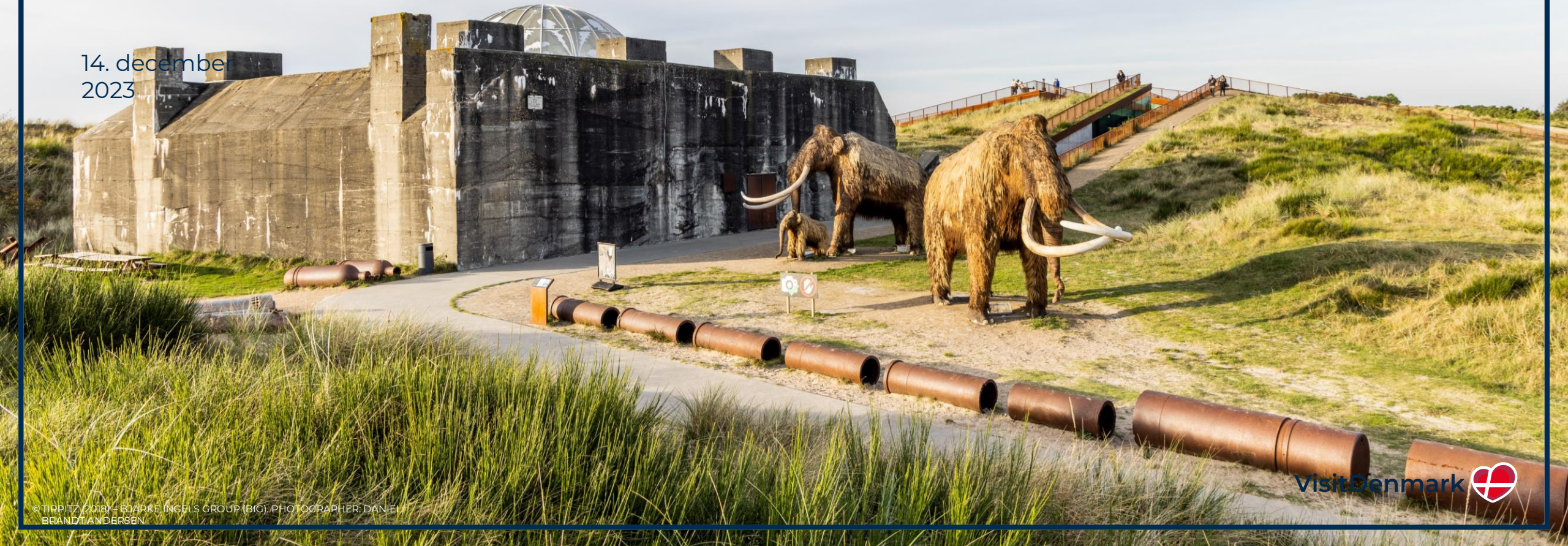


MARKEDSPROFIL: SVERIGE 2023

14. december
2023



Introduktion

I VisitDenmarks markedsprofiler præsenteres centrale indsigter for de vigtigste markeder for dansk turisme. Formålet er at give turismeaktører og andre interessenter et indblik i en række markeders betydning for turismen i Danmark.

Se alle markedsprofiler her:

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af

VisitDenmark

December 2023

Kontakt

Charlotte Rømer Rassing

crr@visitdenmark.com

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

- 05** [Markedspotentiale](#)
- 11** [Markedsforventninger](#)
- 16** [Før ferien](#)
herunder bl.a. kendskab og inspiration
- 30** [Ferien i Danmark](#)
herunder bl.a. overnatninger, forbrug og aktiviteter

VISITDENMARKS MARKEDSKONTOR I STOCKHOLM



Markedschef
Flemming Bruhn
fb@visitdenmark.com
+45 4041 8515



Marketing Manager
Åsa Lindberg
asalin@visitdenmark.com
+46 70 509 69 08



Marketing & PR
Koordinator
Alexandra Jaccopucci
alejac@visitdenmark.com
+46 73 919 00 29



PR & Press Manager
Henrik Göthlin
hengot@visitdenmark.com
+46 76 835 00 31



© Daniel Overbeck

UDVALGTE KONKLUSIONER

De samvittighedsfulde familier fylder godt på det svenske marked

VisitDenmark har valgt at fokusere på fire segmenter på nærmarkederne. Samlet set udgør de fire segmenter 72 pct. af det svenske marked.

Navnlig De samvittighedsfulde familier udgør et stort volumen (24 pct.) på det svenske marked. Kontakt gerne markedschef Flemming Bruun for yderligere information om segmenterne på det svenske marked.

Stabil rejselyst fra svenskerne sammenlignet med sidste år

13 pct. af svenskerne forventer at besøge Danmark på en ferie med overnatning i 2023. I 2022 lå andelen på stort set samme niveau (14 pct.). Tilbage i 2019 lå den på 17 pct..

Det er især ferie uden børn ved kysten eller uden for de større byer, der efterspørges af svenskerne.

Seks ud af ti svenskere kender Danmark som feriedestination, og over halvdelen opfatter landet som attraktivt

60 pct. af svenskerne kender noget eller meget til Danmark som feriedestination.

Danmarks opfattes som et attraktivitet ferieland af flere end hver anden (55 pct.) svensker.

Ferien skal byde på afslapning og naturoplevelser

Rejsemotiverne 'slappe af og lade op' og 'natur, strand, kyst og hav' er vigtige for flest svenskere, når de skal afholde ferie. Også forskellige former for madoplevelser rangerer højt blandt mange.

Interessen for mad- og gastrooplevelser kan også ses i svenskernes søgevolumen, når det gælder gastronomi-relaterede søgetermer om Danmark. I første halvdel af 2023 ligger antallet af googlesøgninger efter gastronomi-relaterede søgetermer under niveauet i 2022, men over niveauerne i både 2019, 2020 og 2021.

Flere overnatninger i alle 19 destinationsselskaber i 2022 sammenlignet med 2021

I 2022 lå antallet af svenske overnatninger på niveau med i 2019, men under niveauet i perioden 2015 til 2018.

MARKEDS- POTENTIALE

 MORNHØJE NATURCENTER

PERSPEKTIVER PÅ DET SVENSKE MARKED V. FLEMMING BRUHN, MARKEDSCHEF

Det svenske marked kom godt igen i 2022 og endte på niveauet før pandemien.

Desværre har den svenske økonomi haft det svært i 2023, og det har kunnet ses på antallet af svenske overnatninger i Danmark. Det er især den lave kronekurs, inflationen og de høje renter, som har haft betydning – ikke kun for svenskernes rejser til Danmark, men til udlandet generelt. Faktisk har Danmark vundet markedsandele set i forhold til 2019.

Det svenske marked er stadig utroligt vigtigt for dansk turisme, når der ses på omsætningen. Det stammer især fra hotelovernatninger og endagsturisme.

Vi skal i 2024 forsøge at fastholde vores position på markedet og gerne komme tilbage på vækstsporet. Og vi så tilbage fra finanskrisen. hvor hurtigt de svenske overnatninger kom tilbage.

NØGLETAL: OVERNATNINGER, FORBRUG OG OMSÆTNING

SVENSKERE I DANMARK

1,7 mio.

overnatninger i 2022*

14.600

færre overnatninger end i 2019

-0,9 pct.

vækst i antal overnatninger
ift. 2019

+10,0 pct.

vækst i antal overnatninger i 2019 booket via
online bookingplatforme

7,6 mia. kr. (3,9 mia. kr. i 2021)

Foreløbig turismeomsætning i 2022

23 pct.

af svenskerne kender meget til Danmark
som feriemål

SVENSKKE KYST- OG NATURTURISTER

927.000

overnatninger*

-8,6 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019

4,2 personer

rejsegruppe

3,4 nætter

opholdslængde

1.750 kr.

døgnforbrug

SVENSKKE STORBYTURISTER

772.000

overnatninger*

10,5 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019

3,1 personer

rejsegruppe

1,9 nætter

opholdslængde

2.900 kr.

døgnforbrug

HVOR KOMMER DE SVENSKE TURISTER FRA?


Region	Svenske turister i Danmark (pct.)
Västra Götalands län	29
Skåne län	15
Stockholms län	12
Hallands län	7
Kronobergs län	5
Jönköpings län	4
Värmlands län	4
Uppsala län	3
Östergötlands län	3
Kalmar län	3
Gotlands län	3
Blekinge län	3
Jämtlands län	3
Södermanlands län	2
Örebro län	2
Dalarnas län	2
Västmanlands län	1
Västerbottens län	1
Gävleborgs län	0
Västernorrlands län	0
Norrbotens län	0





INTRODUKTION TIL OG VALG AF SEGMENTER

VisitDenmark har netop taget en ny segmenteringsmodel i brug i den internationale markedsføring, der er udviklet på grundlag af et omfattende analysearbejde, hvor 11.000 turister i Tyskland, Nederlandene, Sverige og Norge har svaret på 52 forskellige spørgsmål.



Det har resulteret i et overblik på alt seks segmenter, hvoraf VisitDenmark har valgt fire med særligt potentiale for dansk turisme. Modellen giver bl.a. en større forståelse af, hvad der driver turisterne, og hvilke ønsker og interesser der motiverer dem til en ferie. VisitDenmarks kampagner på nærmarkederne vil fremover være målrettet et eller flere af disse segmenter.

SEGMENTSTØRRELSER OG MARKEDSPOTENTIALE

Blandt de seks segmenter har VisitDenmark valgt fire, som har særligt potentiale for Danmark.

Segmenterne er valgt ud fra deres størrelse på markederne, deres præferencer for Danmark og hvor nemt tilgængelige de er. VisitDenmarks kampagner på nærmarkederne vil fremover være målrettet disse segmenter.

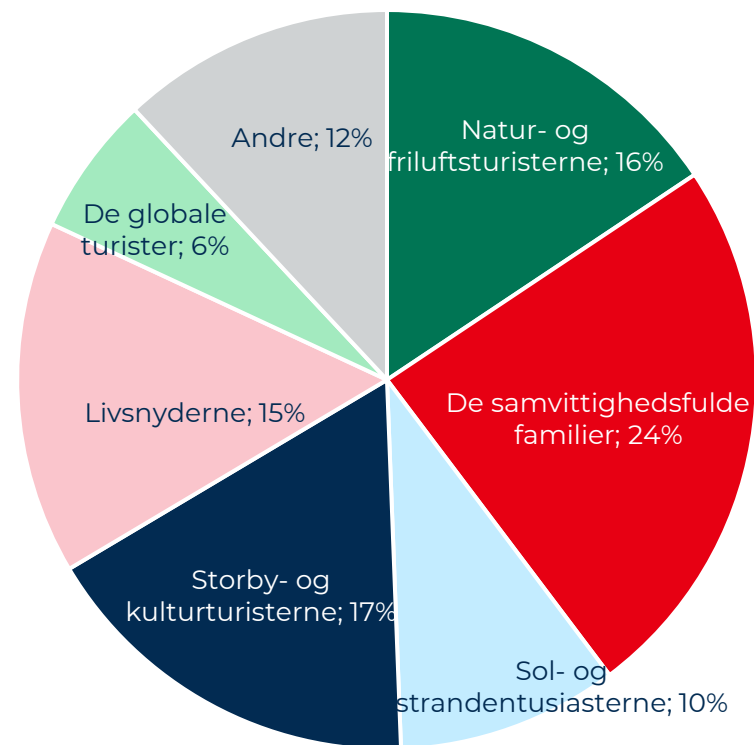
De fire segmenter er:

- Natur- og friluftsturisterne
- De samvittighedsfulde familier
- Storby- og kulturturisterne
- Livsnyderne.

De samvittighedsfulde familier udgør 24% af det svenske marked. Dette gør segmentet til det største målt på volumen.

Også både storby- og kulturturisterne og natur- og friluftsturisterne udgør et stort potentiale på det svenske marked.

Segmentstørrelse
(share of market)



MARKEDS- FORVENTNINGER

 PORT OF COPENHAGEN



KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

- Den svenske feriekalender
- Rejseplaner
- Interesse i at besøge Danmark



FERIEKALENDER 2023 / 2024

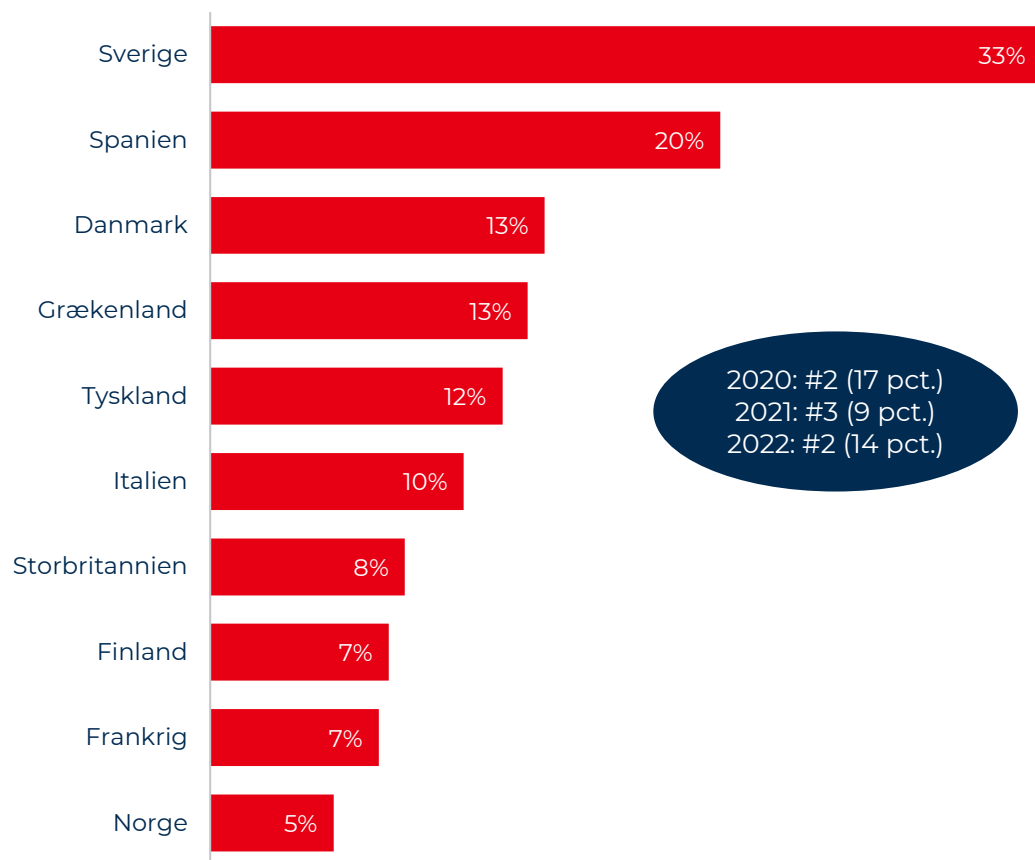


	September				Oktober				November				December				Januar				Februar				Marts				April				Maj				Juni				Juli				August				September																																				
Uge	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39																													
Sverige									E									J	J	J*					V	V	V	V	P																S*	S	S	S	S	S	S	S	S																																

Note: Vinteferien ligger mellem uge 8 og 11 og varierer fra region / kommune

HVER OTTENDE SVENSKER SØGER MOD DANMARK

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2023? Top 10



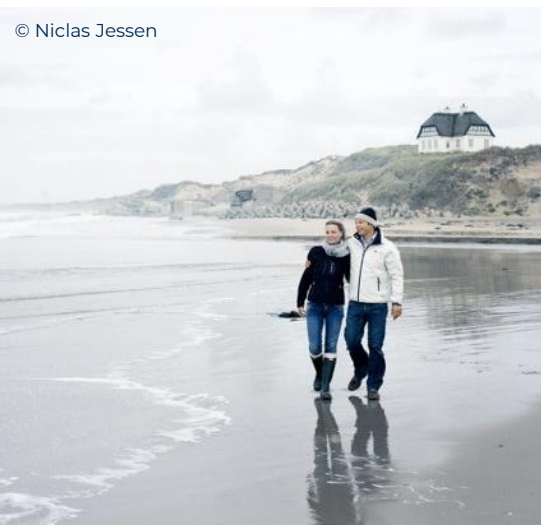
Svenskernes forventede feriemål i 2023

13 pct. af de svenske befolkning forventer at besøge Danmark på en ferie i 2023. Andelen er på niveau med sidste år (14 pct.).

I 2023 optræder Danmark på en tredjeplads i top 10 af forventede rejsemål. I de seneste par år har Danmark ligget stabilt i svenskernes top 3.

Svenskernes foretrukne rejsemål er hjemmelandet efterfulgt af Spanien og – på fjerdepladsen efter Danmark - Grækenland.

SVENSKERNE REJSER OFTE UDEN BØRN



FERIE UDEN BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

38 pct. af den svenske befolkning vil på kyst-/naturferie uden børn.

Af dem overvejer 4 pct. Danmark som rejsemål



STORBYFERIE UDEN BØRN

19 pct. af den svenske befolkning vil på storbyferie uden børn.

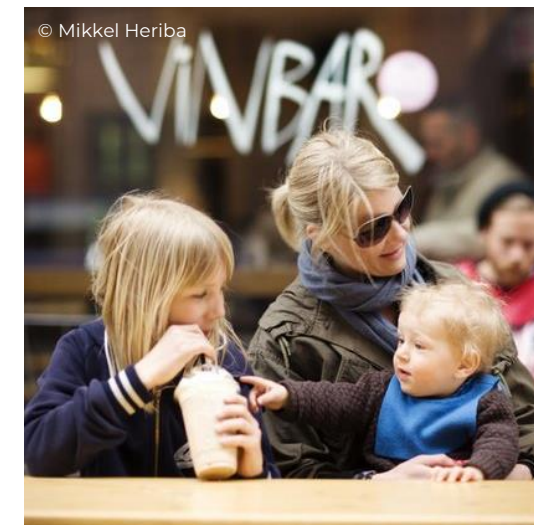
Blandt dem overvejer 12 pct. Danmark som rejsemål



FERIE MED BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

18 pct. af den svenske befolkning vil på kyst-/naturferie med børn.

Blandt dem overvejer 2 pct. Danmark som rejsemål




STORBYFERIE MED BØRN

8 pct. af den svenske befolkning vil på storbyferie med børn.

Af dem overvejer 2 pct. Danmark som rejsemål

FØR FERIE

 LYNGVIG LIGHTHOUSE

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

- Kendskab til Danmark
- Bookinghorisont
- Danmarks attraktivitet som ferieland
- Rejsemotiver
- Inspirationskilder og -søgning med fokus på gastro og outdoor, der er to af VisitDenmarks strategiske fokusområder

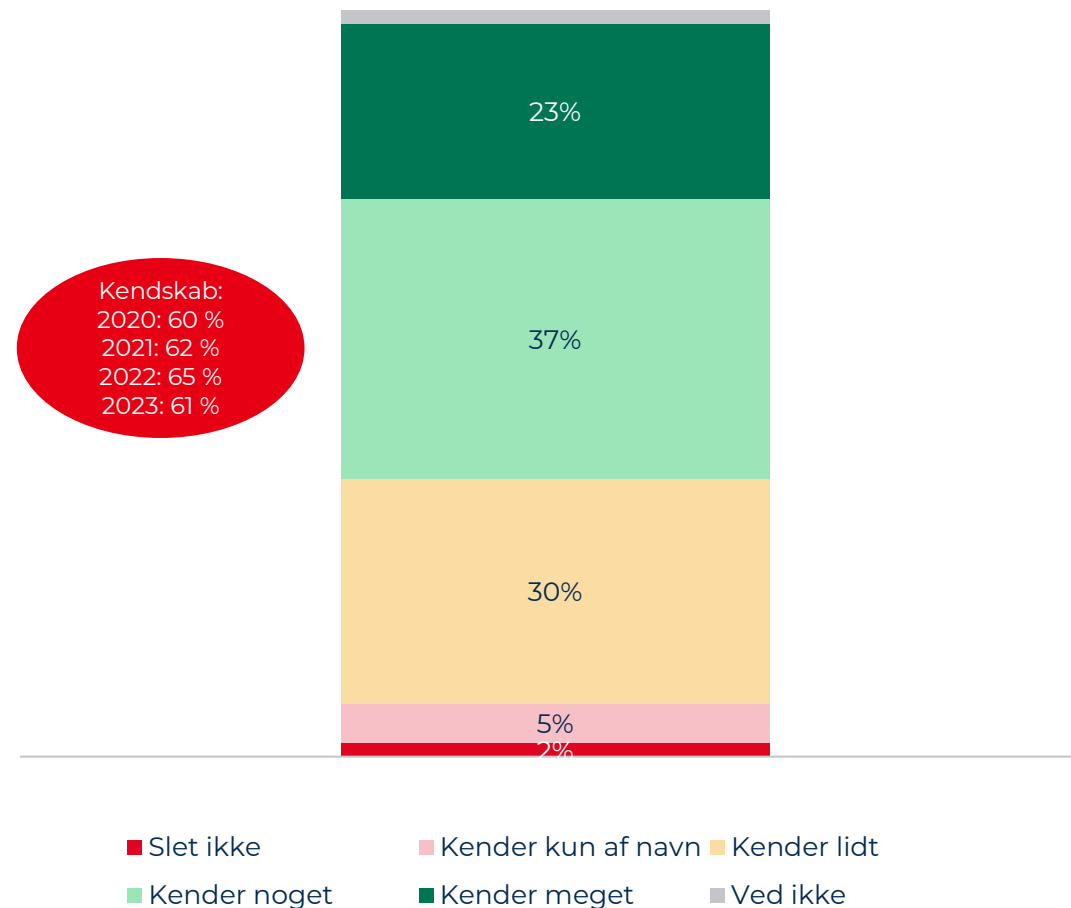


SEKS UD AF TI SVENSKERE KENDER DANMARK

Kendskab til Danmark som feriedestination

Seks ud af ti svenskere har kendskab (noget eller meget) til Danmark som feriedestination. Derudover er der 30 pct., som kender lidt til Danmark.

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?



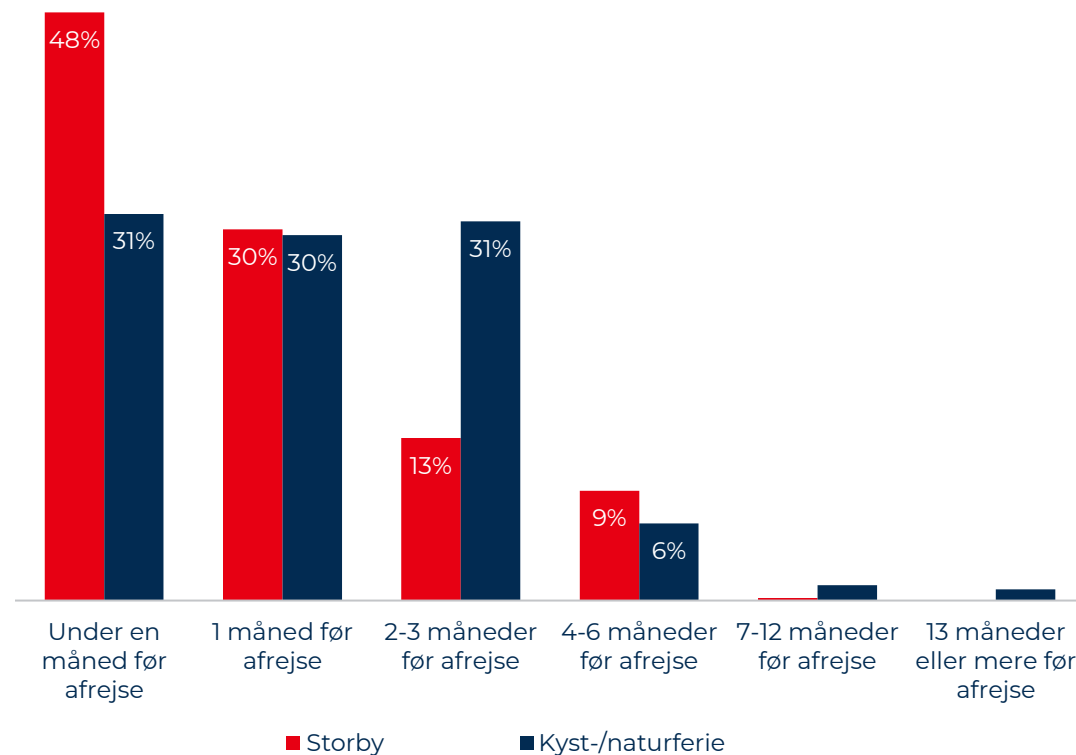
SVENSKERNE BOOKER FORHOLDSVIS TÆT PÅ AFREJSETIDSPUNKTET

Bookinghorisont

Svenskerne booker de fleste ferier til Danmark tæt på selve afrejsetidspunktet. Næsten halvdelen (48 pct.) af alle svenske storbyferier til Danmark er booket under en måned før afrejse. Det tilsvarende gælder 31 pct. af de svenske kyst- og naturferier i Danmark.

De svenske kyst- og naturturister bestiller generelt deres ferie i Danmark lidt tidligere end storbyturisterne.

Tidspunkt for første booking

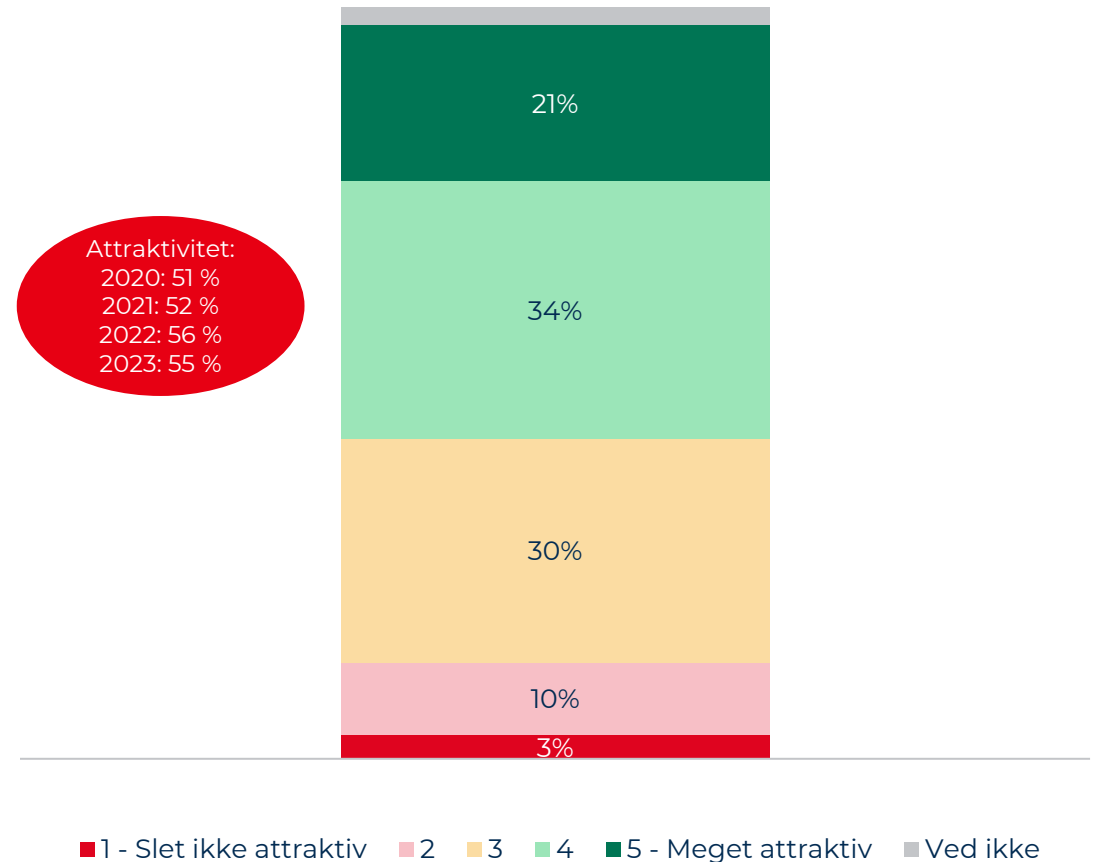


DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

Danmarks attraktivitet som feriedestination

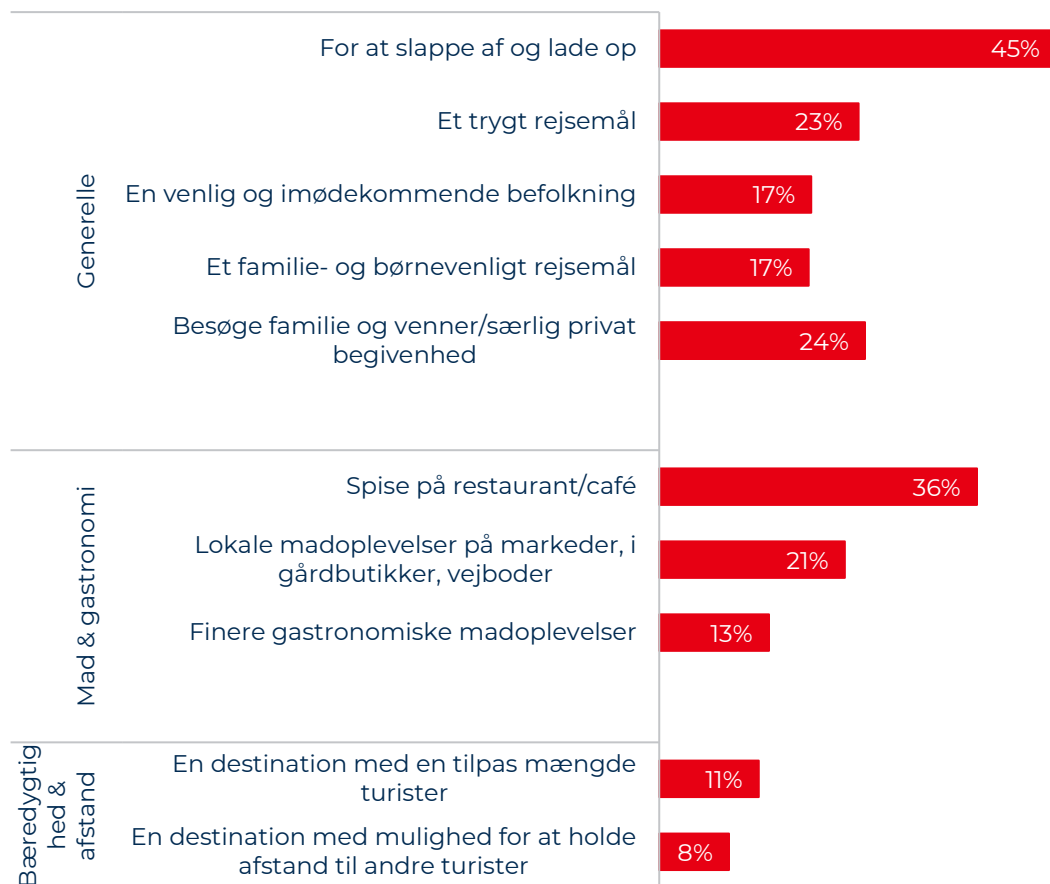
Over halvdelen (55 pct.) af svenskerne synes, at Danmark er attraktivt som feriedestination. Få svenskere (3 pct.) synes, at Danmark slet ikke er attraktivt.

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?



AFSLAPNING OG SPISE UDE PÅ RESTAURANT/CAFE ER I FOKUS

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen?



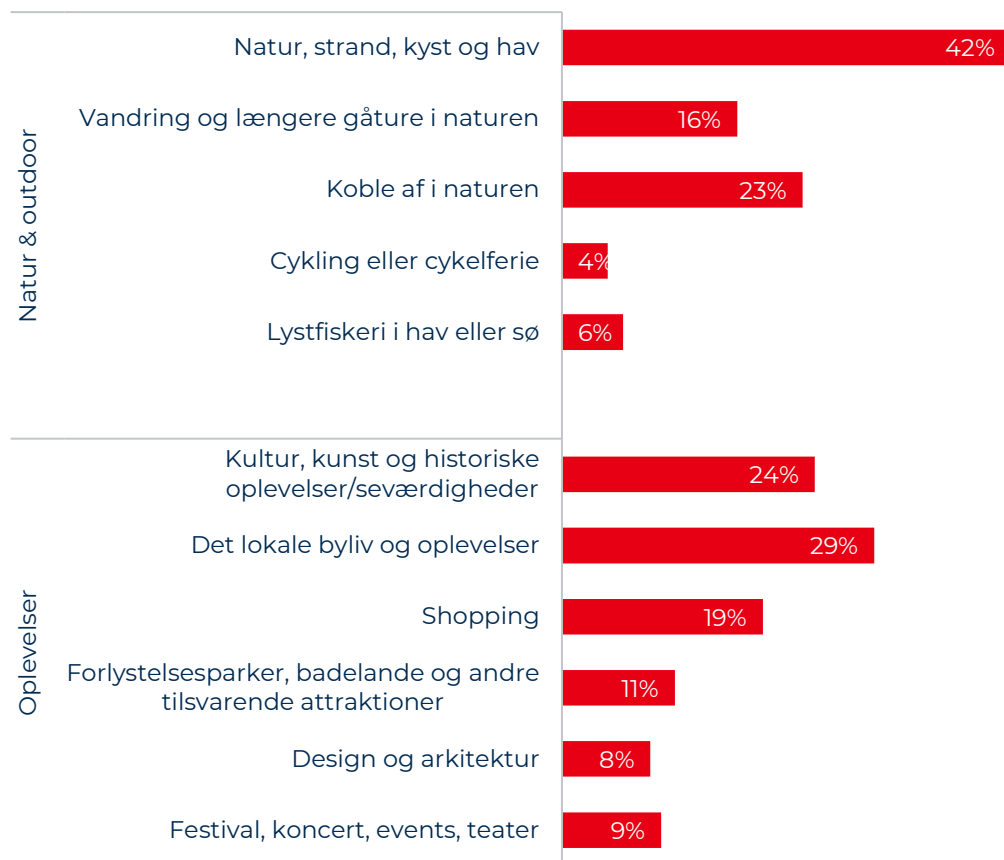
Rejsemotiver: generelle, mad & gastronomi og bæredygtighed & afstand

Knap halvdelen af svenskere har angivet, at det er vigtigt for dem at slappe af og lade op på ferien. En ud af fire svenskere har angivet, at det var vigtigt, at de havde mulighed for at besøge familie og/eller venner.

Flere end hver tredje svensker har angivet, at det var vigtigt for dem at kunne spise på restaurant/café, da de valgte deres feriedestination.

NATUR, STRAND, KYST OG HAV ER EN PRIORITET

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen?



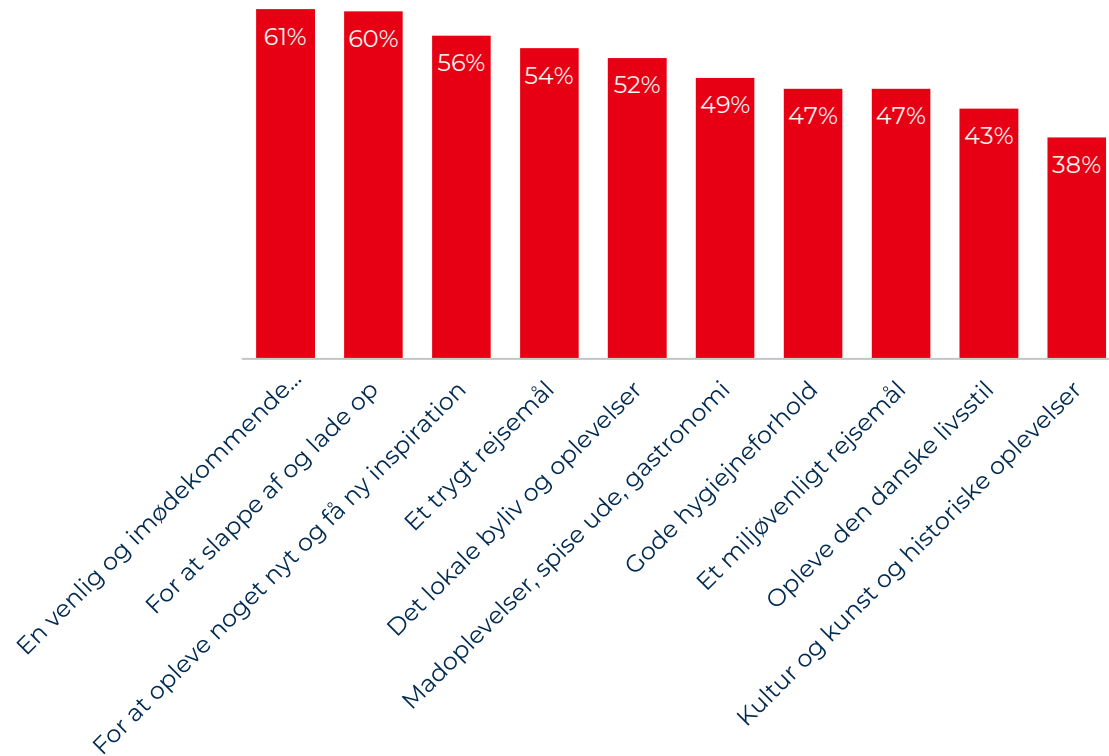
Rejsemotiver: natur & outdoor og oplevelser

42 pct. af svenskerne prioriterede natur, strand, kyst og hav, da de valgte feriedestination. Afslapning var også et vigtigt element. Knap en ud af fire svenskere angav, at muligheden for at koble af i naturen var vigtig.

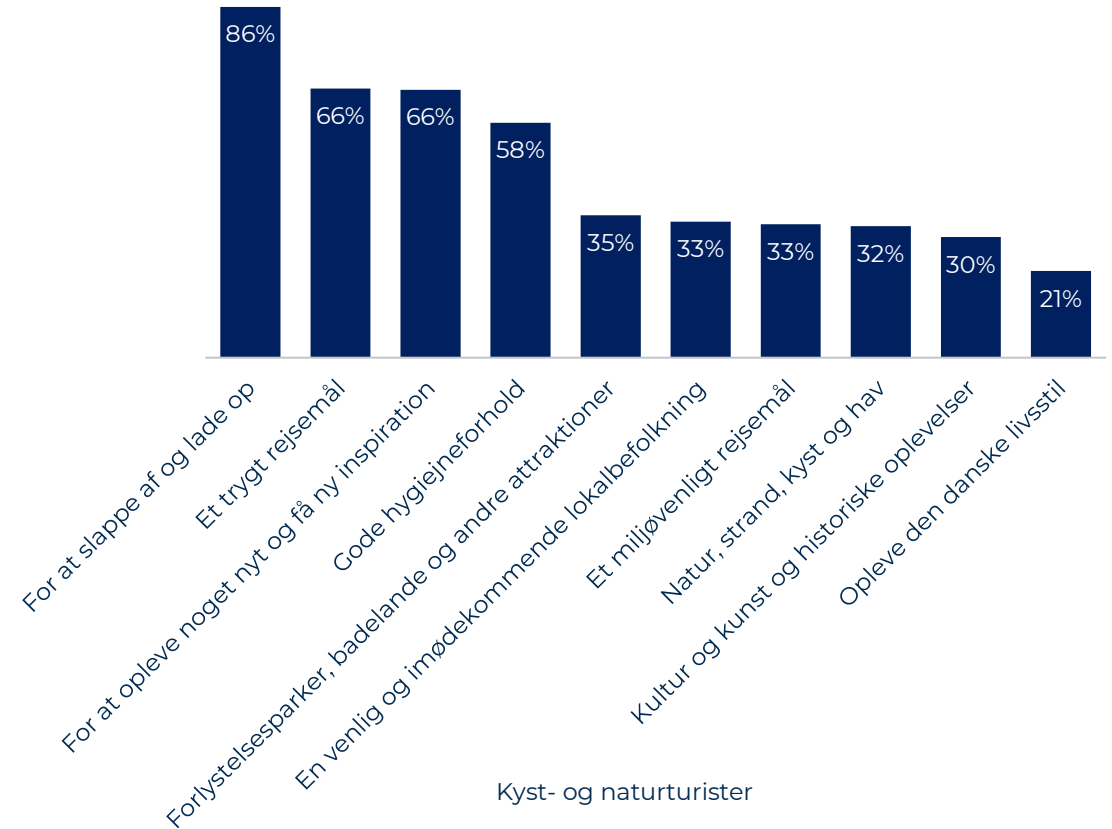
Med hensyn til oplevelser er især det lokale byliv en prioritet blandt mange svenskere (29 pct.). Også kunst og kultur og shopping fylder meget hos en stor del af den svenske befolkning.

STORBYTURISTER ER INTERESSEREDE I DANSKERNE, MENS MANGE KYST- OG NATURTURISTER HAR FOKUS PÅ AFSLAPNING

I hvilken grad er dette årsager til, at du har valgt at holde ferie i Danmark? Top 10



Storbyturister



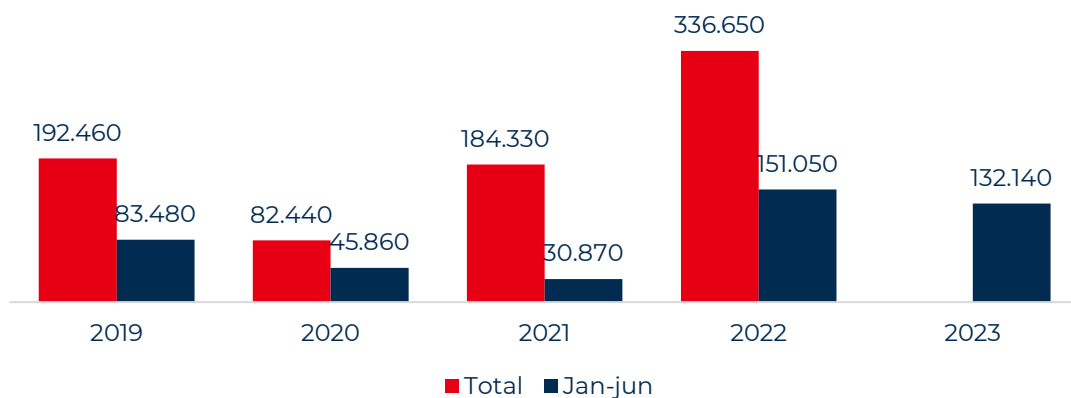
Kyst- og naturturister

INTERESSEN FOR GASTRONOMI ER SÆRLIG KNYTTET TIL KØBENHAVN

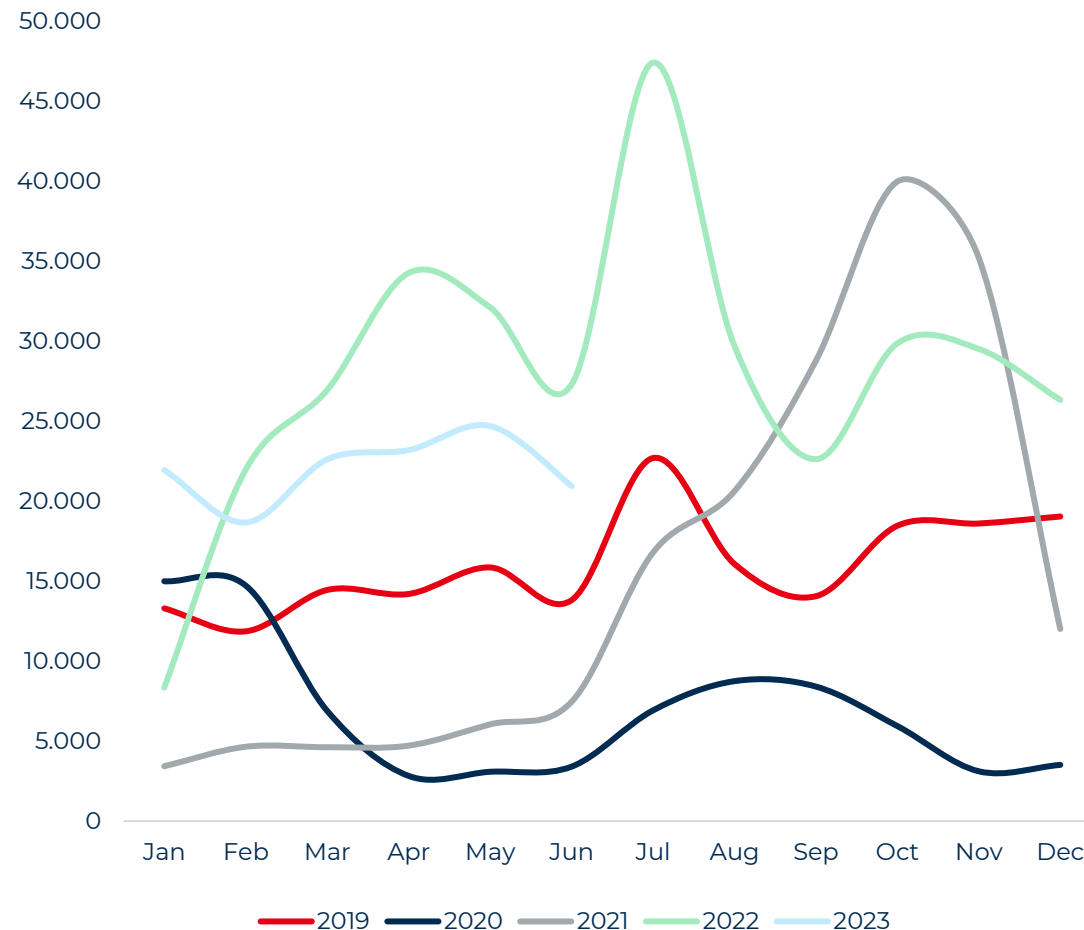
I første halvår 2023 har svenske søgninger efter gastronomi-relaterede termer været faldende sammenlignet med 2022. Det er kun i januar 2023 at interessen er højere.

Meget af efterspørgslen retter sig mod København, men der ses også en interesse knyttet til Frederikshavn og Odense samt en interesse for dansk mad på et overordnet niveau.

Søgevolumen pr. år og halvår efter dansk gastronomi



Månedlig søgevolumen dansk gastronomi



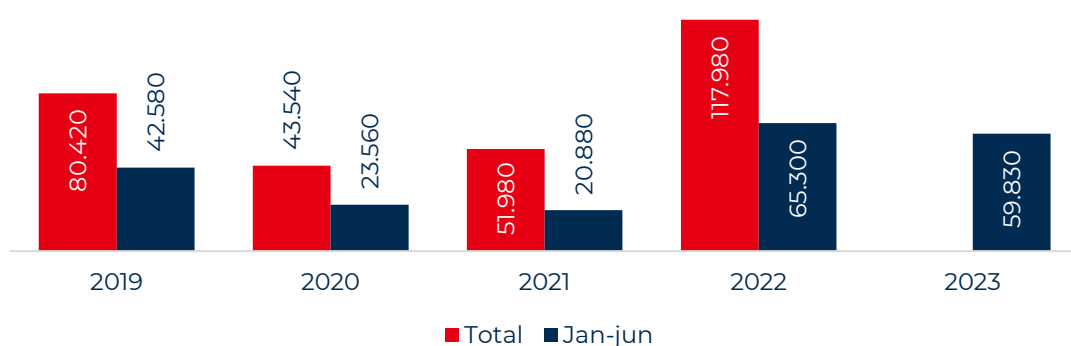
SVENSKERNE VIL GERNE PÅ CAMPINGFERIE

Når svenskerne foretager outdoor-relaterede søgninger, er fokus på camping og "danmarks stränder".

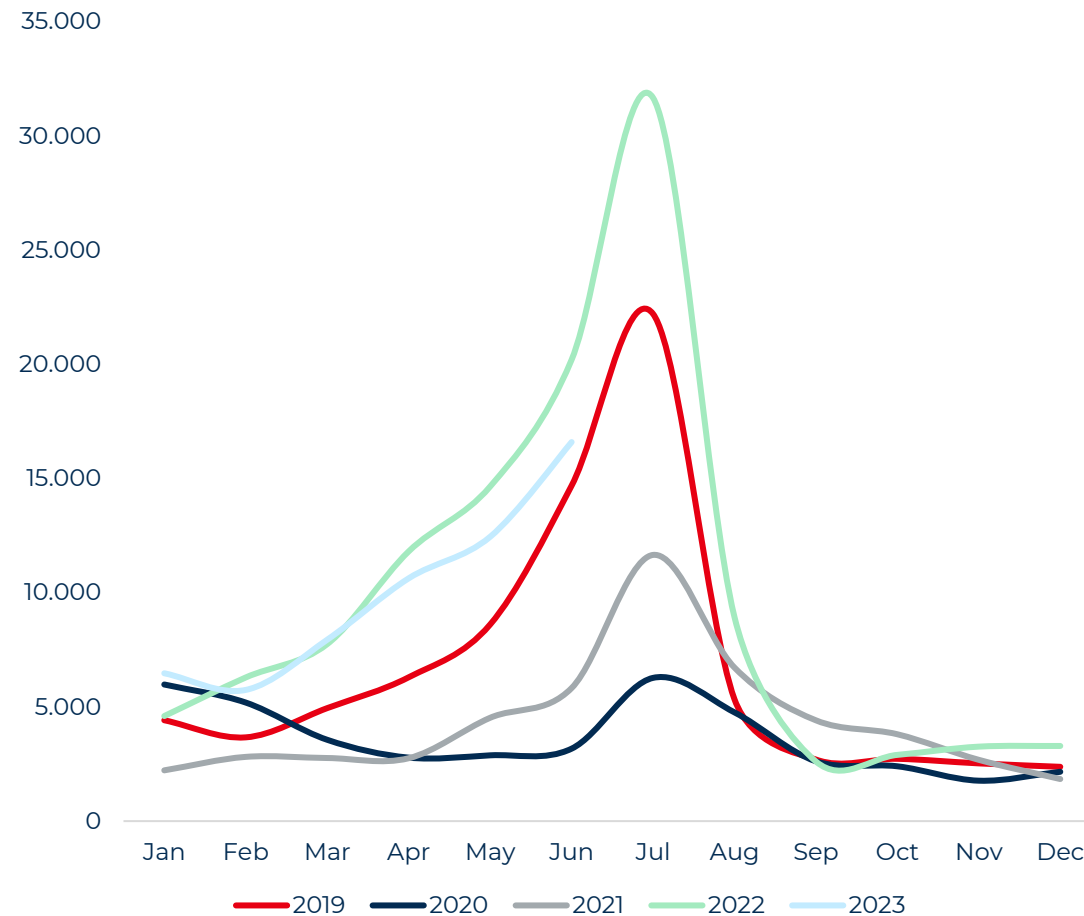
Søgningerne går meget på at afdække, hvor i Danmark det er muligt at campere, og der ses en stor efterspørgsel efter "campingplads danmark". Ellers er søgningerne især rettet mod camping i Skagen, Frederikshavn, på Sjælland, Rømø og i nærheden af Legoland.

Søgevolumen i første halvår af 2023 ligger stort set på samme niveau som i samme periode i 2022.

Søgevolumen pr. år og halvår for søgninger om outdoor



Månedlig søgevolumen om outdoor



REVIEWS FRA ANDRE TURISTER ER VIGTIGE

Hvilke online inspirationskilder havde indflydelse på dit valg af din seneste feriedestination?



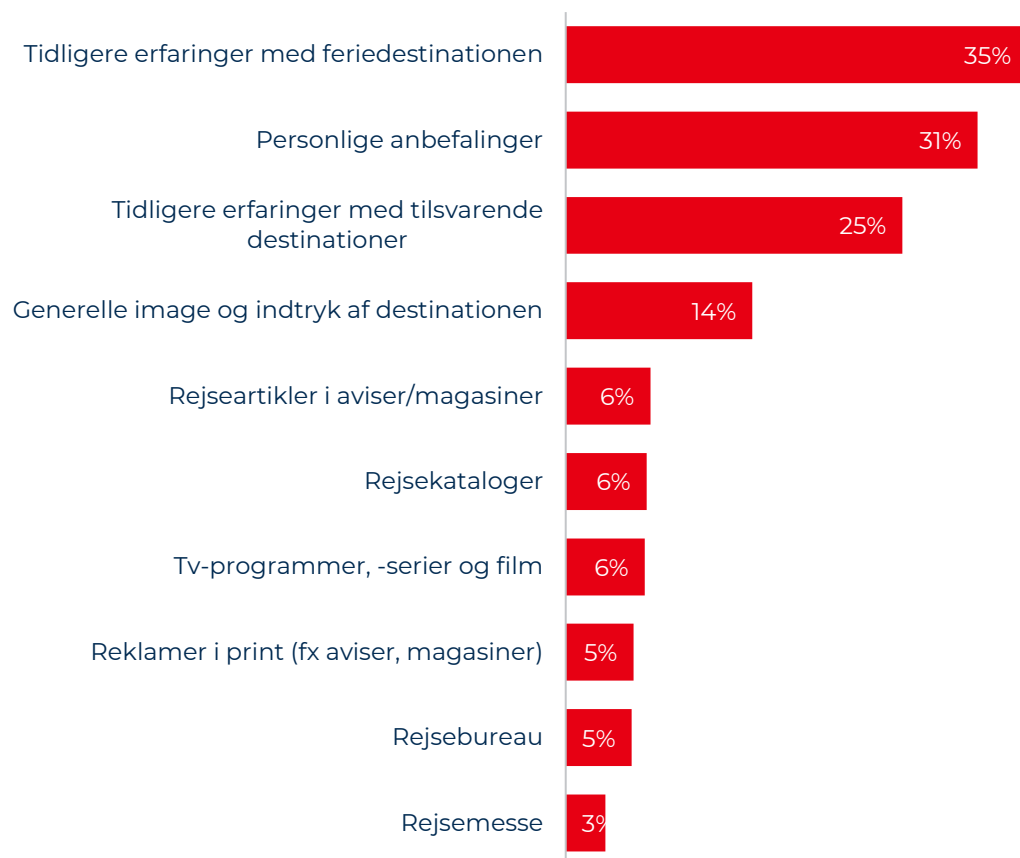
Online inspirationskilder

Generelle internetsøgninger er den inspirationskilde, der anvendes af flest svenskere, når de søger inspiration i forbindelse med valg af feriedestination (21 pct.).

Brugen af sociale medier og hjemmesider med brugeranmeldelser er med i top 5 og tyder på, at svenskere er interesserede i reviews fra andre turister.

ANBEFALINGER OG EGNE ERFARINGER ER VIGTIGE

Hvilke andre inspirationskilder havde indflydelse på dit valg af din seneste feriedestination?

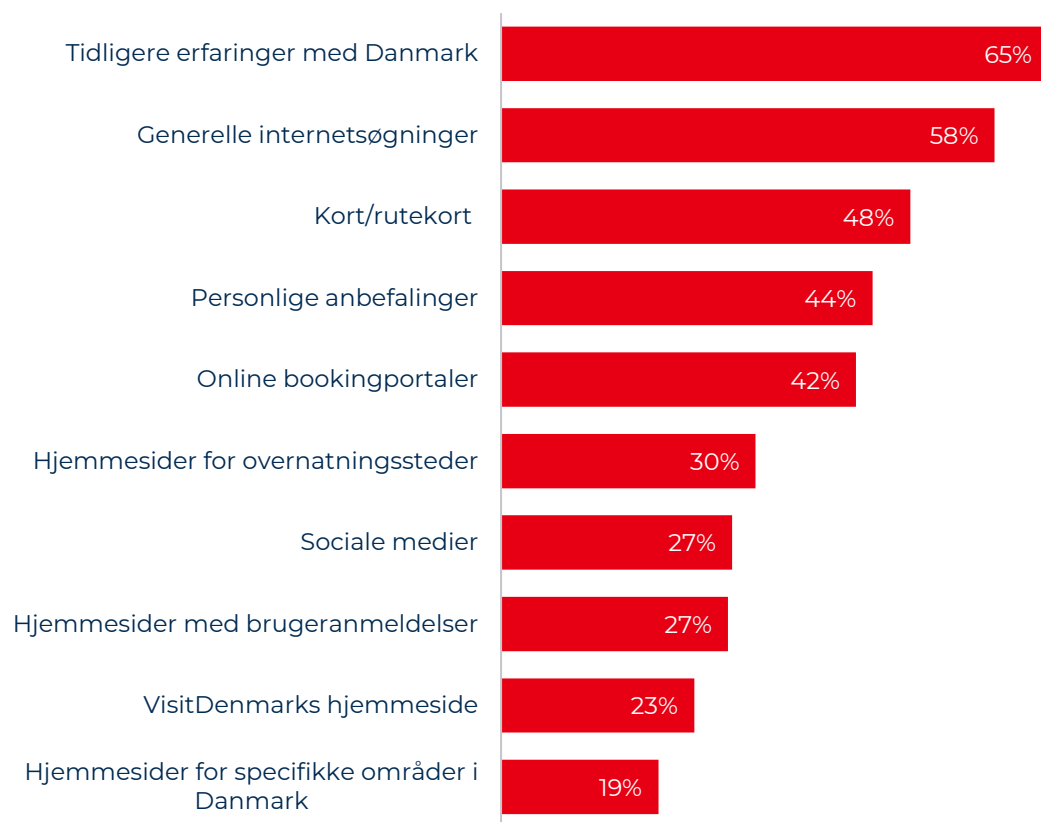


Øvrige inspirationskilder

De inspirationskilder, som flest svenskere bruger, er offline-kilder, nemlig tidligere erfaringer med feriedestinationen samt personlige anbefalinger (hhv. 35 pct. og 31 pct.).

STORBYTURISTER BRUGER DERES ERFARINGER MED DANMARK TIL INSPIRATION

Har følgende inspirationskilder haft indflydelse på din beslutning om at holde ferie i Danmark? Top 10 (flere svar mulige)

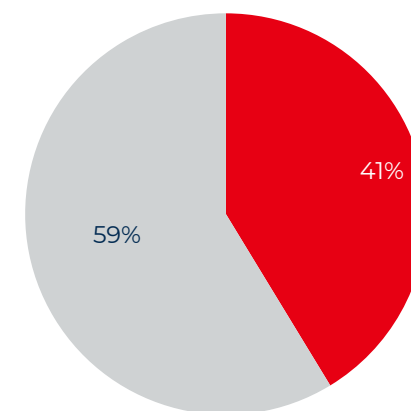


Inspirationssøgning inden og på ferien i Danmark

Knap to ud af tre (65 pct.) svenske storbyturister, der var på ferie i Danmark i 2022, brugte deres egne tidligere erfaringer med Danmark som inspirationskilde før ferien.

Fire ud af ti svenske storbyturister, der var på ferie i Danmark, søgte inspiration, mens de var på ferie. Her er generelle internetsøgninger meget populære (81 pct.)

Inspirationssøgning på ferien i Danmark?



■ Søger inspiration imens på ferie i Danmark

KYST- OG NATURTURISTER BRUGER OFTE SØGEMASKINER

Har følgende inspirationskilder haft indflydelse på din beslutning om at holde ferie i Danmark? Top 10 (flere svar mulige)

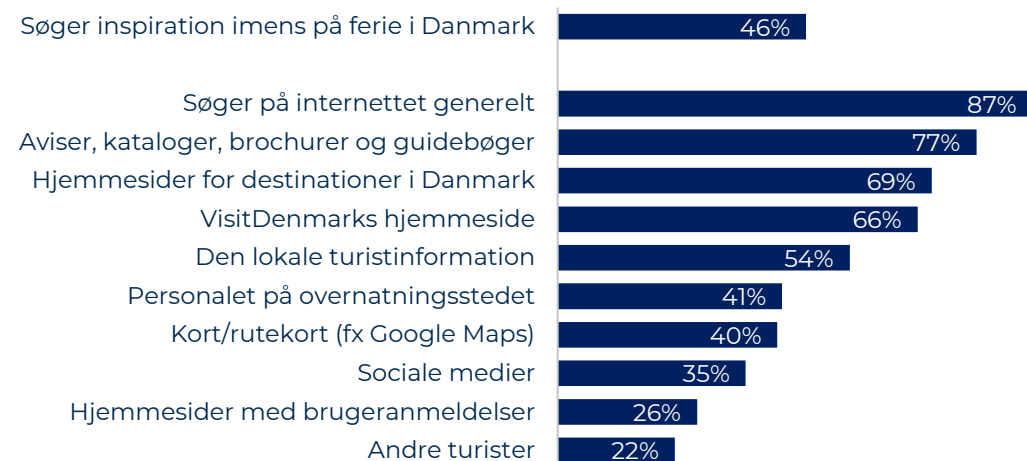


Inspirationssøgning inden og på ferien i Danmark

De svenske kyst- og naturturister, der var på ferie i Danmark i 2022, har brugt deres tidligere erfaringer med Danmark som inspirationskilde. Lidt flere har brugt generelle internetsøgninger (71 pct.).

Næsten fem ud af ti svenske kyst- og naturturister, der var på ferie i Danmark, søgte inspiration, mens de var på ferie - primært via generelle internetsøgninger (87 pct.).

Inspirationssøgning på ferien i Danmark?



FERIEN I DANMARK



KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

- Antal overnatninger fordelt på destinationer, kyst og storby, overnatningsformer, mv.
- Konkurrencesituationen
- Sæson i kyst- og storbyovernatninger
- Turismeforbrug

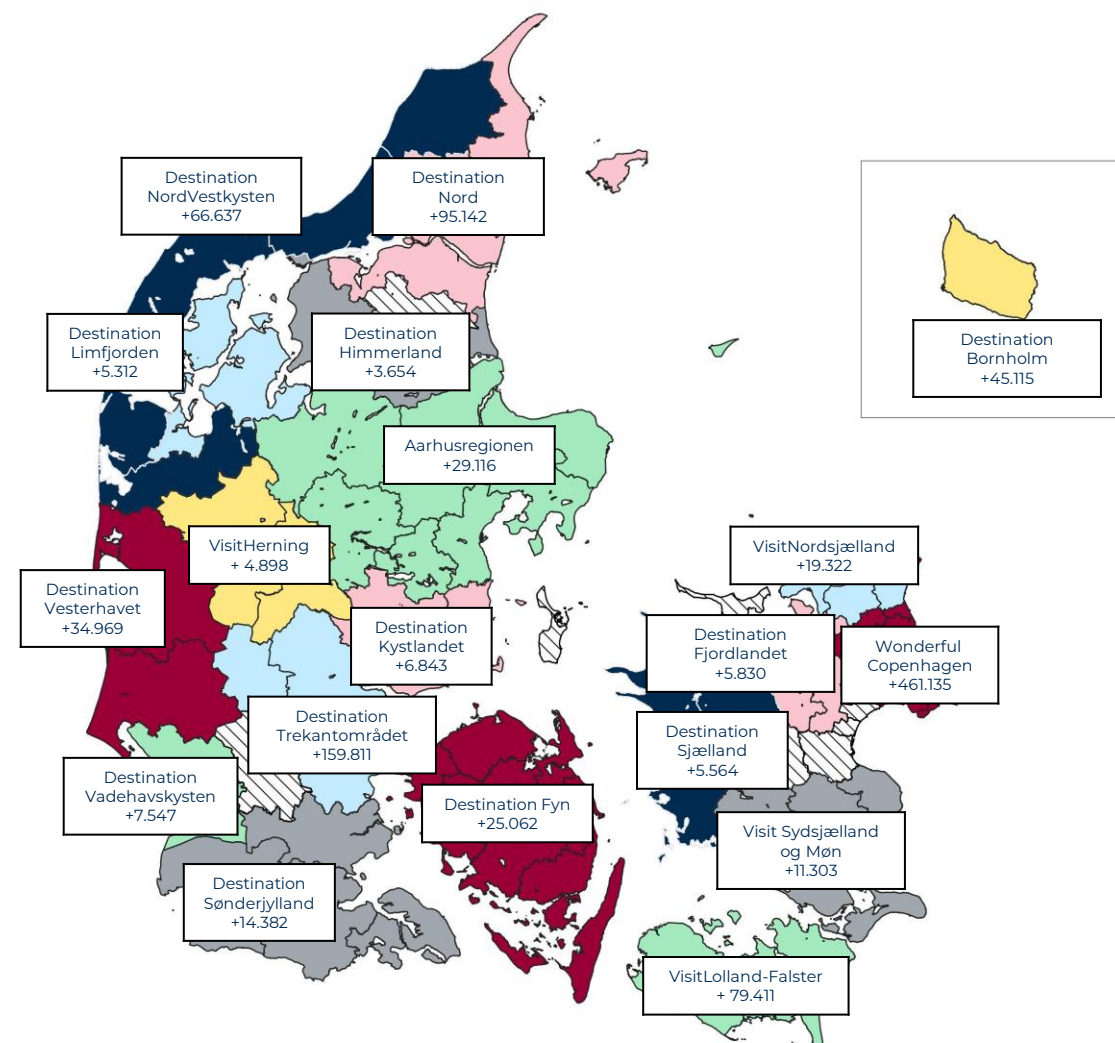


FLERE OVERNATNINGER I ALLE 19 DESTINATIONSSKABER I 2022 IFT. 2021

Svenske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
Wonderful Copenhagen	754.818	12,5%	157,0%
Destination Trekantområdet	200.134	-3,6%	396,3%
Destination Nord	146.531	-16,3%	185,1%
VisitLolland-Falster	115.776	-21,9%	218,4%
Destination Nordvestkysten	94.925	-15,2%	235,6%
Destination Bornholm	66.541	1,1%	210,6%
Aarhusregionen	56.851	-13,8%	105,0%
Destination Vesterhavet	46.223	32,0%	301,0%
Destination Fyn	44.216	10,5%	130,8%
VisitNordsjælland	37.382	-6,3%	107,0%
Destination Sønderjylland	24.876	-15,2%	137,1%
Visit Sydsjælland & Møn	20.827	-6,0%	118,7%
Destination Vadehavskysten	13.801	19,4%	120,7%
Destination Kystlandet	10.901	-20,3%	168,6%
Destination Sjælland	10.869	-29,5%	104,9%
VisitFjordlandet	9.766	-2,0%	148,1%
VisitHerning	9.142	-8,4%	115,4%
Destination Limfjorden	7.014	10,7%	312,1%
Destination Himmerland	5.542	-11,8%	193,5%

Udvikling i antal svenske overnatninger fra 2021 til 2022



FÆRRE OVERNATNINGER I 1. HALVÅR 2023 END I 2019 I NÆSTEN ALLE DESTINATIONSSKABER

Antallet af svenske overnatninger ligger i 1. halvår 2023 under 2019-niveauet i 16 ud af 19 destinationsselskaber. Sammenlignet med 2022 er der dog mange destinationsselskaber, der har oplevet en stigning i det 1. halvår i 2023, nemlig hele 12 destinationsselskaber.

	Antal overnatninger 1. halvår 2023	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2022
Wonderful Copenhagen	282.646	-4%	0%
Destination Trekantområdet	76.672	-14%	0%
VisitLollandFalster	65.087	-9%	35%
Destination Nord	48.076	-30%	5%
Destination NordVestkysten	22.683	-31%	-7%
Aarhusregionen	19.900	-21%	11%
Destination Bornholm	19.759	-10%	4%
Destination Fyn	14.034	7%	7%
Destination Vesterhavet	13.336	17%	7%
VisitNordsjælland	10.860	-24%	4%
Destination Sønderjylland	5.903	-38%	-31%
Visit Sydsjælland og Møn	5.639	-10%	-14%
Destination Vadehavskysten	4.067	-9%	-17%
Destination Fjordlandet	4.034	6%	-1%
VisitHerning	3.790	-20%	17%
Destination Kystlandet	3.485	-33%	3%
Destination Sjælland	2.982	-41%	-10%
Destination Himmerland	1.743	-6%	7%
Destination Limfjorden	1.406	-47%	-62%

FLERE SVENSKE OVERNATNINGER I 2022 END I 2021, MEN UNDER 2019-NIVEAUET

	Svenske overnatninger 2022 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2022	Udvikling fra 2021 til 2022
Sverige	52.578	5%	12%
Europa	24.558	-19%	114%
Øvrige udland	11.066	-54%	203%
I alt	88.202	-15%	42%
1. Spain	6.598	-21%	96%
2. Greece	3.066	-6%	44%
3. United Kingdom	3.006	-19%	371%
4. United States	2.806	-28%	428%
5. Denmark	1.691	-1%	180%
6. Italy	1.682	-29%	58%
7. Thailand	1.318	-66%	470%
8. Germany	1.281	-29%	183%
9. Norway	997	-10%	164%
10. Austria	952	0%	99%
11. Croatia	910	-36%	113%
12. France	786	-29%	63%
13. Turkey	759	-7%	126%
14. Cyprus	687	-25%	n/a%
15. Portugal	587	-22%	125%
16. Egypt	565	-44%	57%
17. Malta	431	27%	399%
18. Finland	427	-24%	151%
19. United Arab Emirates	387	-37%	40%
20. Australia	382	-59%	2016%

Danmark ligger højt (#5) på listen over svenskernes mest besøgte rejsemål i udlandet

DANMARK ER I KONKURRENCE MED EN RÆKKE SYDEUROPÆISKE LANDE OG STORBRIANNIEN

Konkurrentfeltet

Danmarks andel af de svenske overnatninger i Europa faldt fra 2019 til 2021, men steg fra 2021 til 2022 og lå i 2022 over 2019-niveauet.

Danmark er i høj grad i konkurrence med en række sydeuropæiske lande hvor Spanien, Grækenland og Italien tilsammen stod for 45,5 pct. af overnatningerne i 2022.

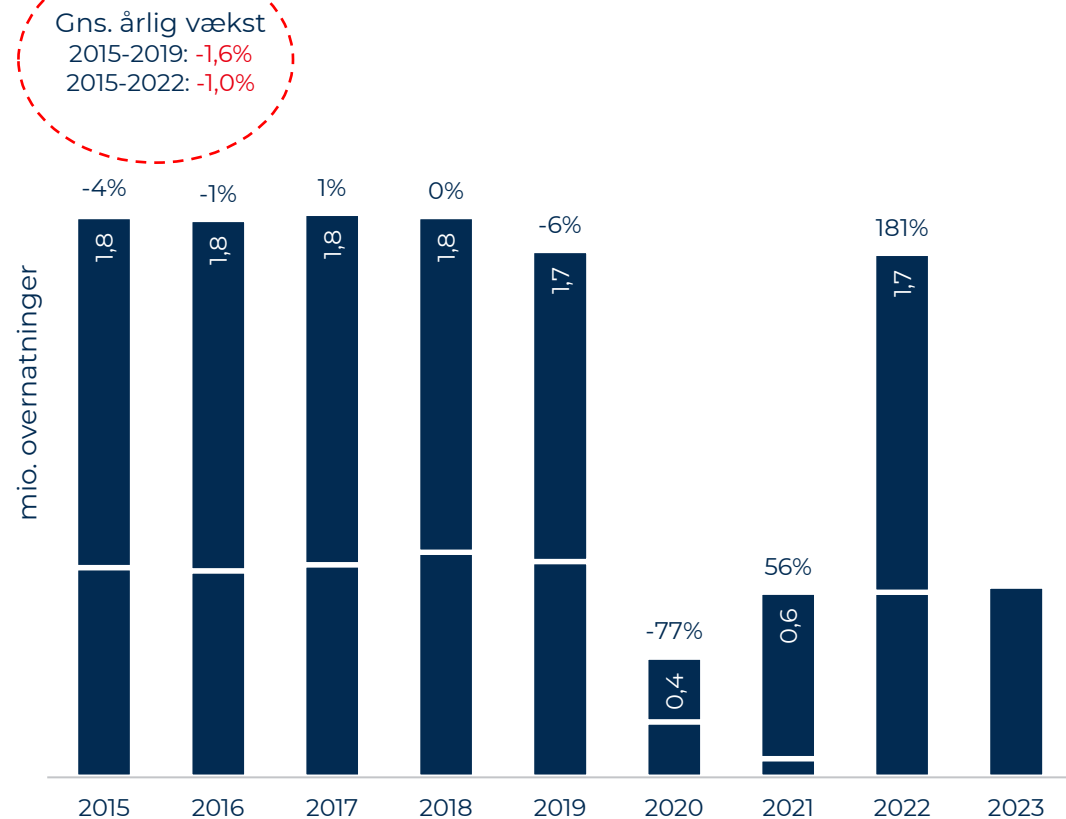
	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2021	Andel af europæiske overnatninger 2022
1. Spain	27,0%	29,0%	26,5%
2. Greece	10,5%	18,4%	12,3%
3. United Kingdom	12,0%	5,5%	12,1%
4. Denmark	5,5%	5,2%	6,8%
5. Italy	7,7%	9,2%	6,8%
6. Germany	5,8%	3,9%	5,1%
7. Norway	3,6%	3,2%	4,0%
8. Austria	3,1%	4,1%	3,8%
9. Croatia	4,6%	3,7%	3,7%
10. France	3,6%	4,1%	3,2%
11. Turkey	2,7%	2,9%	3,0%
12. Portugal	2,4%	2,3%	2,4%
13. Malta	1,1%	0,7%	1,7%
14. Finland	1,8%	1,5%	1,7%
15. Netherlands	1,0%	0,7%	1,1%
16. Ireland	1,7%	1,0%	1,0%
17. Poland	1,5%	1,0%	1,0%
18. Czech Republic	1,3%	0,6%	0,9%
19. Belgium	0,5%	0,6%	0,6%
20. Switzerland	0,6%	0,5%	0,6%

Kilde: Tourism Economics.

S. 35 Anm.: Listen er sorteret efter lande med flest overnatninger.

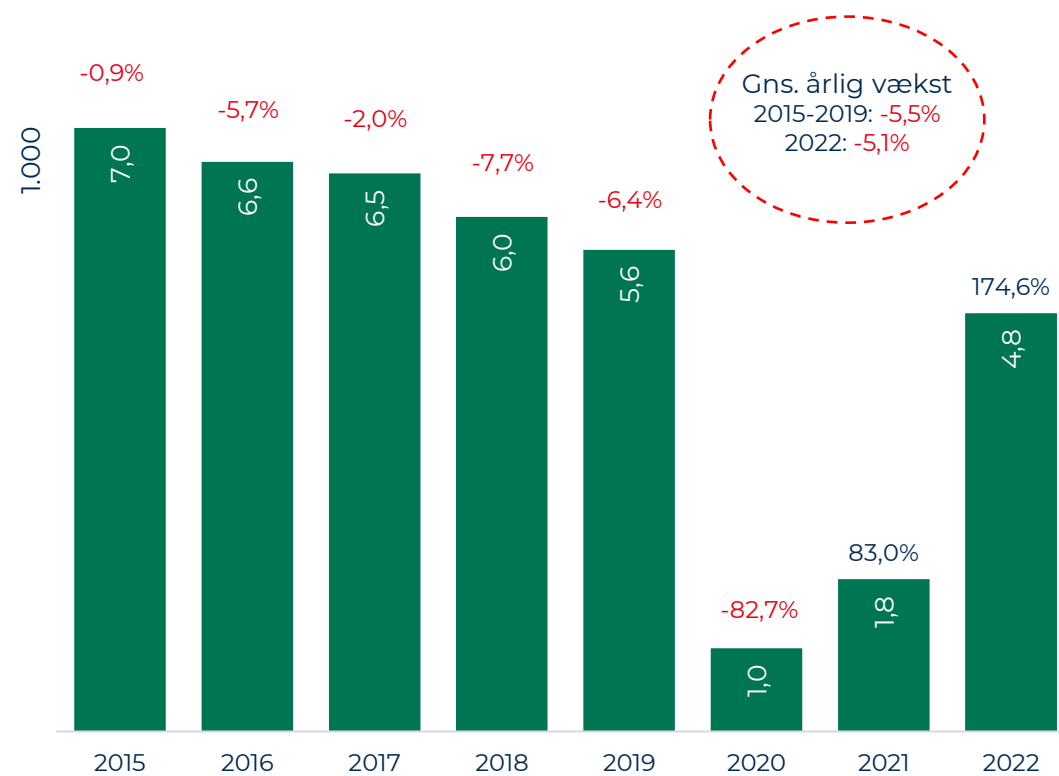
POSITIV UDVIKLING I ANTAL OVERNATNINGER OG UDLEJEDE FERIEHUSUGER I 2022 IFT. 2021

Svenske overnatninger (mio.) i Danmark
Antal og udvikling ift. året før



Den blå bjælke under den hvide vandrette markering er overnatninger i 1. halvår, mens den blå bjælke over den hvide streg er overnatninger i 2. halvår. For 2023 er der kun vist overnatninger i 1. halvår.

Udlejede feriehusuger til svenske turister i Danmark
Antal og udvikling ift. året før



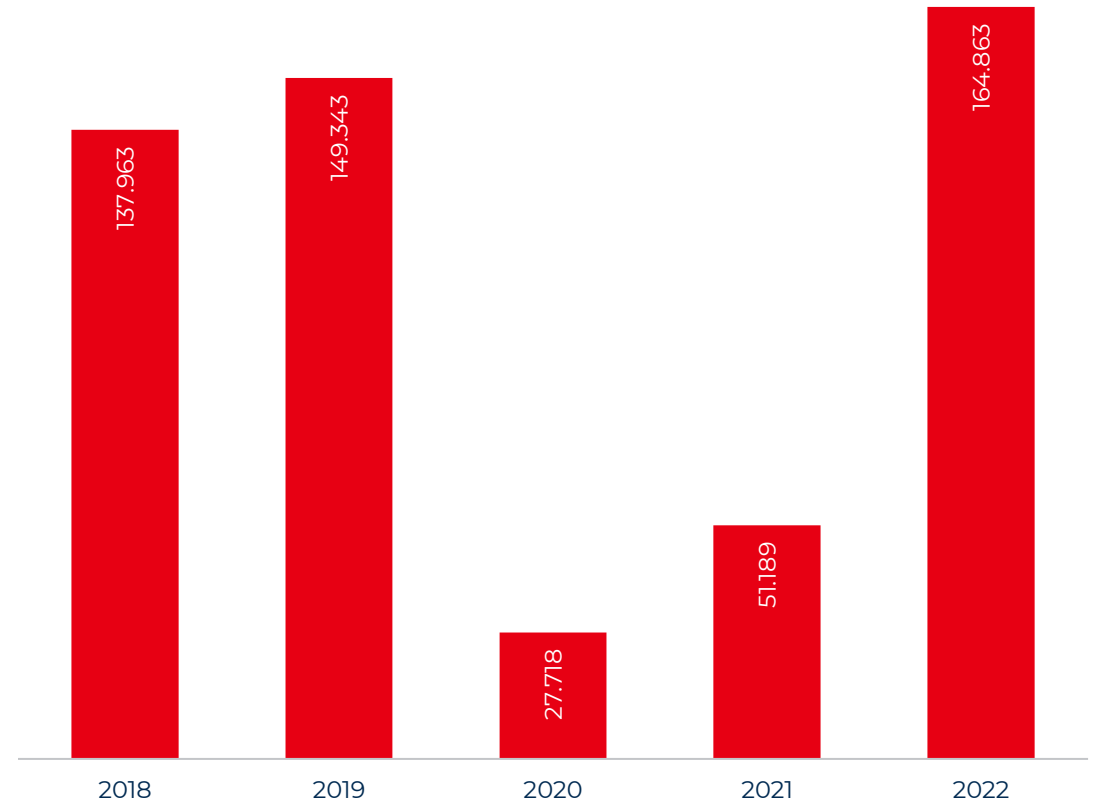
STIGNING I ANTAL SVENSKE OVERNATNINGER BOOKET VIA ONLINE-BOOKINGPLATFORME

Svenske overnatninger via bookingplatforme

Antallet af svenske overnatninger, som er booket via online bookingplatforme, er steget markant over årene med undtagelse af årene 2019 og 2020.

I 2022 blev der registreret knap 165.000 overnatninger, som svarer til en stigning på 10 pct. i forhold til 2019.

Antal svenske overnatninger booket via Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor



FLEST SVENSKE OVERNATNINGER I JULI

Svenske overnatninger fordelt over året

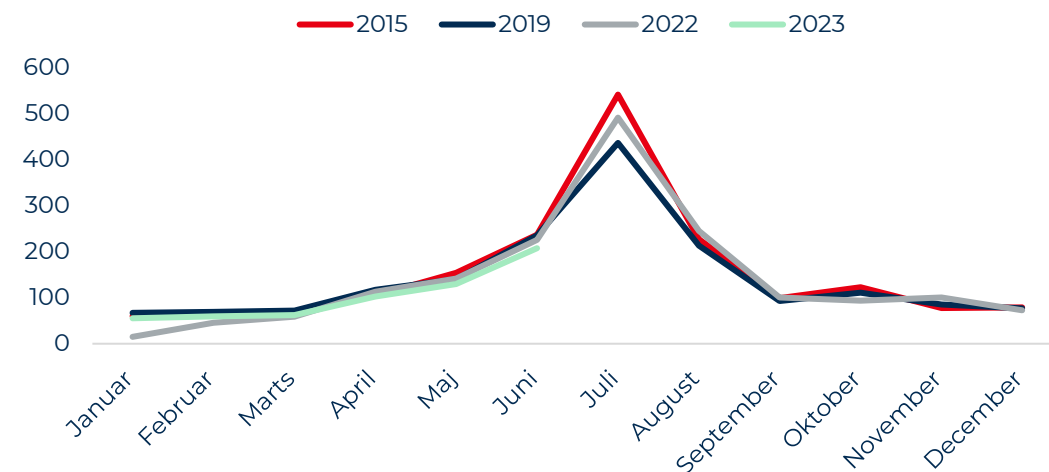
Fra 2015 til 2019 faldt antallet af svenske overnatninger i Danmark med 6 pct. Faldet fandt primært sted i højsæsonen.

Fra 2019 til 2021 faldt antallet af svenske overnatninger i Danmark med 65 pct. Fra 2021 til 2022 steg det igen og ligger i 2022 næsten på samme niveau som i 2019. Dog med flere overnatninger i højsæsonen og færre i vintersæsonen

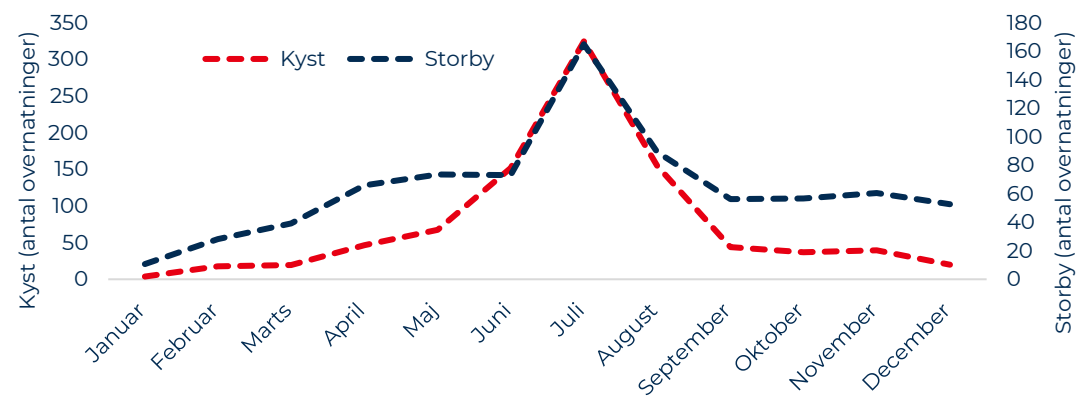
	2015	2019	2021	2022	2015	2019	2021	2022
	Antal (1.000)				Indeks (2019=100)			
Høj	767	649	240	735	118	100	37	113
Skulder	783	767	217	731	102	100	28	95
Vinter	277	298	147	233	93	100	49	78
I alt	1.826	1.713	604	1.699	107	100	35	99

Overnatningsmønsteret for svenske kyst- og naturturister er mere koncentreret i højsæsonen, mens svenske storbyturister er mere jævnt fordelt over alle hele året. Begge grupper turister har flest overnatninger i juli.

Svenske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



2022



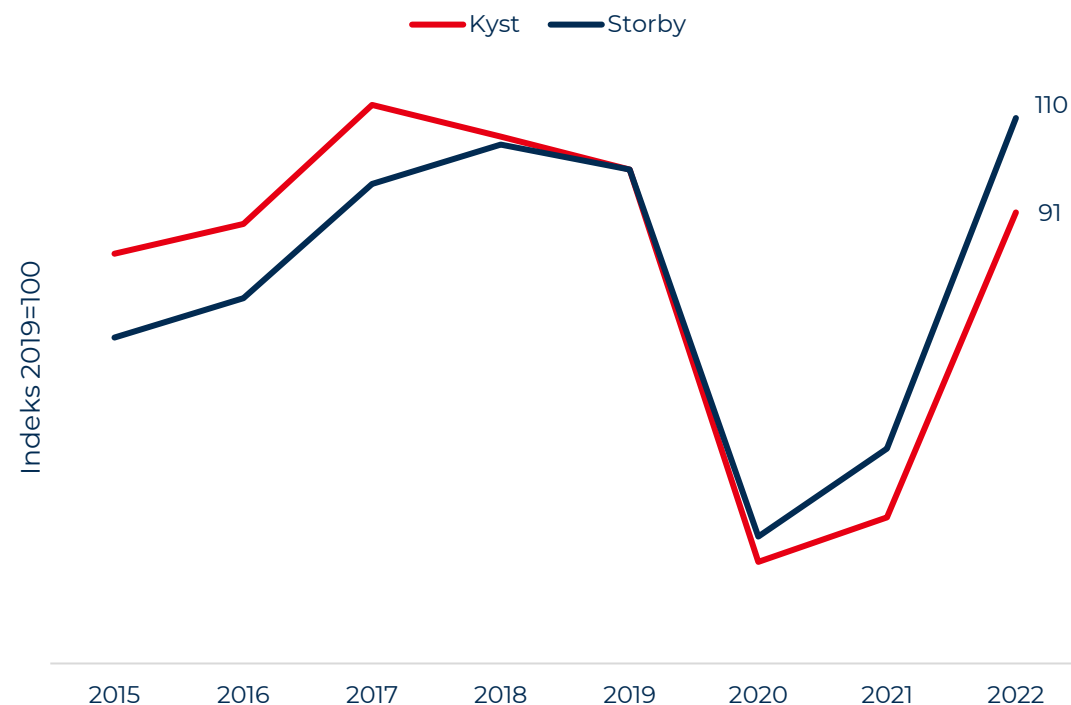
STOR STIGNING I SVENSKESKE OVERNATNINGER FRA 2021 TIL 2022 – TÆT PÅ 2019-NIVEAU

Svenske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Kyst -/naturdanmark*	1.014	300	927	-9%	209%
De fire storbyer*	699	304	772	10%	154%
I alt*	1.713	604	1.699	-1%	181%

År-til-dato (januar-juli)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2022	2023	2019-2023	2022-2023
Kyst -/naturdanmark*	388	307	322	-17%	5%
De fire storbyer*	312	291	294	-6%	1%
I alt*	700	598	616	-12%	3%

Udvikling i svenske overnatninger* inden for kyst og storby



Anm.: Før 2017 lå alle feriehuseovernatningerne under kyst. Fra og med 2017 opgøres feriehuseovernatningerne på kommunalt niveau. Dermed er det muligt få en mere retvisende opgørelse over overnatningernes fordeling ml. Kyst og Storby. Udviklingen før 2017 kan dermed ikke sammenlignes med 2017 og frem.

NI UD AF 10 SVENSKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

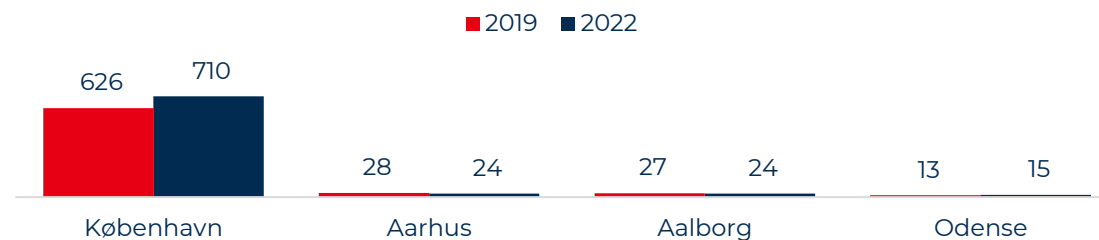
Overnatninger i de fire storbyer*

	Overnatninger (1000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	7.396	52%	
Udlandet	6.888	48%	
Tyskland	1.083	8%	16%
Sverige	772	5%	11%
Norge	747	5%	11%
USA	625	4%	9%
Storbritannien	608	4%	9%
Nederlandene	361	3%	5%
Frankrig	293	2%	4%
Italien	262	2%	4%
Indien	43	0%	1%
Kina	34	0%	0%
Øvrige udland	2.062	14%	30%
I alt	14.284	100%	

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	5.239	1.075	652	430
Udlandet	5.965	345	431	148
Tyskland	818	96	147	21
Sverige	710	24	24	15
Norge	545	53	137	13
USA	590	16	8	12
Storbritannien	558	21	14	14
Nederlandene	299	27	19	15
Frankrig	271	9	8	5
Italien	242	9	5	6
Indien	38	2	2	0
Kina	30	1	2	0
Øvrige udland	1.865	87	65	45
I alt	11.205	1.420	1.082	577

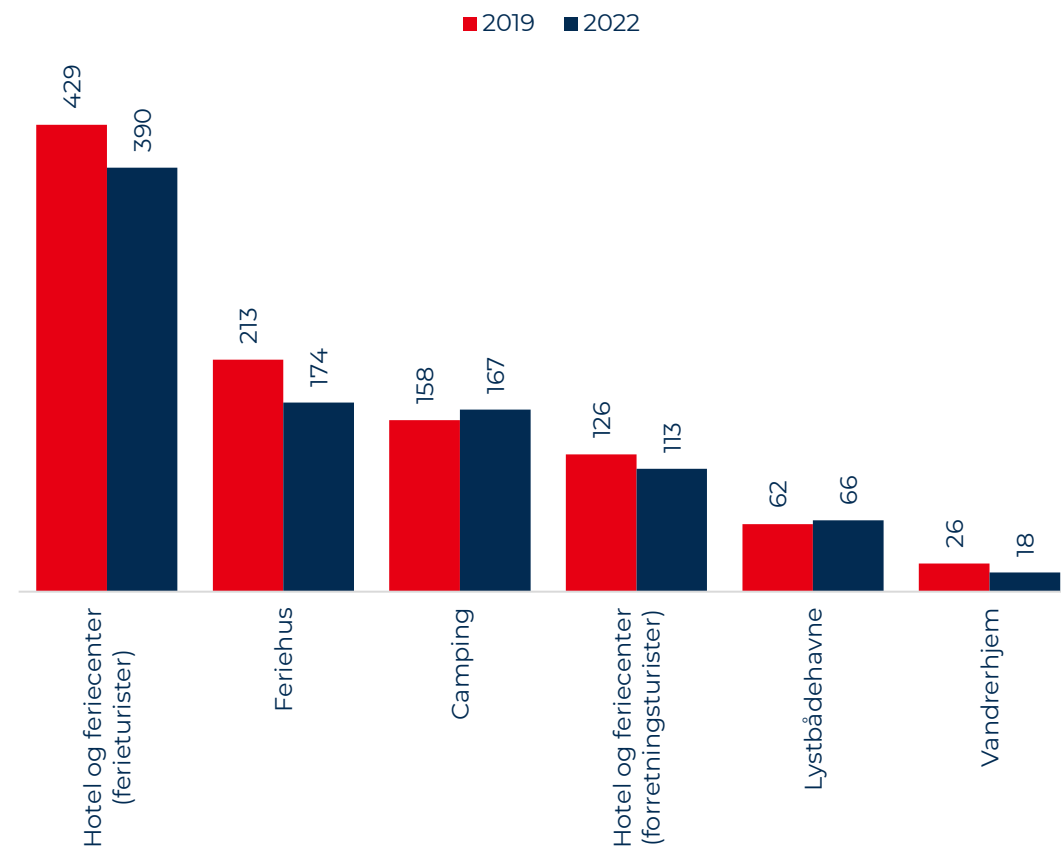
Udvikling i svenske storbyovernatninger (1.000)



SVENSKE KYST- OG NATURTURISTER OVERNATTER ISÆR PÅ HOTEL

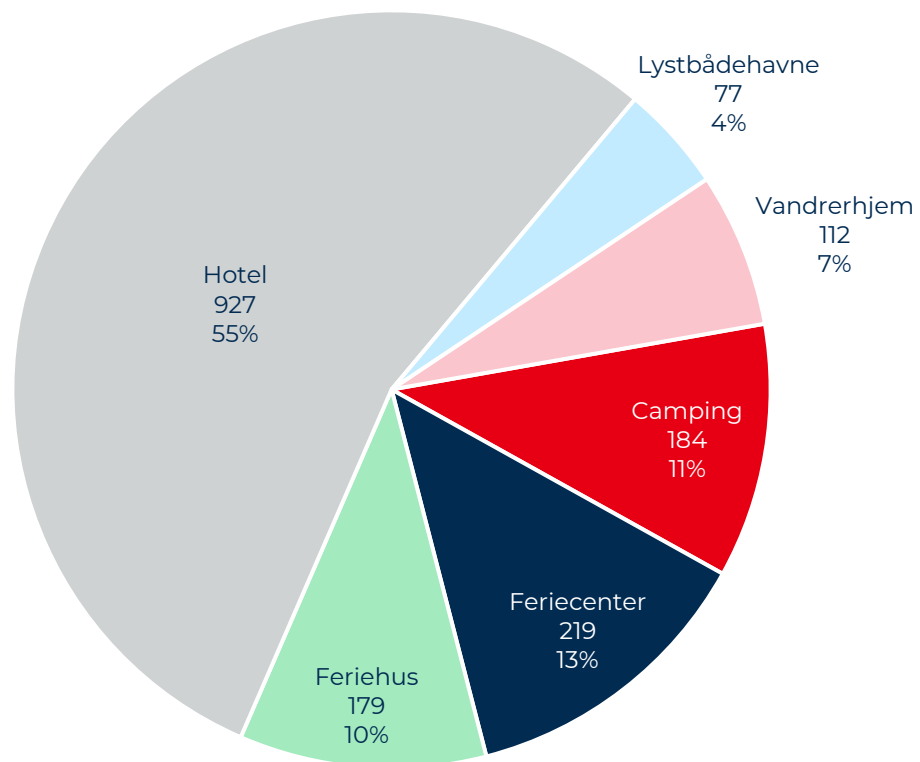
	Overnatninger (1000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	24.647	51%	
Udlandet	23.938	49%	
Tyskland	18.361	38%	77%
Norge	1.504	3%	6%
Nederlandene	1.332	3%	6%
Sverige	927	2%	4%
Storbritannien	177	0%	1%
USA	97	0%	0%
Frankrig	78	0%	0%
Italien	75	0%	0%
Indien	9	0%	0%
Kina	6	0%	0%
Øvrige udland	1.371	3%	6%
I alt	48.585	100%	100%

Udvikling i antal svenske overnatninger (1.000) i Kyst-/naturdanmark fordelt på overnatningsformer

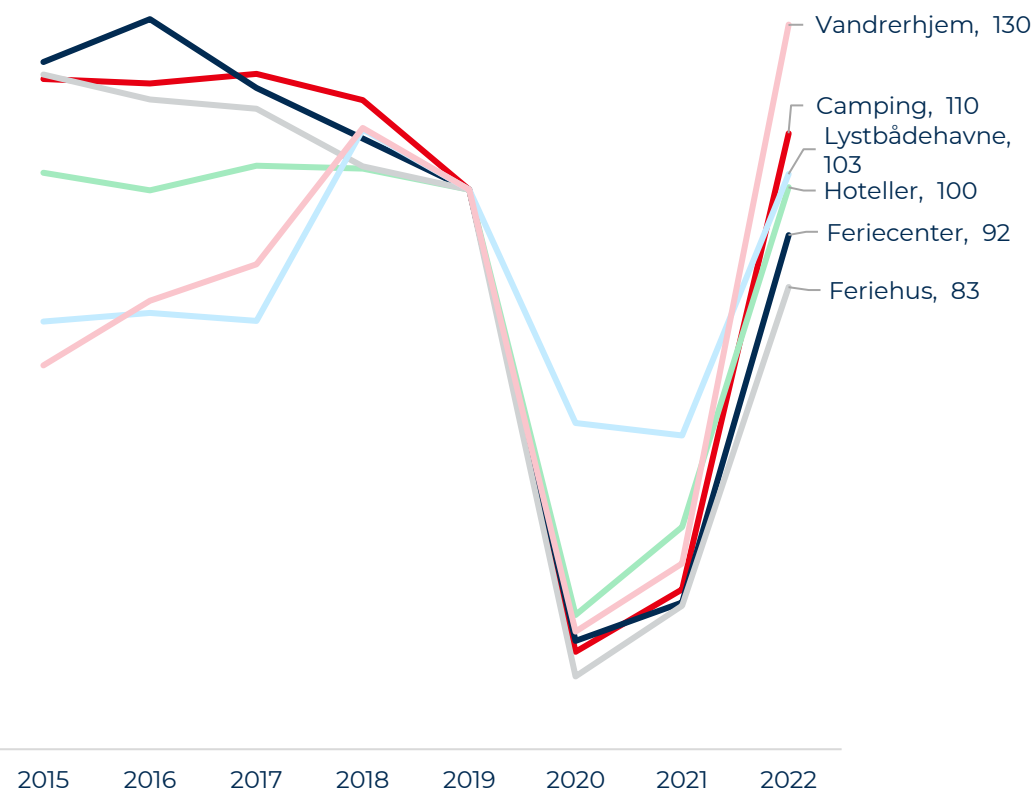


FLERE END HVER ANDEN SVENSKER OVERNATTEDE PÅ HOTEL I 2022

Svenske overnatninger i Danmark 2022 (1.000)



Udvikling i svenske overnatninger i Danmark
(indeks: 2019=100)

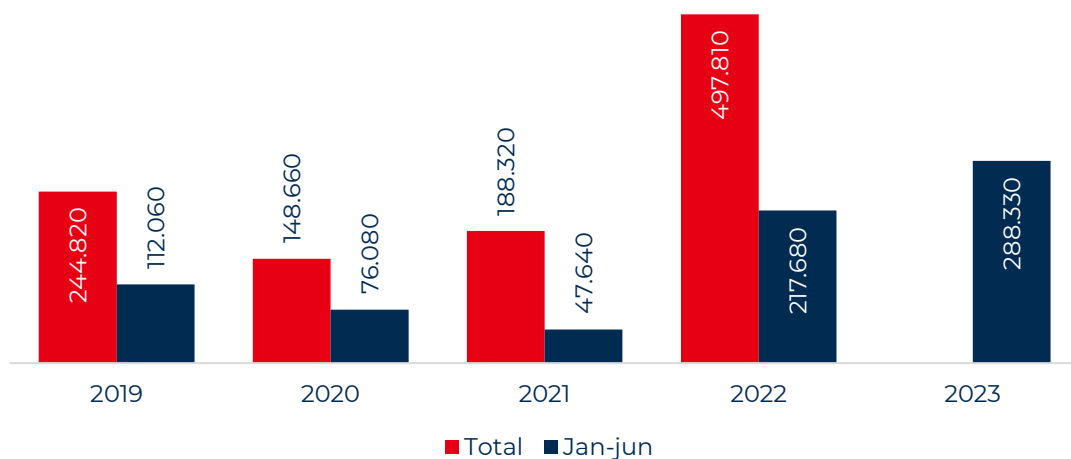


DEN SVENSKE EFTERSPØRGSEL EFTER HOTELLER I DANMARK ER STØRRE END NOGENSINDE

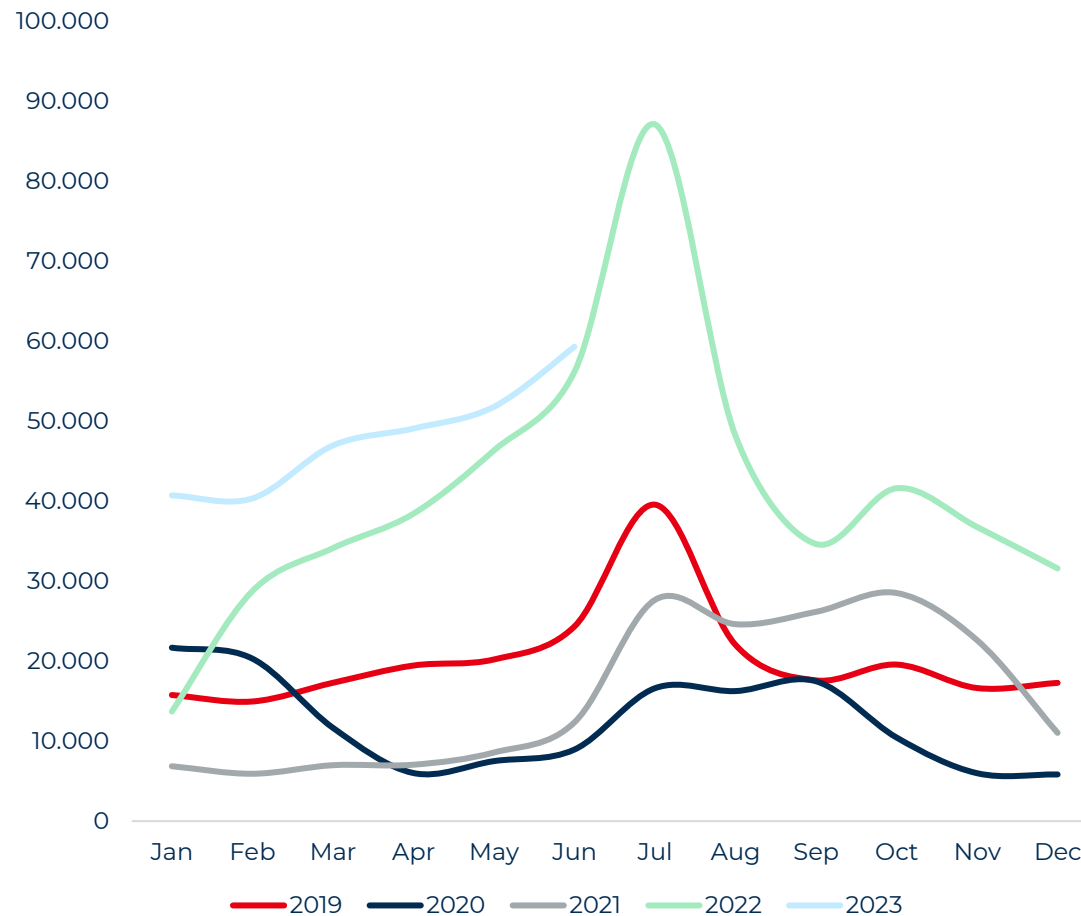
Den svenske interesse for hoteller i Danmark i 2023 har været større end tidligere år.

Svenskerne søger især efter hoteller i København, og der fremgår mange konkrete søgninger efter variationer af "spahotell köpenhamn". Yderligere ses en konkret efterspørgsel efter hoteller i færgebyerne Helsingør og Frederikshavn.

Søgevolumen pr. år og halvår for hoteller i Danmark

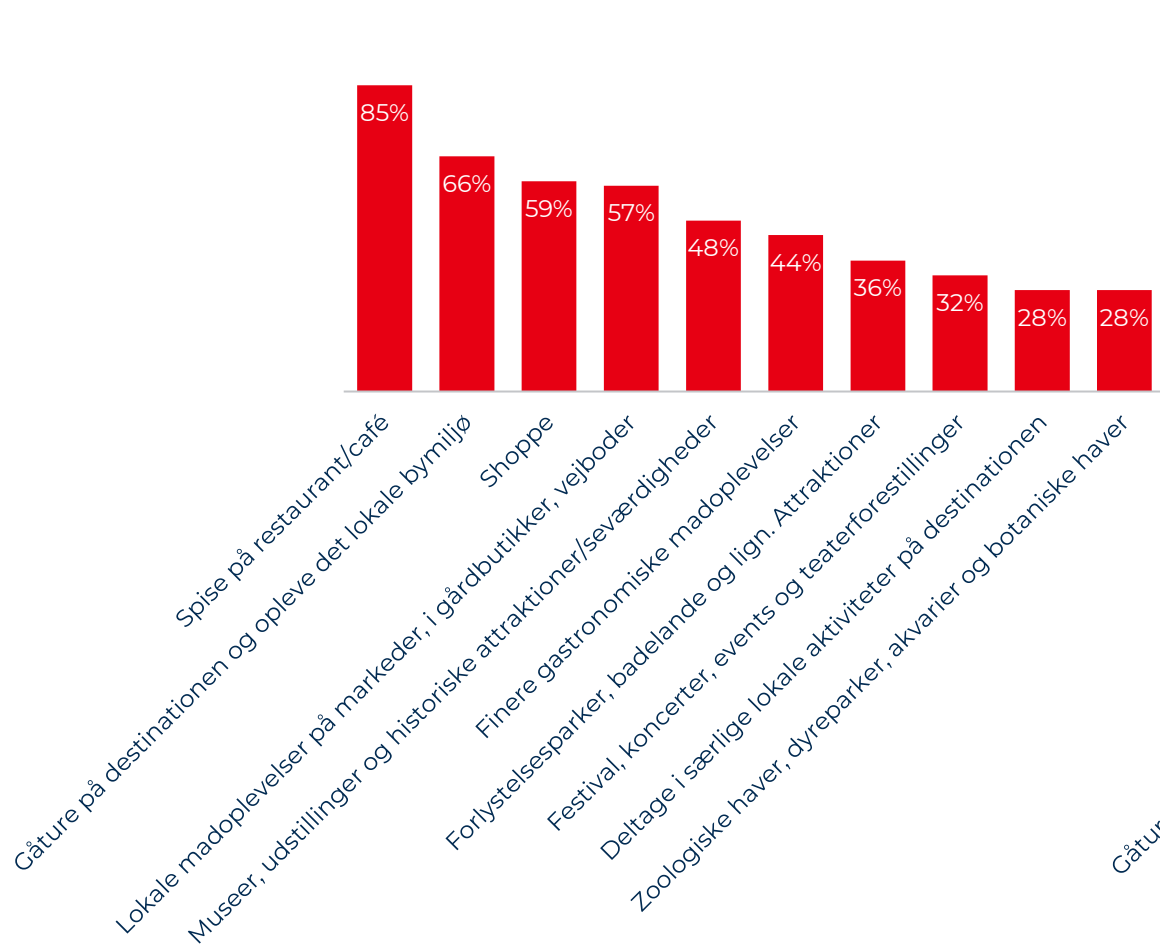


Månedlige søgninger efter hoteller i Danmark

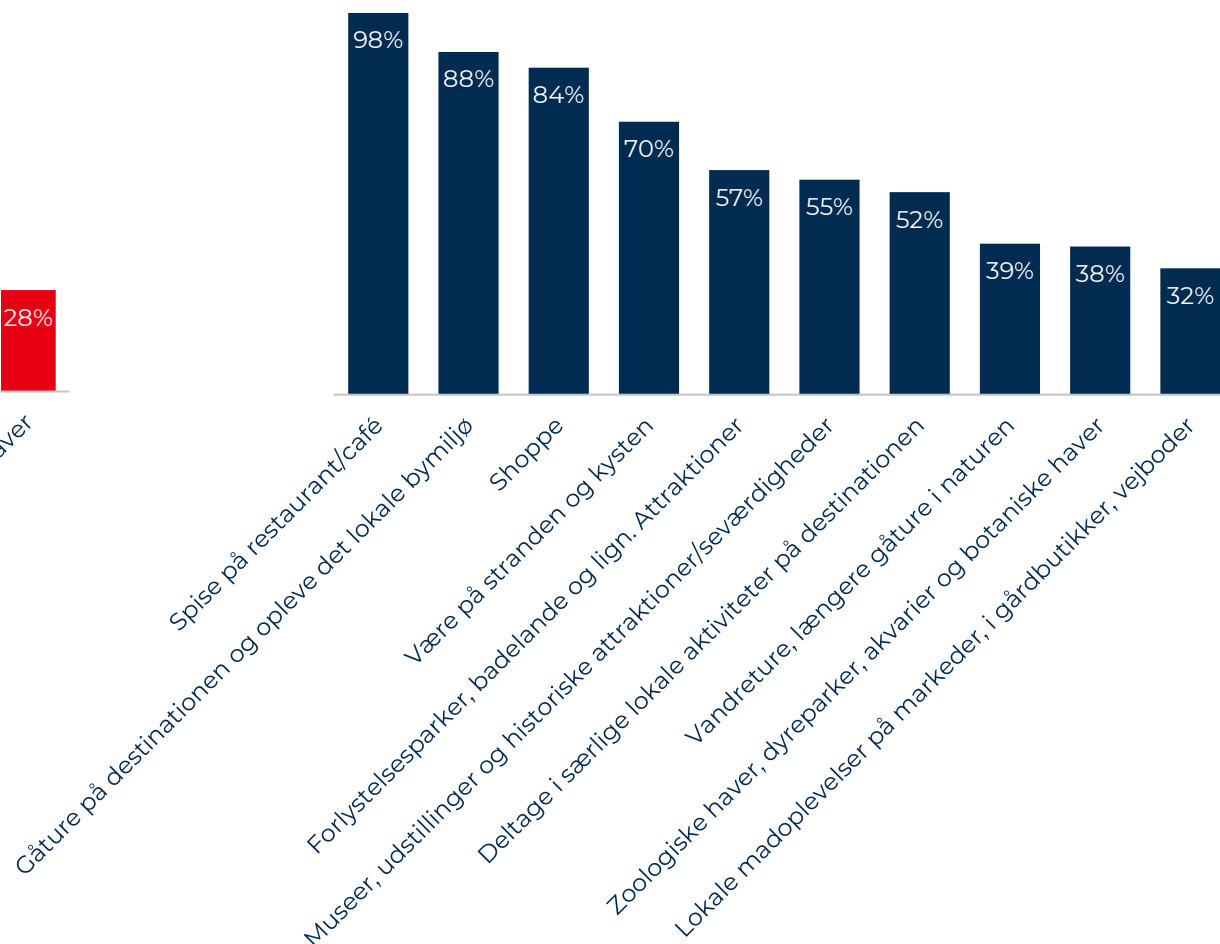


GASTRONOMI OG GÅTURE ER POPULÆRE AKTIVITETER

Aktiviteter foretaget eller planlagt på ferien i Danmark



Storbyturister



Kyst- og naturturister

SVERIGE ER DANMARKS NÆSTSTØRSTE UDENLANDSKE MARKED MÅLT PÅ TURISMEOMSÆTNING I 2021

Marked	Turisme- omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme- omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme- omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme- omsætning 2021	Sverige	Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2021
I alt	136.997	118.202			Besøg m. betalt overnatning				
Danmark	76.936	87.575			Hotel - ferie	1.642	744	22%	19%
Udland	60.061	30.627			Hotel - forretning	1.240	537	17%	14%
Tyskland	16.920	13.116	28%	43%	Feriecenter	90	25	1%	1%
Sverige	7.328	3.918	12%	13%	Camping	203	38	3%	1%
Norge	8.211	2.446	14%	8%	Vandrerhjem	105	36	1%	1%
USA	4.206	1.604	7%	5%	Lejet feriehus	296	77	4%	2%
Nederlandene	2.117	1.413	4%	5%	Lystbåde	106	61	1%	2%
Storbritannien	3.431	1.083	6%	4%	Lejet helårsbolig	284	90	4%	2%
Frankrig	1.665	824	3%	3%	Andre	31	2	0%	0%
Polen	606	548	1%	2%	I alt	3.997	1.611	55%	41%
Italien	1.126	461	2%	2%	Besøg u. betalt overnatning				
Schweiz	806	422	1%	1%	I alt	3.330	2.306	45%	59%
Belgien og Luxembourg	649	386	1%	1%	Note: Besøg u. betalt overnatning indeholder ferie med overnatning i eget eller lånt sommerhus eller hos familie/venner. Desuden indgår endagsturisme				
Spanien	811	310	1%	1%					
Finland	578	139	1%	0%					
Østrig	239	137	0%	0%					
Irland	237	103	0%	0%					
Portugal	248	102	0%	0%					
Grækenland	182	92	0%	0%					
Indien	333	64	1%	0%					
Kina	1.072	63	2%	0%					
Brasilien	248	53	0%	0%					
Australien	699	43	1%	0%					
Rusland	301	41	1%	0%					
Canada	361	40	1%	0%					
Japan	409	28	1%	0%					
Sydkorea	182	14	0%	0%					
Øvrige lande	7.099	3.179	12%	10%					

VIDENCENTER OM TURISMEN I DANMARK

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på LinkedIn – VisitDenmarks Videncenter