

NORGE: MARKEDSPROFIL 2022

4. november
2022

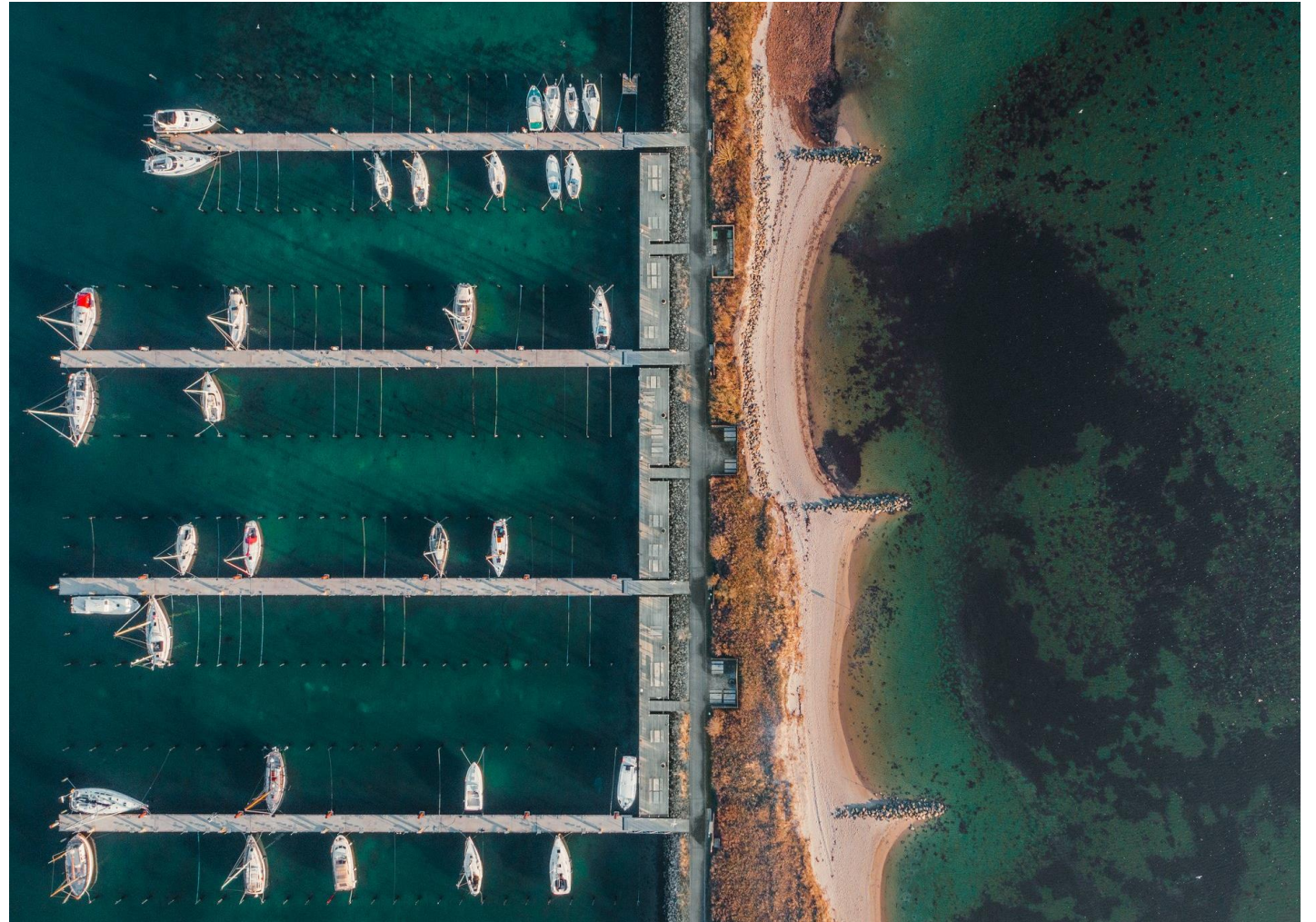
INTRODUKTION

Norge er et vigtigt nærmarked for Danmark.

Fra 2015 til 2019 faldt antallet af norske overnatninger i Danmark med 11,4 pct. I 2020 satte corona ind og medførte et fald på 71,1 pct. i antallet af norske overnatninger i Danmark. Allerede i 2021 rettede dette sig dog noget, men der er langt vej op til 2019-niveauet.

I første halvdel af 2022 er antallet af norske overnatninger steget markant i forhold til 2021, men antallet ligger fortsat 5,0 pct. under 2019-niveauet.

En ny analyse gennemført i 2022 viser, at der er et potentiale i Danmark i forhold til at tiltrække flere norske turister. Danmark opfattes som både trygt og velkendt med et bredt oplevelsestilbud. Danmark byder på gode muligheder for nye og spændende oplevelser inden for fx gastronomi og outdoor.



© MITCH WIESINGER

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

November 2022

Kontakt

Charlotte Rømer Rassing

crr@visitdenmark.com

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

06 [Markedsforventninger](#)

12 [Før ferien](#)
kendskab og inspiration

30 [Danmark som feriedestination](#)
ankomst, overnatninger og forbrug

VISITDENMARKS MARKEDSKONTOR I OSLO



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



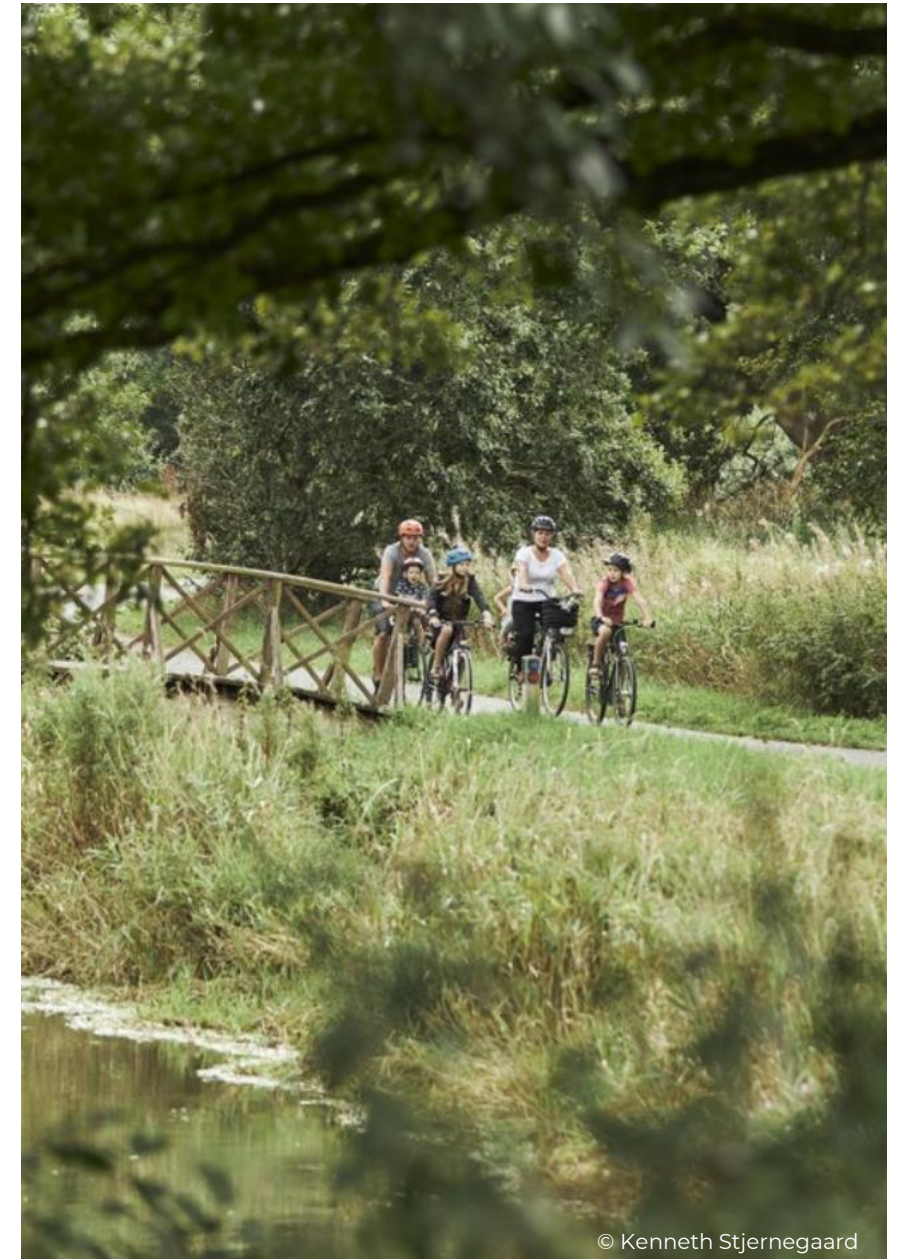
**PR & Press Manager
Thea Damli**
thedam@visitdenmark.com
+47 922 09 390



**Senior Marketing
Manager
Hege Fredlund Hoff**
heghof@visitdenmark.com
+47 932 45 210



**Marketing & PR
Koordinator
Hilde Fornes Lager**
hillag@visitdenmark.com
+47 920 21 906



UDVALGTE KONKLUSIONER

Danmark ligger #1 på listen over nordmændenes forventede udlandsrejsemål i 2022

Hver femte nordmand vil holde en ferie med overnatning i Danmark i 2022. På anden- og tredjepladsen følger Sverige med 18 pct. og Spanien med 17 pct. Især kystferier uden børn er efterspurgte blandt nordmændene.

Antallet af passagerankomster med fly stiger

Antallet af passagerankomster fra Norge til Danmark i 2021 ligger markant under antallet af flyankomster i 2019. I de første 3 kvartaler af 2022 er antallet af passagerankomster tæt på 2019-niveauet.

Kendskabet til Danmark er udtalt, og Danmark er en attraktiv feriedestination

Seks ud af 10 nordmænd kender Danmark som feriedestination. Både blandt nordmændene generelt og blandt de nordmænd, som vil på ferie i Danmark, opfattes Danmark som et attraktivt feriemål.

Ferien skal byde på afslapning og naturoplevelser

Rejsemotiverne 'slappe af og lade op' og 'natur, strand, kyst og hav' er vigtige for flest nordmænd, når de skal afholde ferie. Også afkobling i naturen, familie-/vennebesøg og madoplevelser rangerer højt blandt mange nordmænd.

Interessen for sidstnævnte kan også aflæses i søgevolumen, når det gælder gastronomi. I 1. halvår 2022 ligger antallet af googlesøgninger efter gastronomi markant over niveauerne i både 2019, 2020 og 2021.

I forhold til outdoor-relaterede søgetermer er antallet af søgninger også steget markant i 1. halvår 2022 sammenlignet med 2019, 2020 og 2021.

Sociale medier har fået større betydning som ferie-inspirationskilde

Blandt nordmændene har knap hver femte (18 pct.) benyttet et eller flere sociale medier som inspirationskilder, før de valgte ferie. Andelen, der benytter de sociale medier, er steget sammenlignet med i fjor.

Nordmændene efterspørger de danske attraktioner

Det gennemsnitlige antal månedlige søgninger (Google) efter attraktioner i Danmark ligger i 1. halvår 2022 markant over niveauerne i de tilsvarende perioderne i 2019, 2020 og 2021.


Faldet i norske overnatninger kan mærkes i stort set hele Danmark

I 2021 blev der registreret færre norske overnatninger på 18 af 19 danske destinationer sammenlignet med 2020. Undtagelsen var VisitHerning.

Nordmænd overnatter især på de danske hoteller

Knap seks ud af 10 norske overnatninger i Danmark fandt i 2021 sted på et hotel. Søgevolumen for hoteller i Danmark er steget i 1. halvår 2021 sammenlignet med niveauerne i 2019, 2020 og 2021.

MARKEDS- FORVENTNINGER

 ESRUM LAKE

PERSPEKTIVER PÅ DET NORSKE MARKED V. FLEMMING BRUHN, MARKEDSCHEF

Efter nogle hårde Covid-år er nordmændene atter vendt tilbage til Danmark.

Tryghed og sikkerhed blev under coronakrisen de vigtigste faktorer ved valg af destinationer, og her stod Danmark stærkt.

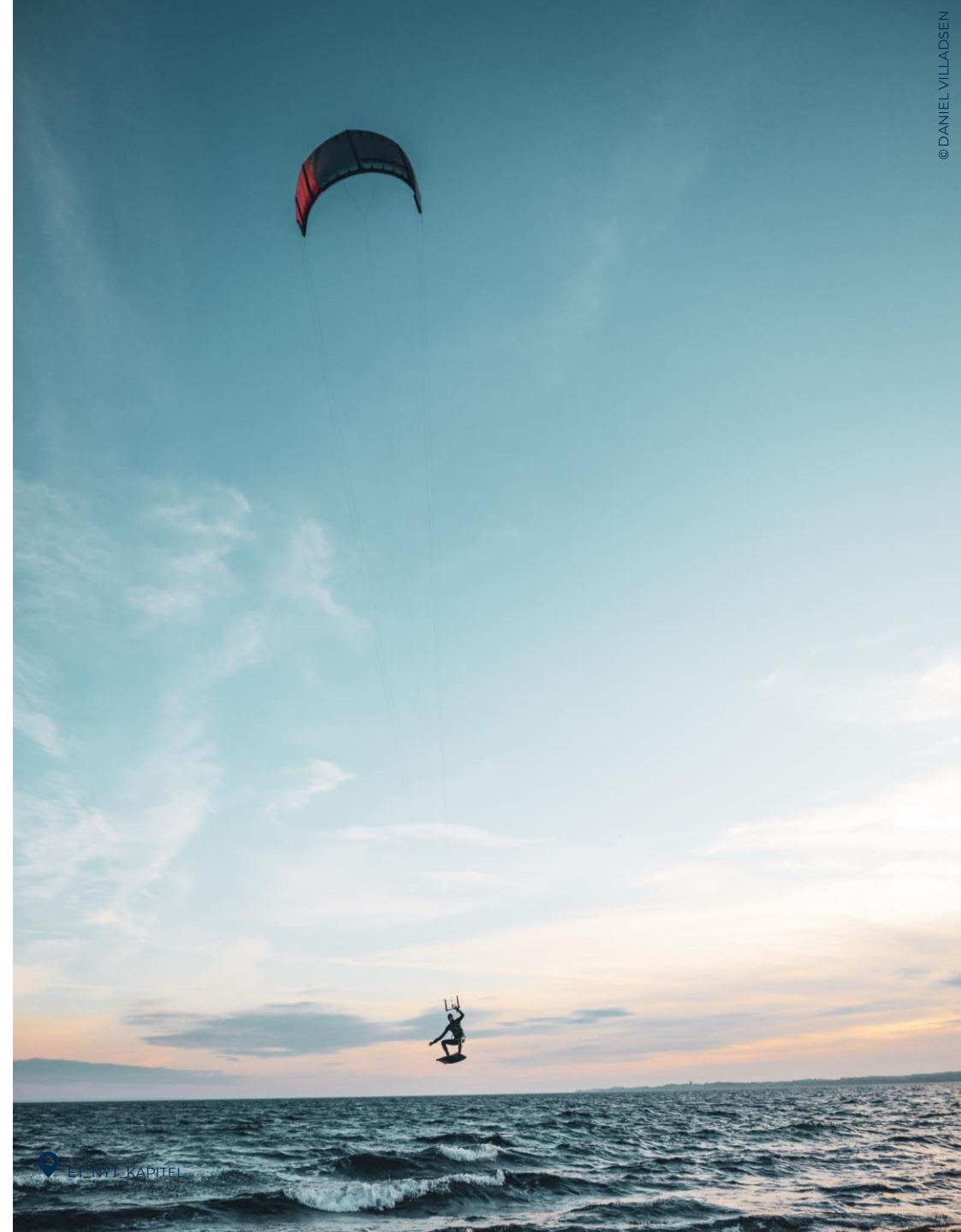
Den økonomiske krise og høje energipriser rammer også nordmændene. Hvordan det helt præcist vil ramme rejsemarkedet er endnu for tidligt at spå om.

Danmark ligger dog godt til som et nærmarked, og den korte rejsevej giver mange muligheder – med båd, tog, bil og fly.

God mad og hygge kombineret med den kontinentale følelse vil stadig været vores vigtigste argument for at få nordmænd til at rejse til Danmark – hele året.

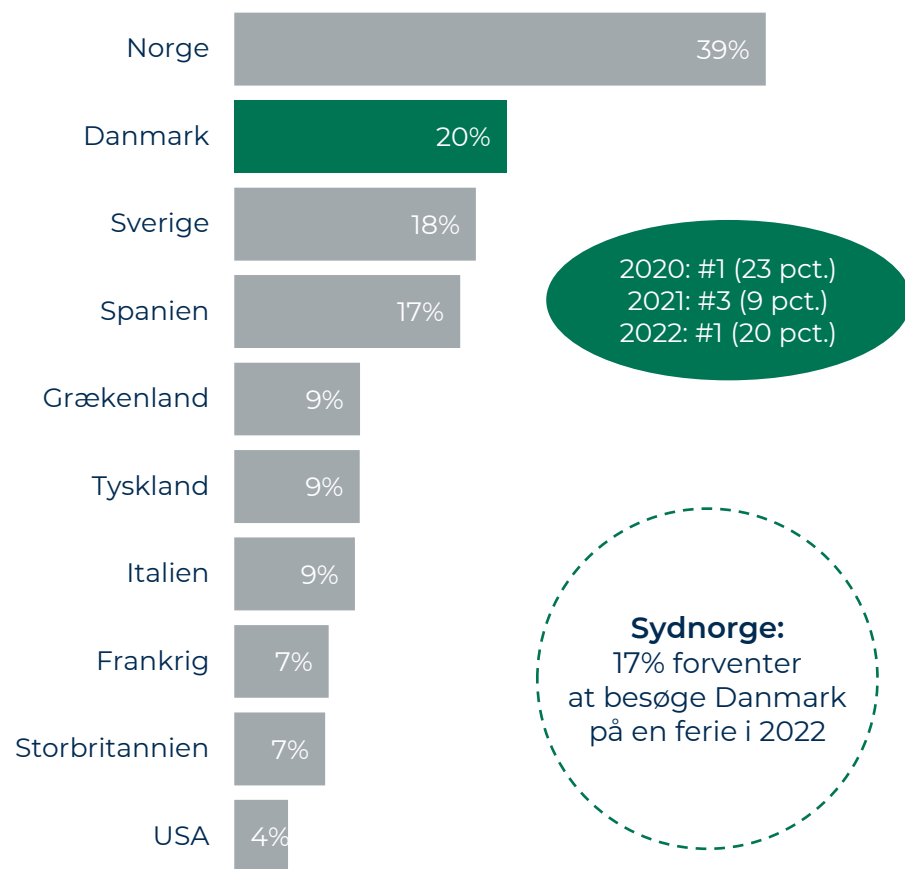
KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

- Den norske feriekalender
- Flyankomster
- Rejseplaner og interesse i at besøge Danmark



DANMARK TOPPER LISTEN OVER NORDMÆNDIS UDLANDSREJSEMÅL

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2022? Top 10



Nordmændenes forventede feriemål i 2022

Hver femte nordmand overvejer eller planlægger at besøge Danmark på en ferie i 2022. Det svarer til godt 1 mio. norske turister. Andelen, der forventer at besøge Danmark, er i 2022 markant over niveauet i 2021.

Danmark er i 2022 nr. 1 over nordmændenes forventede udlandsrejsemål. Danmark er i konkurrence med både sydeuropæiske destinationer som Spanien og Grækenland og lande som Sverige og Tyskland.

DANMARK ER POPULÆR TIL KYSTFERIER MED BØRN

KYSTFERIE MED BØRN

© Robin Skjoldborg



18%

AF DEN NORSKE BEFOLKNING VIL PÅ KYST- /NATURFERIE MED BØRN

AF DEM OVERVEJER:

44%
DANMARK

38%
NORGE

KYSTFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



41%

AF DEN NORSKE BEFOLKNING VIL PÅ KYST-/NATURFERIE UDEN BØRN

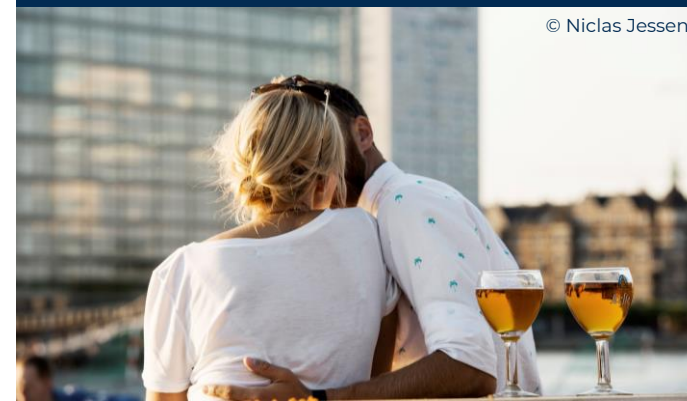
AF DEM OVERVEJER:

24%
DANMARK

35%
NORGE

STORBYFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



15%


AF DEN NORSKE BEFOLKNING VIL PÅ STORBYFERIE UDEN BØRN

AF DEM OVERVEJER:

23%
KØBENHAVN

25%
OSLO

FØR FERIE

 MØNS KLINT

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

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



SEKS UD AF 10 NORDMÆND KENDER DANMARK SOM FERIEDESTINATION

Kendskab til Danmark som feriedestination

I Sverige og Norge har seks ud af 10 eller flere et godt kendskab til Danmark som feriedestination. Det tilsvarende gælder flere end fire ud af 10 i Tyskland og hver femte i Holland. I Holland kender relativt mange kun Danmark af navn.

Kendskabet i Sydnorge er højt og lige så udbredt som blandt nordmændene generelt.

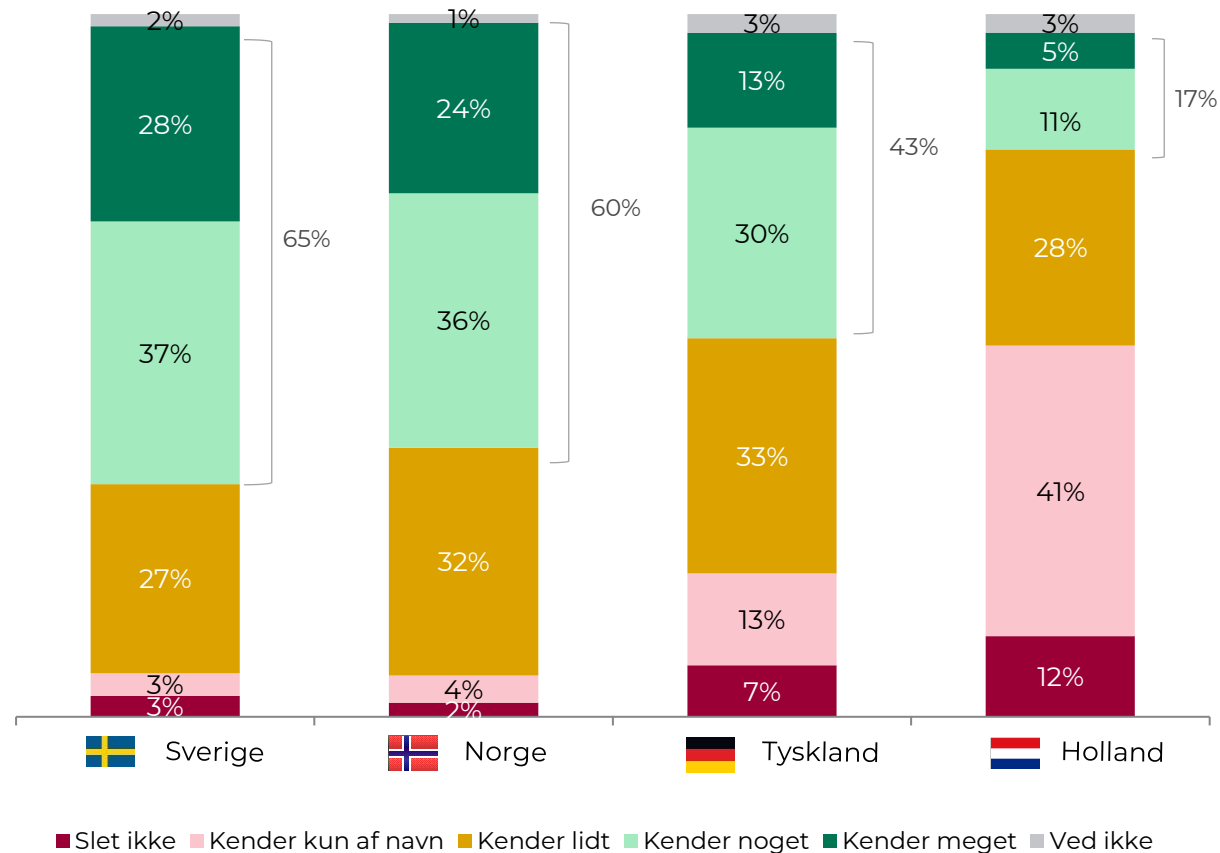
Kender noget eller meget til Danmark

75%
Syd- og Vestsverige

58%
Sydnorge

51%
Nordvesttyskland

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?



NORDMÆND VIL GERNE VIDE OM DE SKAL BRUGE ID FOR AT REJSE TIL DANMARK

Afsøgningen af Danmark som feriedestination spænder vidt blandt nordmændene. Der spørges bl.a. til: "Hvorfor Danmark er så flott" og "hvorfør man skal feriere i Danmark".

De mere konkrete spørgsmål, der bliver stillet, går på viden om forskellig sæsoner for ferie, og hvilken dansk turistattraktion, der er den største. Et stort fokus under corona har været på identifikation på rejsen, og dette fylder meget i de norske spørgsmål.

Figuren til højre visualiserer resultaterne fra søgeordsværktøjet 'Answer The Public'. Answer The Public visualiserer spørgsmålssøgninger og foreslåede søgninger fra Google og Bing. Kategorierne består af 'hv'-spørgsmål, og styrken af de grønne prikker indikerer, hvor populær søgetermen er.*

Figuren til højre giver et øjebliksbillede af, hvordan folk søger efter svar online på et givet tidspunkt.

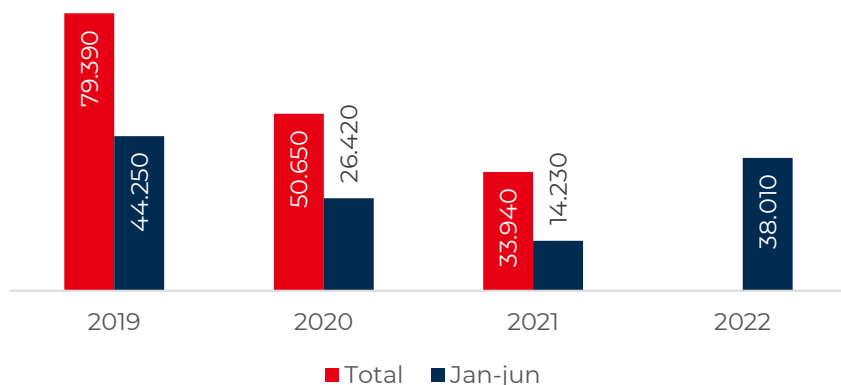


NORDMÆND SØGER EFTER KORT OVER DANMARK

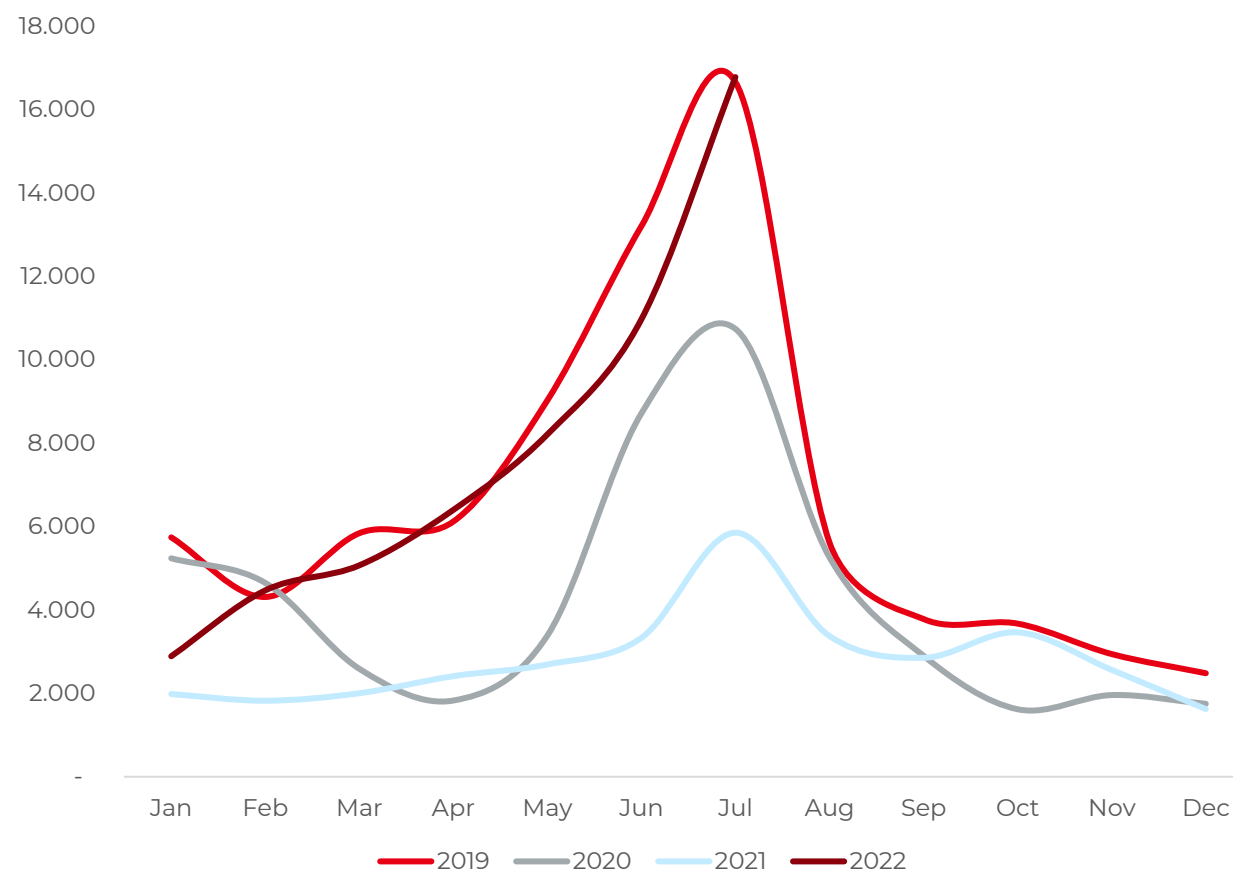
Mange nordmænd har et godt kendskab til Danmark, men der bliver alligevel foretaget en del søgninger efter kort over Danmark, der kan hjælpe med at sætte den danske geografi i kontekst. Efterspørgslen i 2022 er tæt på niveauet i 2019.

Nordmændene søger især efter "kart danmark", "københavn kart" og "nordjylland kart".

Søgevolumen efter kort og lokationer i Danmark pr. år og halvår



Månedlige søgninger efter kort og lokationer i Danmark

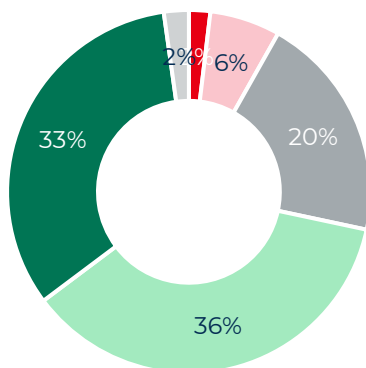


DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

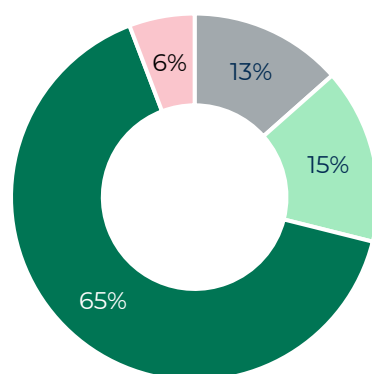
Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?

- 1: Slet ikke attraktiv
- 2
- 3
- 4
- 5: Meget attraktiv
- Ved ikke

Den norske befolkning



Nordmænd, som vil på ferie i Danmark i 2022



Danmarks attraktivitet blandt nordmændene

Godt otte ud af 10 (81 pct.) af de nordmænd, der vil besøge Danmark på en ferie i 2022, oplever Danmark som et attraktivt rejsemål.

Generelt har nordmændene et godt indtryk af Danmark som feriemål.

Glade gæster er forudsætningen for, at Danmark bliver anbefalet under og efter opholdet. For mange nordmand spiller personlige anbefalinger ofte en rolle, når de vælger feriedestination. Dette fremgår af s. [23](#).

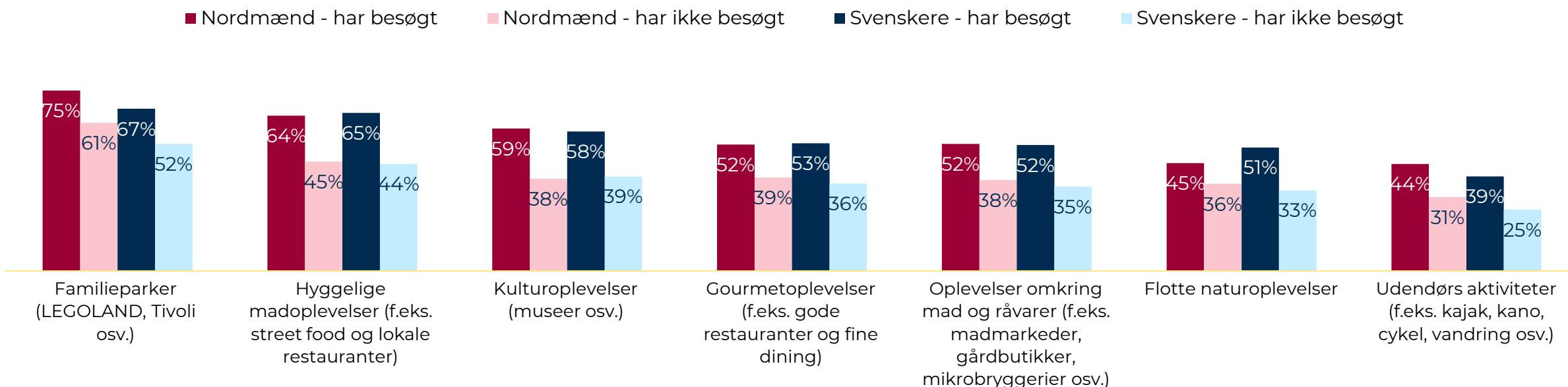
DANMARK FORBINDES ISÆR MED FAMILIEPARKER OG HYGGELIGE MADOPLEVELSER – OG I MINDRE GRAD MED NATUR- OG UDENDØRSAKTIVITETER

Ud af de syv nævnte oplevelsesprofiler forbindes Danmark mest med familieparker som LEGOLAND og Tivoli, men også med hyggelige madoplevelser og kulturoplevelser.

Der er derimod færre, der forbinder Danmark med flotte naturoplevelser og udendørs aktiviteter som kajak, kano mv.

I hvilken grad forbinder du følgende typer af oplevelser med noget, man kan opleve på ferier i Danmark?

Andelen som svarer i *høj* eller *meget høj* grad

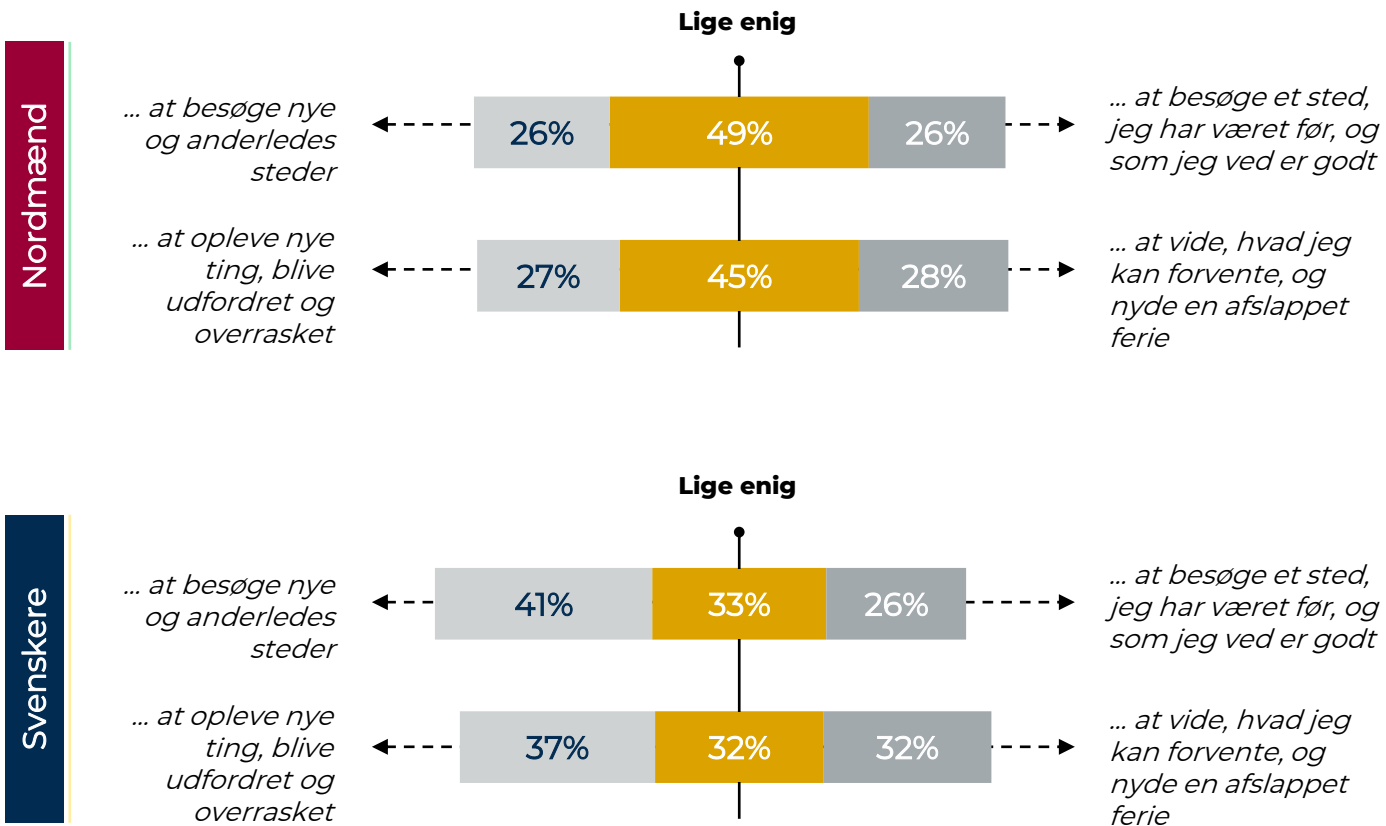


DER ER BÅDE MULIGHED FOR AT OPLEVE NOGET "NYT OG SPÆNDENDE" OG "KENDT OG KÆRT" PÅ FERIER I DANMARK

Blandt nordmændene er der omtrent lige så mange, der vil foretrække nye og spændende oplevelser på ferier i Danmark, som der vil foretrække mere velkendte og trygge oplevelser.

Og faktisk placerer næsten halvdelen af nordmændene sig præcist i midten og erklærer sig dermed lige enige i de to modstridende udsagn. – Dette viser, at ferier i Danmark ikke er "enten eller", men at de for mange godt kan være en kombination af det "kendte og kære" og det "nye og spændende".

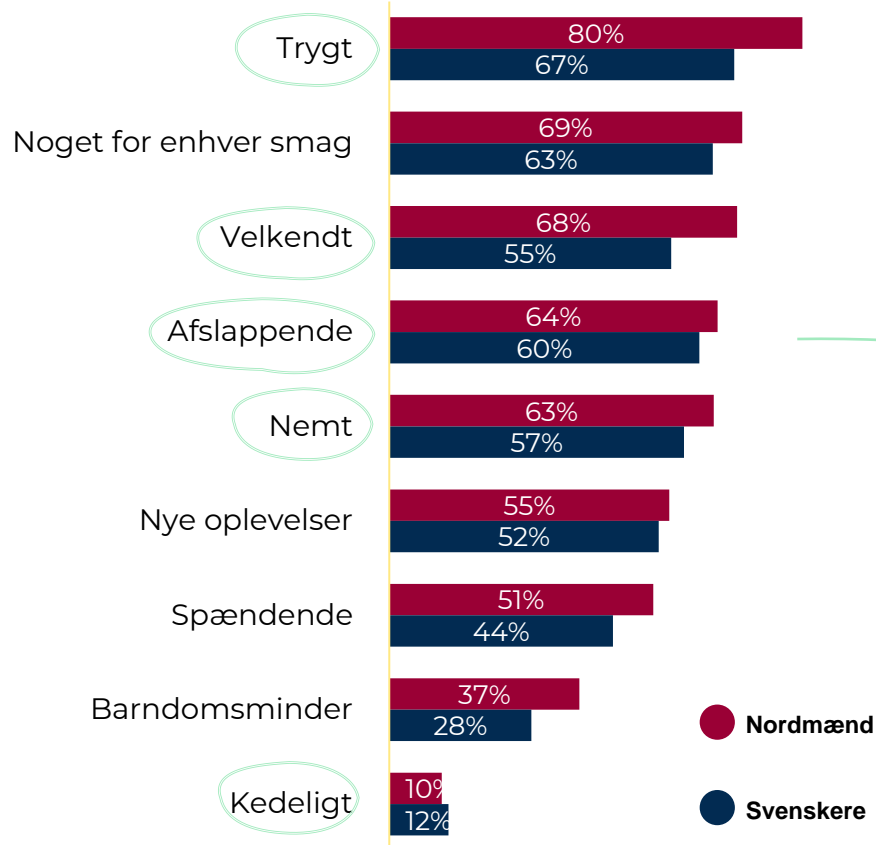
Hvis jeg skulle på ferie i Danmark, ville jeg foretrække...



NÅR NORDMÆND SIGER, AT FERIER I DANMARK ER 'AFSLAPPENDE', MENER DE IKKE 'KEDELIGE'

Hvor godt passer de følgende ord og beskrivelser på din opfattelse af Danmark som ferieland?

Andelen som svarer i høj eller meget høj grad



Ses på, hvad de nordmænd og svenskere, som forbinder Danmark som ferieland med *afslapning*, ellers har svaret, har 90 pct. også svaret *trygt*, 78 pct. har også svaret *velkendt* og 77 pct. har svaret *nemt*.

Kun 11 pct. af dem forbinder Danmark med *kedeligt*. Når svenskere og nordmænd siger, at ferier i Danmark er afslappende, hænger det altså i højere grad sammen med, at det er trygt, nemt og velkendt – men ikke, at det kedeligt.

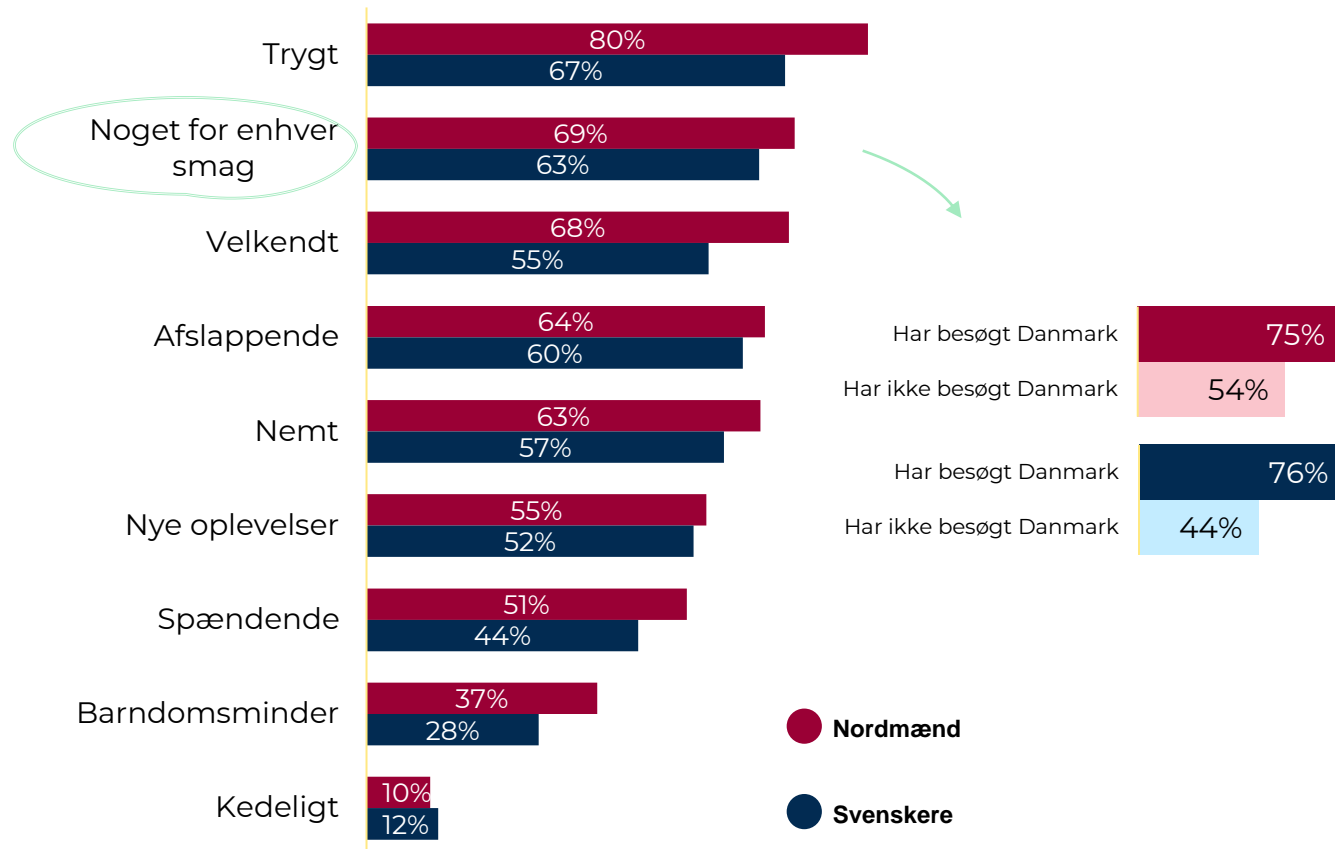
Hvad korrelerer med 'afslappende'?

Trygt	90%
Noget for enhver smag	84%
Velkendt	78%
Nemt	77%
Nye oplevelser	70%
Spændende	64%
Barndoms minder	42%
Kedeligt	11%

DANMARK OPFATTES I HØJ GRAD SOM ET FERIELAND, HVOR DER ER AKTIVITETER FOR ENHVER SMAG

Hvor godt passer de følgende ord og beskrivelser på din opfattelse af Danmark som ferieland?

Andelen som svarer i *høj* eller *meget høj grad*



En stor andel af nordmændene mener overordnet set, at Danmark som ferieland har noget for enhver smag - 69 pct. af nordmændene mener i meget høj eller høj grad, at det kendetegner Danmark.

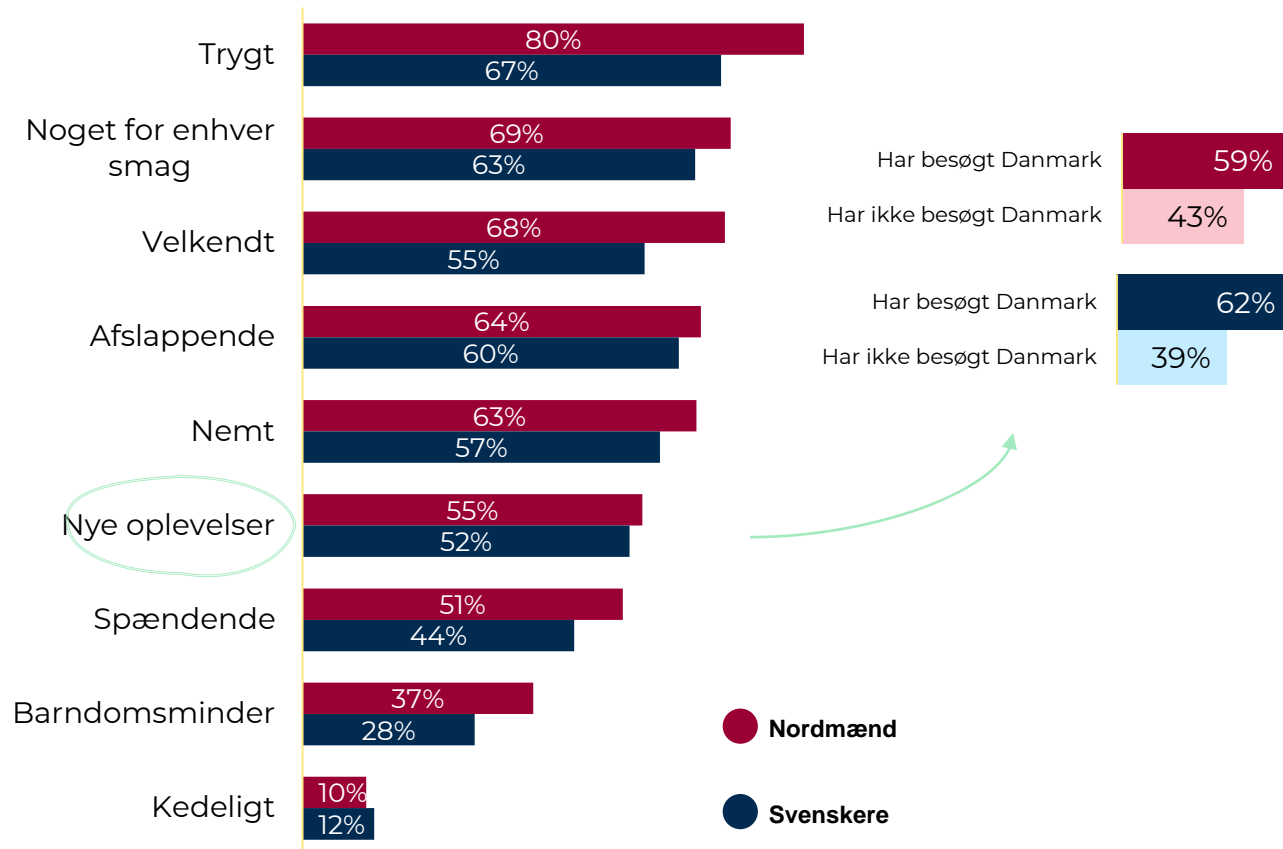
Hvis vi ser på dem, som tidligere har besøgt Danmark på en ferie, er andelen endnu højere. Af de nordmænd, som har besøgt Danmark før, mener 75 pct., at Danmark i meget høj eller høj grad har noget for enhver smag.

Dette er noget højere end for dem, som ikke har besøgt Danmark før – af de nordmænd, som ikke har besøgt Danmark før, angiver 54 pct. at de i meget høj eller høj grad synes Danmark har noget for enhver smag.

... OG GODE MULIGHEDER FOR NYE OPLEVELSER – SELV I DE VELKENDTE OG TRYGGE RAMMER

Hvor godt passer de følgende ord og beskrivelser på din opfattelse af Danmark som ferieland?

Andelen som svarer i høj eller meget høj grad



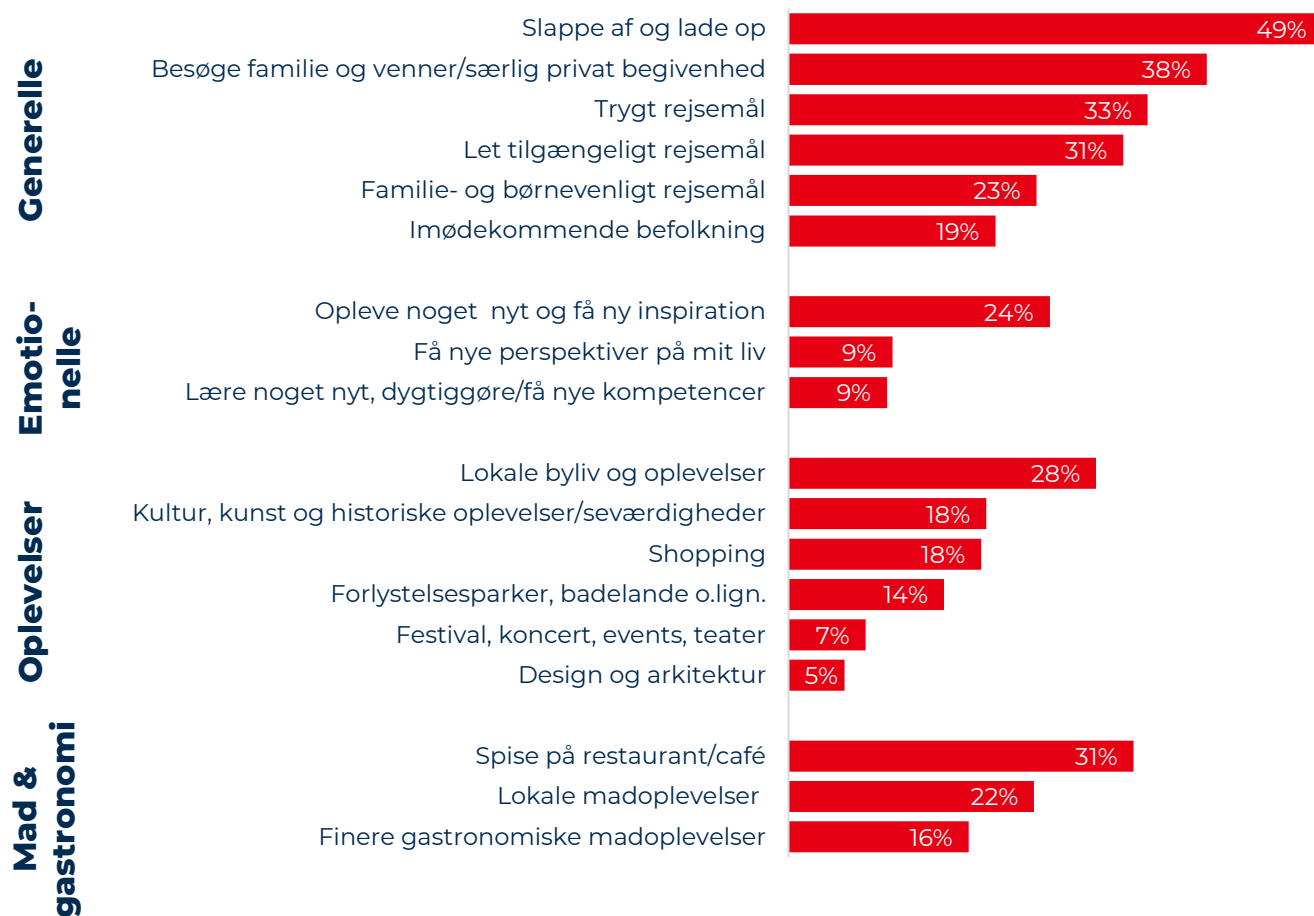
Der er lidt færre, der mener, at ferier i Danmark giver mulighed for nye oplevelser. At der er noget for enhver smag, er altså ikke nødvendigvis ensbetydende med, at der er mulighed for mange nye oplevelser.

Men når det er sagt, er det fortsat over halvdelen af nordmændene, der mener, at der er mulighed for nye oplevelser i Danmark.

Også her er der forskel på dem, som tidligere har besøgt Danmark på en ferie og dem, som ikke har. Af de nordmænd, som har besøgt Danmark før, opfatter 59 pct. i meget høj eller høj grad, at Danmark er kendetegnet ved nye oplevelser, mens dette gør sig gældende for 43 pct. af de nordmænd, som ikke har besøgt Danmark før.

MULIGHED FOR AT SLAPPE AF OG LADE OP ER VIGTIGST PÅ EN FERIE

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



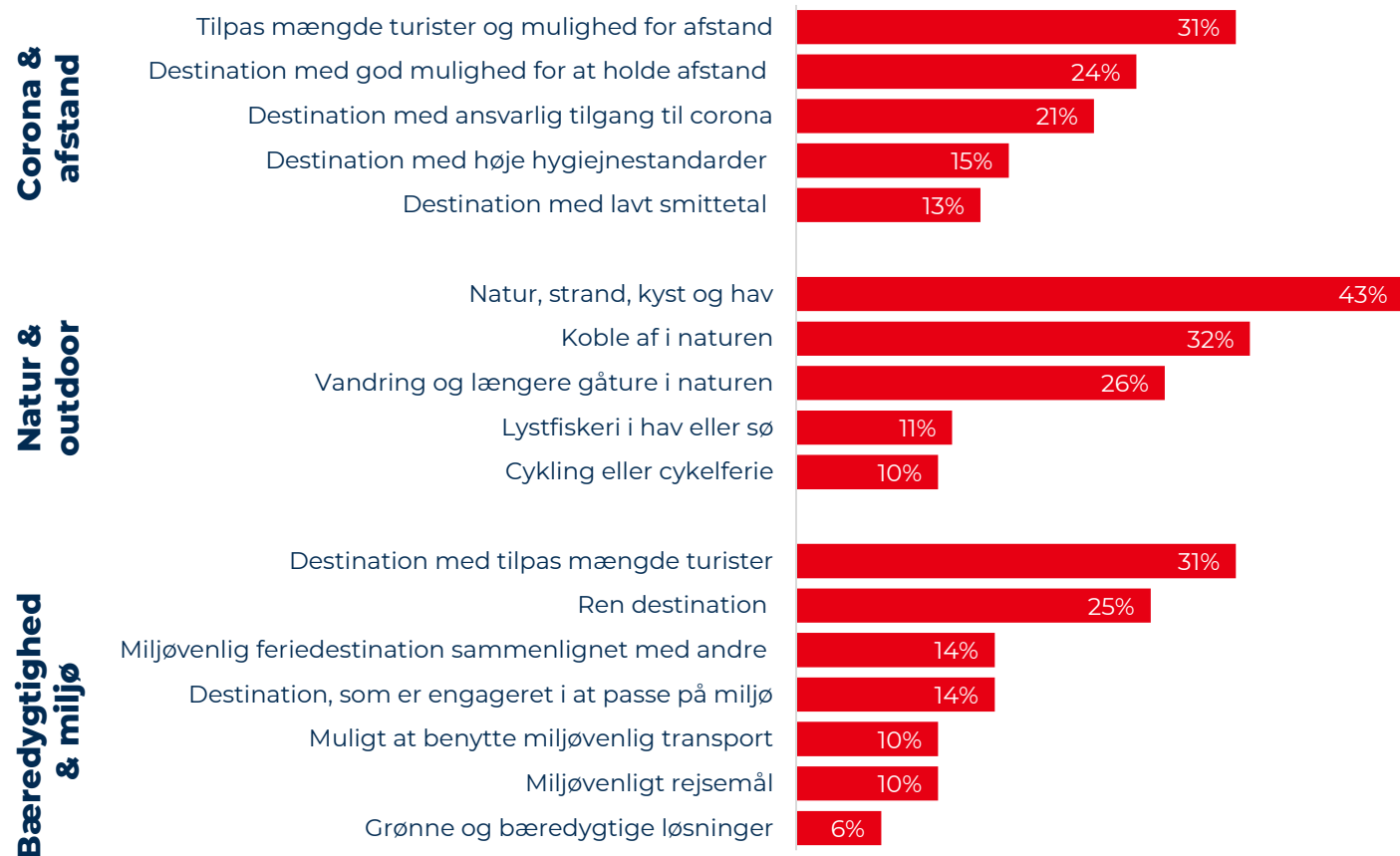
Rejsemotiver: generelle, emotionelle, oplevelser og mad & gastronomi

Hver anden nordmand fremhæver, at det at slappe af og lade op er et vigtigt rejsemotiv.

Også familie-/vennebesøg er vigtigt for mange. Ligesom det at spise ude på restaurant/café har betydning som rejsemotiv for mange nordmænd.

ADGANG TIL NATUR ER VIGTIGT, MEN OGSÅ AFKOBLING I NATUREN SPILLER EN AFGØRENDE ROLLE

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



Rejsemotiver: corona & afstand, natur & outdoor, bæredygtig & miljø

Flere end fire ud af 10 nordmænd, prioriterer natur, strand, kyst og hav ved valg af feriedestination.

Hver tredje lægger vægt på, at de kan koble af i naturen.

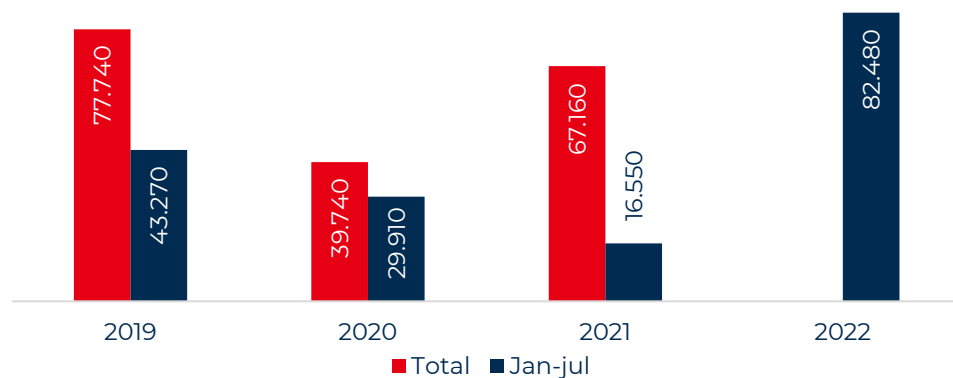
Flere end hver femte nævner, at det er vigtigt, at feriedestinationen er ren, at corona bliver håndteret ansvarligt, at der er en tilpas mængde turister, så det er muligt at holde afstand, og at destinationen har høje hygiejnestandarder.

NORDMÆNDENE SØGER MERE END NOGENSINDE FØR EFTER DANSK GASTRONOMI

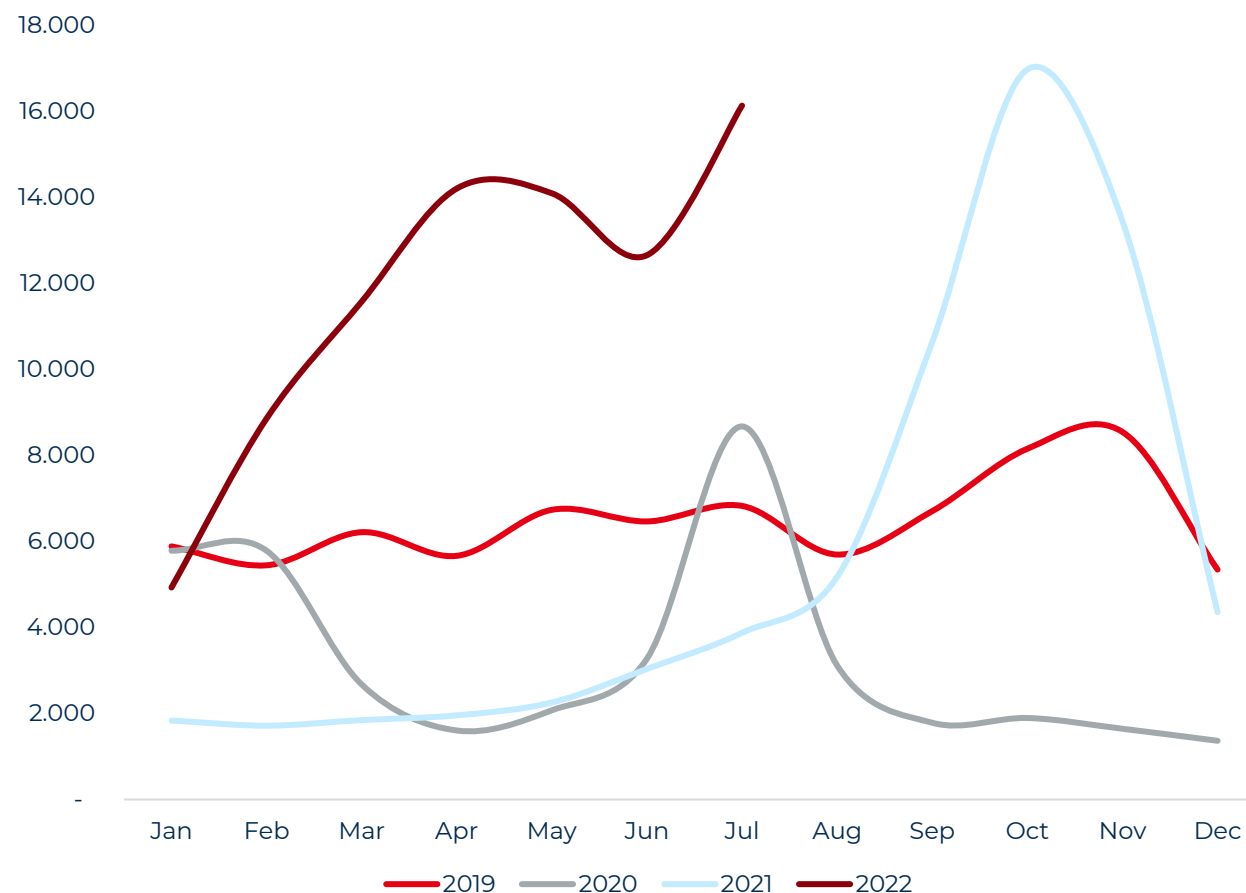
I første halvdel af 2022 har norske søgninger efter gastronomi-relaterede termer allerede overgået det samlede antal søgninger for 2019.

Søgningerne er hovedsageligt rettet mod København og er både overordnede søgninger på "restauranter københavn", og mere specifikke søgninger efter spisesteder som "noma københavn" og "pluto københavn".

Søgevolumen efter gastronomi pr. år og halvår



Månedlig søgevolumen ift. gastronomi

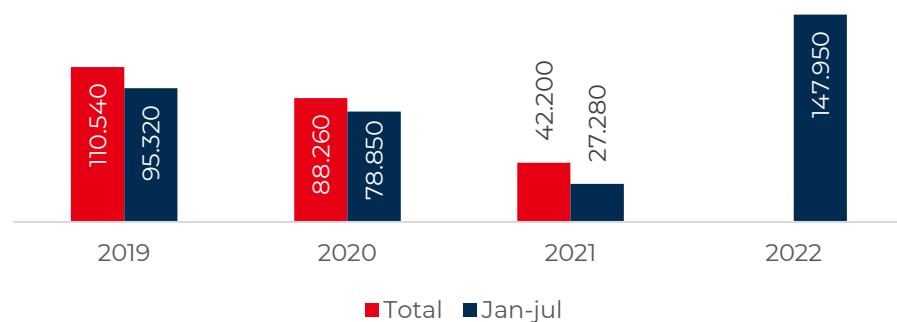


NORDMÆNDENE VISER SÆRLIG INTERESSE FOR CAMPING SOM OUTDOOROPLEVELSE

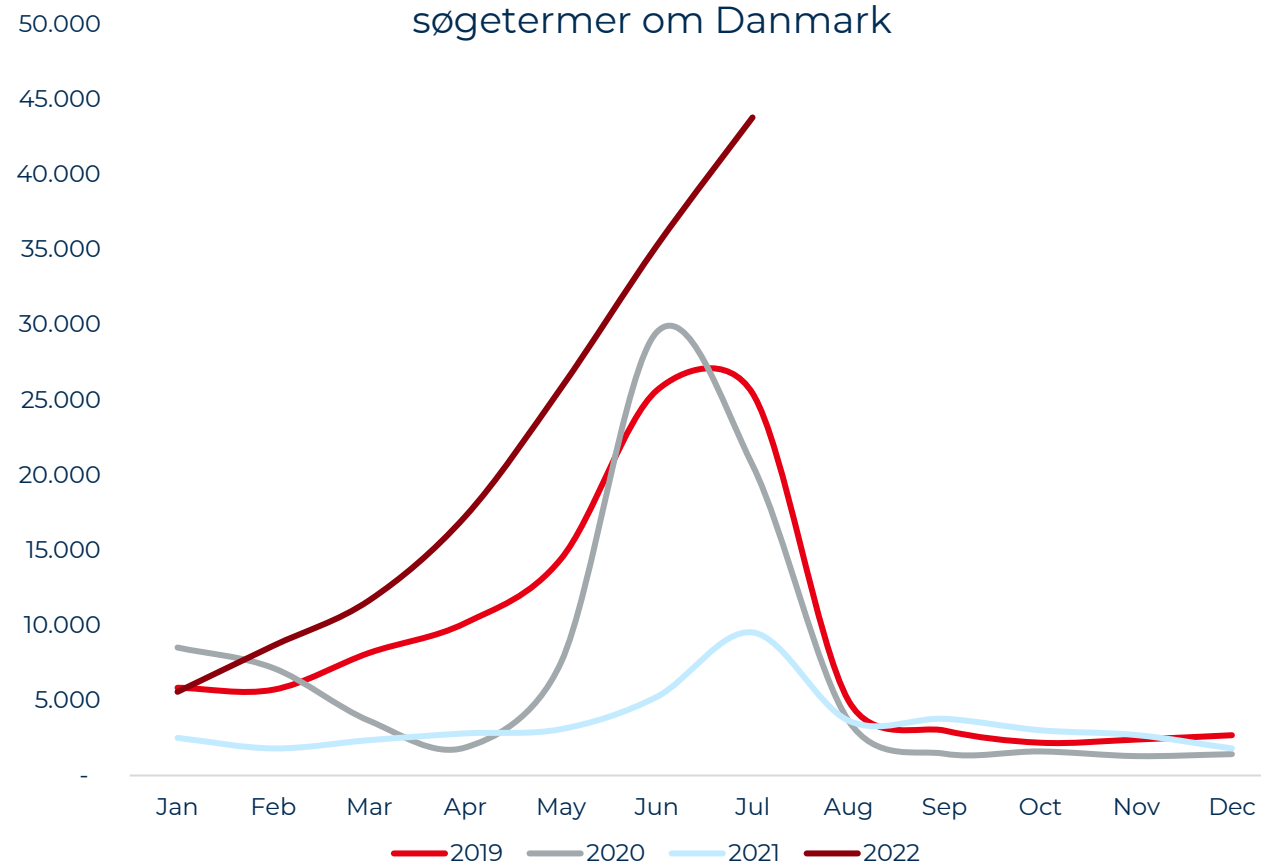
Nordmændene viser især interesse for camping og til dels "sykkelferie i Danmark", når de søger efter outdoor-aktiviteter. Yderligere ses der en stor interesse for overordnede søgninger efter strande i Danmark.

Niveauet for outdoor-relaterede søgninger er eksploderet siden 2019 og er efter første halvdel af 2022 langt over 2019-niveauet. Størstedelen af søgninger om outdoor finder sted i sommerperioden.

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



Månedlig søgevolumen efter outdoor-relaterede søgetermer om Danmark



SOCIALE MEDIER HAR FÅET STØRRE BETYDNING

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



Online inspirationskilder

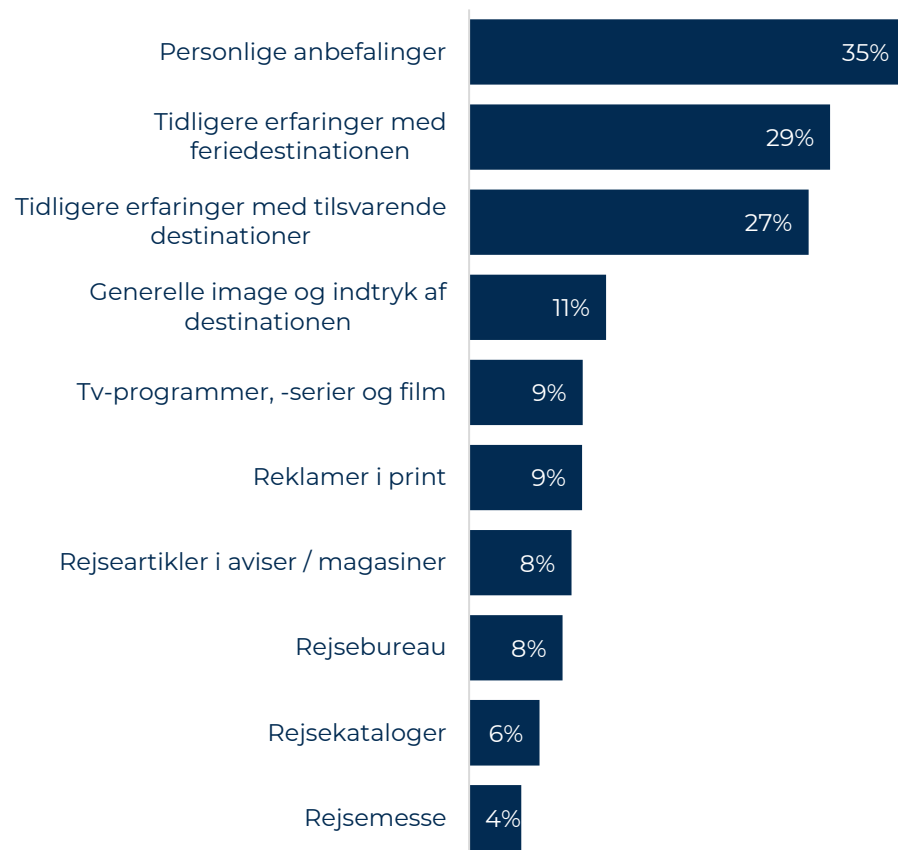
18 pct. af nordmændene siger, at der ikke er nogle online inspirationskilder, der har haft indflydelse på deres valg af feriedestination.

Hver fjerde nordmand har generelt været på internettet for at indhente inspiration til en kommende ferierejse. Knap hver femte (18 pct.) har hentet inspiration gennem sociale medier som Facebook, snapchat, instagram o.lign.

Sociale medier ligger med 18 pct. nr. 2 på listen over inspirationskilder forud for en ferie. I den tilsvarende måling i fjor lå sociale medier på en 3. plads med 15 pct.

PERSONLIGE ANBEFALINGER HAR BETYDNING FOR FLERE END HVER TREDJE VED VALG AF REJSEMÅL

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



Øvrige inspirationskilder

14 pct. af nordmændene siger, at der ikke er nogen af de listede inspirationskilder, som havde indflydelse på valg af feriedestination i forbindelse med den seneste ferie.

Godt hver tredje fremhæver, at personlige anbefalinger fra venner og familie havde indflydelse.

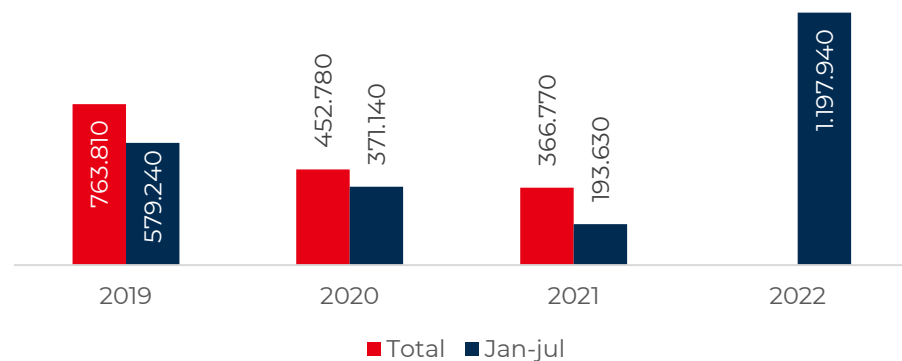
Nederst på listen ligger rejsemesser med en andel på 4 pct.

NORDMÆND VIL GERNE BESØGE DE DANSKE ATTRAKTIONER

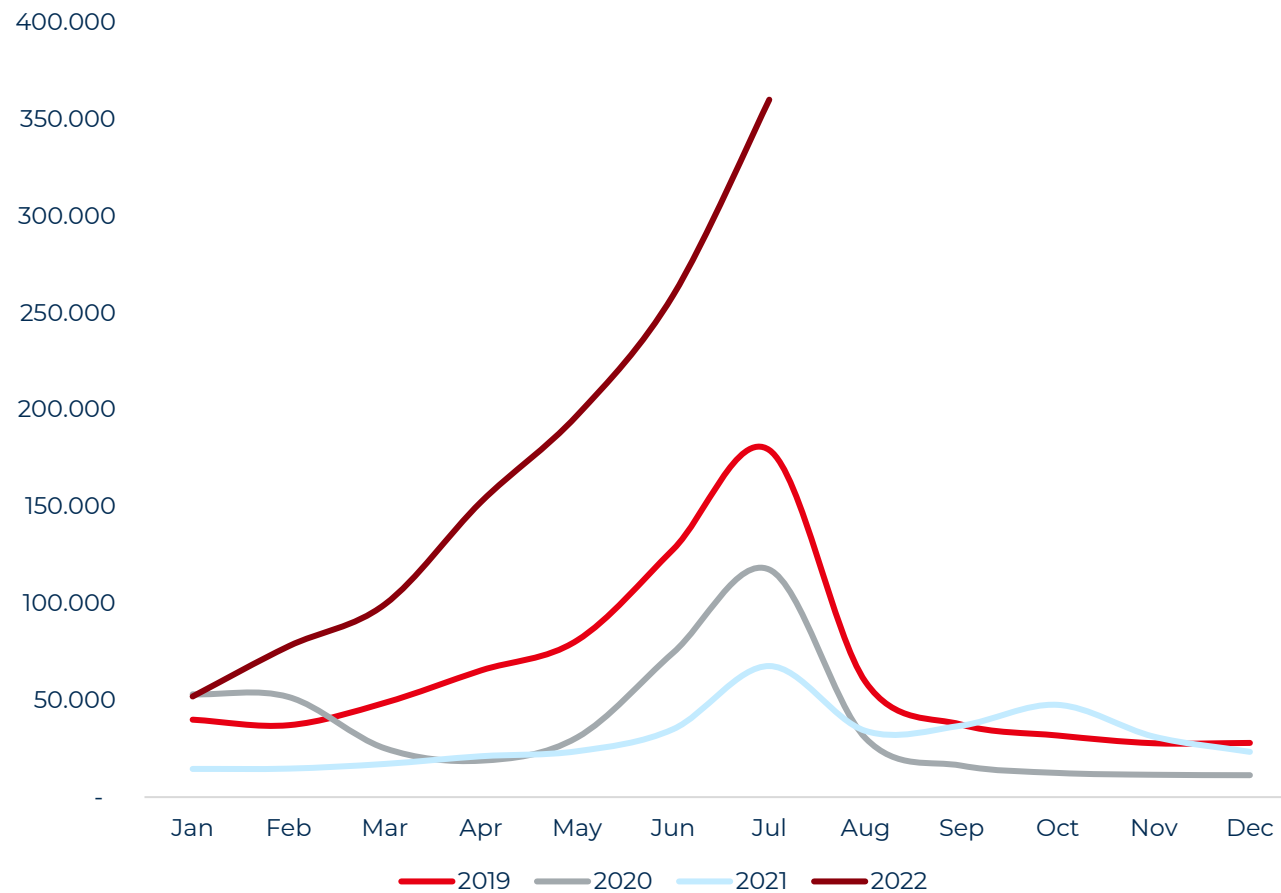
Nordmændene viser generel stor interesse for attraktioner i Danmark. De søger især efter "Legoland danmark", "tivolì københavn", "fårup sommerland", "djurs sommerland" og "lalandia".

Søgninger efter attraktioner i Danmark har oplevet en stor stigning i 2022.

Søgevolumen pr. år og halvår efter attraktioner i Danmark



Månedlig søgevolumen efter attraktioner i Danmark



DANMARK SOM FERIEDESTINATION

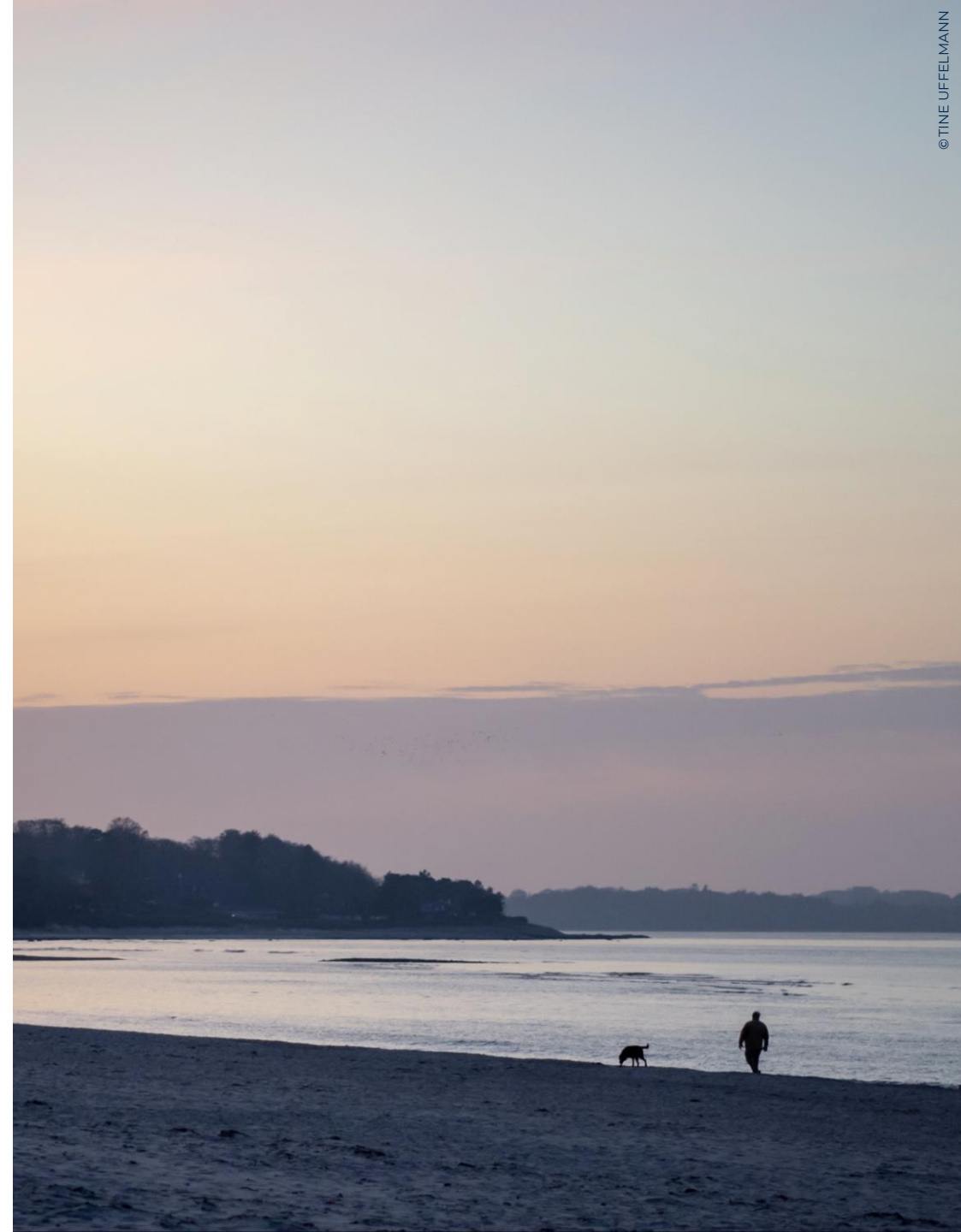


TISVILDELEJE STRAND



KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

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

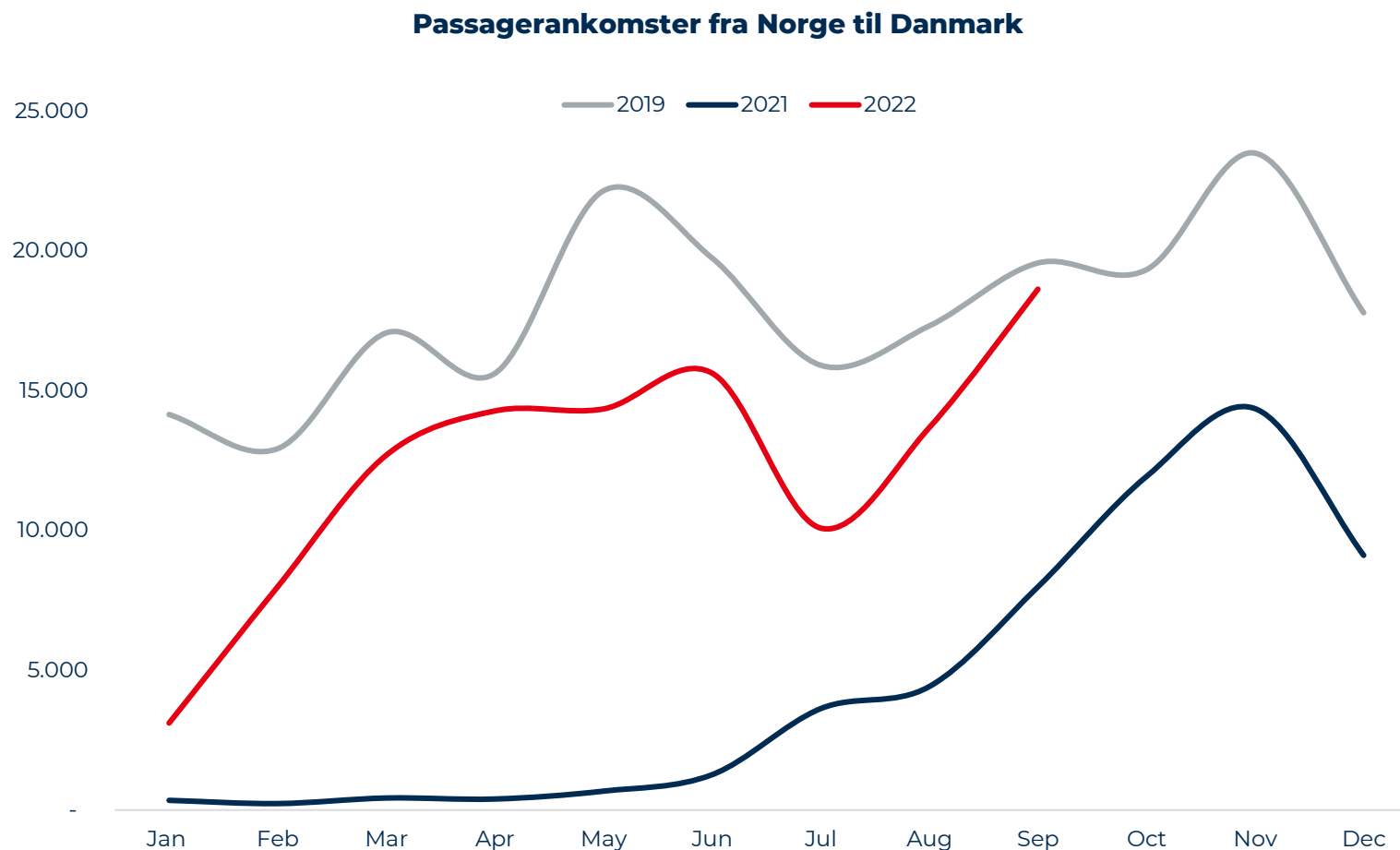


STIGNING I ANTAL PASSAGERANKOMSTER

Antallet af passagerankomster fra Norge til Danmark i 2021 ligger markant under niveauet i 2019 - før pandemien ramte.

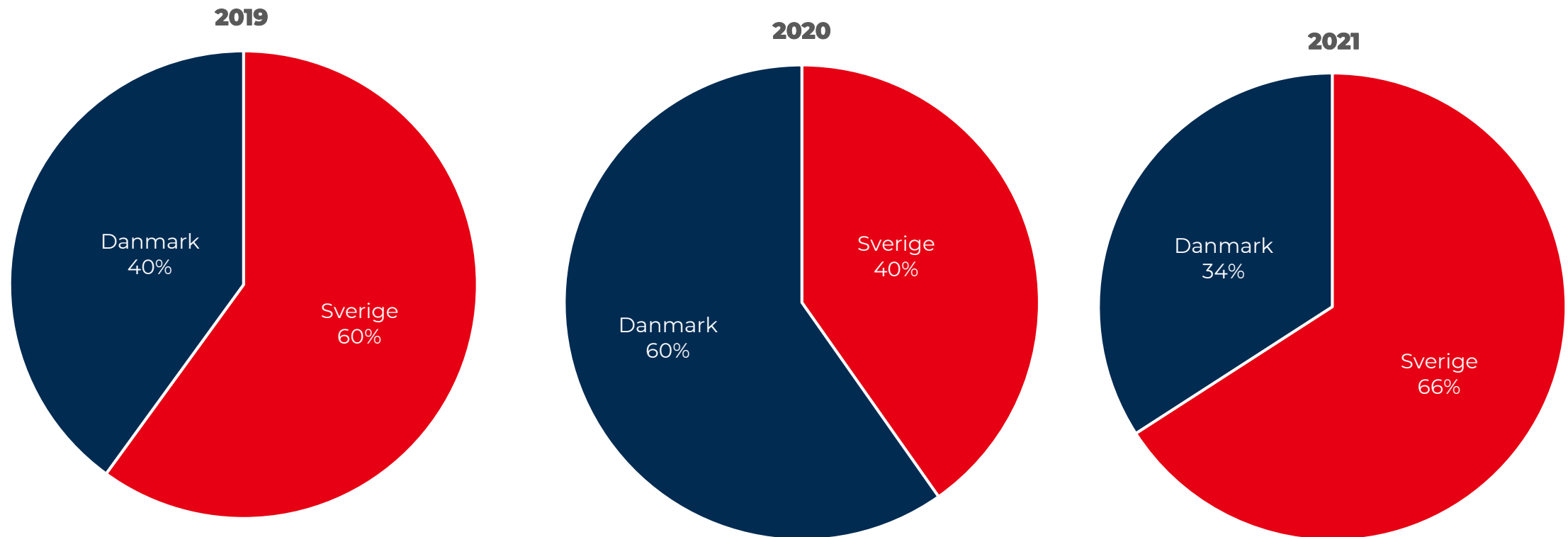
I anden halvdel af 2021 begynder antallet af passagerankomster fra Norge at stige og nærme sig 2019-niveauet.

I 2022 er passagerankomster tæt på niveauet i 2019.



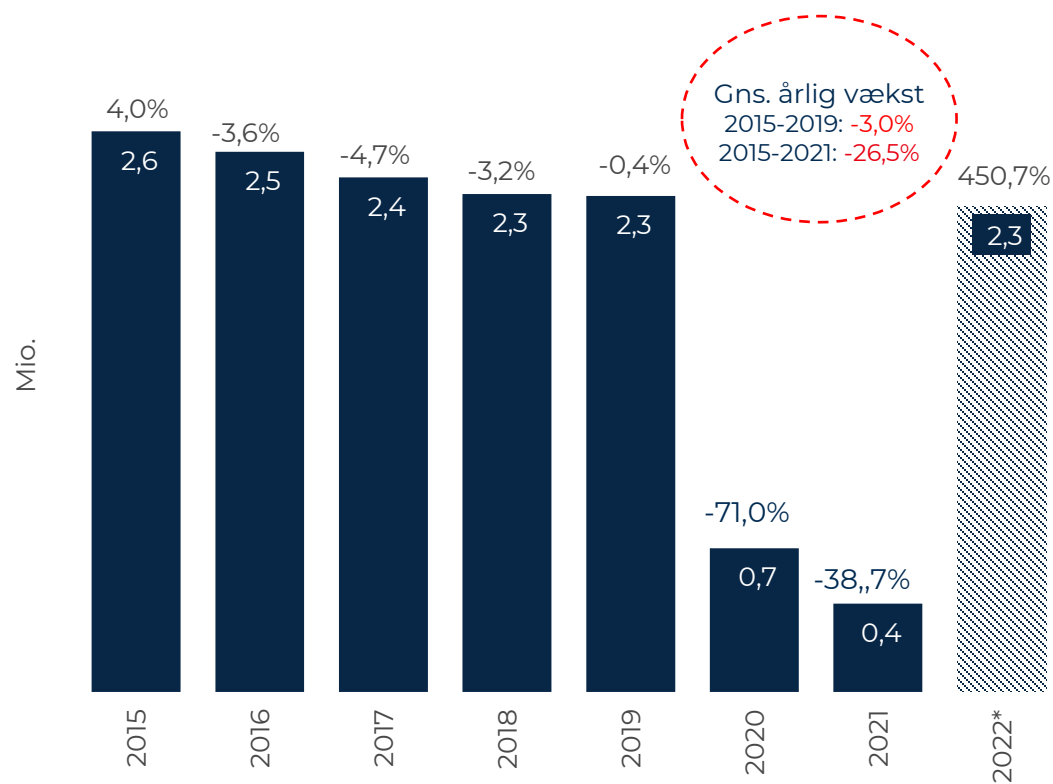
DANMARK STÅR FOR 1/3 AF NORDMÆNDENES OVERNATNINGER I SVERIGE OG DANMARK

Andelen af norske overnatninger

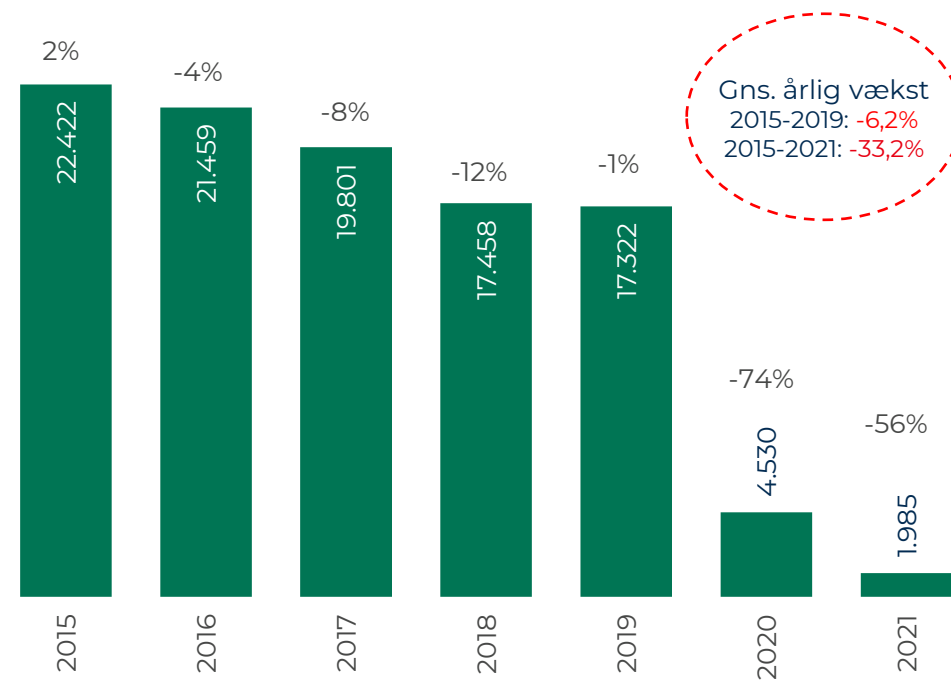


2022 TÆT PÅ 2019-NIVEAUET

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



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

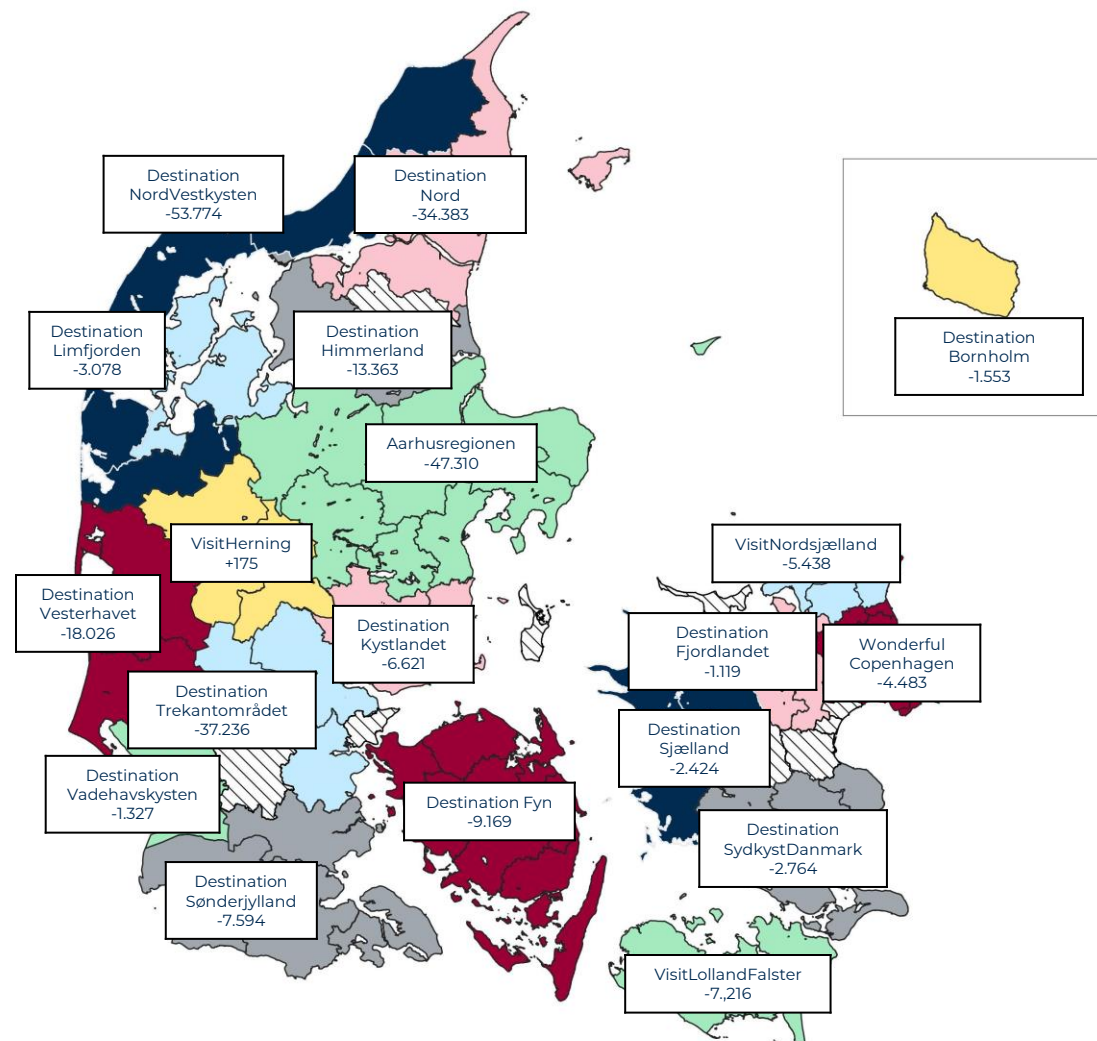


FÆRRE OVERNATNINGER I HOVEDPARTEN AF DE DANSKE DESTINATIONSSKABER

Norske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2021	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2020
Wonderful Copenhagen	141.656	-71,4%	-3,1%
Destination Nord	78.864	-78,1%	-30,4%
Destination NordVestkysten	56.755	-85,9%	-48,7%
Aarhusregionen	29.816	-88,5%	-61,3%
Destination Trekantområdet	20.113	-90,8%	-64,9%
Destination Fyn	15.801	-80,4%	-36,7%
Destination Vesterhavet	9.133	-90,9%	-66,4%
Destination Sønderjylland	8.768	-83,7%	-46,4%
Destination Himmerland	6.619	-89,9%	-66,9%
Destination Vadehavskysten	6.212	-65,5%	-17,6%
VisitNordsjælland	5.055	-88,7%	-51,8%
Destination Bornholm	4.631	-85,8%	-25,1%
Destination Kystlandet	4.451	-88,7%	-59,8%
VisitHerning	3.894	-71,8%	4,7%
Destination Limfjorden	3.879	-84,7%	-44,2%
VisitLollandFalster	3.401	-92,4%	-68,0%
Destination SydvestDanmark	2.570	-82,7%	-51,8%
Destination Sjælland	2.016	-84,3%	-54,6%
Destination Fjordlandet	1.533	-82,4%	-42,2%

Udvikling i antal norske overnatninger fra 2020 til 2021



FLERE OVERNATNINGER ÅTD I FIRE UD AF 19 DANSKE DESTINATIONSSKABER IFT. 2019

Norske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

Ar til dato (januar-august)	Antal overnatninger 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
Wonderful Copenhagen	390.113	13,8%	878,1%
Destination NordVestkysten	318.464	-12,3%	902,9%
Destination Nord	277.249	-8,8%	587,6%
Aarhusregionen	212.748	-11,9%	1105,4%
Destination Trekantområdet	198.695	2,0%	1936,6%
Destination Vesterhavet	110.010	15,4%	1746,7%
Destination Fyn	61.729	-17,2%	456,6%
Destination Himmerland	55.734	-3,4%	2321,1%
Destination Sønderjylland	41.749	-17,2%	683,1%
VisitLollandFalster	35.503	-19,3%	1281,4%
Destination Kystlandet	33.655	-11,1%	1012,6%
VisitNordsjælland	31.927	-25,3%	809,9%
Destination Bornholm	25.008	-20,6%	617,8%
Destination Limfjorden	17.726	-24,5%	569,7%
Destination Vadehavskysten	15.819	7,0%	377,5%
Destination SydkystDanmark	13.071	-7,6%	671,2%
VisitHerning	10.667	-9,1%	554,4%
Destination Sjælland	10.178	-14,1%	617,8%
Destination Fjordlandet	6.342	-9,5%	581,2%

Antal overnatninger fordelt på destinationsselskaber ÅTD (januar-august)

I de første otte måneder af 2022 har alle de 19 danske destinationsselskaber oplevet flere norske overnatninger end i 2021.

I fire af de 19 destinationsselskaber er niveauet endda over 2019-niveauet. Det gælder Wonderful Copenhagen, Destination Trekantområdet, Destination Vesterhavet og Destination Vadehavskysten.

FÆRRE NORSKE OVERNATNINGER I 2020 OG 2021

	Norske overnatninger 2021 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2021	Udvikling fra 2020 til 2021
Norge	22.707	-7,2%	17,1%
Europa	5.713	-77,1%	-1,7%
Øvrige udland	722	-92,6%	-61,5%
I alt	29.142	-50,8%	7,6%
1. Spanien	1.361	-74,8%	16,9%
2. Grækenland	905	-59,5%	61,3%
3. Sverige	802	-77,0%	77,2%
4. Danmark	413	-82,2%	-38,6%
5. Storbritannien	405	-86,0%	-50,2%
6. Frankrig	350	-73,8%	-40,5%
7. Italien	344	-72,4%	-26,9%
8. Tyskland	171	-79,7%	5,9%
9. Ungarn	139	0,0%	0,0%
10. Kroatien	113	-88,7%	537,4%
11. Portugal	98	-72,9%	13,0%
12. Polen	94	-80,8%	16,3%
13. Østrig	84	-76,5%	-41,3%
14. Tyrkiet	74	-73,8%	117,7%
15. Holland	58	-77,5%	-5,6%
16. Finland	47	-75,1%	-36,1%
17. Tjekkiet	34	-80,3%	40,5%
18. Malta	26	-78,5%	-1,6%
19. Irland	26	-90,7%	-56,8%
20. Island	26	-70,9%	23,0%

Danmark ligger højt på listen over nordmændenes mest besøgte rejsemål

DANMARK ER I KONKURRENCE MED EN RÆKKE SYDEUROPÆISKE LANDE

Konkurrentfeltet

Danmarks andel af europæiske overnatninger ligger i 2021 lavere end i både 2019 og 2020.

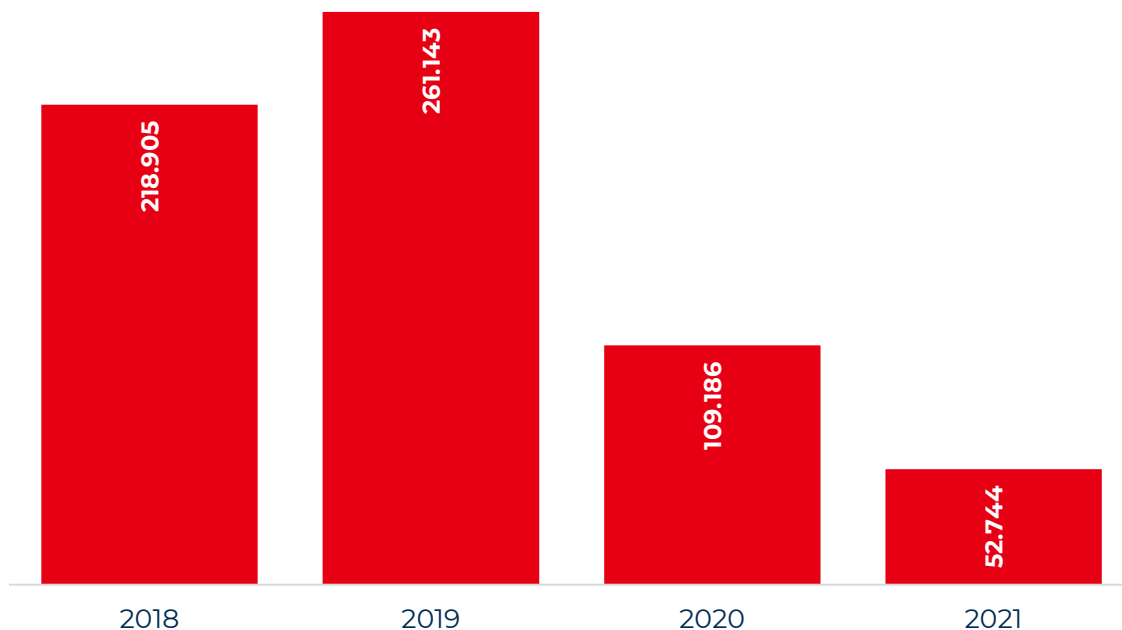
	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2020	Andel af europæiske overnatninger 2021
1. Spanien	21,6%	20,0%	23,8%
2. Grækenland	8,9%	9,7%	15,8%
3. Sverige	14,0%	7,8%	13,9%
4. Danmark	9,3%	11,6%	7,2%
5. Storbritannien	11,6%	14,0%	7,1%
6. Frankrig	5,4%	10,1%	6,1%
7. Italien	5,0%	8,1%	6,0%
8. Tyskland	3,4%	2,8%	3,0%
9. Ungarn	0,6%	2,4%	2,4%
10. Kroatien	4,0%	0,3%	2,0%
11. Portugal	1,5%	1,5%	1,7%
12. Polen	2,0%	1,4%	1,6%
13. Østrig	1,4%	2,5%	1,5%
14. Tyrkiet	1,1%	0,6%	1,3%
15. Holland	1,0%	1,0%	1,0%
16. Finland	0,8%	1,3%	0,8%
17. Tjekkiet	0,7%	0,4%	0,6%
18. Malta	0,5%	0,5%	0,5%
19. Irland	1,1%	1,0%	0,5%
20. Island	0,4%	0,4%	0,4%

Kilde: Tourism Economics.

S. 38 Anm.: Listen er sorteret efter lande med flest overnatninger.

FÆRRE NORSKE OVERNATNINGER BOOKET VIA BOOKINGPLATFORME

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



Norske overnatninger via bookingplatforme

Antallet af overnatninger booket via online bookingplatforme steg fra 2018 til 2019. I 2019 lå antallet af norske overnatninger booket gennem bookingplatforme på godt 261.000.

Udviklingen fra 2019 til 2021 viser et fald på 79,8 pct. i antallet af overnatninger booket gennem bookingplatforme. Et lignende fald ses i de overordnede overnatningstal for kommercielle indkvarteringsformer.

KYSTDANMARK BESØGES OGSÅ OM EFTERÅRET

Norske overnatninger fordelt over året

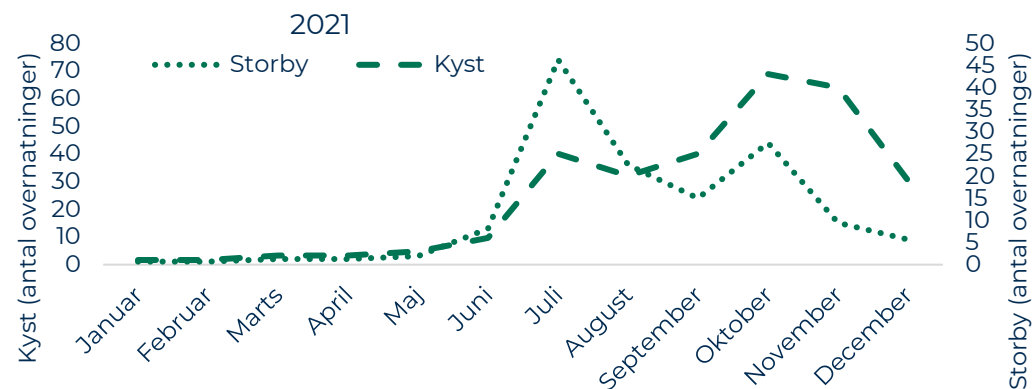
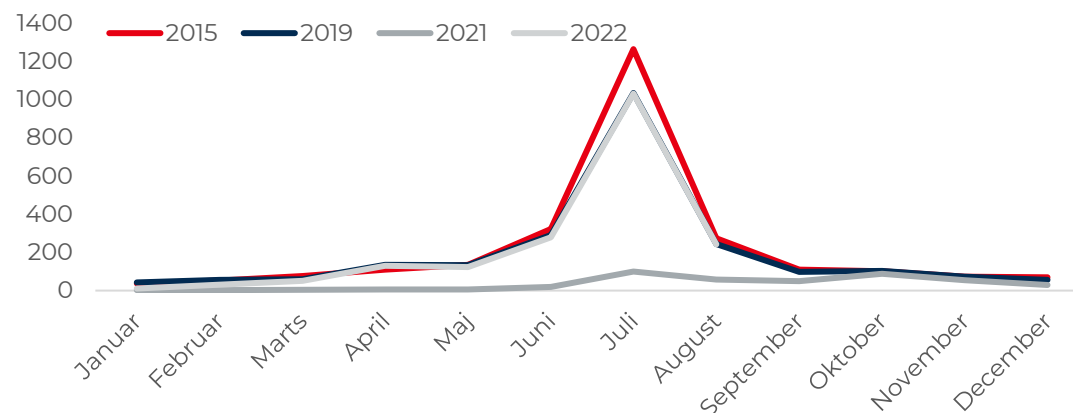
Fra 2015 til 2019 faldt antallet af norske overnatninger i Danmark med godt 11 pct. Faldet fandt især sted i højsæsonen.

Fra 2019 til 2021 er antallet af norske overnatninger faldet markant.

	2015	2019	2021	2015	2019	2021
	Antal (1.000)			Indeks (2019=100)		
Høj	1.539	1.279	156	120	100	12
Skulder	851	817	169	104	100	21
Vinter	231	226	88	102	100	39
I alt	2.621	2.322	413	113	100	18

Overnatningsmønstret blandt nordmænd på storbyferie i Danmark er noget anderledes end blandt norske kyst- og naturturister med relativt færre overnatninger om efteråret og relativt flere i juli.

Norske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



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

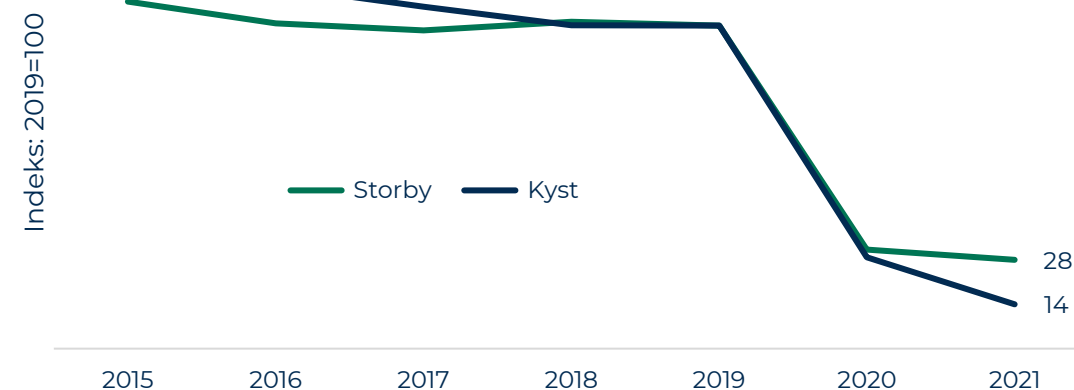
FALD I NORSKE KYST- OG STORBY-OVERNATNINGER

Norske overnatninger i
Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Kyst-/naturdanmark*	1.641	464	225	-71,7%	-51,5%
De fire storbyer*	682	209	187	-69,4%	-10,2%
I alt*	2.322	673	413	-71,0%	-38,7%

År-til-dato	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2021	2021-2022
Kyst-/naturdanmark*	1.501	133	1.362	-9,3%	+921,3%
De fire storbyer*	493	60	534	+8,4%	+789,8%
I alt*	1.994	193	1.896	-4,9%	+880,5%

Udvikling i norske 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 ml. Kyst og Storby. Udviklingen før 2017 kan dermed ikke sammenlignes med 2017 og frem.

3/4 AF DE NORSKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

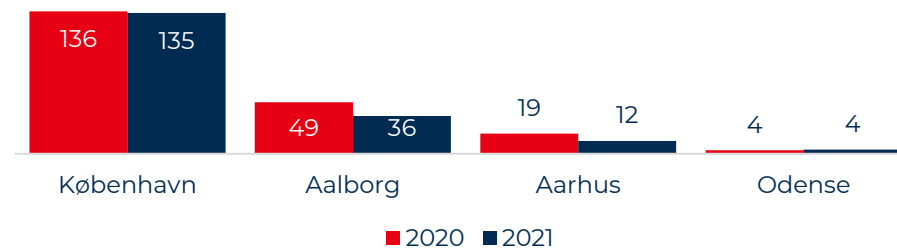
Overnatninger i alt i de fire storbyer*

2021	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.585	68%	
Udlandet	2.611	32%	
Tyskland	553	7%	21%
Sverige	304	4%	12%
Norge	187	2%	7%
USA	159	2%	6%
Holland	156	2%	6%
Storbritannien	145	2%	6%
Frankrig	134	2%	5%
Italien	129	2%	5%
Indien	15	0%	1%
Kina	13	0%	1%
Udlandet i øvrigt	815	10%	31%
I alt	8.196	100%	100%

2021: Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	3.612	950	683	340
Udlandet	2.161	149	231	69
Tyskland	365	51	124	12
Sverige	274	12	11	7
USA	148	6	2	3
Norge	135	12	36	4
Storbritannien	127	8	6	4
Frankrig	124	5	3	2
Holland	121	12	12	10
Italien	119	4	3	4
Indien	13	1	0	0
Kina	12	0	0	0
Øvrige udland	723	37	33	22
I alt	5.774	1.099	915	409

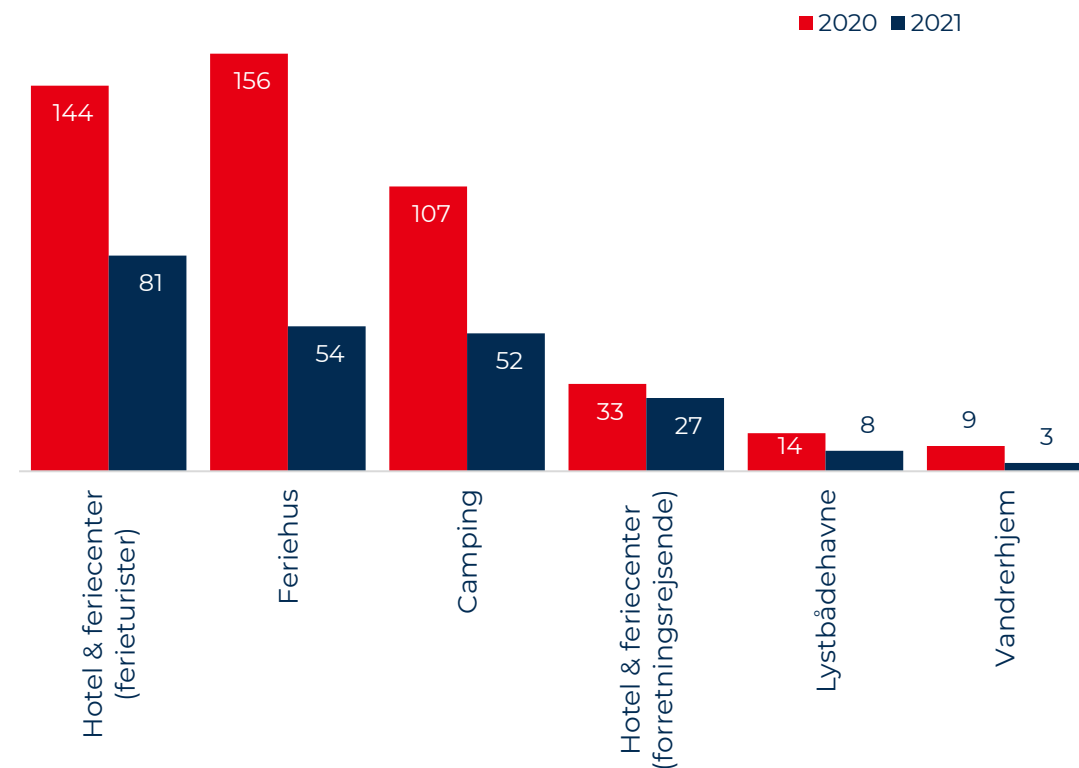
Udvikling i norske storbyovernatninger (1.000)



NORGE ER DET 4. STØRSTE UDENLANDSKE MARKED MÅLT PÅ ANTAL OVERNATNINGER

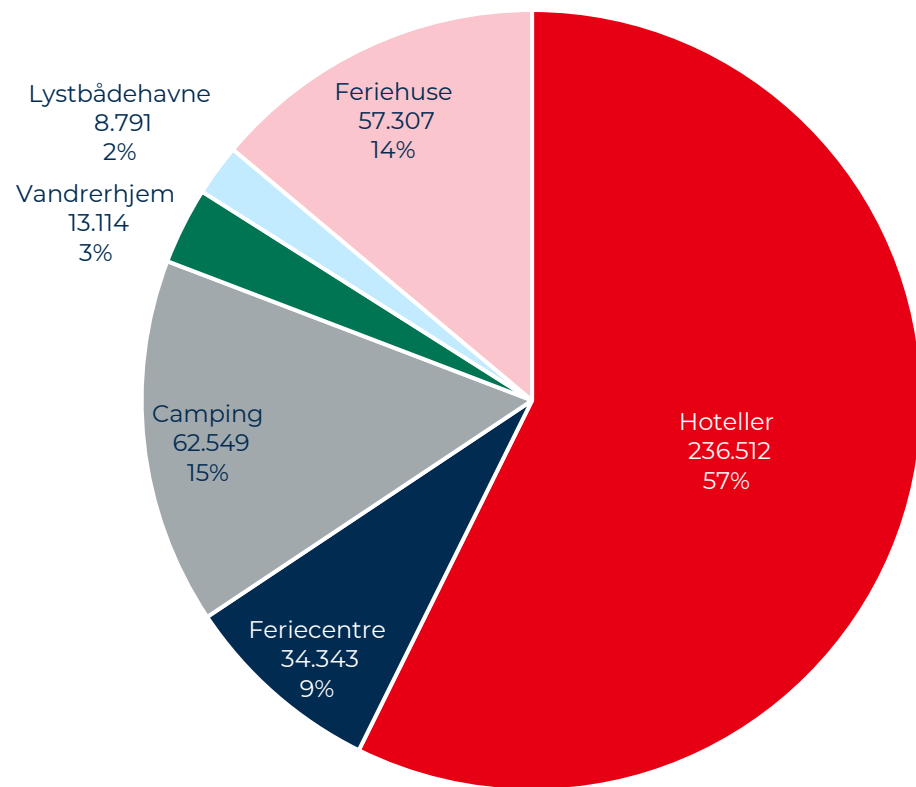
2021	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	28.748	66%	
Udlandet	14.534	34%	
Tyskland	12.625	29%	87%
Holland	562	1%	4%
Sverige	300	1%	2%
Norge	225	1%	2%
Storbritannien	64	0%	0%
USA	40	0%	0%
Italien	32	0%	0%
Frankrig	30	0%	0%
Indien	3	0%	0%
Kina	1	0%	0%
Udlandet i øvrigt	651	2%	4%
I alt	43.282	100%	100%

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

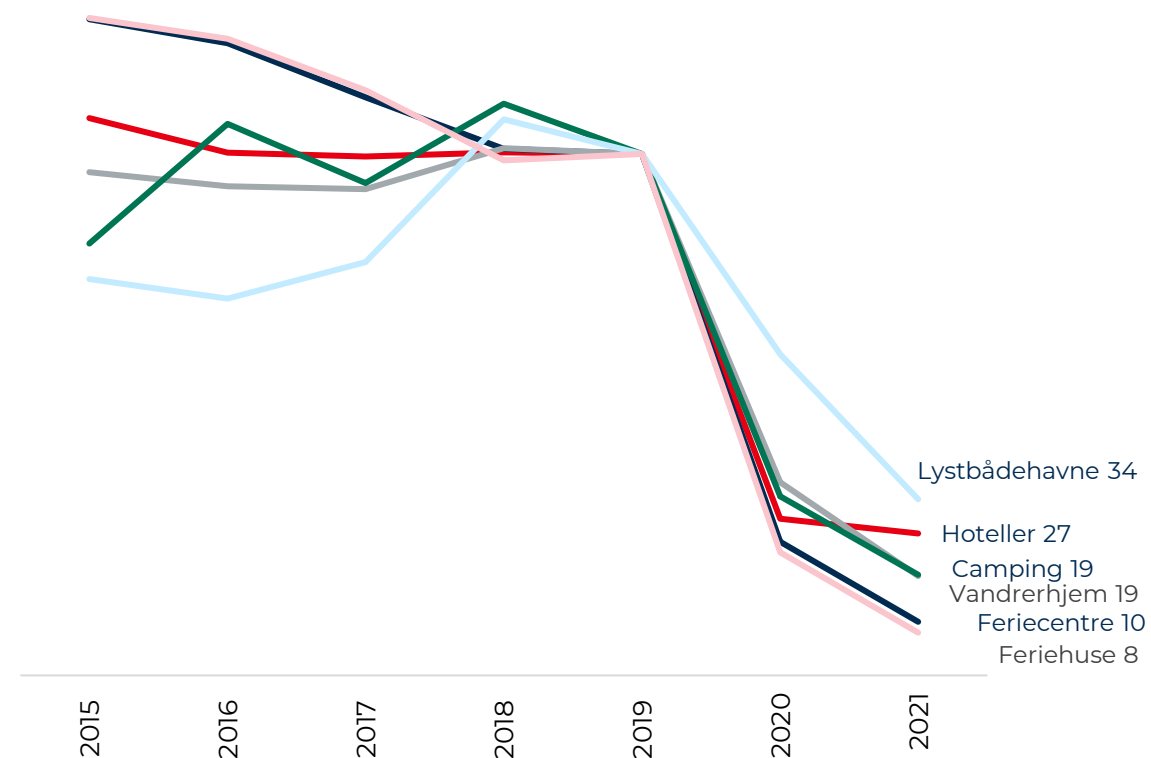


SEKS UD AF 10 NORSKE OVERNATNINGER FINDER STED PÅ ET HOTEL

Norske overnatninger i Danmark 2021



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

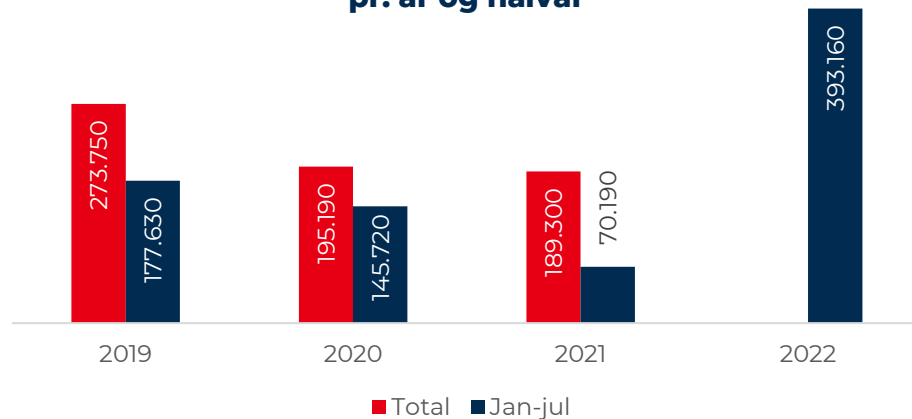


NORSKE SØGNINGER EFTER HOTELLER I DANMARK ER EKSPLODERET

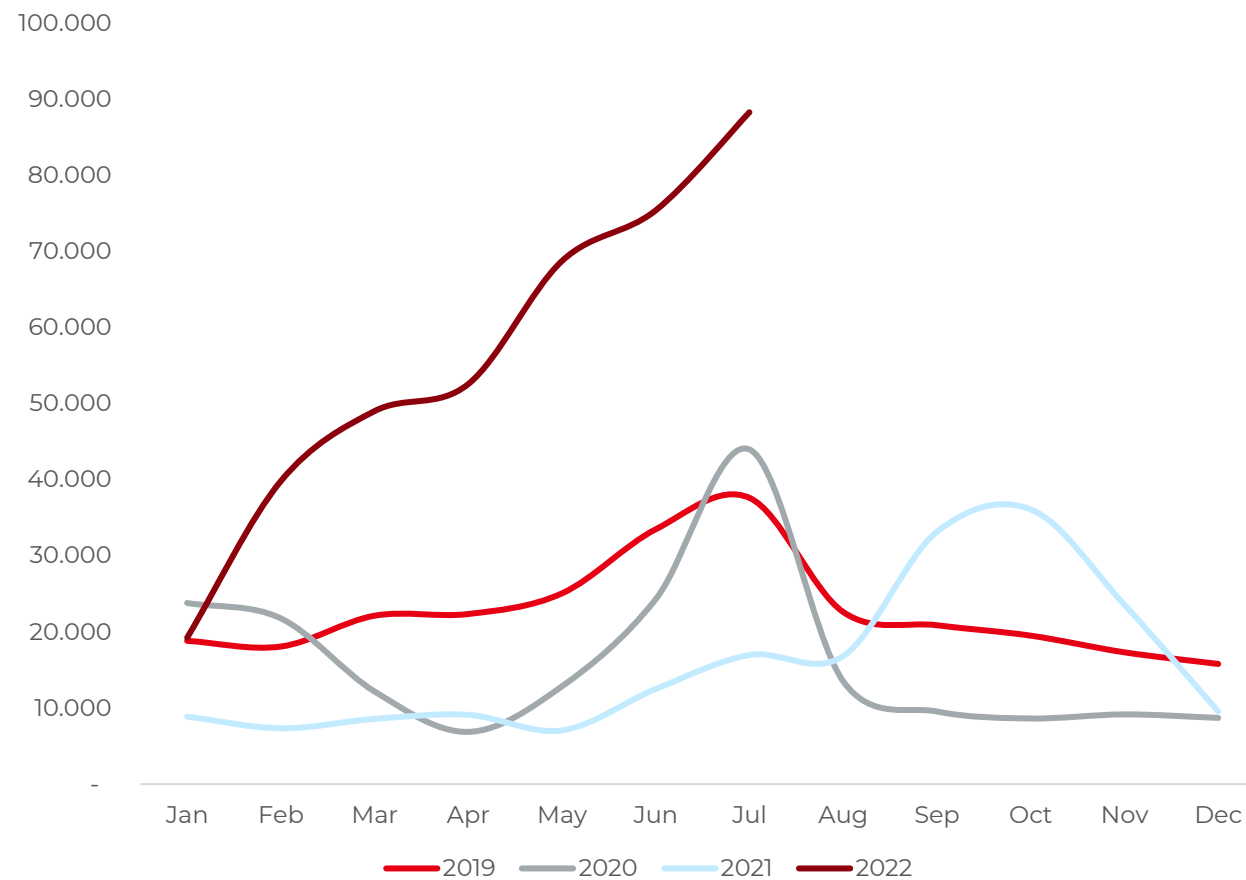
Norske søgninger på hoteller i Danmark har gennem 2022 konsekvent været højere end de tidligere år.

De fleste norske hotel-søgninger er knyttet til København, og til dels Nordjylland. De søgninger, der foretages, fokuserer blandt andet på "billig hotell københavn", "spa hotell københavn" og "beste hotell københavn".

Søgevolumen for hoteller i Danmark pr. år og halvår



Månedlige søgninger efter hoteller i Danmark



10 PCT. AF DEN UDENLANDSKE TURISME-OMSÆTNING I 2020 KOM FRA NORSKE TURISTER

Marked	Turisme-omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme-omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2020
I alt	139.174	103.735		
Danmark	77.691	76.734		
Udland	61.483	27.001		
Tyskland	17.093	12.525	28%	46%
Sverige	7.477	3.033	12%	
Norge	8.373	2.670	14%	10%
Storbritannien	3.587	1.122	6%	4%
USA	4.353	855	7%	3%
Holland	2.169	766	4%	3%
Frankrig	1.696	500	3%	2%
Italien	1.155	313	2%	1%
Polen	621	312	1%	1%
Australien	721	291	1%	1%
Schweiz	848	275	1%	1%
Spanien	834	210	1%	1%
Belgien og Luxembourg	669	179	1%	1%
Kina	1.117	126	2%	0%
Østrig	247	111	0%	0%
Finland	610	110	1%	0%
Rusland	322	97	1%	0%
Indien	347	78	1%	0%
Irland	247	76	0%	0%
Grækenland	187	62	0%	0%
Canada	384	47	1%	0%
Portugal	254	45	0%	0%
Japan	426	42	1%	0%
Brasilien	257	34	0%	0%
Sydkorea	189	21	0%	0%
Øvrige lande	1.503	3.093	11%	11%

Norge	Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2020
Besøg m. betalt overnatning				
Hotel – ferie	1.645	574	20%	22%
Hotel – forretning	1.397	403	17%	15%
Feriecenter	207	53	2%	2%
Camping	801	292	10%	11%
Vandrerhjem	96	33	1%	1%
Lejet feriehus	1.436	346	17%	13%
Lystbåd	52	33	1%	1%
Lejet helårsbolig	561	184	7%	7%
Andre	67	0	1%	0%
I alt	6.263	1.918	75%	72%
Besøg u. betalt overnatning				
I alt	2.110	753	25%	28%

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

VIDENCENTER OM TURISMEN I DANMARK

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på LinkedIn – VisitDenmarks Videncenter