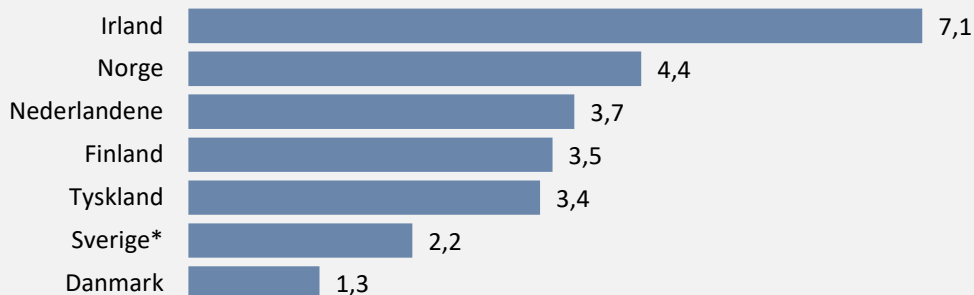
Anm.: Produktivitet beregnes som værditilvækst pr. årsværk.

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 2023. Der findes ikke tal for 2023 for Sverige.

Ses på perioden 2015 til 2023 lå Danmark på en sidste plads med +1,3 pct. Irland lå i toppen med +7,1 pct. fra 2015 til 2023, efterfulgt af Norge med +4,4 pct.

Figur 60 Produktivitetsvækst, real BVT pr. time, gns. årlig vækst, 2015-2023, hotel- og restaurationsbranchen



Kilde: OECD.

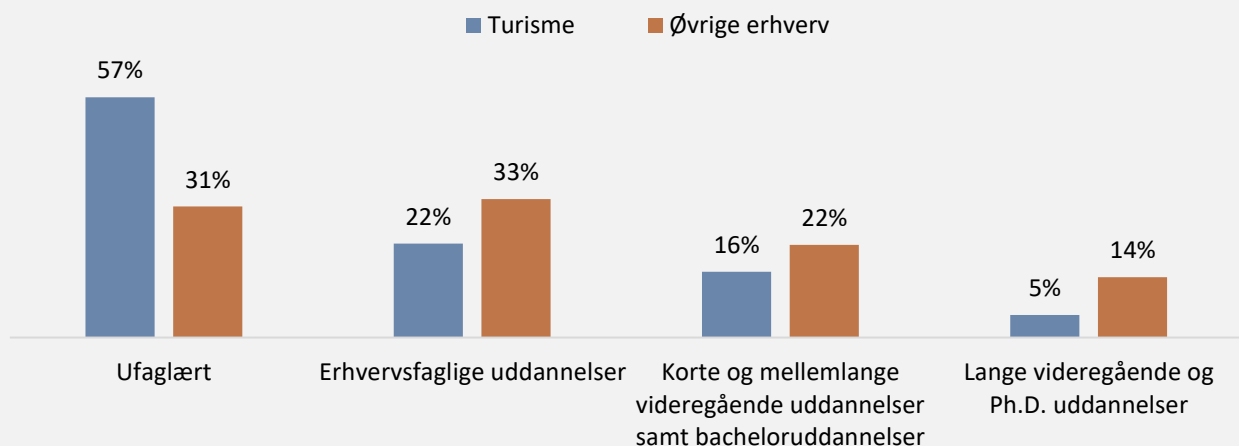
Note: * Data for 2023 er ikke tilgængeligt på nuværende tidspunkt (d.11-09-2025).

Tallet for Storbritannien er ikke med i figuren, da der ikke er data for 2022 og 2023 tilgængeligt.

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 61. Samlet set var 57 pct. af de beskæftigede i turismeerhvervet uaglærte, mens det kun var 31 pct. i øvrige erhverv. Omvendt var der flere med erhvervsfaglige uddannelser og videregående uddannelser i det øvrige erhverv end i turismeerhvervet.

Figur 61 Uddannelsesniveau* i turismeerhverv og øvrige erhvervsliv, 2023

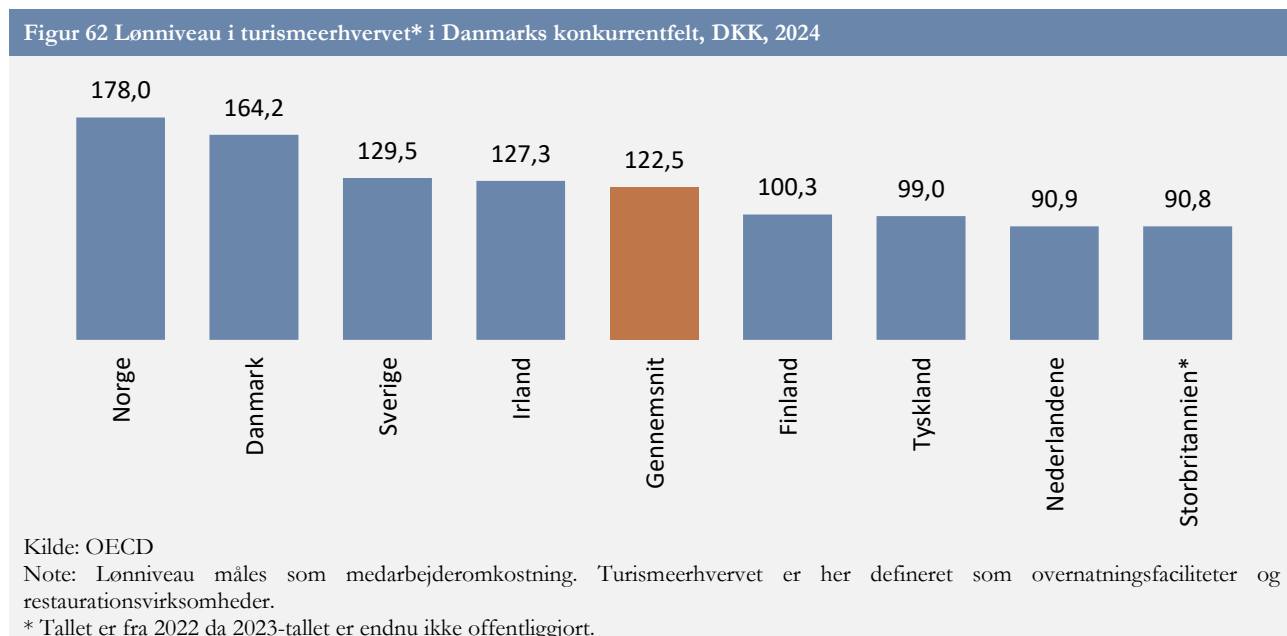


Kilde: Danmarks Statistik – FIDA.

Note: Opgørelsen af uddannelsesniveauet er baseret på beskæftigelsen i november og dækker både fuldtids- og deltidsbeskæftigede. Da der i turismeerhvervet er mange sæsonarbejdere, kan opgørelsestidspunktet 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.

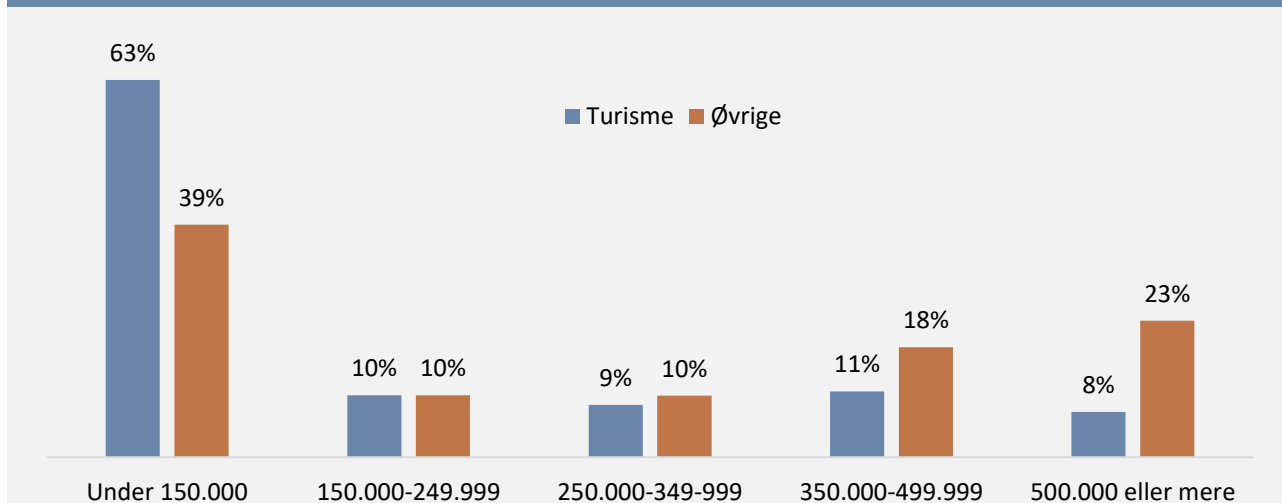
I turismeerhvervet udgør lønningsudgifter typisk en væsentlig del af virksomhedernes samlede udgifter. Derfor har lønniveauet stor betydning for erhvervets konkurrenceevne. I Danmark var gennemsnitslønnen for medarbejdere inden for overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomhed 251,70 kr. pr. arbejdstime sammenlignet med et gennemsnit på 207,90 kr. pr. arbejdstime i konkurrentfeltet (2024). Danske overnatningsfaciliteter og restaurationsvirksomheder havde dermed højere lønningsudgifter end den gennemsnitlige virksomhed i konkurrentfeltet.



Sammenlignet med det øvrige erhvervsliv var turismeerhvervet kendetegnet ved en større andel beskæftigede med en årsindkomst under 150.000 kr., jf. Figur 63. Andelen med en indkomst mellem 150.000 kr. og 349.999 kr. var stort set ens, mens andelen af beskæftigede med en årsindkomst på 350.000 kr. eller mere var større i det øvrige erhvervsliv end i turismeerhvervet. Den største forskel var 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 61. 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 63 Lønniveau i turismeerhverv* og øvrige erhvervsliv, DKK, 2024



Kilde: Danmarks Statistik (LONN2018).

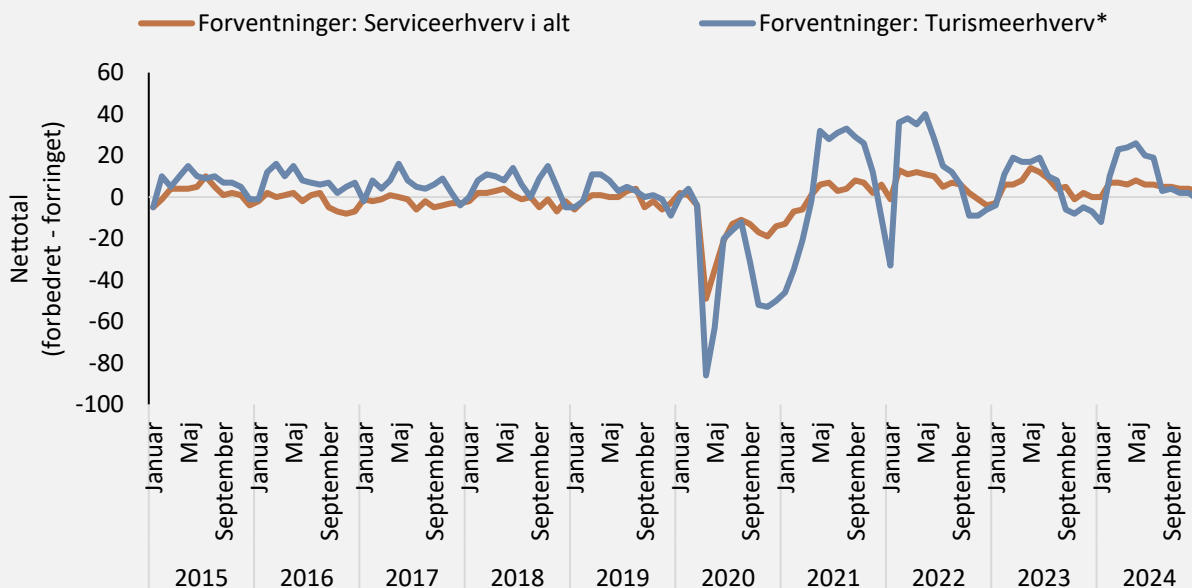
Note: Der indsamles kun data for virksomheder med flere end ni ansatte. Personer, hvis løn udbetales af det, er ikke medtaget.

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

Figur 64 og Figur 65 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 2024 lignede meget den fra før covid-19, hvor den forventede og faktiske beskæftigelsesudvikling for såvel serviceerhvervet og turismeerhvervet fulgtes ad. Forventningerne i turismeerhvervet var dog en smule højere end for serviceerhvervet generelt i forår/sommer 2024.

Figur 64 Vurdering af den forventede beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, 2015-2024

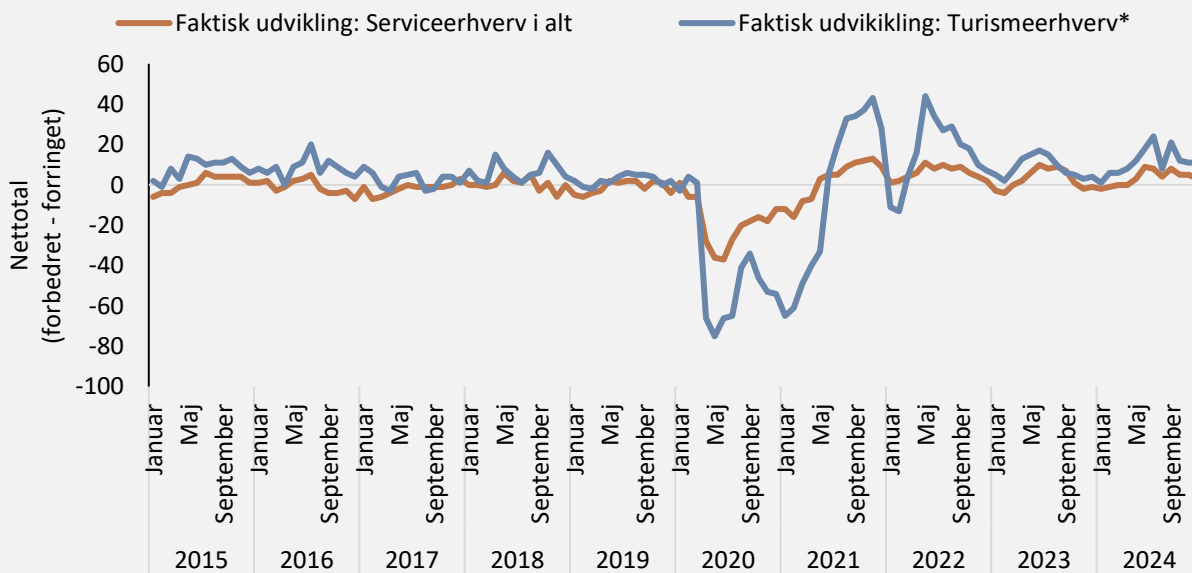


* Turismeerhverv omfatter hoteller m.m., restauranter og rejsebureauer.

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 65 Vurdering af den faktiske beskæftigelsesudvikling i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, januar 2015 – december 2024



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

Kilde: Danmarks Statistik.

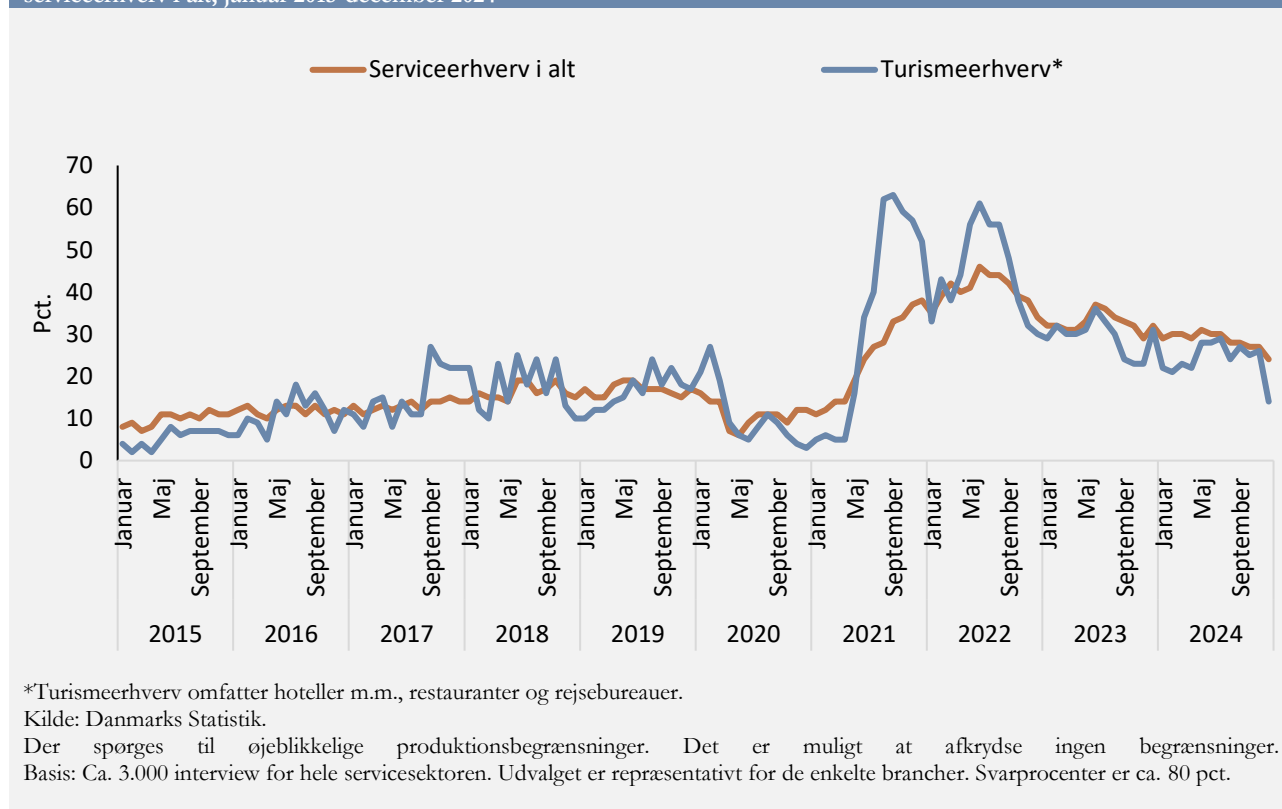
Der spørges til den faktiske vurdering af beskæftigelsesudviklingen i egen virksomhed inden for en tre måneders periode. Basis: Ca. 3.000 interview i hele servicesektoren. Udvalget er repræsentativt for de enkelte brancher. Svarprocenter er omkring 80 pct.

Figur 66 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.

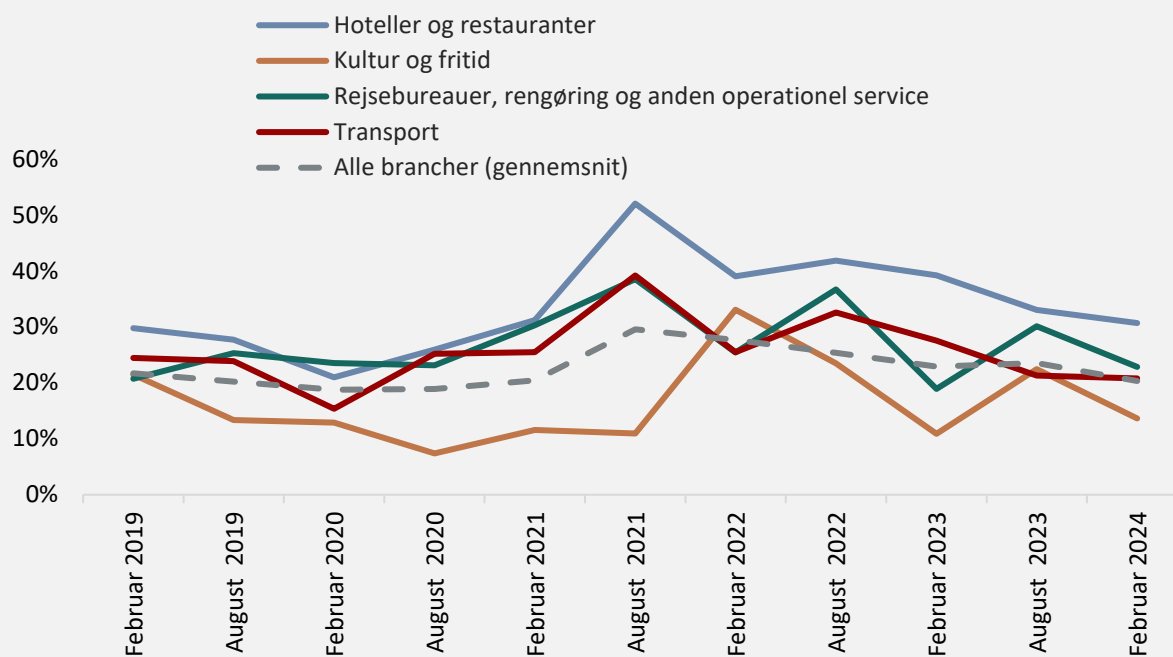
I 2021 blev mange restriktioner ophævet, hvilket medførte en øget efterspørgsel på arbejdskraft i såvel turisme- som serviceerhvervet og samtidig en stigende oplevelse af mangel på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor blandt virksomhederne. Udviklingen så mere stabilt ud i 2023 og 2024, hvor oplevelsen af manglen på arbejdskraft som en produktionsbegrænsende faktor endda var lidt lavere i turismeerhvervet end i serviceerhvervet generelt. Niveauet i turismeerhvervet fluktuerer generelt noget mere end i serviceerhvervet generelt og afspejler blandt andet sæsonudsvingene i turismeerhvervet.

Figur 66 Vurdering af arbejdskraft som produktionsbegrænsning i danske virksomheder fordelt på turismeerhverv* og serviceerhverv i alt, januar 2015-december 2024



Danske virksomheder har generelt oplevet en stigning i andelen af forgæves rekrutteringer fra 2020 til 2021, jf. Figur 67. Fra februar 2020 til august 2021 steg andelen af forgæves rekrutteringer 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 var kultur og fritid, hvor den var højest i februar 2022 (33 pct.). Generelt lå antallet af forgæves rekrutteringer markant højere blandt hoteller og restauranter end i alle brancher samlet set. I februar 2024 var antallet af forgæves rekrutteringer i hoteller og restauranter 31 pct. mens gennemsnittet for alle brancher var 22 pct.

Figur 67 Udviklingen i andel forgæves rekrutteringer for udvalgte brancher, februar 2019-februar 2024

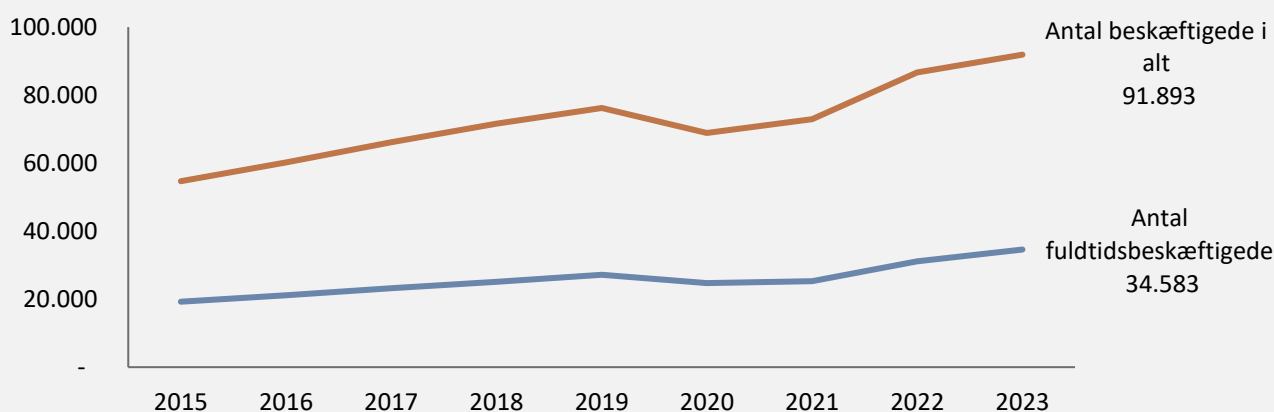


Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR), Rekrutteringsundersøgelsen for efteråret.

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 68.⁶¹

Figur 68 Udenlandsk arbejdskraft beskæftiget i dansk turisme, 2015-2023



Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering (STAR).

⁶¹ 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

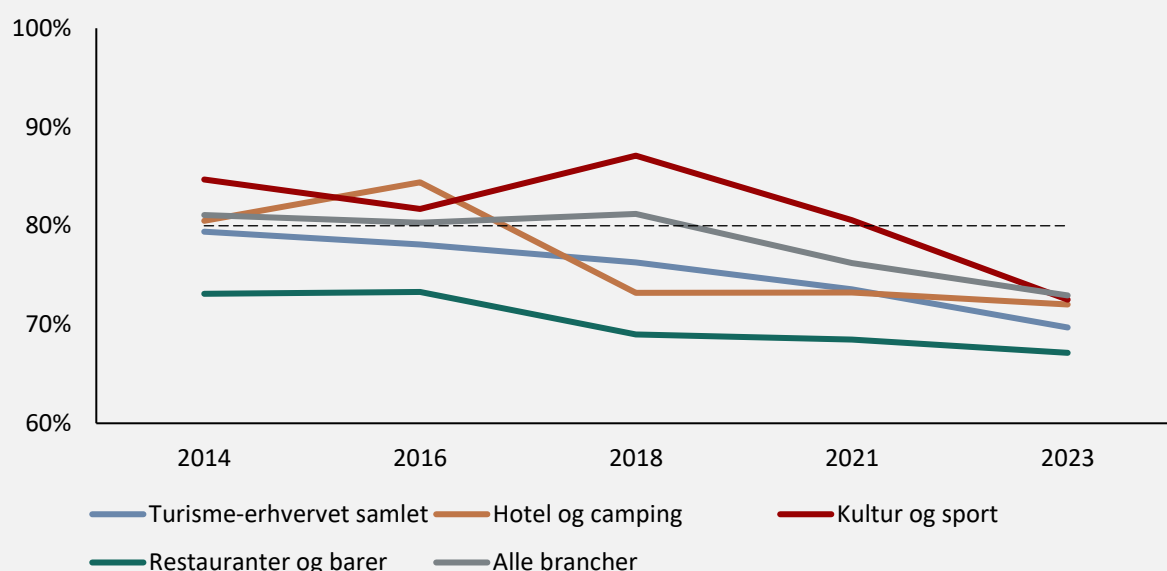
I den nationale strategi *Veje til bæredygtig turismevækst* indgår en indikator om, at mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet i 2030 skal være tilfredse med deres job som helhed.

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.

Figur 69 Medarbejdertilfredshed i turisme-erhvervet (andel tilfredse og meget tilfredse)



Kilde: Arbejdstilsynet. Spørgsmål: "Hvor tilfreds er du med dit job som helhed, alt taget i betragtning?"

Du kan svare på en skala fra 0 til 10, hvor 0 er Slet ikke tilfreds og 10 er Meget tilfreds", data for 7-10 er inkluderet i grafen. Data for 2014-2018 er målt på en 5-punktsskala, hvor "Meget tilfreds" og "Tilfreds" er inkluderet i grafen.

Resultaterne for perioden 2014 til 2023 viser, at medarbejderne i turismeerhvervet samlet set var mindre tilfredse sammenlignet med alle brancher. Samtidig var der stor forskel mellem enkelte brancher, hvor særligt restauranter og barer skilte sig ud med en lavere tilfredshed. I 2023 var 70 pct. af alle medarbejdere i turismeerhvervet tilfredse med deres job som helhed, hvilket var 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.

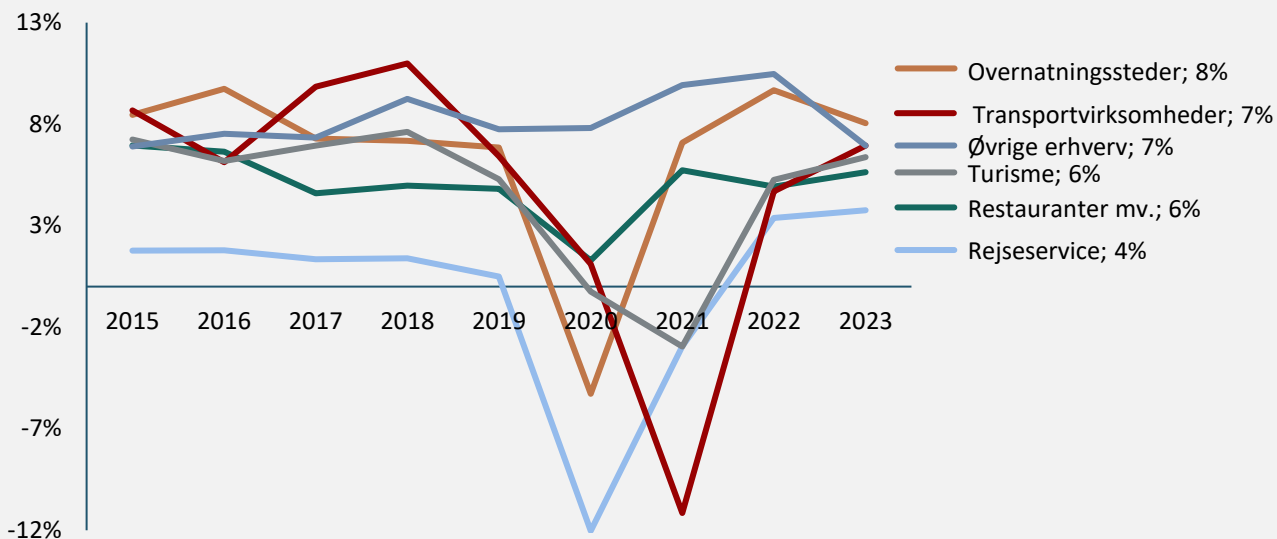
10.7 Overskud og investeringer

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 2023 på +6,4 pct. Det er under niveauet på +6,9 pct. i det øvrige erhvervsliv.

Overnatningsstederne har i en årrække haft en høj overskudsgrad. Tendensen var dog faldende siden 2016. Under pandemien havde de fleste turismerelaterede brancher en negativ overskudsgrad, jf. Figur 70. Turismerelaterede

brancher var i høj grad påvirkede af restriktionerne i forbindelse med COVID-19. Alle turismerelaterede brancher havde dog en positiv overskudsgrad igen i 2022 og 2023, som endda var højere end i 2019.

Figur 70 Udvikling i turismerelaterede erhvervs overskudsgrad (ordinært resultat/omsætning), 2015-2023

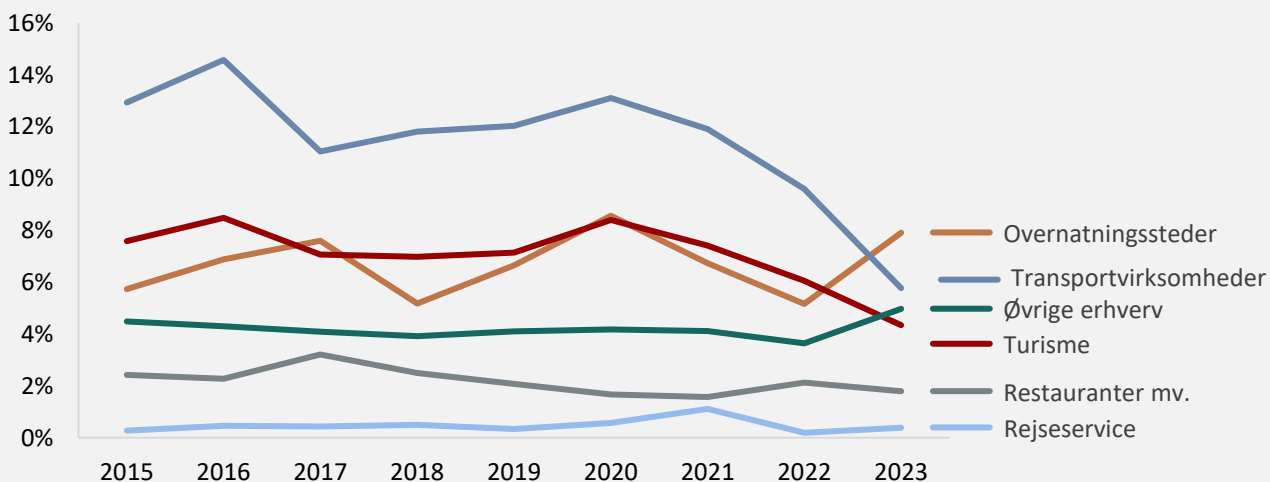


Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2015-2023.

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

Investeringsgraden fortæller, hvor stor en del af virksomhedernes omsætning, der går til investeringer. I de turismerelaterede brancher var den gennemsnitlige investeringsgrad samlet set 4,3 pct. i 2023, hvilket var lidt lavere end i 2022, hvor den lå på 6,1 pct. Investeringsgraden var under niveauet for det øvrige erhvervsliv (5,0 pct.). Inden for turismen havde overnatningsstederne den højeste investeringsgrad i 2023, mens rejse-service havde den laveste investeringsgrad, jf. Figur 71.

Figur 71 Udvikling i turismerelaterede erhvervs investeringsgrad (investeringer/nettoomsætning), 2015-2023



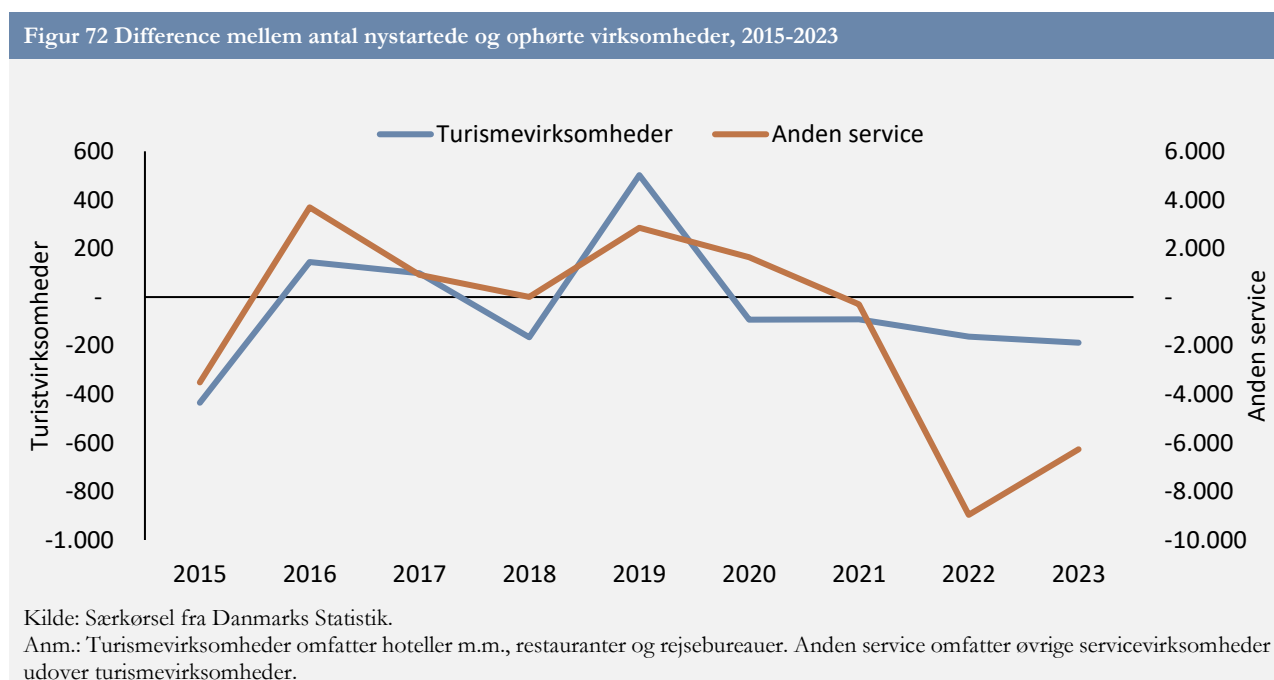
Kilde: Danmarks Statistik, Den generelle firmastatistik (FIRM) 2015-2023.

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

10.8 Nystartede, ophørte og konkursramte virksomheder

Figur 72 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 2023 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 2023 var tale om et faldt i antallet af virksomheder. Virksomhederne i den øvrige servicesektor har stort set fulgt samme udvikling som turismevirksomhederne, dog var udsvingene markant højere, især i 2022 og 2023.



Tabel 29 viser antallet af konkursramte virksomheder i turismesektoren og de øvrige serviceerhverv. Antallet af konkurser i turismesektoren faldt med 19 pct. fra 2023 til 2024, mens den øvrige servicesektor oplevede et faldt i konkurserne på 30 pct. I 2023 oplevede turismebranchen det højeste antal konkursramte virksomheder i det afrapporterede tidsrum og det samme gjaldt for de øvrige servicevirksomheder.

Tabel 29 Antal konkursramte virksomheder*, 2015-2024

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Udv. 2023-2024 (pct.)
Turismevirksomheder	225	264	245	262	316	370	321	387	501	407	-19%
Øvrige servicevirksomheder	573	760	774	854	883	739	778	961	1.165	1.225	-30%

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	0,97	0,49
	Turismeintensiteten Antal overnatninger pr. 100 indbyggere pr. dag	3,00	3,56	2,04
	Turismetæthed Antal overnatninger pr. dag pr. km ²	4,16	3,31	18,39
Økonomi	Overnatninger % ændring i antal turismeovernatninger i forhold til året før	+2,2	+1,4	+4,9
	Turistankomster % stigning i internationale ankomster i forhold til året før	7,2	3,3	14,0
	Sæsonfordeling Spredning af overnatningerne over året (Gini-koefficient)***	0,33	0,38	0,17
	Døgnforbrug Gns. forbrug i € pr. turist pr. dag	174	134	255
	Opholdslængde Gns. opholdslængde pr. turist (antal overnatninger)	4,1	4,6	3,1
	Beskæftigelseseffekter**** Ansatte i turismeerhvervet pr. 100 ansatte i hele økonomien	9,2	-	-
Miljø	CO2-aftrykket**** Tusind tons CO ₂ e	8.688	-	-
	Certificeringer***** %-del overnatningssteder med miljøcertificeringer	20	11	58

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. 2022 og 2024. 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.

**** Beskæftigelseseffekter og indikatoren for CO₂-aftrykket er kun angivet på landsplan og tal er for hhv. 2023 og 2022. Beregninger på landsdel- eller kommune niveau er ikke tilgængelige på nuværende tidspunkt.

***** Andel af danske overnatningssteder der er certificerede med Green Key, EU-blomsten eller Nordic Swan. Antallet af certificerede overnatningssteder er indhentet via webscraping og er data for 2024. Det totale antal virksomheder er hentet fra Danmarks Statistik og indeholder data for 2024. 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 2024
- Kapacitetsudbud: Sengepladser pr. 100 indbyggere. Kilde: Danmarks Statistiks tal for både sengepladser og indbyggertal. Data er for 2024.
- Turismeintensiteten: Antal overnatninger pr. 100 indbyggere pr. dag. Kilde: Danmarks Statistiks tal for både overnatninger og indbyggertal. Data er for 2024.
- Turismetæthed: Antal overnatninger pr. dag pr. km². Kilde: Danmarks Statistiks tal for både overnatninger og areal. Data er for 2024.

Økonomiske forhold

- Overnatninger: Procentvis stigning i antal turismeovernatninger i forhold til året før. Kilde: Danmarks Statistik. Data er for 2024.
- Turistankomster: Procentvis stigning i antal internationale ankomster i forhold til året før. Kilde: Danmarks Statistik. Data er for 2024.
- 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 2024.
- 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 2024.
- Beskæftigelseseffekter: Ansatte i turismeerhvervet pr. ansatte i hele den danske økonomi. Kilde: VisitDenmarks Turismens økonomiske betydning. Data er for 2023.

Miljømæssige forhold

- CO₂-aftrykket: Tusind tons CO₂e ved kategorierne lufttransport, overnatnings- steder og madservice samt andre relaterede services. Kilde: VisitDenmark. Data er for 2012.
- Certificeringer: Procentdel overnatningssteder med miljøcertificering. Kilde: VisitDenmark og Danmarks Statistik. Data er for 2024.

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, 2023

Kommune	Turismeskabt beskæftigelse	Fordeling	Andel af samlet beskæftigelse i kommunen	Total beskæftigelse
	Fuldtidsjob	Pct.	Pct.	Fuldtidsjob
København	32.280	21,6	6,6	490.411
Ringkøbing-Skjern	5.675	3,8	17,8	31.943
Aarhus	5.484	3,7	2,4	231.696
Varde	5.461	3,7	23,3	23.422
Bornholm	3.919	2,6	21,5	18.203
Aalborg	3.595	2,4	2,9	123.256
Frederikshavn	3.365	2,3	11,7	28.671
Hjørring	3.186	2,1	9,8	32.512
Jammerbugt	2.843	1,9	18,9	15.004
Billund	2.552	1,7	12,2	20.974
Syddjurs	2.534	1,7	15,8	16.019
Sønderborg	2.502	1,7	7,1	35.195
Vejle	2.470	1,7	4,0	62.233
Tønder	2.421	1,6	13,7	17.736
Tårnby	2.404	1,6	8,6	28.070
Odense	2.390	1,6	2,0	119.783
Gribskov	2.068	1,4	15,4	13.404
Kolding	2.031	1,4	3,4	59.496
Helsingør	1.955	1,3	7,7	25.408
Guldborgsund	1.929	1,3	7,8	24.715
Odsherred	1.910	1,3	15,5	12.332
Norddjurs	1.873	1,3	11,3	16.524
Roskilde	1.783	1,2	3,9	46.185
Esbjerg	1.775	1,2	2,7	64.613
Thisted	1.739	1,2	7,7	22.510
Lolland	1.705	1,1	9,8	17.343
Herning	1.682	1,1	3,1	54.334
Holstebro	1.593	1,1	5,3	30.096
Frederiksberg	1.501	1,0	3,2	47.284
Silkeborg	1.486	1,0	3,2	46.060
Haderslev	1.243	0,8	5,0	24.665
Langeland	1.205	0,8	24,8	4.862
Middelfart	1.203	0,8	5,8	20.623
Vordingborg	1.190	0,8	6,9	17.350
Lemvig	1.167	0,8	12,5	9.367
Fredericia	1.134	0,8	3,4	33.785
Horsens	1.076	0,7	2,1	51.283
Svendborg	1.061	0,7	4,1	25.792
Vesthimmerlands	1.057	0,7	5,8	18.091
Kalundborg	1.010	0,7	4,6	21.864

Slagelse	981	0,7	2,6	37.248
Viborg	964	0,6	1,8	52.500
Fanø	955	0,6	74,8	1.276
Skanderborg	937	0,6	3,1	30.436
Aabenraa	932	0,6	2,7	34.141
Halsnæs	926	0,6	9,5	9.738
Mariagerfjord	913	0,6	4,1	22.028
Skive	910	0,6	4,1	22.263
Rudersdal	891	0,6	2,9	30.578
Nordfyns	838	0,6	8,1	10.295
Næstved	821	0,6	2,5	33.308
Frederikssund	811	0,5	4,9	16.640
Hedensted	805	0,5	3,4	23.586
Gentofte	770	0,5	1,5	51.050
Nyborg	760	0,5	6,4	11.888
Holbæk	696	0,5	2,3	30.633
Faaborg-Midtfyn	695	0,5	3,5	19.615
Randers	682	0,5	1,5	45.394
Assens	668	0,4	4,1	16.384
Lyngby-Taarbæk	657	0,4	1,6	40.424
Hillerød	582	0,4	1,6	36.389
Odder	580	0,4	6,7	8.656
Morsø	551	0,4	5,7	9.709
Vejen	547	0,4	2,5	21.646
Rebild	544	0,4	4,1	13.233
Kerteminde	536	0,4	4,8	11.268
Køge	528	0,4	1,7	31.600
Høje-Taastrup	485	0,3	1,2	40.248
Stevns	470	0,3	7,3	6.432
Ikast-Brande	463	0,3	1,9	24.508
Brøndby	460	0,3	1,7	26.778
Hvidovre	421	0,3	1,4	29.056
Struer	419	0,3	5,1	8.208
Samsø	403	0,3	20,3	1.981
Ballerup	401	0,3	0,8	50.008
Ærø	389	0,3	14,7	2.643
Greve	383	0,3	2,0	19.257
Faxe	360	0,2	2,6	13.897
Glostrup	350	0,2	1,7	20.210
Ringsted	330	0,2	1,9	17.731
Hørsholm	320	0,2	2,7	11.662
Furesø	318	0,2	2,1	15.316
Gladsaxe	315	0,2	0,7	45.354
Læsø	304	0,2	32,3	942

Fredensborg	302	0,2	2,1	14.294
Sorø	291	0,2	2,3	12.689
Brønderslev	262	0,2	1,8	14.183
Dragør	240	0,2	6,7	3.562
Lejre	237	0,2	2,8	8.378
Ishøj	237	0,2	2,5	9.435
Rødovre	234	0,2	1,4	16.651
Egedal	210	0,1	1,7	12.484
Herlev	196	0,1	0,8	24.506
Favrskov	172	0,1	0,8	20.958
Albertslund	169	0,1	0,8	20.737
Solrød	97	0,1	1,3	7.180
Vallensbæk	55	0,0	0,9	6.013
Allerød	53	0,0	0,3	15.874
Uden for kommuner	0	0,0	0,0	6.158
Hele landet	149.281	100	4,7	3.202.373

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.

Rejsseservice

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

Restauranter mv.

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

Transportvirksomheder

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