


TYSKLAND: MARKEDSPROFIL 2023

 HVIDBJERG STRAND FERIEPARK
BLÅVAND

© THOMAS HØYRUP CHRISTENSEN

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

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

VISITDENMARKS MARKEDSKONTOR I HAMBORG



Markedschef
Mads Schreiner
mas@visitdenmark.com



Marketing Manager
Stefanie Czechowsky
scz@visitdenmark.com



Project manager, Leisure Tourism
Petra Hahn-Schmitz
psz@visitdenmark.com



Project manager, Leisure Tourism
Henrike Färber
henrif@visitdenmark.com



Presse & marketingkoordinator
Lina Holm-Jacobsen
linhol@visitdenmark.com



PR og presse manager
Lea Weber
lw@visitdenmark.com



Marketing & eventkoordinator
Anh Thi van Ibleib
atn@visitdenmark.com



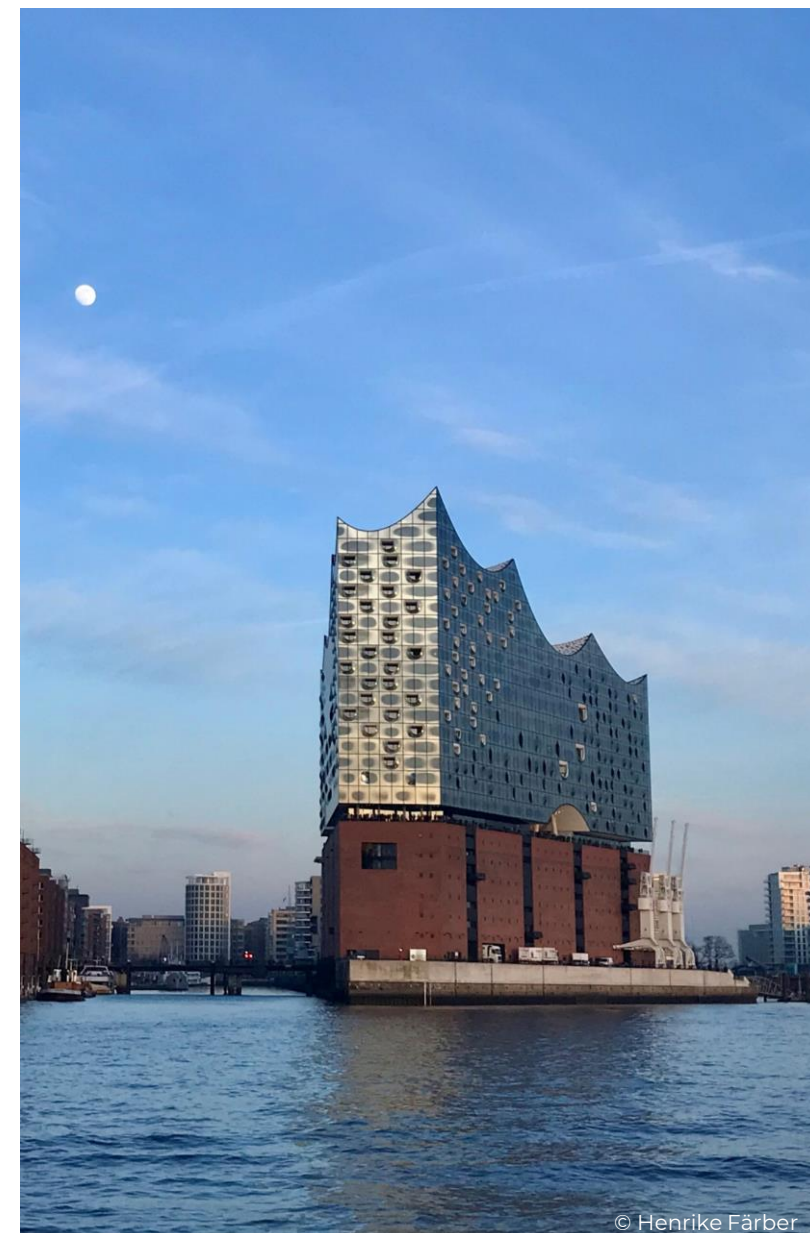
Intern
Jonas Trøstrup Steuernagel
jonste@visitdenmark.com



Økonomi- og adm. ansvarlig
Karsten Hinzmann
khi@visitdenmark.com



Intern
Caroline Emilie Gierl
cargie@visitdenmark.com



UDVALGTE KONKLUSIONER

Natur- og friluftsturisterne og De samvittighedsfulde familier fylder godt på det tyske marked

VisitDenmark har valgt at fokusere på fire segmenter på nærmarkederne. Samlet set udgør de fire segmenter knap to tredjedele af det tyske marked.

På det tyske marked arbejdes der især med tre segmenter: Natur- og friluftsturisterne og De samvittighedsfulde familier ift. de tyske kyst- og naturturister og Storby- og kulturturisterne ift. de tyske storbyturister.

Navnlig Natur- og friluftsturisterne og De samvittighedsfulde familier har stort volumen på det tyske marked og udgør hhv. 23 pct. og 20 pct. Kontakt gerne markedschef Mads Schreiner for yderligere information om segmenterne på det tyske marked.

Tyskerne vil gerne til Danmark på ferie og booker ferie i god tid

Knap hver tiende (8 pct.) tysker forventer at besøge Danmark på en ferie med overnatning i 2023. Det er samme høje niveau som i 2022. Danmark er tyskernes foretrukne ferieland i Skandinavien.

Ganske mange tyskere (14 pct.) på kyst- og naturferie i Danmark i 2022 bookede ferien tidligere end 7 måneder før afrejse. Storbyturisterne booker tættere på afrejse. Flere og flere booker ferien online.

Fire ud af ti tyskere kender Danmark som feriedestination, og flere end hver anden opfatter landet som attraktivt

40 pct. af tyskerne kender noget eller meget til Danmark som feriedestination.

Danmarks opfattes som et attraktivt ferieland af flere end hver anden (54 pct.) tysker.

Ferien skal byde på afslapning, natur- og madoplevelser

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

Interessen for madoplevelser kan også ses i tyskernes søgevolumen, når det gælder dansk gastronomi. I 1. halvår 2023 ligger antallet af googlesøgninger efter gastronomi i Danmark over niveauerne i både 2019, 2020, 2021 og 2022.

Danmark er det foretrukne ferieland i Skandinavien. Størstedelen (78 pct.) af tyskernes overnatninger i Skandinavien finder sted i Danmark. 13 pct. finde sted i Sverige og 9 pct. i Norge.

Størstedelen af de danske destinationer har oplevet en stigning i antallet af tyske overnatninger fra 2019 til 2022, og alle destinationer oplevede i 2022 en to cifret vækst i antallet af tyske overnatninger sammenlignet med 2021.

Flere overnatninger og flere udlejede feriehusuger

I 2022 lå antallet af tyske overnatninger over niveauet i perioden 2015 til 2021. Antallet af udlejede feriehusuger satte rekord, ligesom antallet af tyske overnatninger booket via airbnb lå markant over niveauet i perioden 2018 til 2021.

MARKEDS- POTENTIALE

 MORNHØJE
NATURCENTER



©JAKOB VINGTOFT

PERSPEKTIVER PÅ DET TYSKE MARKED V. MADS SCHREINER, MARKEDSCHEF

Danmark ligger nu på en delt 5. plads over tyskernes foretrukne rejsemål. Vi deler pladsen med Frankrig, Holland og Grækenland. Her har vi ikke været før. Feriehusudlejerne ser allerede nu positive takter ift. 2024.

Tyskerne er vendt tilbage til samme inspirations-/ bookingmønster som før corona, hvor de lader sig inspirere og booker i god tid. Det er tydeligt, at både corona og den geopolitiske situation har sat skub i rejsemotiverne: tryghed, sikkerhed, natur og afslapning.

Allerede i 2023 har vi set en megatrend til feriehusferie. Danmark har et unikt produkt, der perfekt matcher de ovennævnte drivers for at rejse. Derudover kan vi i den tyske REISEANALYSE (RA) se, at tyskerne har nye strategier for deres rejser. De ser mere på forholdet mellem pris og kvalitet, som er blevet deres vigtigste valgkriterium, og så vil en større andel rejse i skuldersonen og lede efter tilbud. Feriehusferie i Danmark er meget konkurrencedygtigt.

I konkurrencen om de tyske gæster kommer vi i vores kampagner til at tale meget tydeligt ind i tyskernes rejsemotiv "afslappethed", og vi kommer til at positionere dansk feriehusferie på en ny måde, der taler ind i den megatrend, vi ser ift. feriehusferie.

NØGLETAL: OVERNATNINGER, FORBRUG OG OMSÆTNING

TYSKE TURISTER I DANMARK

19,4 mio.

overnatninger i 2022*

2,7 mio.

flere overnatninger end i 2019

16,0 pct.

vækst i antal overnatninger
ift. 2019

20,8 pct.

vækst i antal overnatninger, der bookes via
online bookingplatforme ift. 2019

21,7 mia. kr. (13,1 mia. kr. i 2021)

Foreløbig turismeomsætning i 2022

11 pct.

af tyskerne kender meget til Danmark som feriemål

TYSKE KYST- OG NATURTURISTER

18,4 mio.

overnatninger i 2022*

15,7 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019

3,5 personer

rejsegruppe

7,0 nætter

opholdslængde

900 kr.

døgnforbrug

TYSKE STORBYTURISTER

1,1 mio.

Overnatninger i 2022*

19,2 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019

2,5 personer

rejsegruppe

3,3 nætter

opholdslængde

1.800 kr.

døgnforbrug

HVOR KOMMER DE TYSKE TURISTER FRA?

Region	Tyske turister i Danmark i 2022 (pct.)
Schleswig-Holstein	23
Hamburg	16
Niedersachsen	14
Nordrhein-Westfalen	13
Bayern	5
Berlin	5
Hessen	5
Baden-Württemberg	3
Bremen	3
Brandenburg	2
Mecklenburg-Vorpommern	2
Rheinland-Pfalz	2
Sachsen	2
Sachsen-Anhalt	2
Saarland	1
Thüringen	1





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.

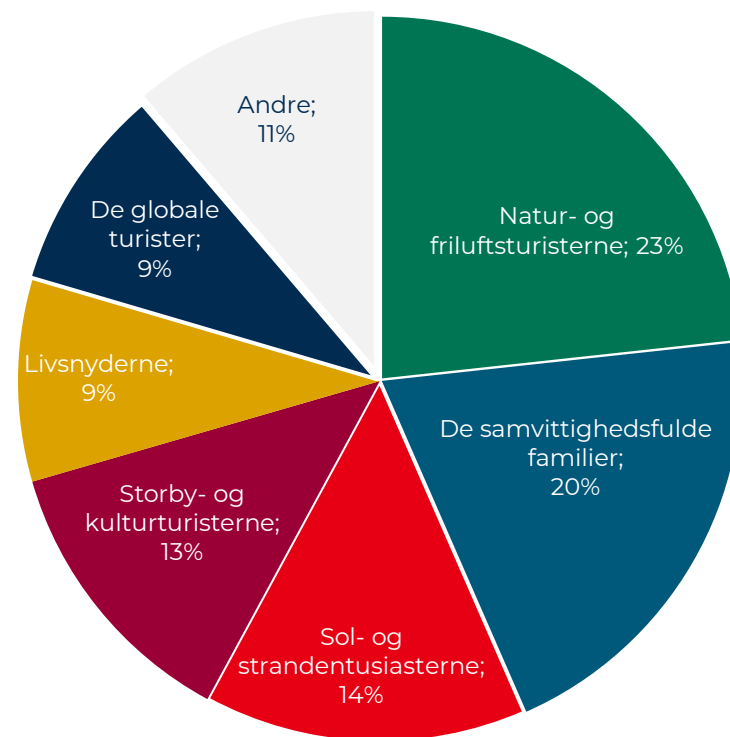
Segmenterne er valgt ud fra deres størrelse på markederne, deres præferencer for Danmark og hvor nemt tilgængelige de er. VisitDenmarks kampagner på nærmarkederne vil fremover være målrettet disse segmenter.

De fire segmenter er: Natur- og friluftsturisterne, De samvittighedsfulde familier, Storby- og kulturturisterne og Livsnyderne.

På det tyske marked arbejdes der især med tre segmenter: Natur- og friluftsturisterne og De samvittighedsfulde familier ift. de tyske kyst- og naturturister og Storby- og kulturturisterne ift. de tyske storbyturister.

På det tyske marked udgør de samvittighedsfulde familier udgør 20% af det tyske marked, og Natur- og friluftsturisterne udgør 23 pct. Det gør disse to segmenter til de største på det tyske marked.

Segmentstørrelser på det tyske marked
(share of market)



MARKEDS- FORVENTNINGER

 PORT OF COPENHAGEN



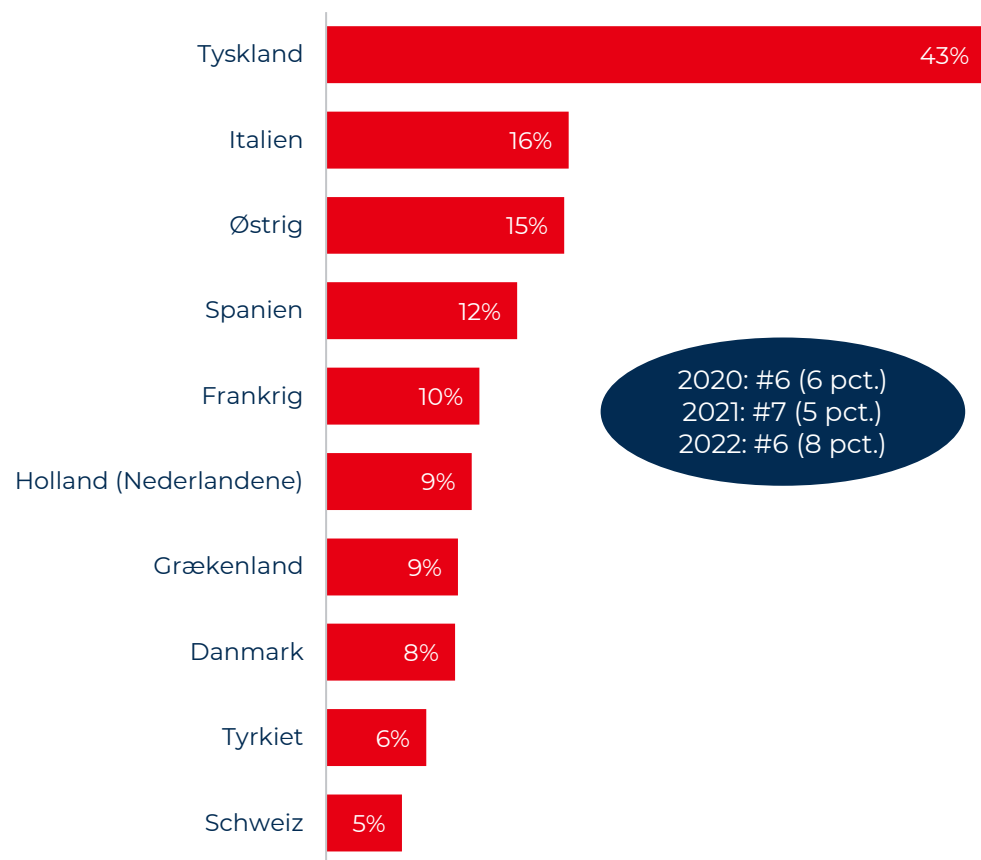
KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

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



8 PCT. AF TYSKERNE FORVENTER AT BESØGE DANMARK I 2023

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



Tyskernes forventede feriemål i 2023

8 pct. af den samlede tyske befolkning forventer at besøge Danmark på en ferie i 2023. Andelen er på niveau med sidste år.

I 2023 optræder Danmark som nr. 7. i top 10 over tyskernes forventede udlandsrejsemål.

Tyskernes foretrukne rejsemål er hjemlandet efterfulgt af Italien og Østrig.

KYST- OG NATURFERIER ER POPULÆRE



FERIE UDEN BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

42 pct. af den tyske befolkning vil på kyst-/naturferie uden børn.

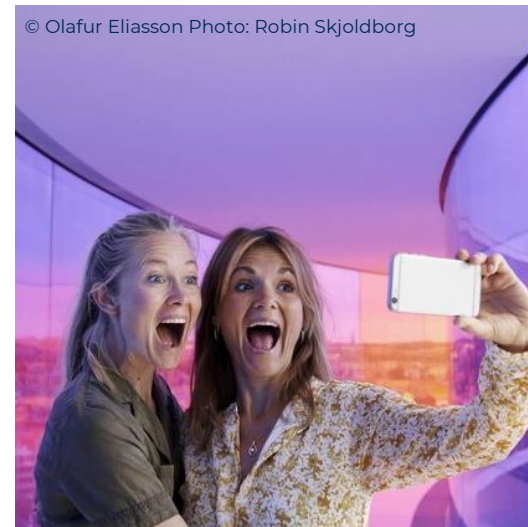
Af dem overvejer 5 pct. Danmark som rejsemål



FERIE MED BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

23 pct. af den tyske befolkning vil på kyst-/naturferie med børn.

Af dem overvejer 8 pct. Danmark som rejsemål



STORBYFERIE UDEN BØRN

17 pct. af den tyske befolkning vil på storbyferie uden børn.

Blandt dem overvejer 1 pct. Danmark som rejsemål



STORBYFERIE MED BØRN

5 pct. af den tyske befolkning vil på storbyferie med børn,.

Blandt dem overvejer 11 pct. Danmark som rejsemål

KNAP HVER FJERDE TYSKER ER INTERESSERET I AT BESØGE DANMARK INDEN FOR 3 ÅR

Interesse i at holde ferie i Danmark i de kommende tre år

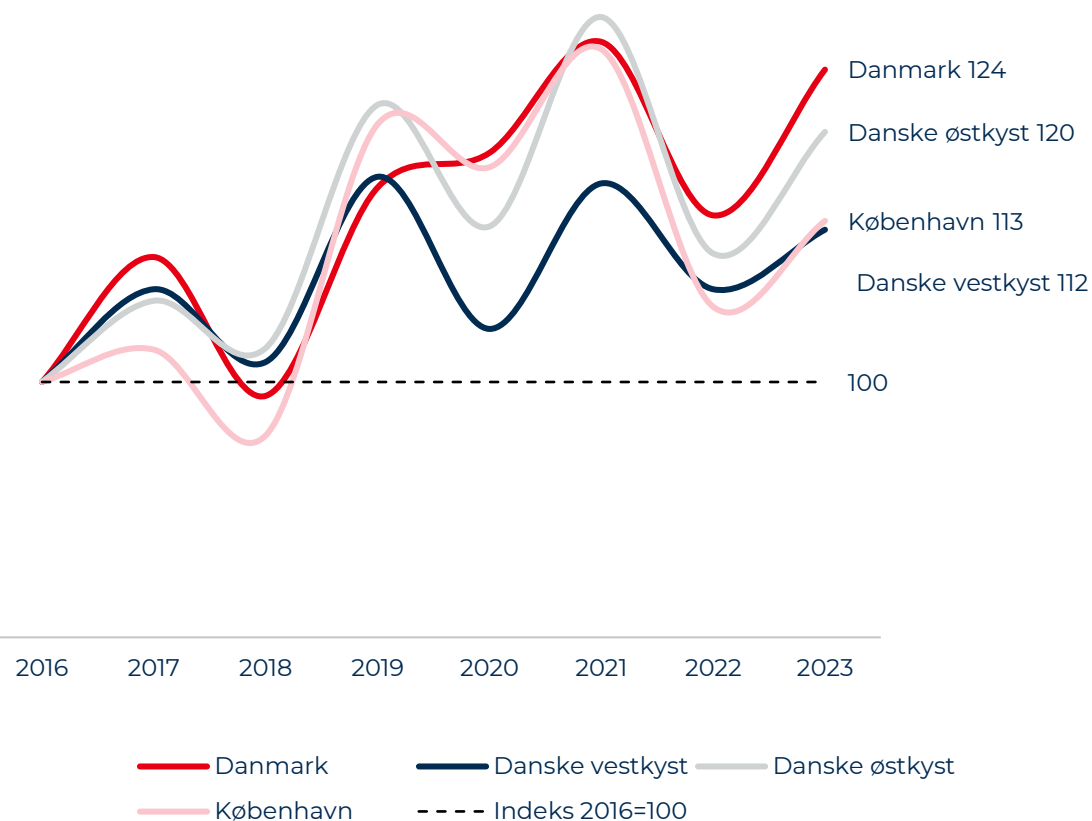
Andelen af tyskere, der er interesserede i at holde ferie i Danmark i de kommende tre år, har fluktueret lidt i de seneste år. Det gælder også interessen i København, den danske østkyst og den danske vestkyst.

I 2023 angav 22,9 pct. af tyskere interesse i at holde ferie i Danmark i de kommende tre år. Der er tale om en stigning i forhold til 2022, hvor andelen lå på 20,7 pct.


Andel med interesse for at besøge Danmark i 2023-2025

Danmark	22,9 pct.
Danske vestkyst	21,6 pct.
Danske østkyst	22,6 pct.
København	13,4 pct.

Planlægger du i de kommende 3 år at holde ferie i Danmark?
(indeks 2016=100)



FØR FERIE

 LYNGVIG LIGHTHOUSE

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

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

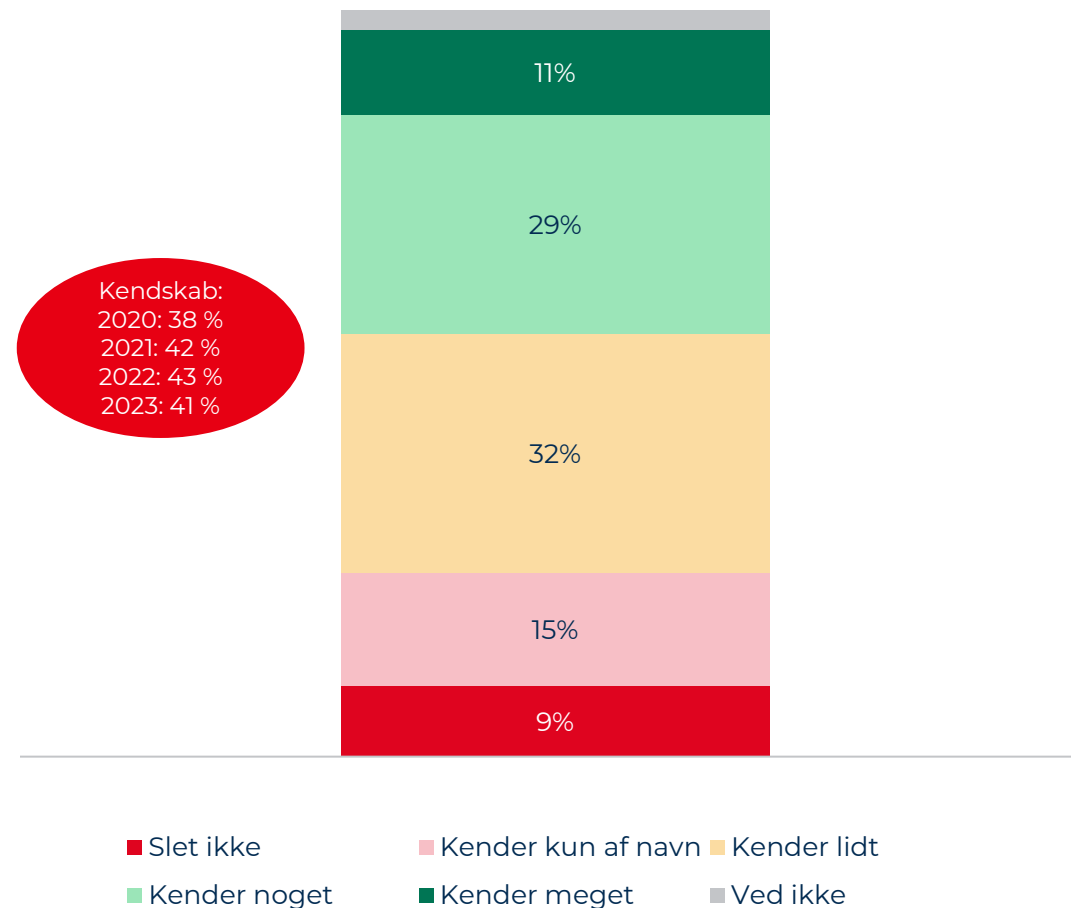


FIRE UD AF TI TYSKERE KENDER DANMARK SOM FERIEDESTINATION

Kendskab til Danmark som feriedestination

I Tyskland har 40 pct. et godt eller meget godt kendskab til Danmark som feriedestination. Yderligere 32 pct. kender lidt til Danmark.

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?



KYST- OG NATURFERIER BLIVER BOOKET I GOD TID

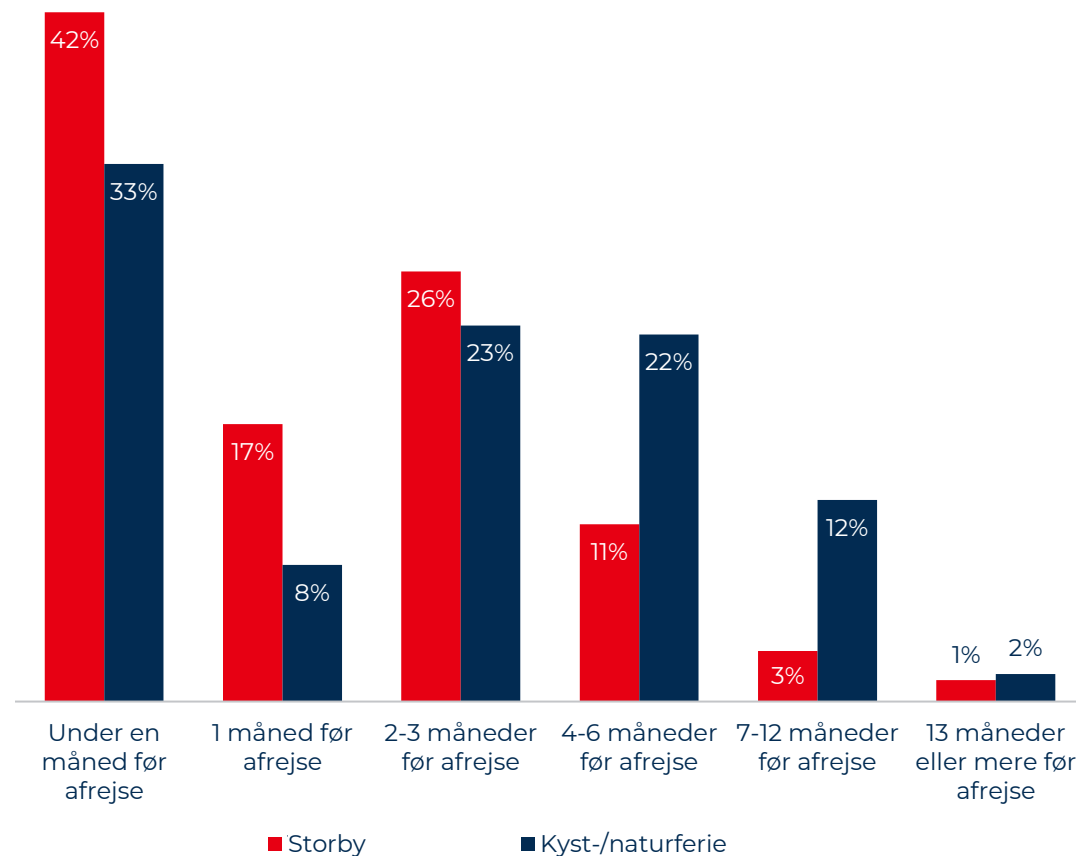
Bookinghorisont

Tyskerne booker de fleste ferier under en måned før afrejse. Det gælder såvel de tyske storbyturister som kultur-/naturturisterne.

Tyske storbyturister booker i højere grad deres ferie tæt på selve afrejsen. Flere end fire ud af ti tyskere bestilte deres storbyferie til Danmark under en måned før afrejse.

Tyske kyst- og naturturister havde bestilt deres ferie til Danmark i bedre tid end storbyturisterne.

Tidspunkt for første booking



FLERE TYSKERE BOOKER FERIE TIL DANMARK ONLINE

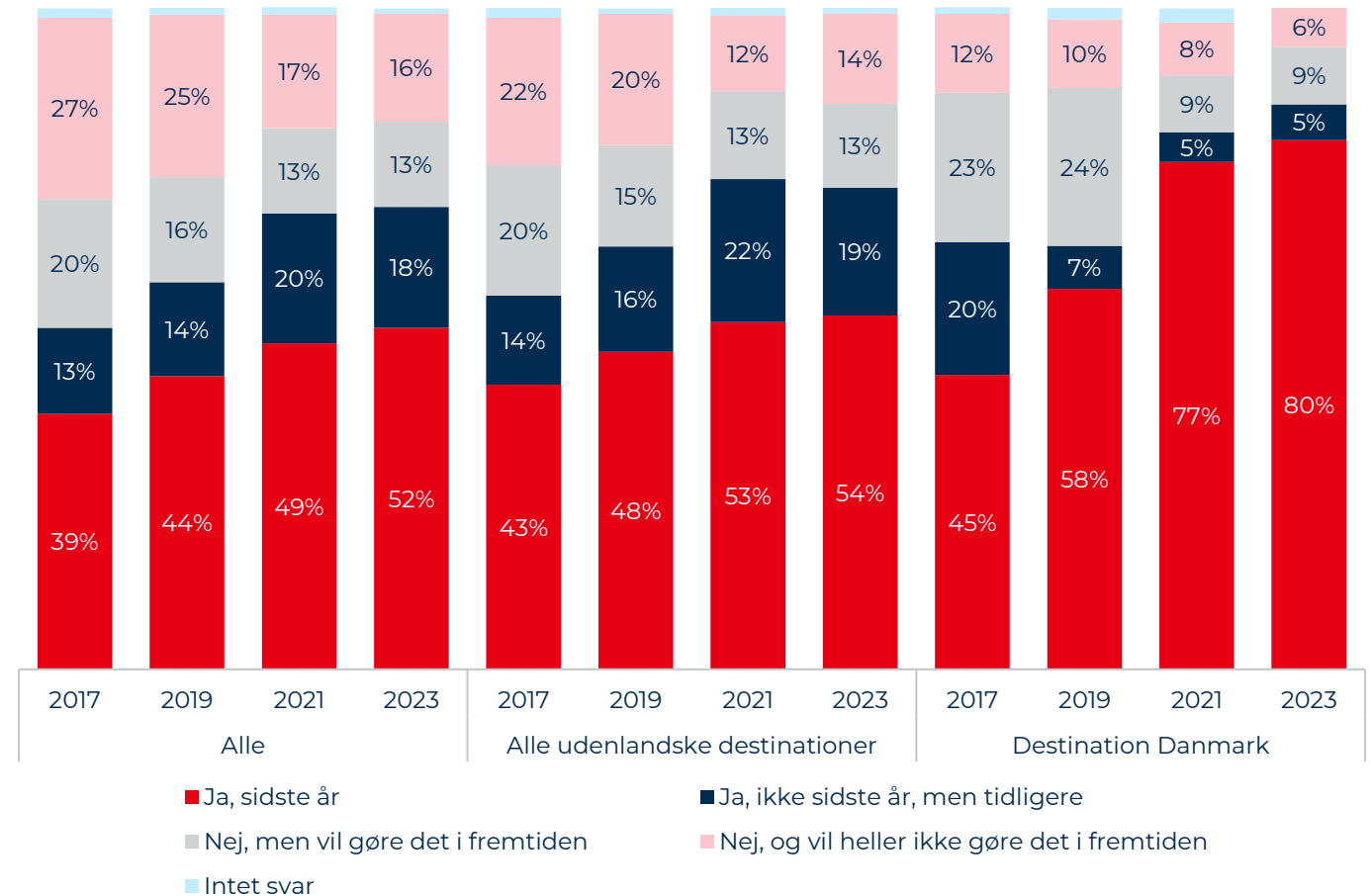
Booking af ferierejser til Danmark

Tyskere, der har været på ferie, har i stigende grad benyttet sig af internettet, når de bestiller deres ferie. Andelen, der har bestilt deres ferie på internettet, lå i 2022 på 52 pct.

Tyskere, der har været på ferie i Danmark i 2022, benytter i markant højere grad internettet, end tilfældet er for tyskerne generelt.

Otte ud af ti tyskere har angivet at have bestilt deres ferie i 2022 til Danmark via internettet, mens det kun var 39 pct. ved Danmarksferier i 2017.

Online booking

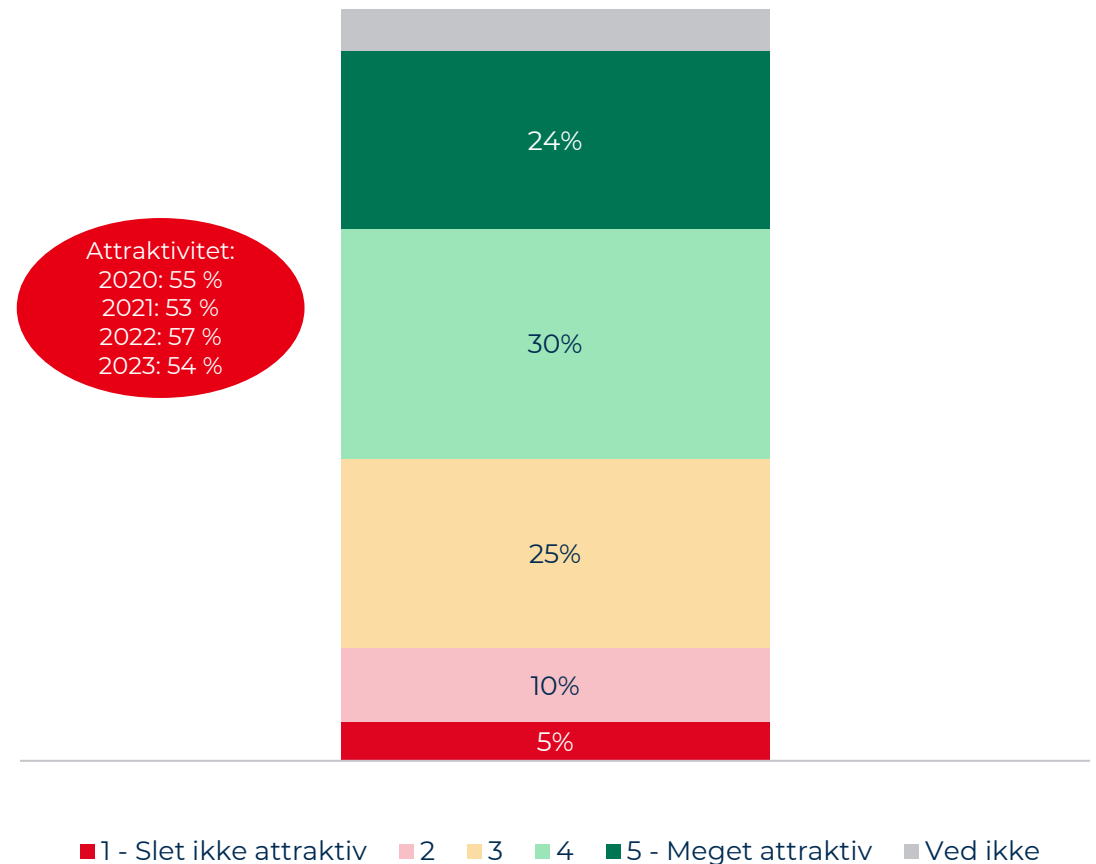


DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

Danmarks attraktivitet som feriedestination

Over halvdelen (54 pct.) af alle tyskere oplever Danmark som et attraktivt rejsemål. Kun 5 pct. har angivet, at Danmark slet ikke er attraktiv som feriedestination.

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?



AFSLAPNING ER VIGTIGT FOR TO UD AF TRE

Hvis du tænker tilbage på din seneste ferie, hvad var så vigtigt for dig, da du valgte destinationen? Top 10



Knap to ud af tre tyskere (65 pct.), der har været på ferie det seneste år, angiver, at det var vigtigt for dem at slappe af og lade op på ferien.

Over halvdelen af de tyskere, der har været på ferie det seneste år, prioriterede natur, strand, kyst og hav, da de valgte feriedestination. Også afslapning i naturen – at koble af i naturen – er vigtigt.

Næsten fire (38 pct.) ud af ti tyskere har angivet, at det var vigtigt for dem at kunne spise på restaurant eller café, da de valgte feriedestination.

Ses på oplevelser, er det især kulturoplevelser i form af kunst og historie, der har spillet en rolle, da tyskerne valgte feriedestination.

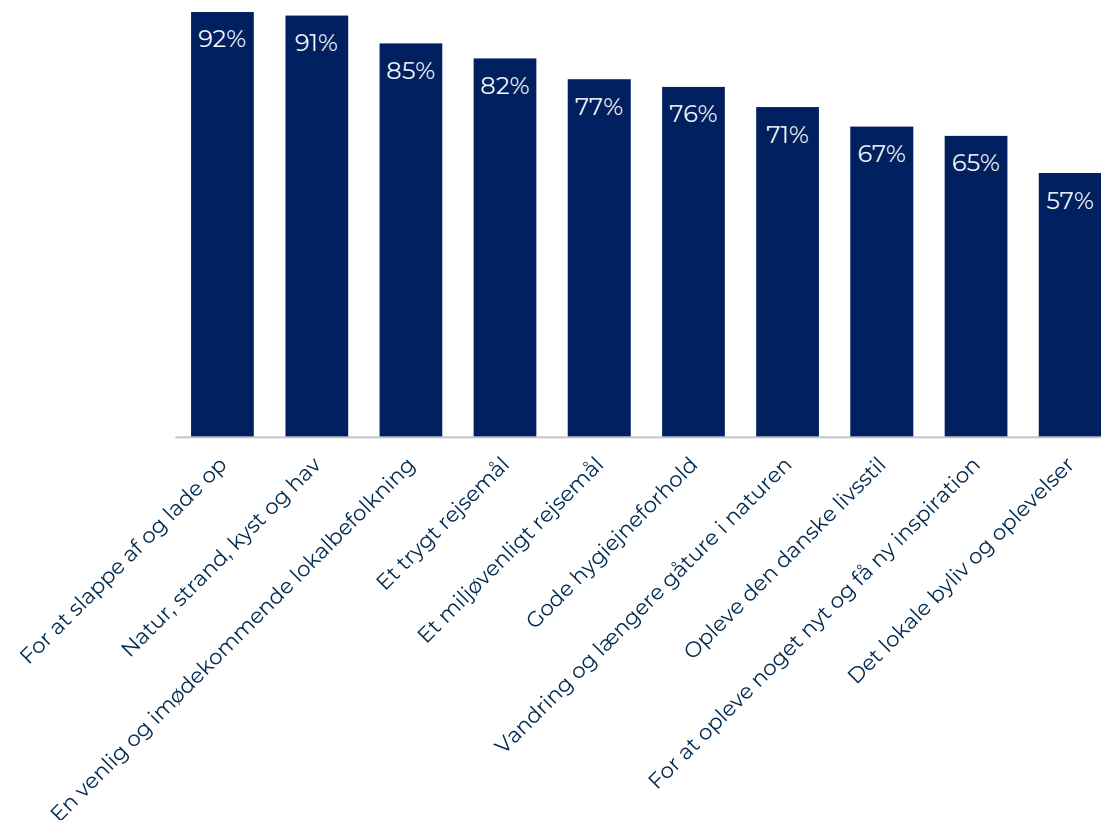
KYST- OG NATURTURISTER I DANMARK HAR ISÆR HAR FOKUS AFSLAPNING OG NATUR

Årsager til en kyst- og naturferie i Danmark

Lidt flere end ni ud af ti tyskere, der holdt ferie i kyst- og naturdanmark, valgte i at holde ferie i Danmark for at kunne slappe af og lade op (92 pct.) samt på grund af Danmarks natur, strand, kyst og hav (91 pct.).

Derudover angiver mange tyskere, at de valgte at holde ferie i kyst- og naturdanmark på grund af den venlige og imødekommende lokalbefolkning (85 pct.) og fordi det er et trygt rejsemål (82 pct.).

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



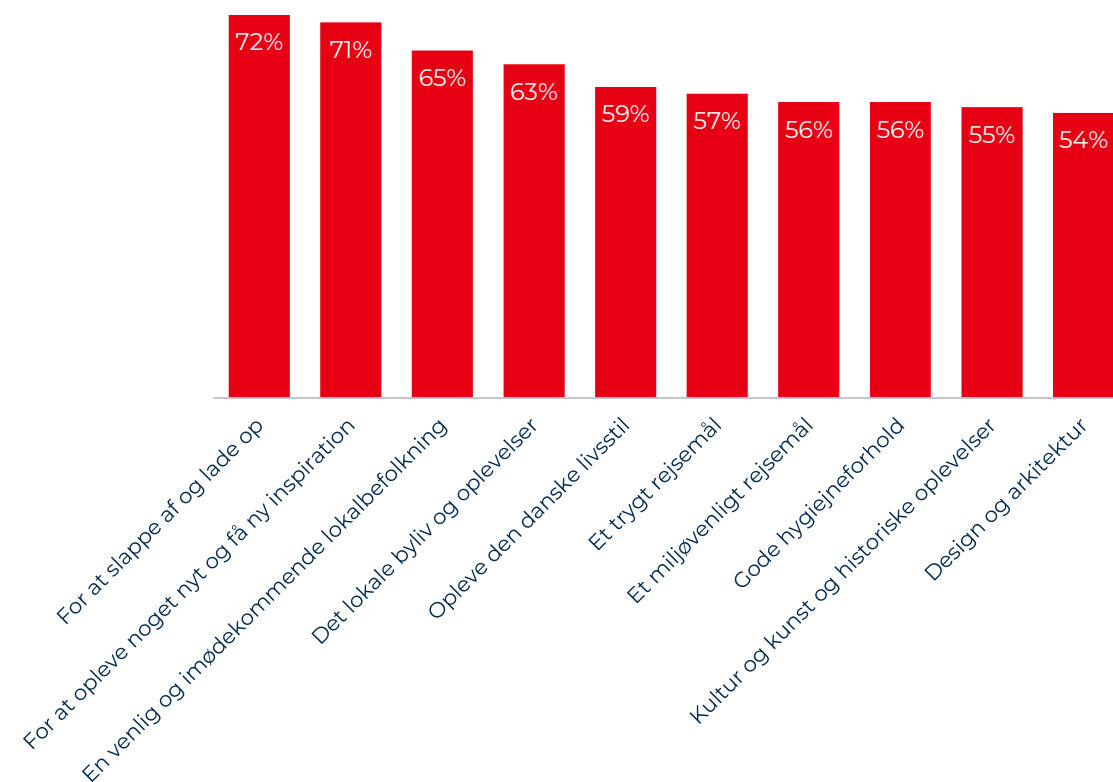
Kyst- og naturturister

TYSKE STORBYTURISTER I DANMARK VIL OPLEVE NOGET NYT

Årsager til en storbyferie i Danmark

De fleste tyskere rejser til de danske storbyer fordi de gerne vil slappe af og lade op (72 pct.), mens de også har fokus på at opleve noget nyt og at få ny inspiration (71 pct.).

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



Storbyturister

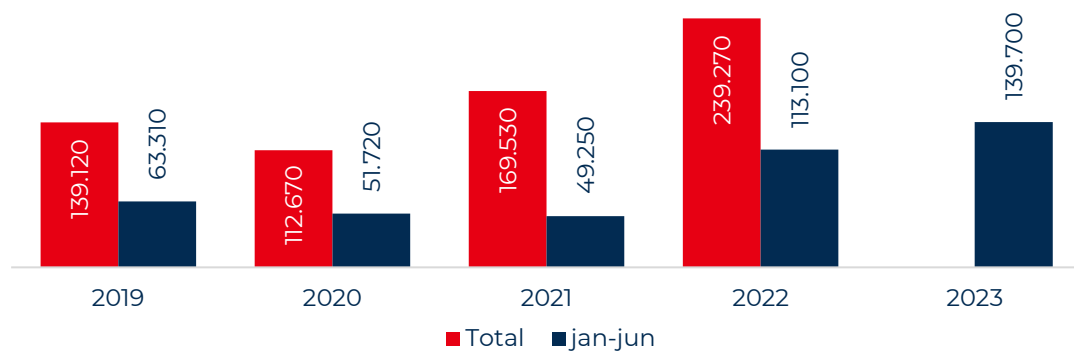
TYSKERNE SØGER MERE OG MERE EFTER DANSK GASTRONOMI

Tyskernes googlesøgninger omhandlende gastronomi i Danmark har været stigende gennem de seneste år.

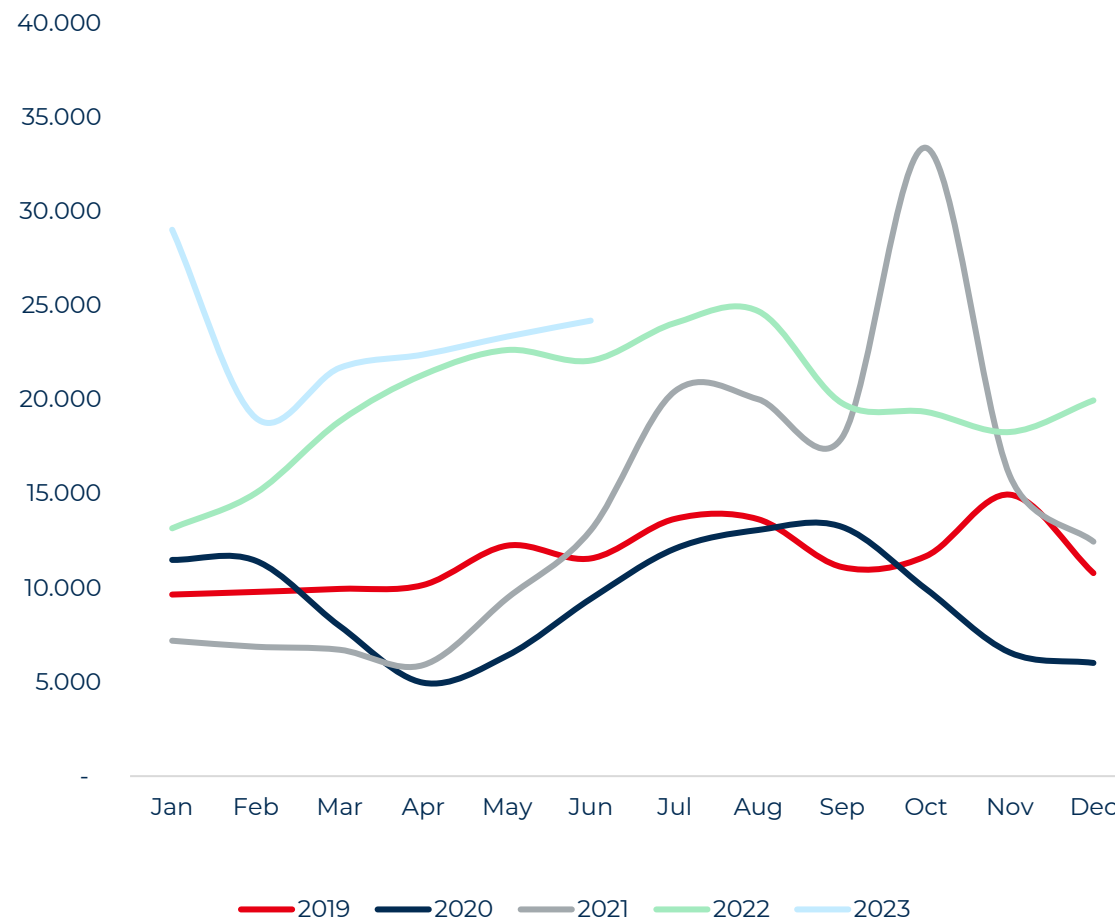
Tyskerne viser især interesse for restauranter i København og danske retter. Den store stigning i januar 2023 skyldes en stor efterspørgsel efter "Restaurant Noma København", som i januar 2023 annoncerede deres lukning 2024.

Søgevolumen er en summering af forskellige termer omhandlende gastronomi i Danmark f.eks. "restaurants københavn", "dänisch essen", "dänische küche" mm.

Søgevolumen pr. år og halvår efter dansk gastronomi



Gns. månedlig søgevolumen dansk gastronomi



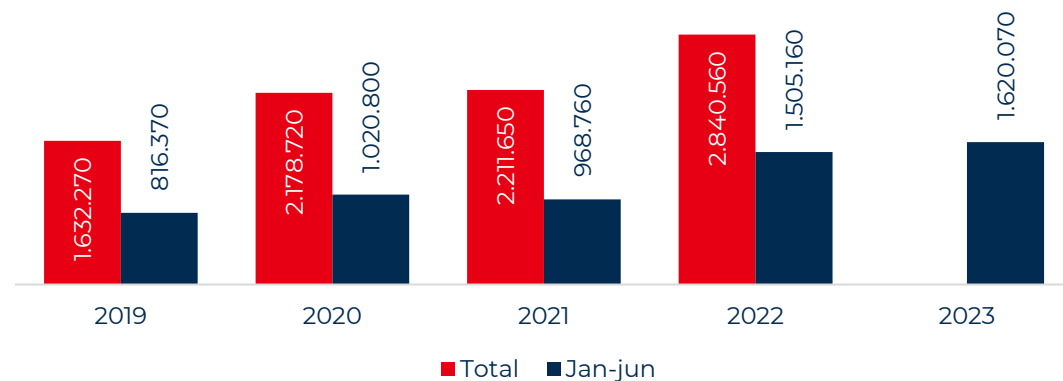
TYSKERNE VISER INTERESSE FOR CAMPING OG STRANDE SOM OUTDOOROPLEVELSER

Tyskerne viser især interesse for camping og danske strande når det gælder outdoor-aktiviteter i Danmark.

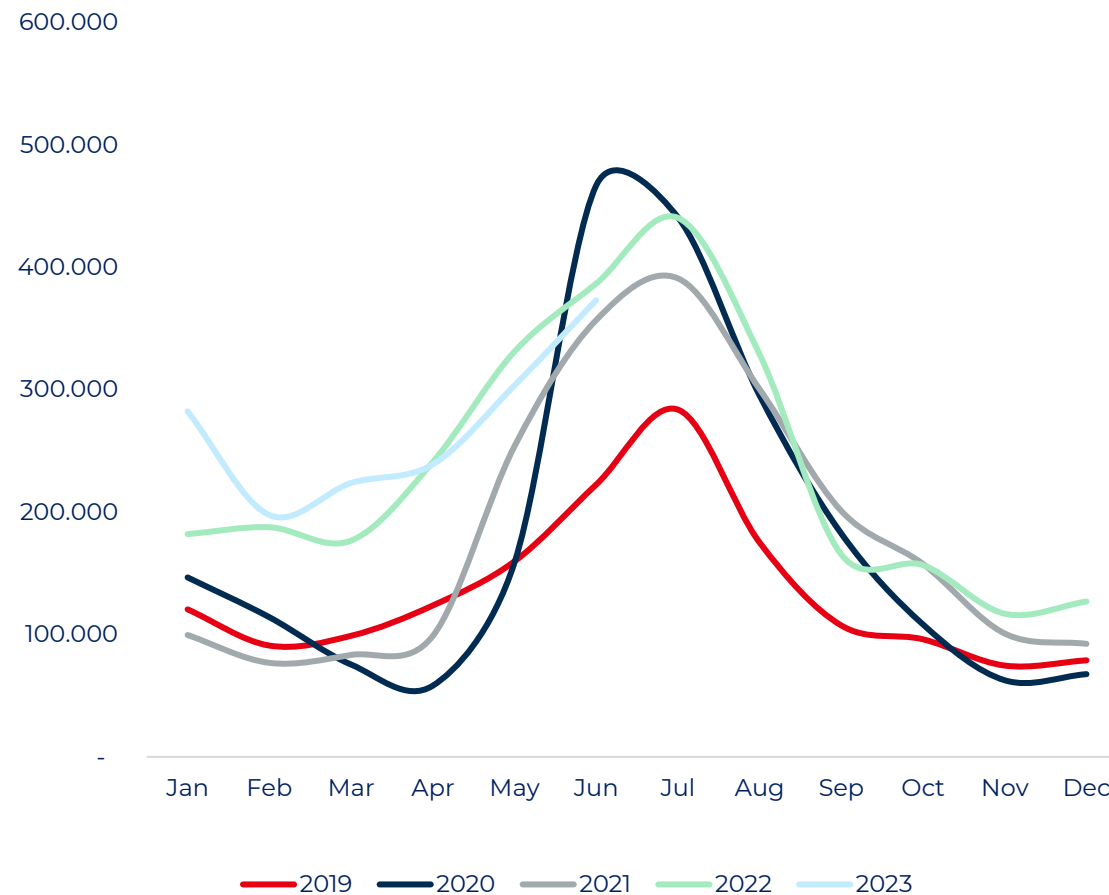
Størstedelen af søgninger omhandlende outdoor finder sted henover sommerperioden, men der var også stor interesse i starten af 2023.

Søgevolumen er en summering af forskellige termer omhandlende outdooroplevelser i Danmark som f.eks. "camping dänemark", "dänemark strand", "surf dänemark", "glamping dänemark", "wandern dänemark" mm.

Søgevolumen pr. år og halvår efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark



Gns. månedlig søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark



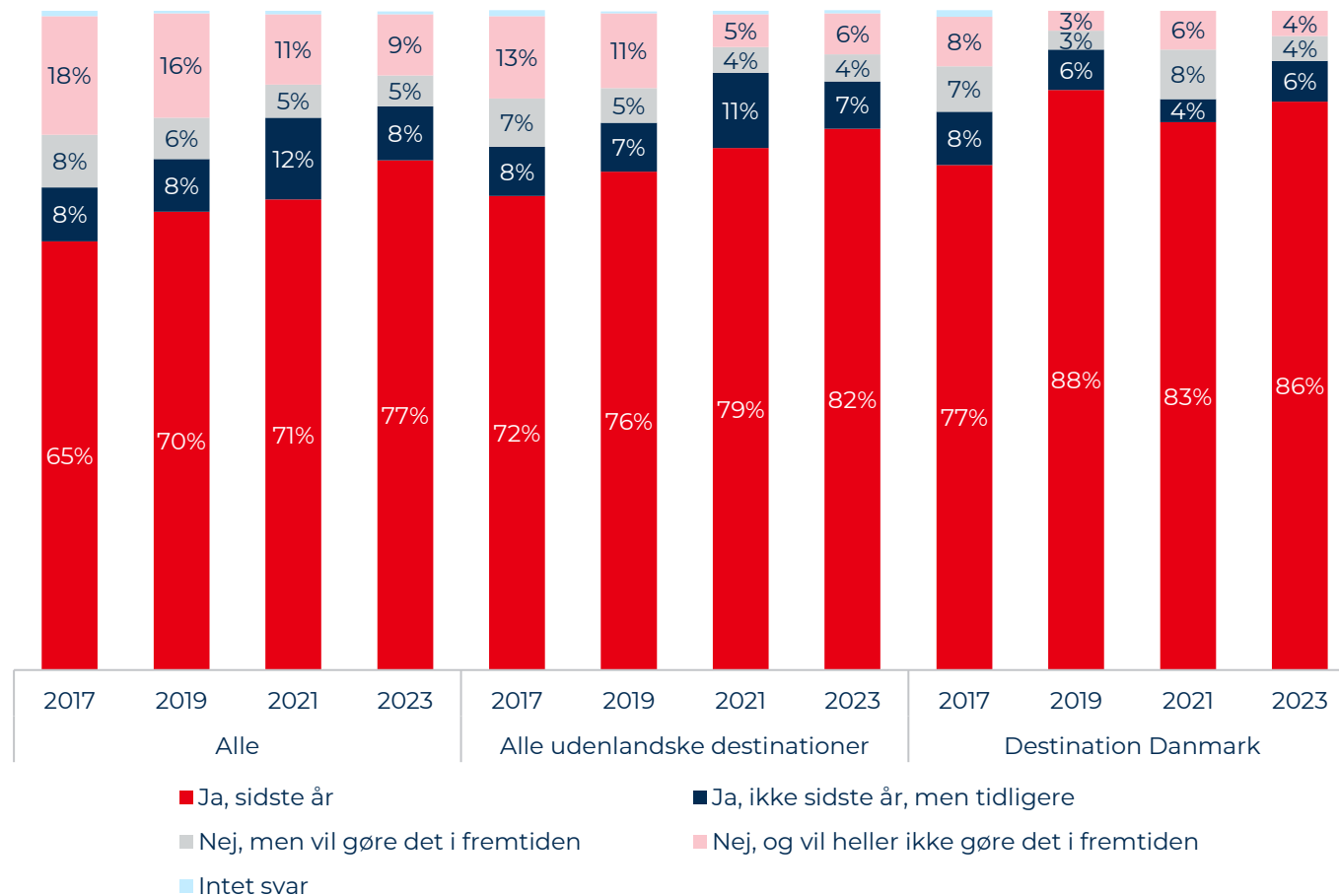
KNAP NI UD AF TI SØGER INFORMATION ONLINE

Informationssøgning ift. ferierejser til Danmark

Andelen af tyskere, der søger information om deres ferie online, er markant højere end andelen, der bestiller deres ferie online.

Tyskere, der har været på ferie, har i stigende grad brugt internettet til at finde information, og andelen for ferier afholdt i 2022 er på 77 pct. For ferier afholdt i udlandet er andelen lidt højere (82 pct.), mens 86 pct. af tyskere, der holdt ferie i Danmark, har gjort brug af internettet.

Online informationssøgning



SØGEMASKINER ER DEN VIGTIGSTE ONLINE INSPIRATIONSKILDE

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



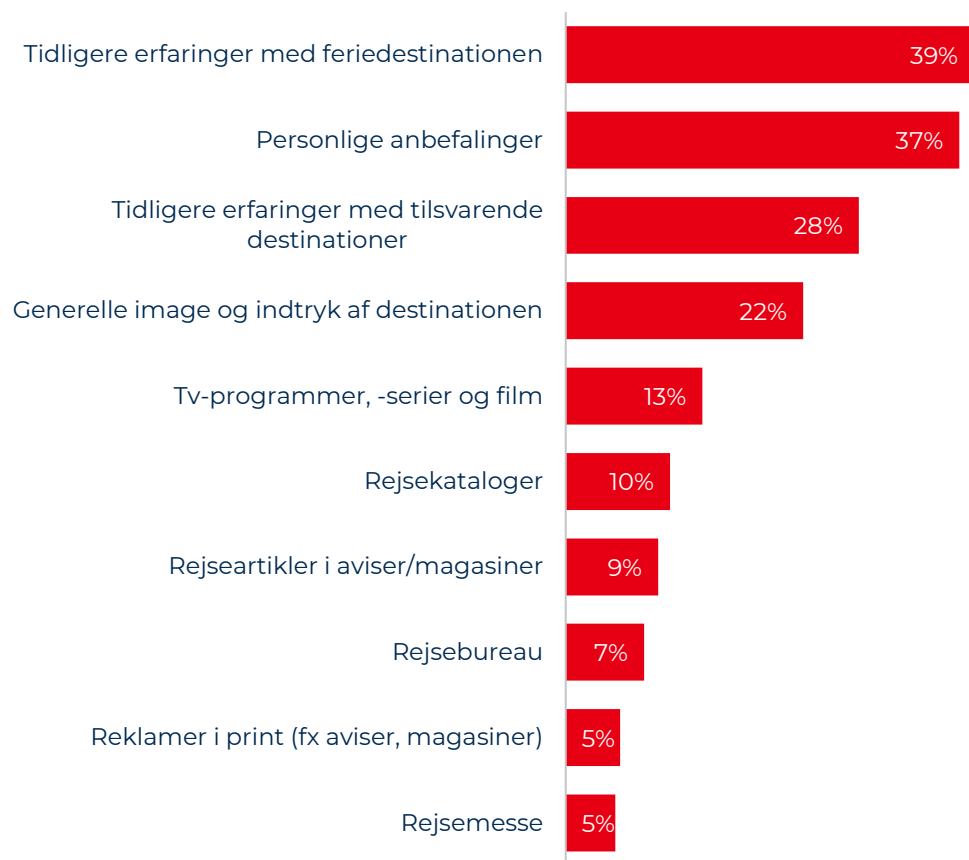
Online inspirationskilder

Tre ud af ti tyskere har brugt generelle internetsøgninger for at finde inspiration forud for deres valg af feriedestination.

Også online bookingportaler og hjemmesider for overnatningssteder er populære online inspirationskilder.

TIDLIGERE ERFARINGER MED DESTINATIONEN ER VIGTIGE

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



Øvrige inspirationskilder

De inspirationskilder, der er brugt af flest – og mere end online inspirationskilder – er tidligere erfaringer med feriedestinationen og personlige anbefalinger.

Knap fire ud af ti (39 pct.) tyskere har angivet, at deres tidligere erfaringer med feriedestinationen har været en vigtig inspirationskilde. 37 pct. har brugt personlige anbefalinger som inspirationskilde.

DE FLESTE STORBYTURISTER BRUGER SØGEMASKINER BÅDE FØR OG PÅ FERIE

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

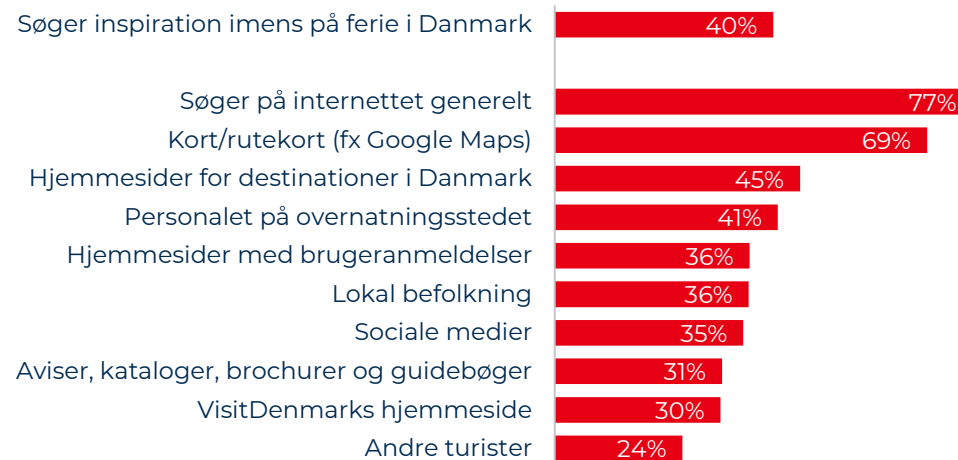


Inspirationssøgning inden og på ferien i Danmark

De tyske storbyturister, der var på ferie i Danmark, har primært brugt generelle internetsøgninger som inspirationskilde. Halvdelen har benyttet sig af personlige anbefalinger.

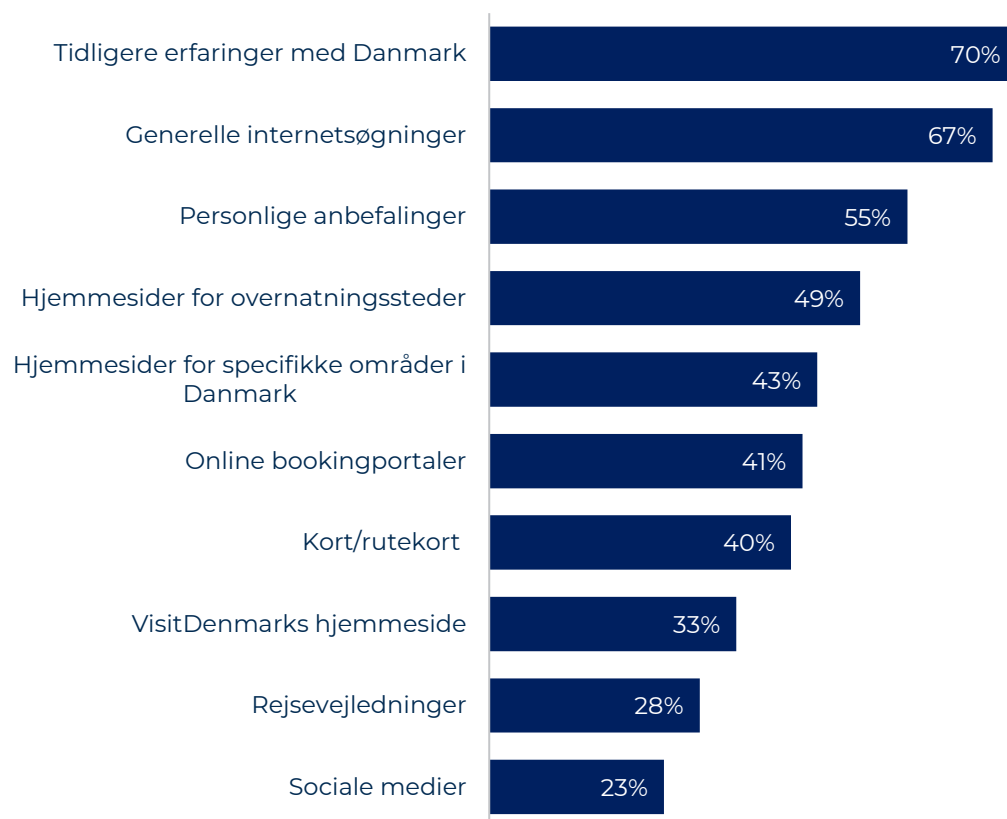
Fire ud af ti tyske storbyturister, der var på ferie i Danmark, har søgt inspiration mens de var på ferie. Også her er generelle internetsøgninger populære.

Inspirationssøgning på ferien i Danmark?



MANGE KYST- OG NATURTURISTER HAR TIDLIGERE ERFARINGER MED DANMARK

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

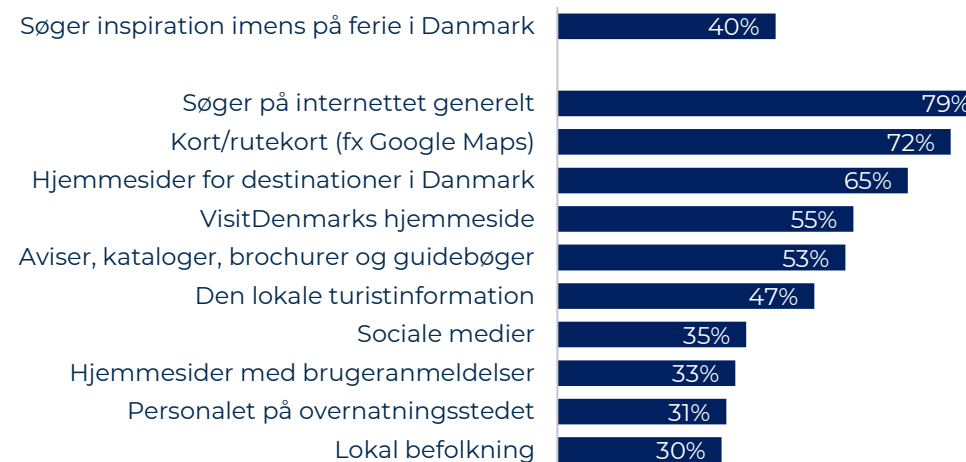


Inspirationssøgning før og på ferien i Danmark

De tyske kyst- og naturturister, der var på ferie i Danmark, har trukket på deres tidligere erfaringer med Danmark som primære inspirationskilde. Flere end hver anden har benyttet personlige anbefalinger.

Fire ud af ti tyske kyst- og naturturister, der var på ferie i Danmark, har søgt inspiration på ferien. Her er det især generelle internetsøgninger, der er anvendt (79 pct.)

Inspirationssøgning på ferien i Danmark?



FERIEN I DANMARK



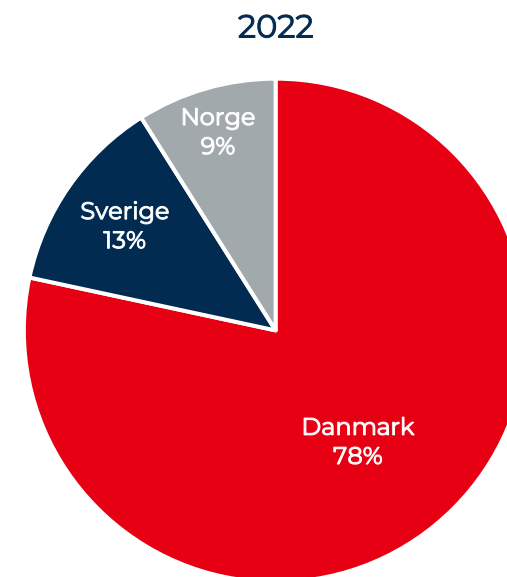
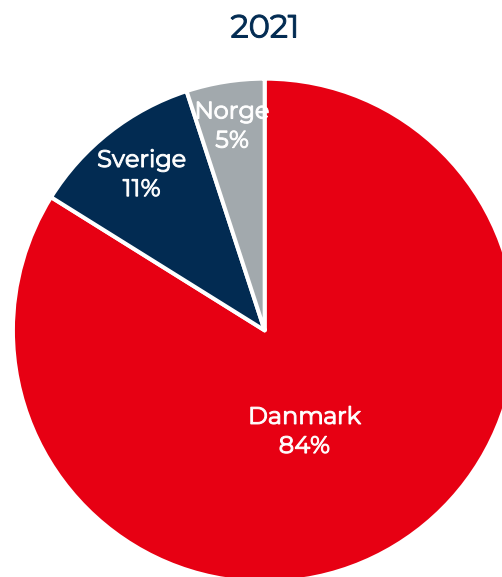
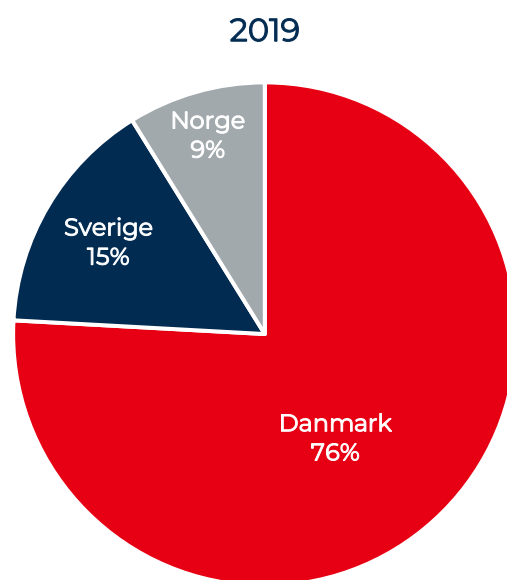
KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

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



DANMARK ER TYSKERNES FORETRUKNE FERIELAND I SKANDINAVIEN

Andelen af tyske overnatninger

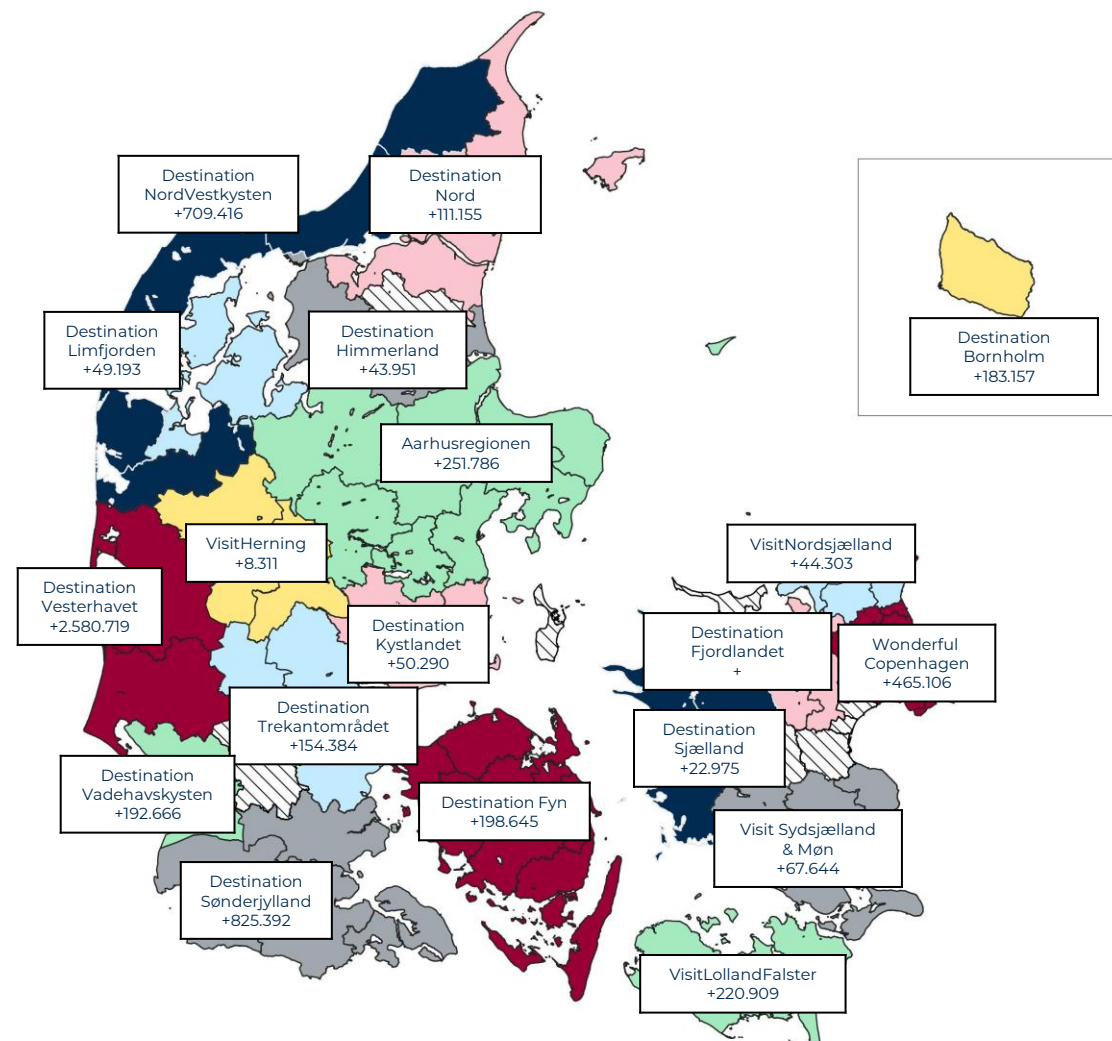


FLERE OVERNATNINGER I 16 AF 19 DESTINATIONSSKABER I 2022 IFT. 2019

Tyske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
Destination Vesterhavet	7.669.259	18,0%	50,7%
Destination Nordvestkysten	2.959.905	14,5%	31,5%
Destination Sønderjylland	2.456.269	17,7%	50,6%
Wonderful Copenhagen	851.576	18,6%	120,3%
Destination Fyn	766.583	3,4%	35,0%
Destination Vadehavskysten	750.472	6,7%	34,5%
Aarhusregionen	701.287	32,1%	56,0%
VisitLolland-Falster	583.449	12,7%	60,9%
Destination Bornholm	558.852	6,1%	48,8%
Destination Nord	541.409	24,4%	25,8%
Destination Trekantområdet	399.357	24,2%	63,0%
Visit Sydsjælland & Møn	200.150	4,0%	51,1%
Destination Kystlandet	187.567	12,7%	36,6%
Destination Himmerland	163.798	19,3%	36,7%
Destination Limfjorden	158.506	29,7%	45,0%
VisitNordsjælland	127.613	-2,8%	53,2%
Destination Sjælland	95.614	-4,5%	31,6%
VisitFjordlandet	37.473	13,7%	67,2%
VisitHerning	22.864	-9,0%	57,1%

Udvikling i antal tyske overnatninger fra 2021 til 2022



I 1. HALVÅR 2023 ER ANTALLET AF TYSKE OVERNATNINGER OVER 2022 I 17 DESTINATIONER

Antallet af tyske overnatninger er steget fra 1. halvår 2012 til 1. halvår 2023 i 17 af 19 destinationsselskaber. Det er kun Destination Bornholm og Destination NordVestkysten, der har oplevet et faldt.

Sammenlignet med 2022 har stigningen været størst i Wonderful Copenhagen, mens der i forhold til 2019 er tale om relativ store stigninger i Destination Trekantområdet og Destination Limfjorden.

	Antal overnatninger 1. halvår 2023	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2022
Destination Vesterhavet	2.942.101	22%	1%
Destination Sønderjylland	976.458	29%	7%
Destination NordVestkysten	929.795	15%	-1%
Wonderful Copenhagen	394.610	29%	25%
Destination Vadehavskysten	301.622	16%	6%
Destination Fyn	266.540	12%	10%
Aarhusregionen	238.998	35%	9%
VisitLollandFalster	175.477	21%	10%
Destination Nord	165.399	39%	6%
Destination Trekantområdet	148.381	48%	19%
Destination Bornholm	136.938	-5%	-8%
Destination Kystlandet	59.277	28%	7%
Visit Sydsjælland og Møn	56.438	7%	8%
Destination Himmerland	46.901	23%	3%
Destination Limfjorden	45.586	45%	8%
VisitNordsjælland	34.981	-14%	4%
Destination Sjælland	24.795	-15%	8%
VisitHerning	10.638	-1%	12%
Destination Fjordlandet	10.304	6%	13%

FLERE TYSKE OVERNATNINGER

	Tyske overnatninger 2022 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2022	Udvikling fra 2021 til 2022
Tyskland	382.618	-6%	37%
Europa	305.834	-8%	87%
Øvrige udland	96.604	-43%	169%
I alt	785.056	-14%	64%
1. Austria	53.759	-5%	111%
2. Italy	47.197	-20%	75%
3. Spain	43.095	-18%	88%
4. Croatia	23.555	18%	18%
5. United States	22.675	-5%	494%
6. Netherlands	21.328	-1%	131%
7. Turkey	20.750	12%	94%
8. Denmark	19.618	17%	49%
9. France	18.098	16%	104%
10. Greece	14.661	-5%	89%
11. United Kingdom	12.473	-30%	397%
12. Thailand	5.942	-57%	696%
13. Portugal	5.718	-9%	142%
14. Czech Republic	5.095	-15%	150%
15. Egypt	4.750	-75%	38%
16. Dominican Republic	4.682	2%	72%
17. Poland	4.538	-29%	59%
18. Ireland	4.227	-30%	230%
19. Canada	3.660	-39%	385%
20. Switzerland	3.618	-8%	39%

Danmark ligger højt (#8) på listen over tyskernes mest besøgte rejsemål i udlandet

DANMARK ER I KONKURRENCE MED FLERE SYDEUROPÆISKE LANDE OG NEDERLANDENE

Konkurrentfeltet

Danmarks andel af de tyske overnatninger i Europa ligger i 2022 lavere end i 2021, men over 2019-niveauet.

Skandinavien står for tilsammen 8,0 pct., og Danmarks primære konkurrence ligger i de Sydeuropæiske lande og Østrig.

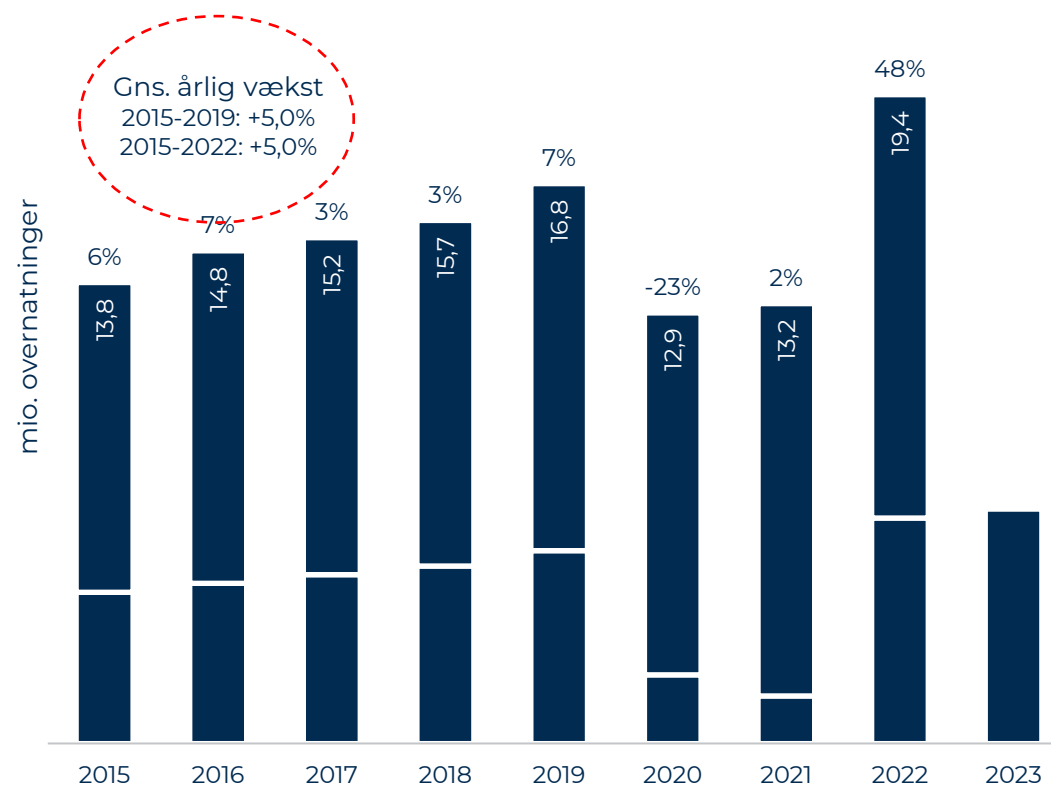
	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2021	Andel af europæiske overnatninger 2022
1. Austria	16,7%	15,3%	17,2%
2. Italy	17,3%	16,2%	15,1%
3. Spain	15,4%	13,7%	13,8%
4. Croatia	5,9%	11,9%	7,5%
5. Netherlands	6,3%	5,5%	6,8%
6. Turkey	5,4%	6,4%	6,6%
7. Denmark	4,9%	7,9%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

Kilde: Tourism Economics.

S. 39 Anm.: Listen er sorteret efter lande med flest overnatninger.

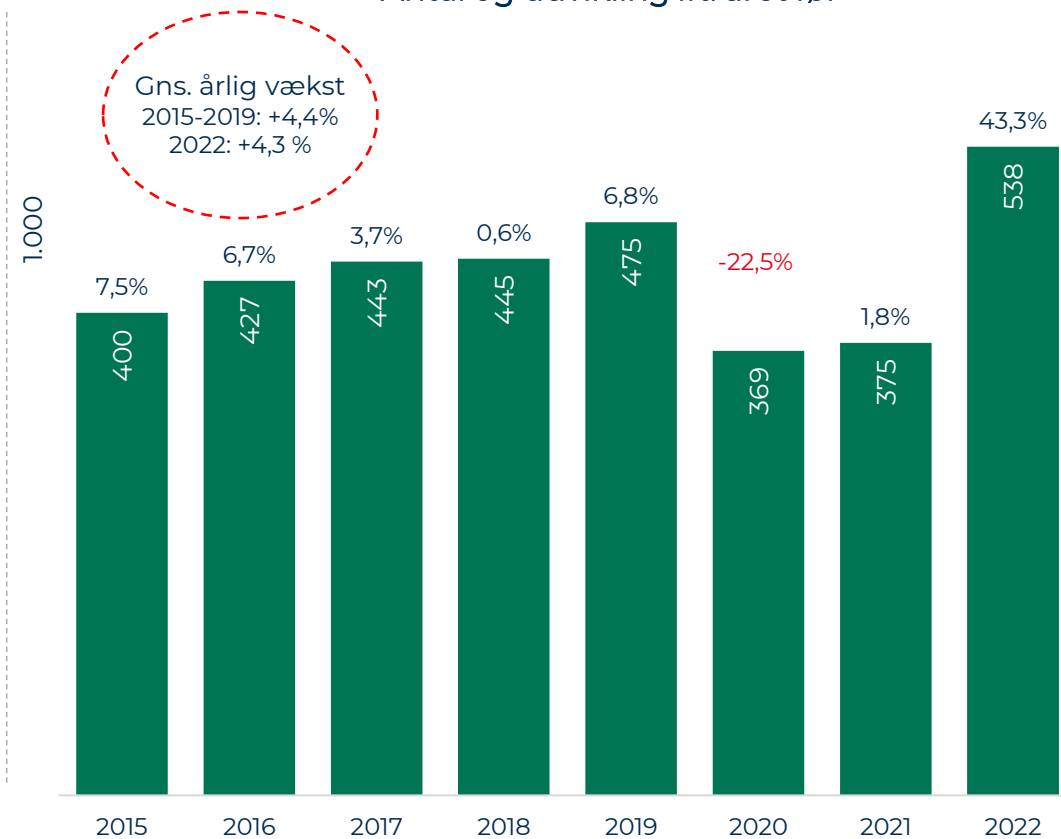
POSITIV UDVIKLING I 2022 I ANTAL OVERNATNINGER OG UDLEJEDE FERIEHUSUGER

Tyske 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 tyske turister i Danmark
Antal og udvikling ift. året før



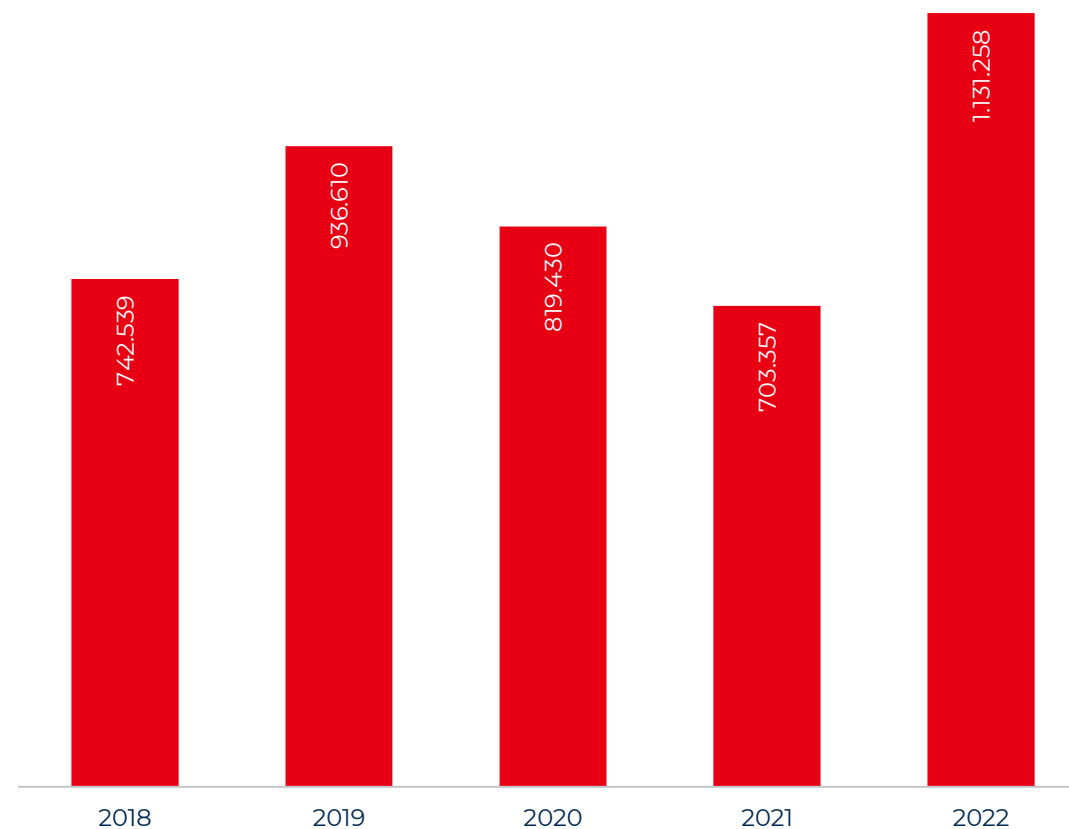
MARKANT STIGNING I TYSKE OVERNATNINGER BOOKET VIA ONLINE BOOKINGPLATFORME

Tyske overnatninger via bookingplatforme

Antallet af tyske overnatninger booket via bookingplatforme steg med 61 pct. fra 2021 til 2022.

Antallet af tyske overnatninger booket via AirBnB, Booking, Expedia og Tripadvisor er også i 2022 højere end i 2019.

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



FLEST TYSKE OVERNATNINGER I AUGUST

Tyske overnatninger fordelt over året

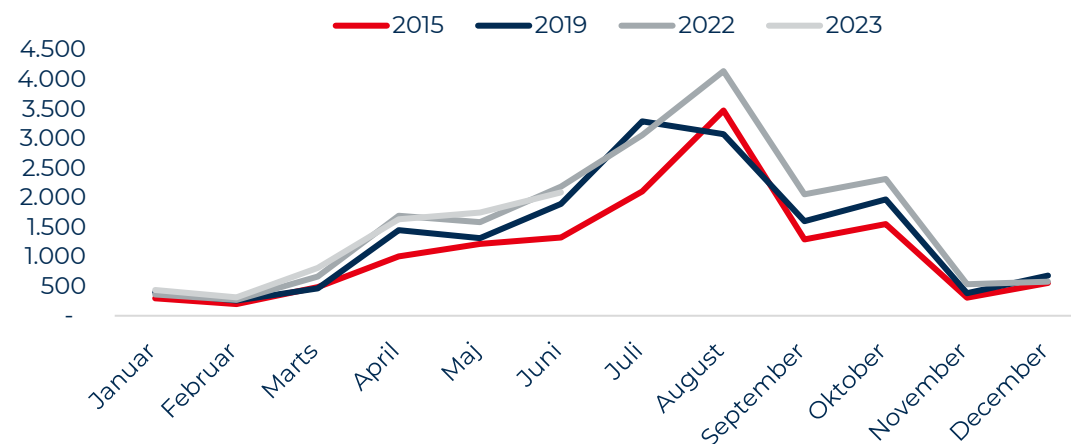
Fra 2015 til 2019 steg antallet af tyske overnatninger i Danmark med 21 pct. Stigningen fandt især sted i skulder- og vintersæsonen.

Fra 2019 til 2021 faldt antallet af tyske overnatninger i Danmark med 21 pct. Fra 2021 til 2022 steg det med 48 pct. og ligger således 16 pct. over 2019 niveauet.

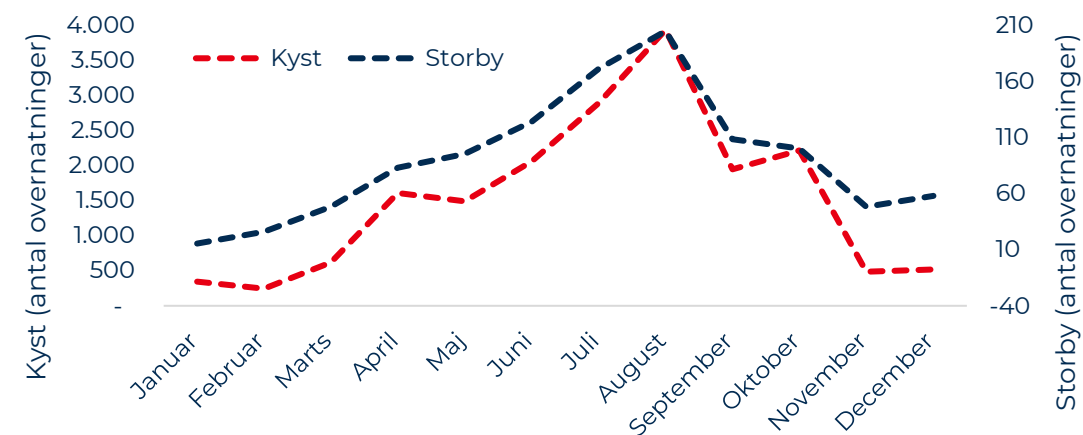
	2015	2019	2021	2022	2015	2019	2021	2022
	Antal (1.000)				Indeks (2019=100)			
Høj	5.581	6.365	5.870	7.199	88	100	92	113
Skulder	6.878	8.695	6.047	10.500	79	100	70	121
Vinter	1.356	1.721	1.264	1.744	79	100	73	101
I alt	13.814	16.780	13.181	19.443	82	100	79	116

Overnatningsmønsteret blandt tyskere på storbyferie i Danmark er ikke meget anderledes end blandt tyske kyst- og naturturister i Danmark.

Tyske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



2022



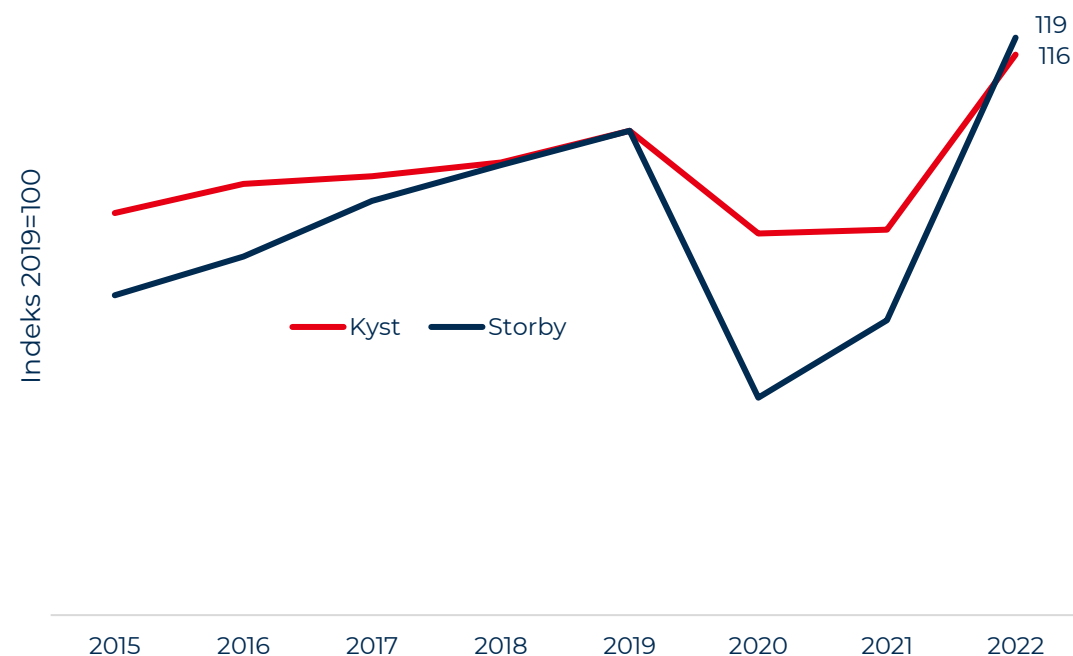
STIGNING I OVERNATNINGER FOR TYSKE STORBYTURISTER OG NATUR- OG KYSTTURISTER

Tyske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Kyst -/naturdanmark*	15.871	12.625	18.361	16%	45%
De fire storbyer*	908	553	1.083	19%	96%
I alt*	16.780	13.178	19.443	16%	48%

År-til-dato (januar-juni)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2022	2023	2019-2023	2022-2023
Kyst -/naturdanmark*	5.415	6.370	6.546	21%	3%
De fire storbyer*	365	392	480	32%	22%
I alt*	5.780	6.762	7.026	22%	4%

Udvikling i tyske overnatninger* inden for kyst og storby



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

OTTE UD AF 10 TYSKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

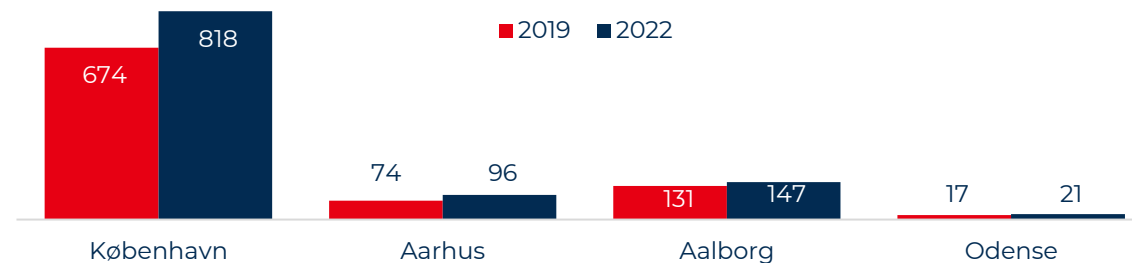
Overnatninger i de fire storbyer*

	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

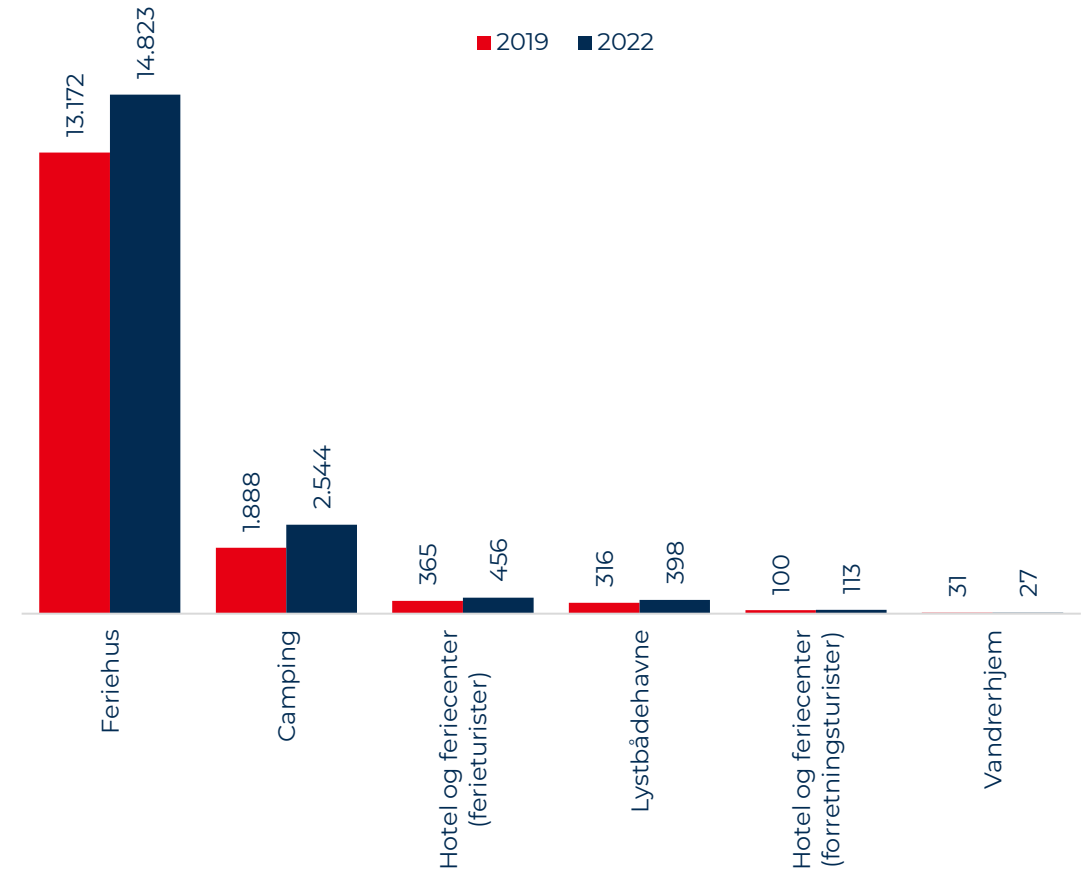
Udvikling i tyske storbyovernatninger (1.000)



TYSKE KYST- OG NATURTURISTER STÅR FOR 77 PCT. AF DE UDENLANDSKE KYST OVERNATNINGER

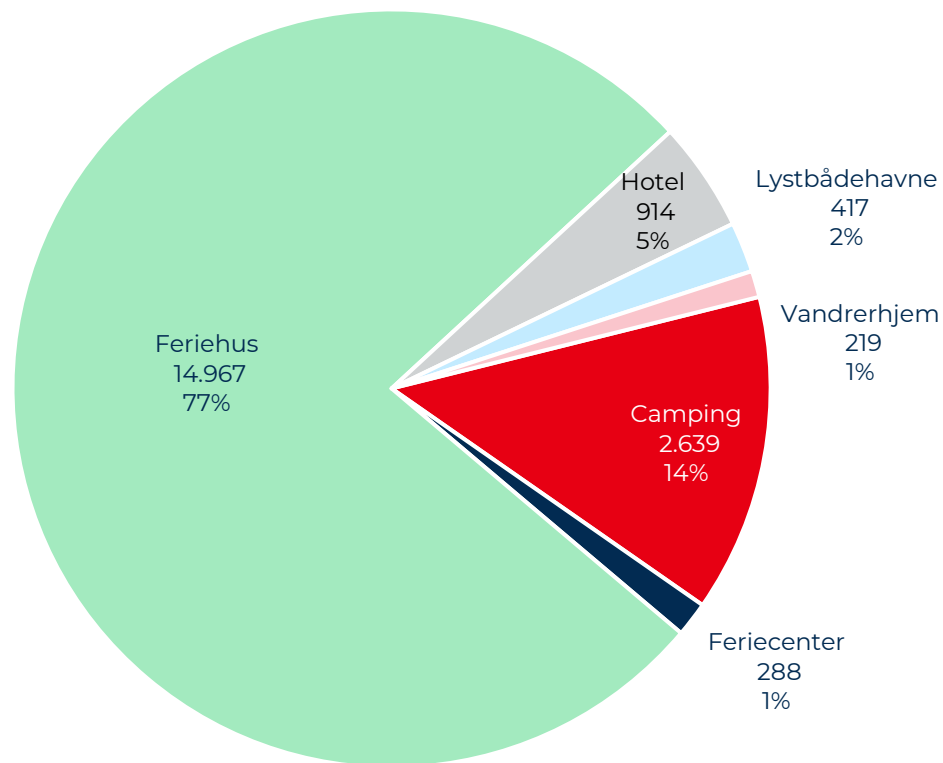
	Overnatninger (1000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	24.647	51%	
Udlandet	23.938	49%	
Tyskland	18.361	38%	77%
Norge	1.504	3%	6%
Nederlandene	1.332	3%	6%
Sverige	927	2%	4%
Storbritannien	177	0%	1%
USA	97	0%	0%
Frankrig	78	0%	0%
Italien	75	0%	0%
Indien	9	0%	0%
Kina	6	0%	0%
Øvrige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

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

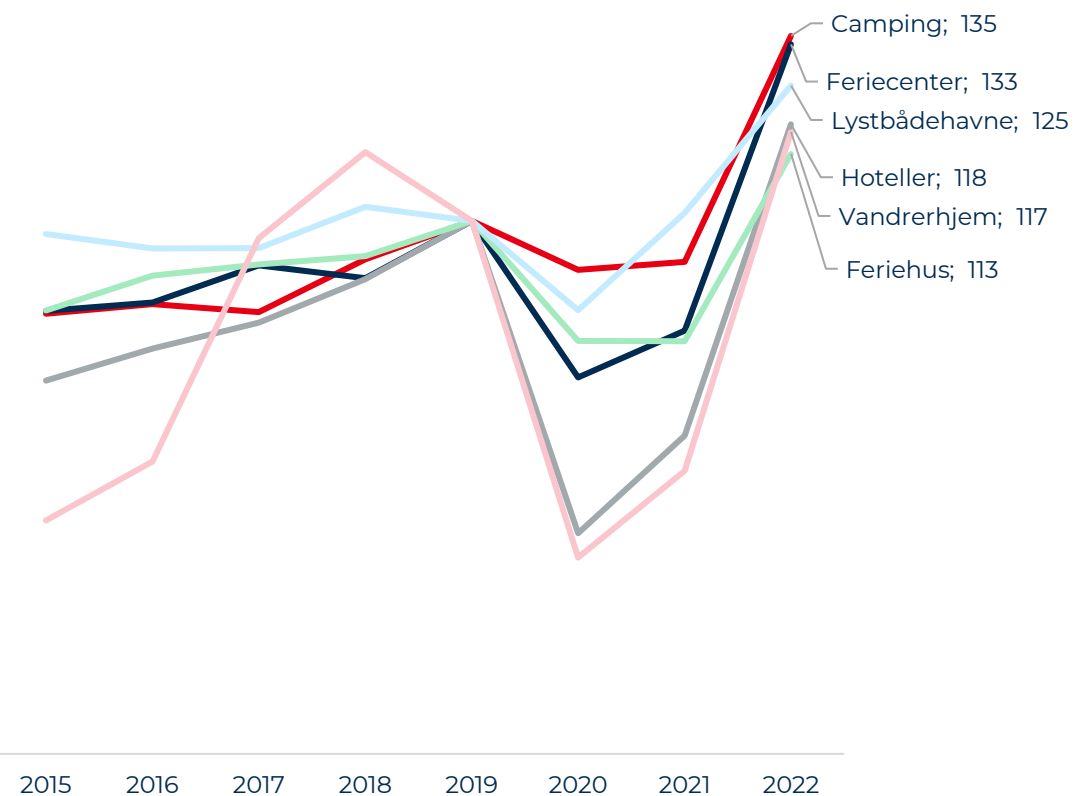


KNAP OTTE UD AF 10 TYSKE OVERNATNINGER FINDER STED I ET FERIEHUS

Tyske overnatninger i Danmark 2022 (1.000)



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

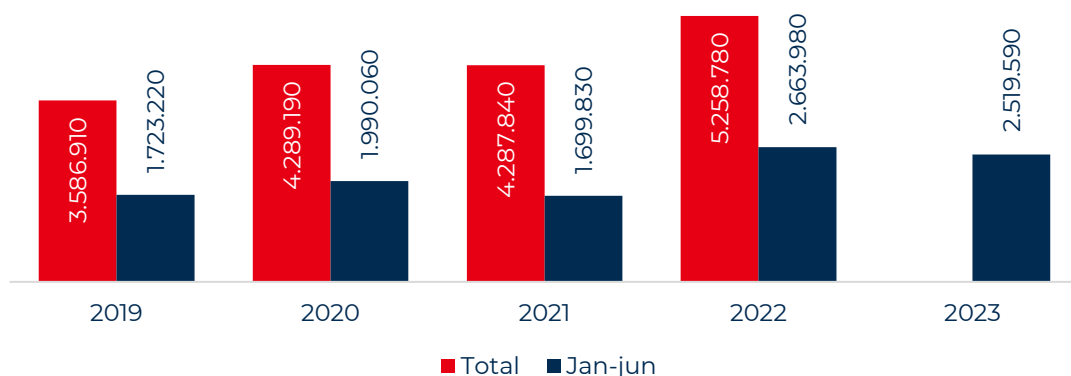


TYSKERNE SØGER I STIGENDE GRAD EFTER FERIEHUSE I DANMARK

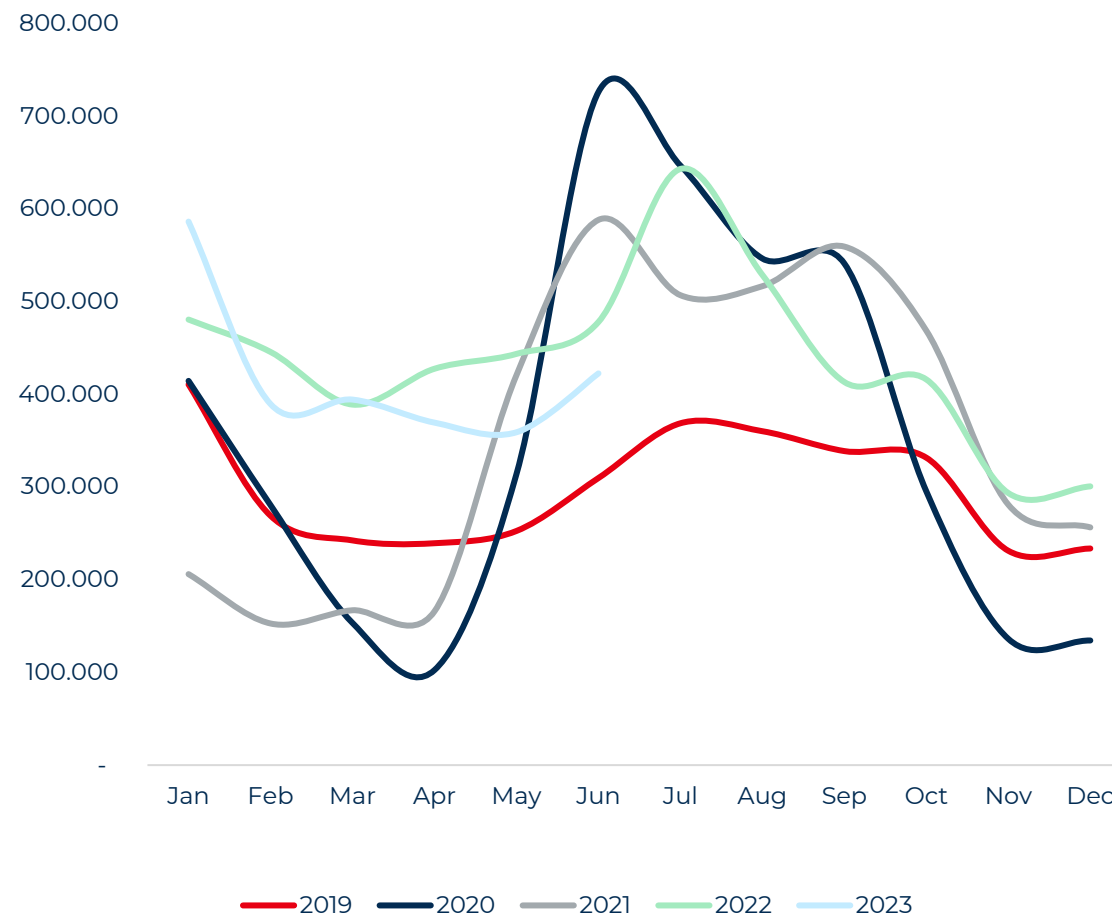
Hvis man dykker ned i søgninger efter den mest populære overnatningsform hos tyskerne, kan man se at søgninger efter feriehus i Danmark har været stigende gennem årene.

I første halvår af 2023 er der foretaget færre søgninger efter feriehus sammenlignet med samme periode i 2022.

Søgevolumen pr. år og halvår for feriehus i Danmark

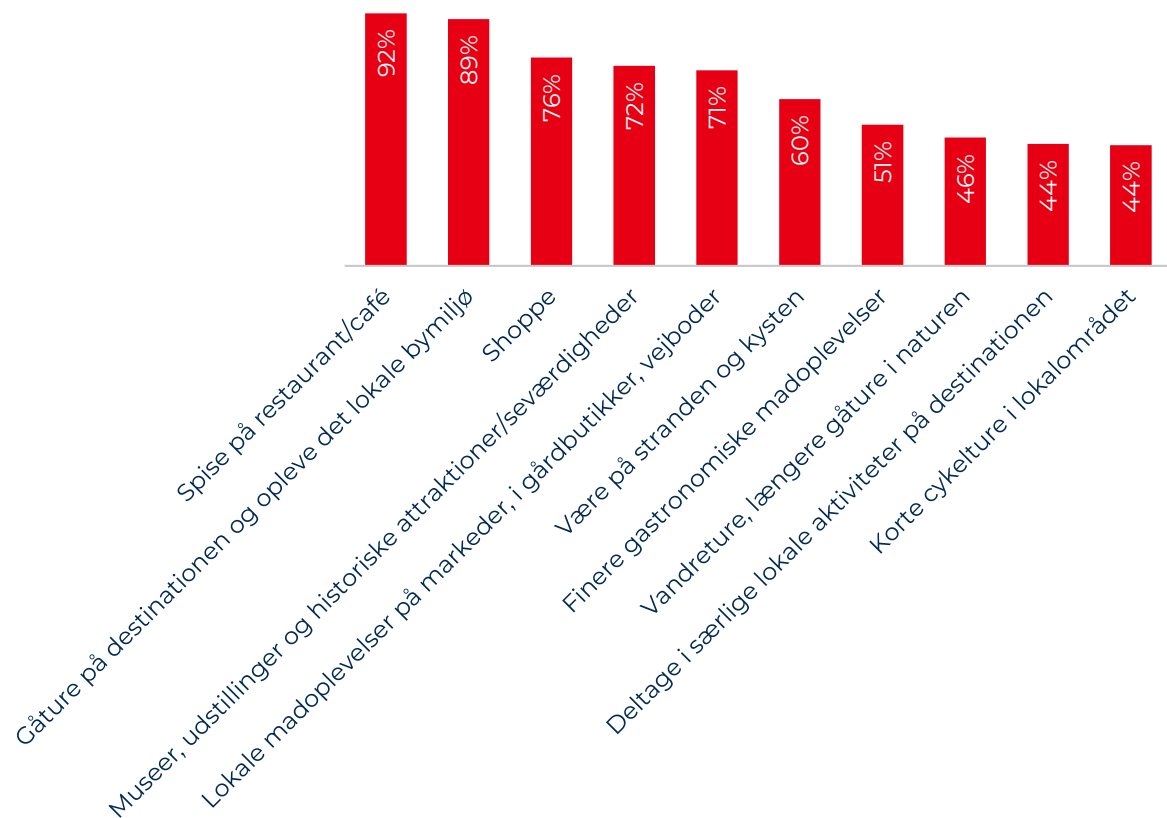


Månedlige søgninger efter feriehus i Danmark

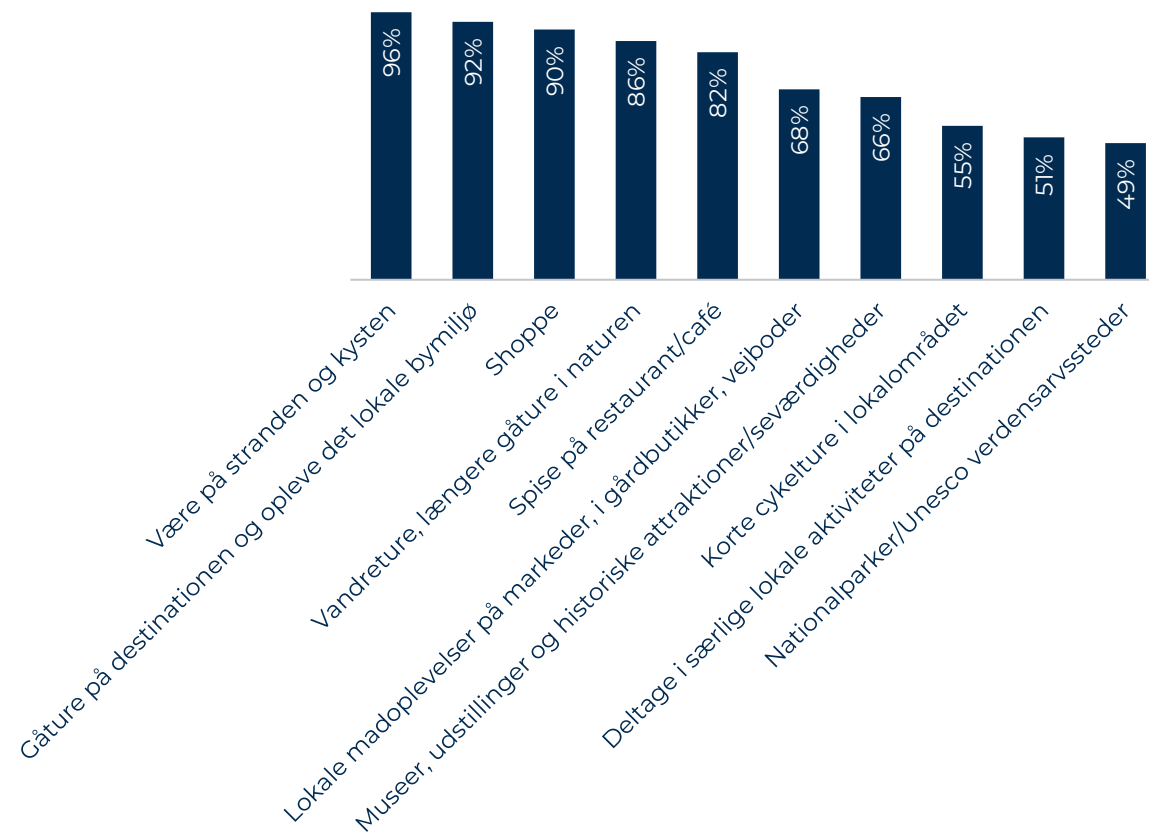


DE TYSKE STORBYTURISTER TAGER UD AT SPISE KYST- OG NATURTURISTER TAGER PÅ STRANDEN

Aktiviteter foretaget eller planlagt på ferien i Danmark



Storbyturister



Kyst- og naturturister

43 PCT. AF DEN UDENLANDSKE TURISME-OMSÆTNINGEN I 2021 KOM FRA TYSKE TURISTER

Marked	Turisme-omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme-omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2021	Tyskland	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	977	658	6%	5%
Udland	60.061	30.627			Hotel - forretning	796	539	5%	4%
Tyskland	16.920	13.116	28%	43%	Feriecenter	75	50	0%	0%
Sverige	7.328	3.918	12%	13%	Camping	962	985	6%	8%
Norge	8.211	2.446	14%	8%	Vandrerhjem	149	80	1%	1%
USA	4.206	1.604	7%	5%	Lejet feriehus	10.877	8.534	64%	65%
Nederlandene	2.117	1.413	4%	5%	Lystbåde	194	199	1%	2%
Storbritannien	3.431	1.083	6%	4%	Lejet helårsbolig	1.182	844	7%	6%
Frankrig	1.665	824	3%	3%	Andre	102	4	1%	0%
Polen	606	548	1%	2%	I alt	15.315	11.892	91%	91%
Italien	1.126	461	2%	2%	Besøg u. betalt overnatning				
Schweiz	806	422	1%	1%	I alt	1.604	1.224	9%	9%
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