

# STORBRITANNIEN: MARKEDSPROFIL 2022



# INTRODUKTION

2019 blev endnu et rekordår for britiske overnatninger. For første gang nogensinde registrerede vi + 900.000 overnatninger i Danmark. Overnatninger fandt sted over hele året med en god fordeling mellem høj, skulder og vinter sæson.

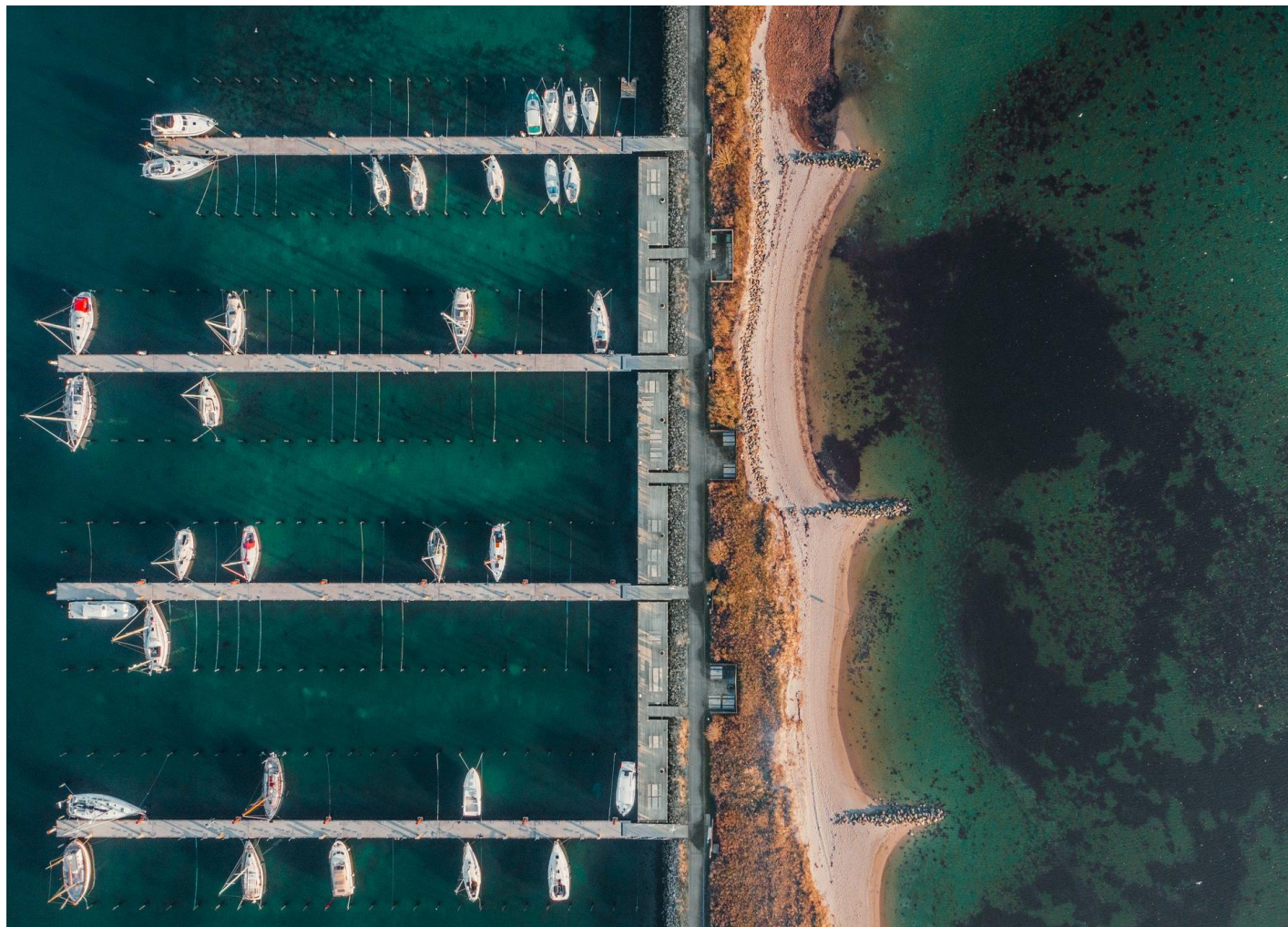
Før corona var Storbritannien det tredje største marked for de fire danske storbyer og det femte største marked for Kyst- og naturdanmark.

I 2020 satte corona ind og betød et fald på 72 pct. i antallet af britiske overnatninger i Danmark sammenlignet med 2019.

Der er dog mange positive tegn på, at vi er på vej tilbage til tidligere den position som en meget attraktiv city/short break destination, og år-til-dato 2022 (januar-august) er vi tilbage på 80% af overnatningsniveauet for 2019

Det skyldes, at Danmark står utroligt stærkt i forhold til kendskab og image. I 2022 angiver knap hver tredje brite i Greater London, at de kender noget eller meget til Danmark som ferie-destination.

Andelen af briter i Greater London, som anser Danmark for at være en attraktiv feriedestination, er steget fra 2021 til 2022 og er tilbage på niveauet i 2020 (før pandemien).



© 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](http://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler)

## Udgivet af

VisitDenmark  
November 2022

## Kontakt

Charlotte Rømer Rassing  
crr@visitdenmark.com

[www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter](http://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter)

## Indhold

- 06**      [Markedsforventninger](#)
- 11**      [Før ferien](#)  
kendskab og inspiration
- 24**      [Danmark som feriedestination](#)  
ankomst, overnatninger og forbrug



# VISITDENMARKS MARKEDSKONTOR I LONDON



**Markedschef,  
UK & US**  
**Dennis Englund**  
[de@visitdenmark.com](mailto:de@visitdenmark.com)



**PR & Press Manager**  
**Kasper Iversen**  
[kasive@visitdenmark.com](mailto:kasive@visitdenmark.com)  
+44 750 095 5133



**Marketing Manager,  
UK & US**  
**Søren Kongsgaard**  
[sorkon@visitdenmark.com](mailto:sorkon@visitdenmark.com)



**Økonomi- og  
administrationsansvarlig**  
**Marianne Staal**  
[ms@visitdenmark.com](mailto:ms@visitdenmark.com)  
+44 20 7201 3974



**Travel Trade Manager,  
UK & US**  
**Ninna Seerup**  
[ns@visitdenmark.com](mailto:ns@visitdenmark.com)  
+1 347-407-1020  
+44 7557090723



# UDVALGTE KONKLUSIONER

## **Danmark er rykket op på listen over briternes foretrukne udlandsrejsemål**

I alt 4 pct. af briterne i Greater London vil holde en ferie med overnatning i Danmark i 2022. Danmark er rykket op på listen over briternes forventede feriedestinationer fra en 17. plads i 2021 til en 14. plads i 2022. Det er især kystferie uden børn, som briterne finder attraktivt i forhold til en ferie i Danmark.

## **Danmark er en attraktiv feriedestination**

Knap hver tredje brite kender noget eller meget til Danmark som feriedestination, og Danmark opfattes som et attraktivt feriemål af flere end hver anden brite.

## **Hjemmesider med brugeranmeldelser er vigtige inspirationskilder**

Blandt briterne har godt tre ud af 10 (31 pct.) benyttet hjemmesider med brugeranmeldelser som inspirationskilde, før de valgte ferie. Andelen er steget markant i forhold til i 2021, hvor den lå på 23 pct.

## **Færre passagerankomster med fly end før corona**

Antallet af passagerankomster fra Storbritannien til Danmark er i 2021 stadig under 2019-niveauet, men markant over niveauet i 2020.

## **Ferien skal byde på afslapning og natur**

Rejsemotiverne 'slappe af og lade op' og 'natur, strand, kyst og hav' er vigtige for flest briter, når de skal vælge feriedestination. Også madoplevelser ('spise på restaurant/cafe') rangerer højt blandt mange.


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

## **Godt hver femte brite har forlystelsesparker o.lign. som rejsemotiv**

Rejsemotivet 'forlystelsesparker, badelande o.lign.' er vigtigt for 22 pct. af briterne, når de skal vælge feriedestination.

Interessen viser sig også i briternes søgninger efter attraktioner i Danmark, som i 2022 ligger på et højere niveau end tidligere. Det er især Legoland og Tivoli, der søges efter.

# MARKEDS- FORVENTNINGER

 ESRUM LAKE



## PERSPEKTIVER PÅ DET BRITISKE MARKED V. DENNIS ENGLUND, MARKEDSCHEF

I den britiske befolkning generelt fylder den fremtidige finansielle usikkerhed markant mere end frygten for Corona eller eventuelle bekymringer vedrørende flyaflysninger.

Der er dog en væsentlig optimisme at spore i rejseindustrien, idet det har været meget tydeligt, at rejselysten er tilbage og måske endnu større end før pandemien.

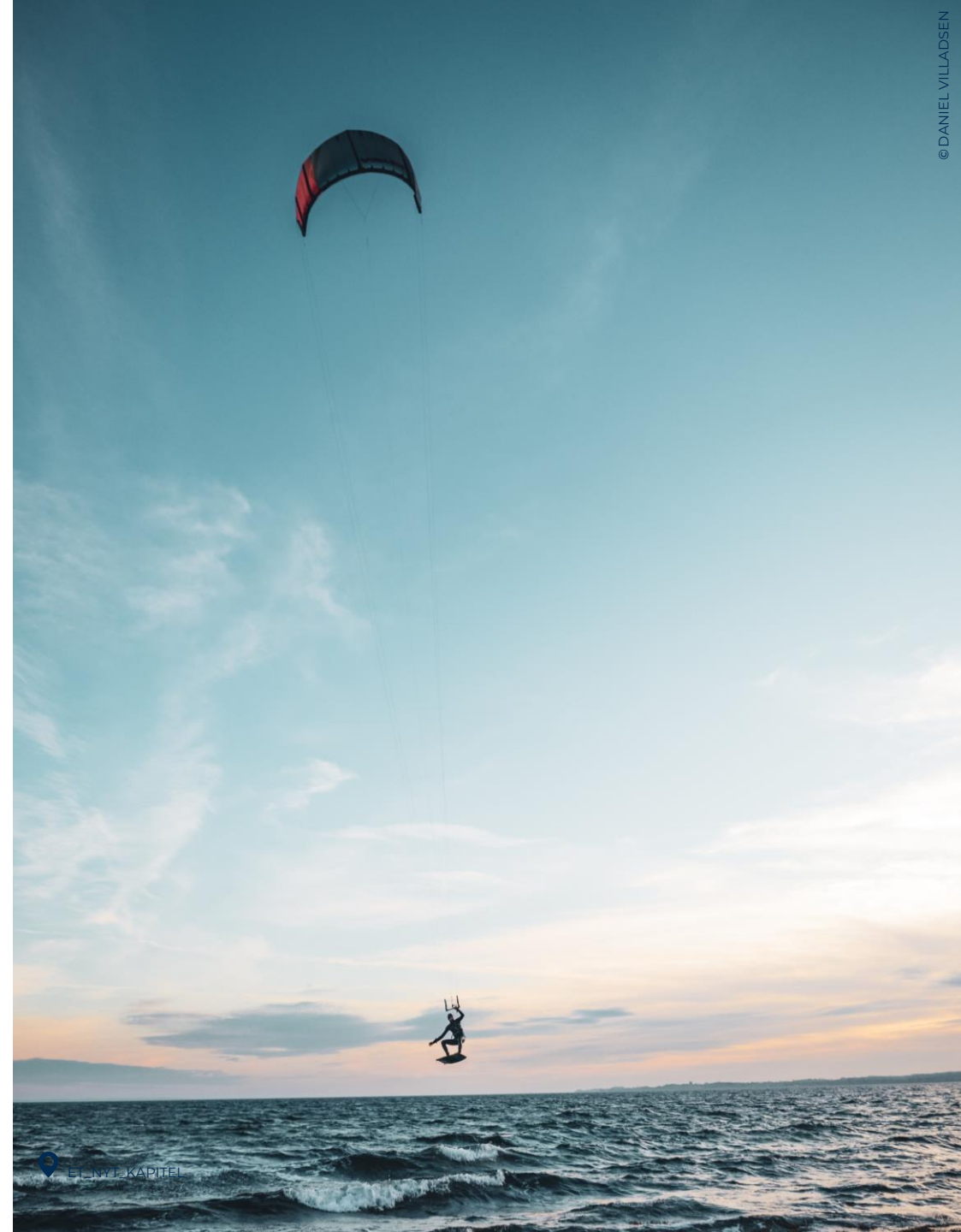
Danmark står i den sammenhæng meget stærkt med et bredt kvalitetsprodukt, der appellerer til nogle målgrupper, der har en høj rejsefrekvens, et højere gennemsnitligt uddannelsesniveau og ikke mindst en højere gennemsnitlig husstandsindkomst.

De besøger ikke Danmark for at tage på en billig ferie, men for at opleve den kvalitet, vi repræsenterer, og den gode tilgængelighed vil gøre det attraktivt at vælge Danmark.

Vi har stor tillid til, at de målgrupper, vi arbejder med i UK, fortsat og måske i større udstrækning vil tilvælge Danmark i 2023.

## KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

- Rejseplaner
- Interesse i at besøge Danmark

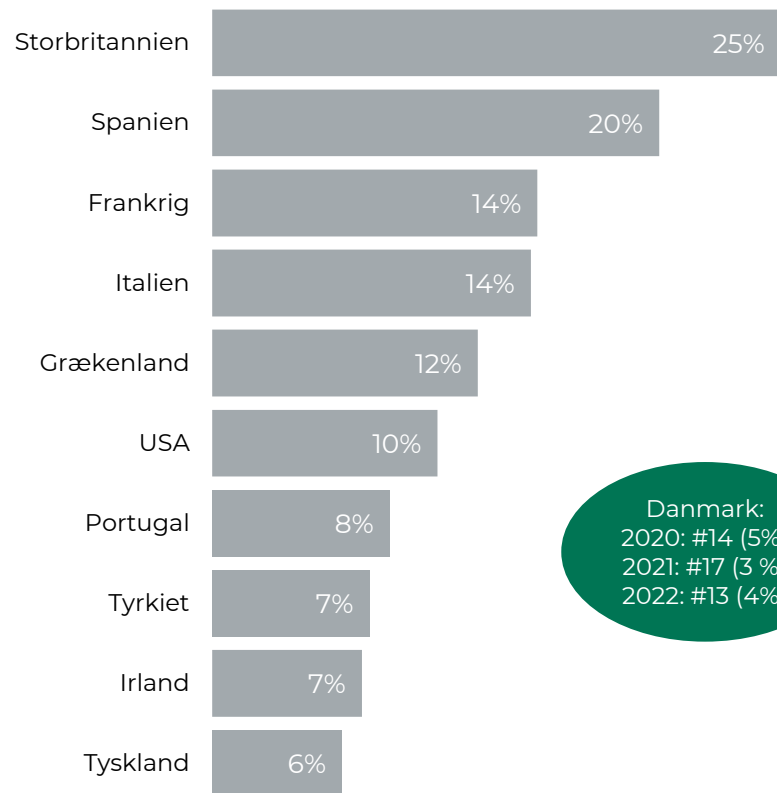




# DANMARK ER RYKKET OP PÅ LISTEN OVER BRITERNES FORETRUKNE REJSEMÅL

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

### Top 10



Danmark:  
2020: #14 (5%)  
2021: #17 (3%)  
2022: #13 (4%)

## Briternes forventede feriemål i 2022

Godt hver tiende (11 pct.) brite i Greater London har ikke planer om at tage på ferie med overnatning inden for de kommende 12 måneder. I 2020 lå den tilsvarende andel på 8 pct., og i 2021 lå den på 13 pct.

4 pct. af briterne i Greater London overvejer eller planlægger at besøge Danmark på en ferie med overnatning i 2022. Andelen med planer om at besøge Danmark er på samme niveau som i 2020 før pandemien. Danmark ligger nr. 13 på listen over briternes forventede udenlandske rejsemål. I 2021 lå Danmark på en 17. plads.

22 pct. af de briter i Greater London, som planlægger/overvejer en storbyferie uden børn, overvejer en ferie i København (jf. s. [10](#)).

# KØBENHAVN ER EN EFTERSPURGT STORBYDESTINATION

## KYSTFERIE MED BØRN

© Robin Skjoldborg



**29%**

AF DEN BRITISKE BEFOLKNING I GREATER LONDON VIL PÅ KYST-/NATURFERIE MED BØRN

AF DEM OVERVEJER:

**8%**  
DANMARK

**15%**  
STORBRITANNIEN

## KYSTFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



**41%**

AF DEN BRITISKE BEFOLKNING I GREATER LONDON VIL PÅ KYST-/NATURFERIE UDEN BØRN

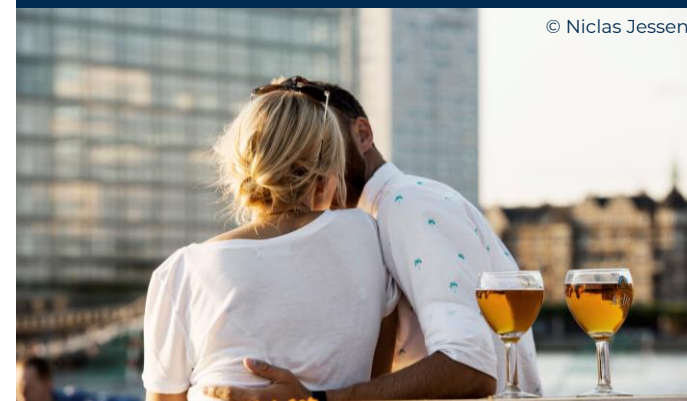
AF DEM OVERVEJER:

**5%**  
DANMARK

**19%**  
STORBRITANNIEN

## STORBYFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen



**13%**

AF DEN BRITISKE BEFOLKNING I GREATER LONDON VIL PÅ STORBYFERIE UDEN BØRN

AF DEM OVERVEJER:

**22%**  
KØBENHAVN

**13%**  
LONDON



# 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





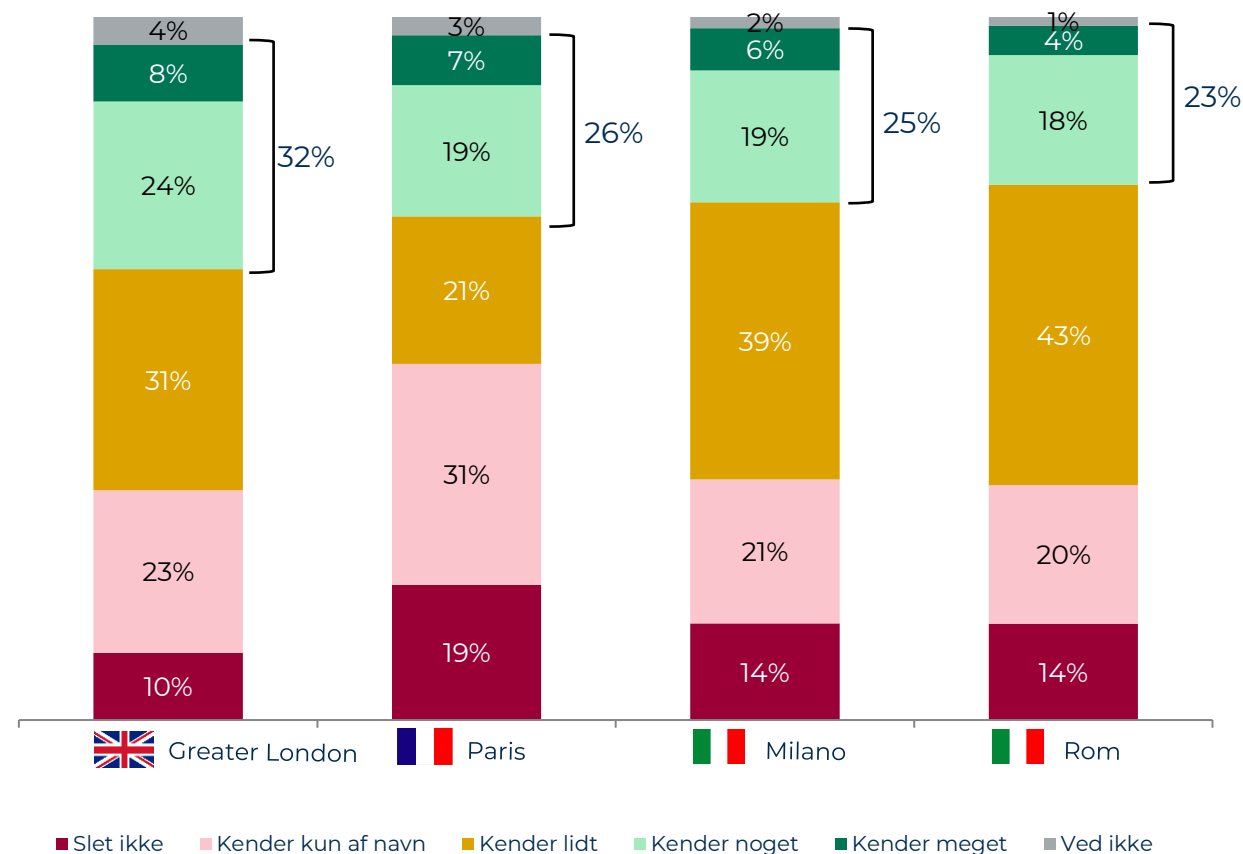
# HVER TREDJE I LONDON KENDER DANMARK SOM FERIEDESTINATION

## Kendskab til Danmark som feriedestination

I Greater London kender 32 pct. af briterne noget eller meget til Danmark som feriedestination.

I de øvrige tre metropoler gælder det omkring hver fjerde.

## Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?

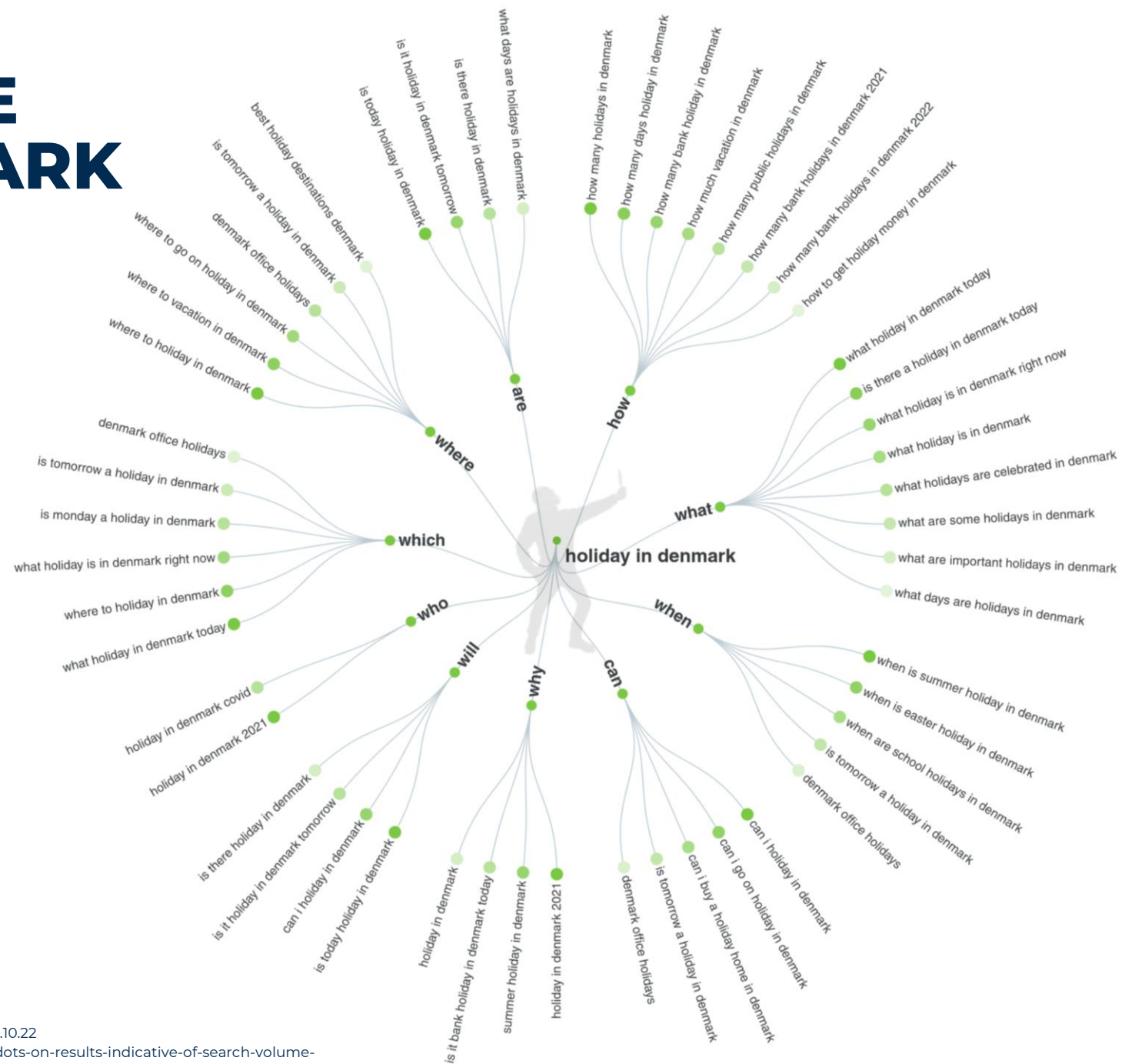


# BRITERNE VIL GERNE VIDE, HVOR I DANMARK DE SKAL TAGE HEN

Ud over en stor interesse i at finde ud af, hvornår der holdes ferie i Danmark, er mange af de spørgsmål, som briterne stiller, på et overordnet niveau: *"Can I go on holiday in Denmark"* og *"Where to go on holiday in Denmark"*.

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.*



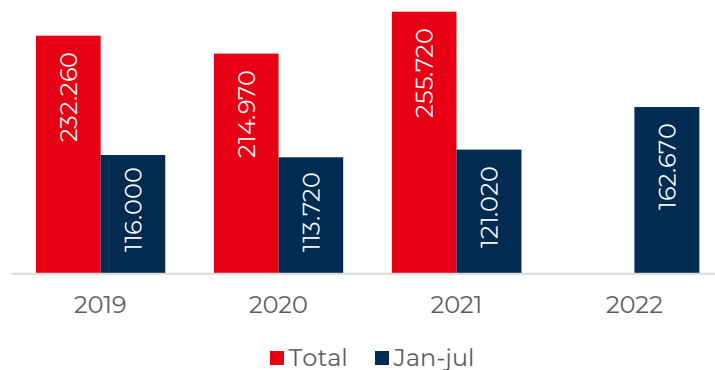


# BRITERNE SØGER INFORMATION OM PLACERING AF DANMARK OG DANSKE LOKATIONER

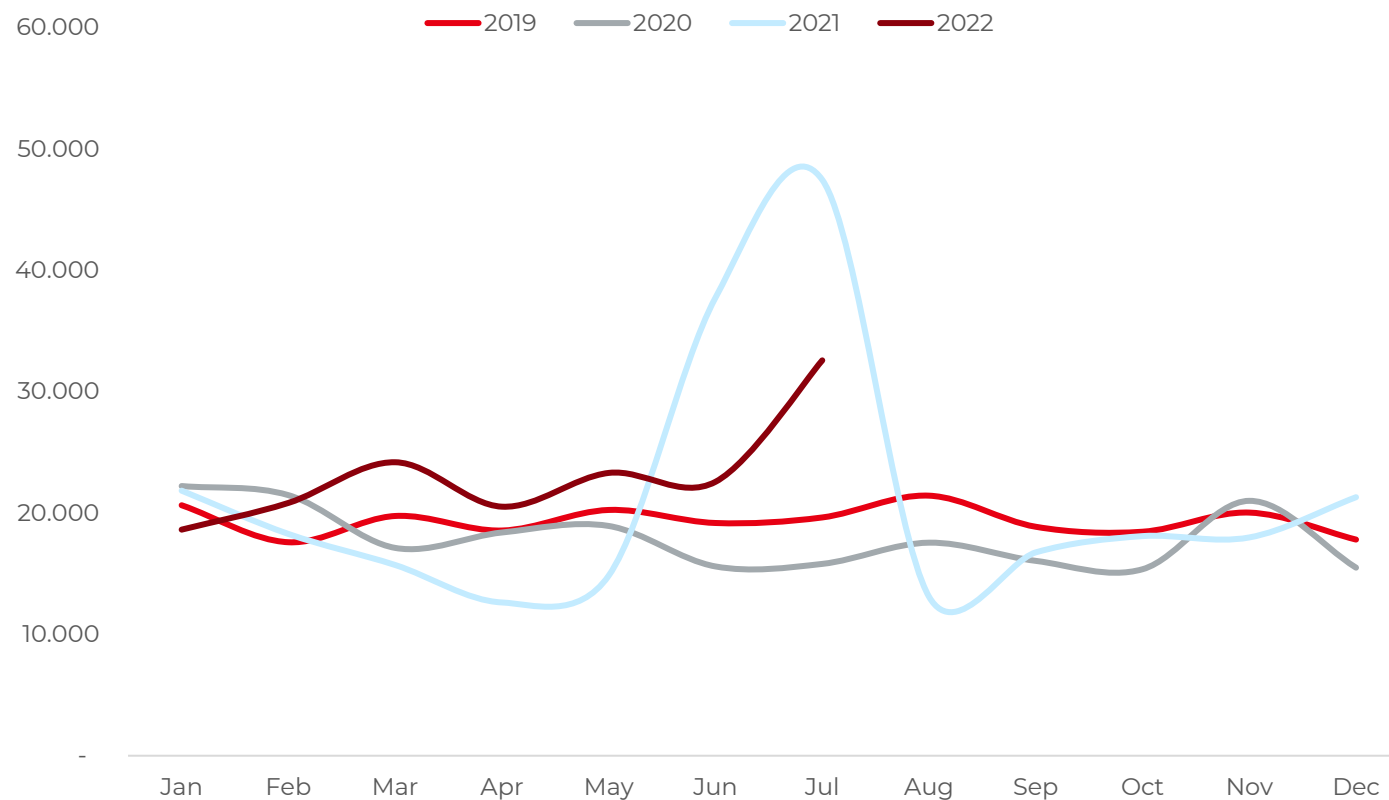
Briterne søger information om kort over Danmark og specifikke lokationer. Der søges især efter "map denmark" og "where is copenhagen".

I juli 2021 er der sket en stor stigning i søgevolumen for søgetermerne "where is denmark" og "map denmark".

## Søgevolumen pr. år og halvår for søgninger om kort og lokationer i Danmark



## Gns. månedlig søgevolumen efter kort og lokationer i Danmark

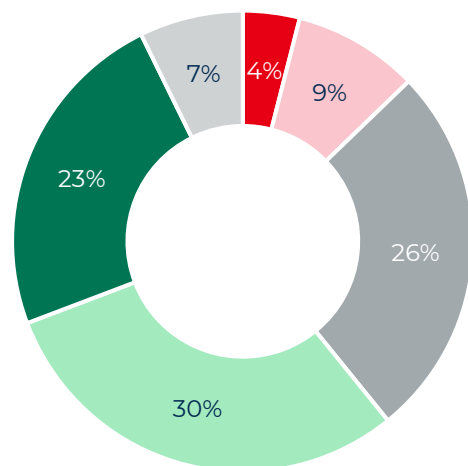


# DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

## Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?

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

### Den britiske befolkning i Greater London



## Danmarks attraktivitet blandt briterne i Greater London

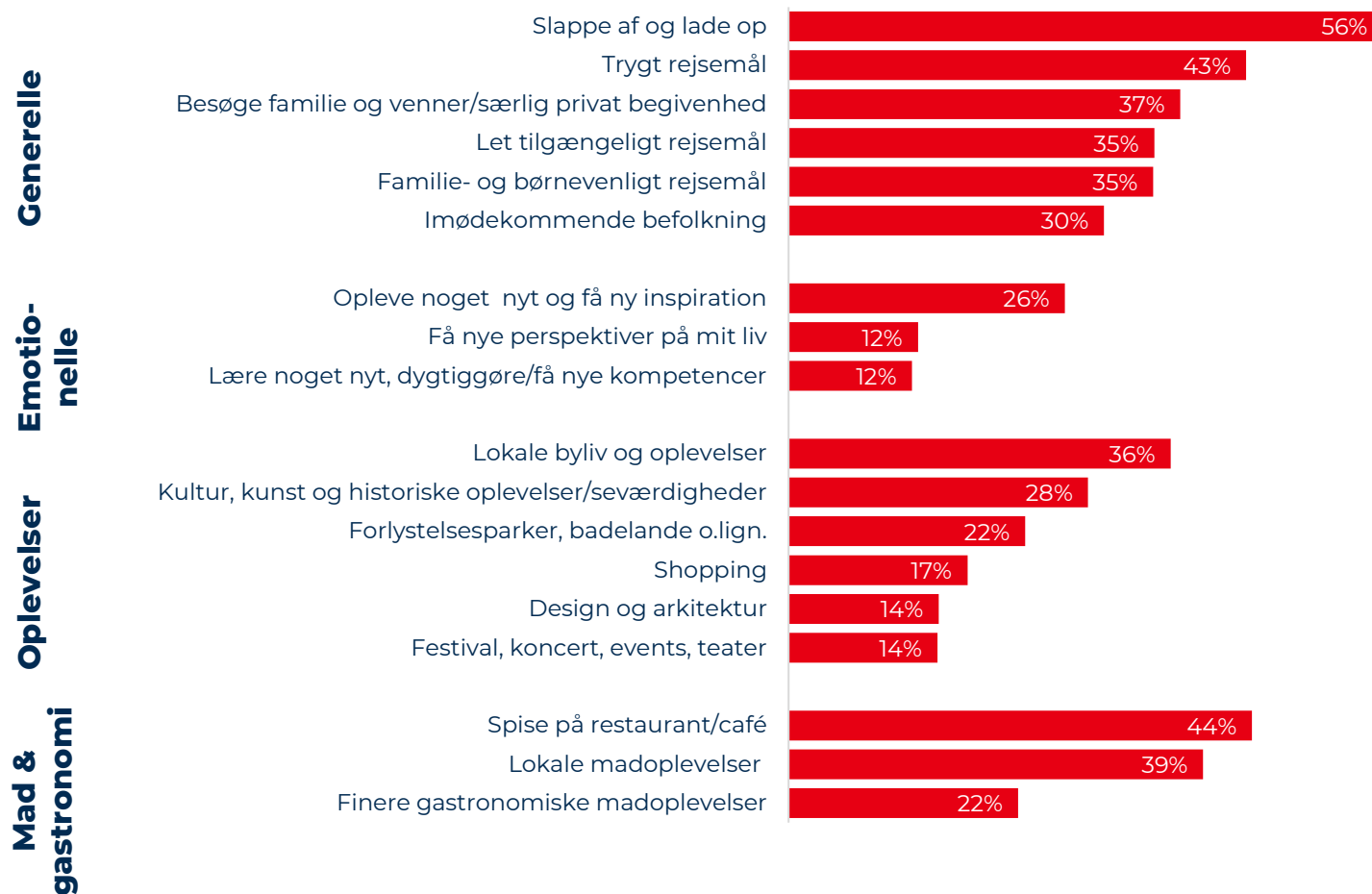
Godt hver anden (53 pct.) brite i Greater London oplever Danmark som et attraktivt rejsemål.

Glade gæster er forudsætningen for, at Danmark bliver anbefalet under og efter opholdet. Personlige anbefalinger spiller en rolle for mange briter. Når de skal vælge feriedestination. Dette fremgår af s. [21](#).



# MULIGHED FOR AT SLAPPE AF OG LADE OP ER VIGTIGT FOR FLEST PÅ EN FERIE

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



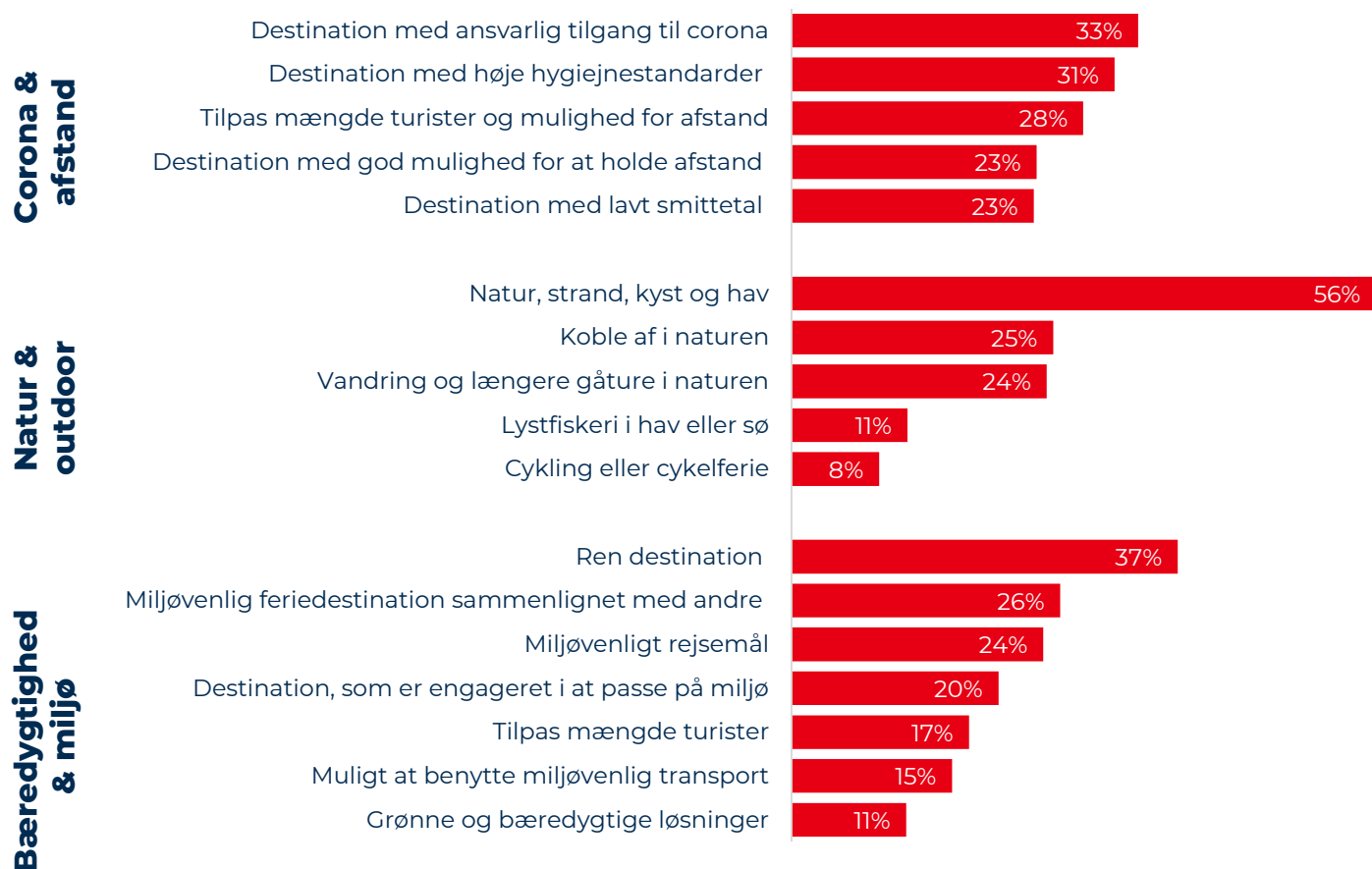
**Rejsemotiver: generelle, emotionelle, oplevelser og mad & gastronomi**

Knap seks ud af 10 briter i Greater London fremhæver, at det at slappe af og lade op er et vigtigt motiv, når de skal vælge feriedestination.

Også trygt rejsemål og det at spise ude på cafe/restaurant er vigtigt for mange.

# ADGANG TIL NATUR ER VIGTIG FOR FLEST - OGSÅ EN REN DESTINATION ER AFGØRENDE

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 hver anden brite i Greater London, prioriterer natur, strand, kyst og hav ved valg af feriedestination.

Knap fire ud af 10 lægger vægt på, at destinationen er ren (ingen skrald, rent vand, ren luft). Her har Danmark et godt image i den britiske befolkning. Hver anden i Greater London forbinder Danmark med parameteret 'ren destination (ingen skrald, ren luft, rent vand)'.

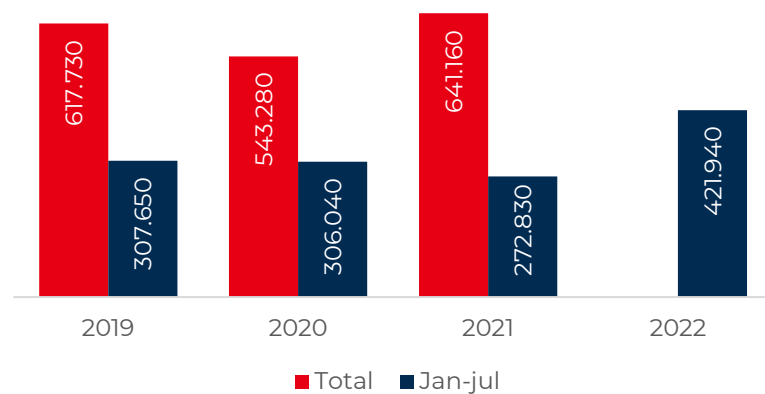


# STOR INTERESSE FOR DANSK GASTRONOMI OG BAGVÆRK

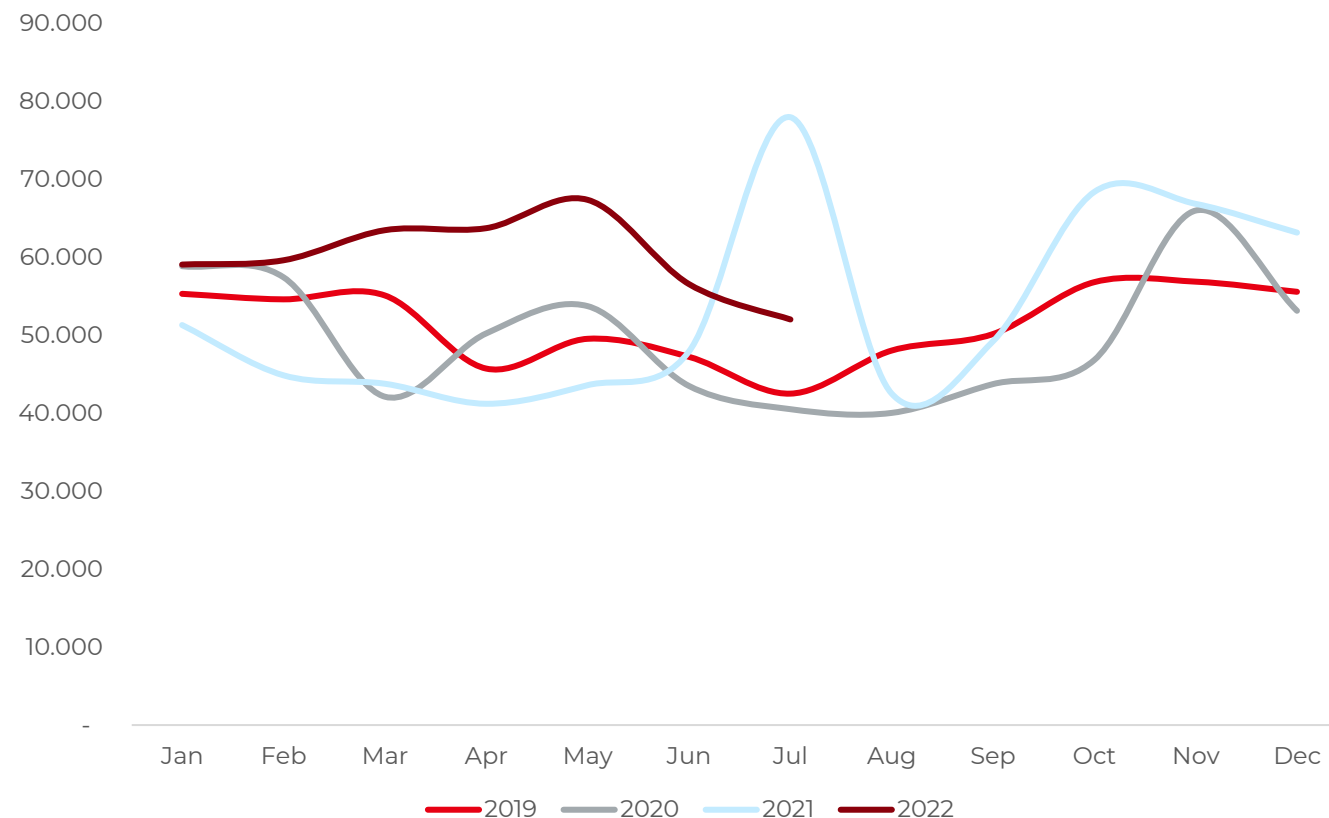
Briterne søger især efter dansk mad og bagværk. Søgevolumen efter disse to søgetermer toppede i juli 2021.

*Søgevolumen er en summering af forskellige termer omhandlende gastronomi i Danmark f.eks. "danish pastry", "noma restaurant", "copenhagen restaurants" mm.*

### Søgevolumen pr. år og halvår efter dansk gastronomi



### Gns. månedlig søgevolumen for dansk gastronomi



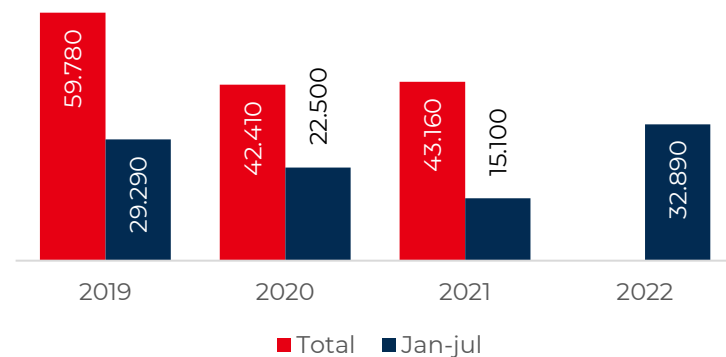
# FORTSAT INTERESSE FOR OUTDOORAKTIVITETER I DANMARK

Briterne viser mindre interesse for outdooraktiviteter i Danmark sammenlignet med dansk gastronomi.

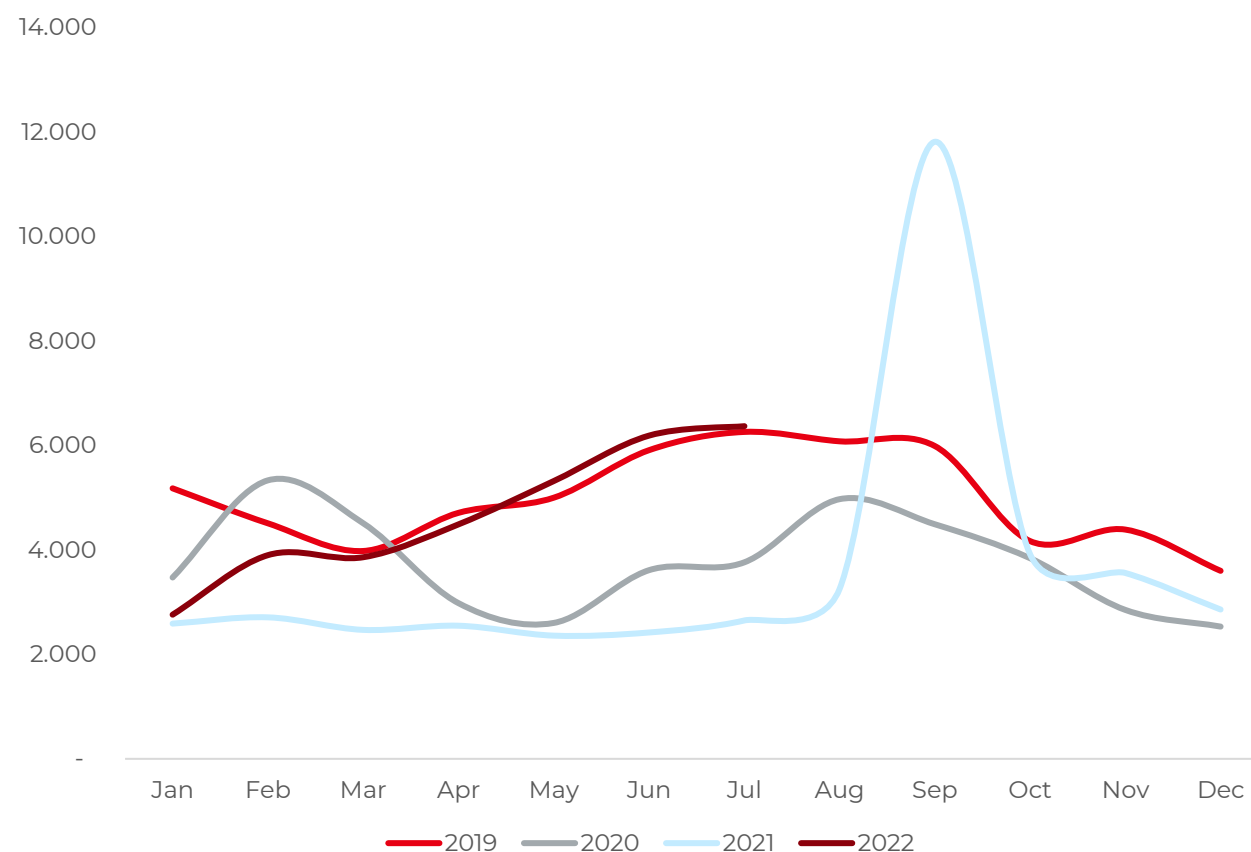
De outdooraktiviteter, der vises størst interesse i, er camping og cykel. Cykel oplevede især en stigning i søgevolumen i september 2021.

*Søgevolumen er en summering af forskellige termer omhandlende outdoor aktiviteter i Danmark f.eks. "camping in denmark", "cycling in denmark", "rent a bike copenhagen".*

**Søgevolumen pr. år og halvår efter outdoor i Danmark**



**Gns. månedlig søgevolumen efter outdoor i Danmark**

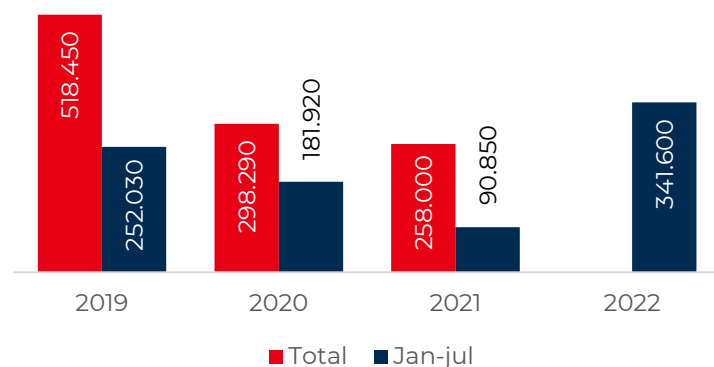


# INTERESSE FOR LEGOLAND OG TIVOLI

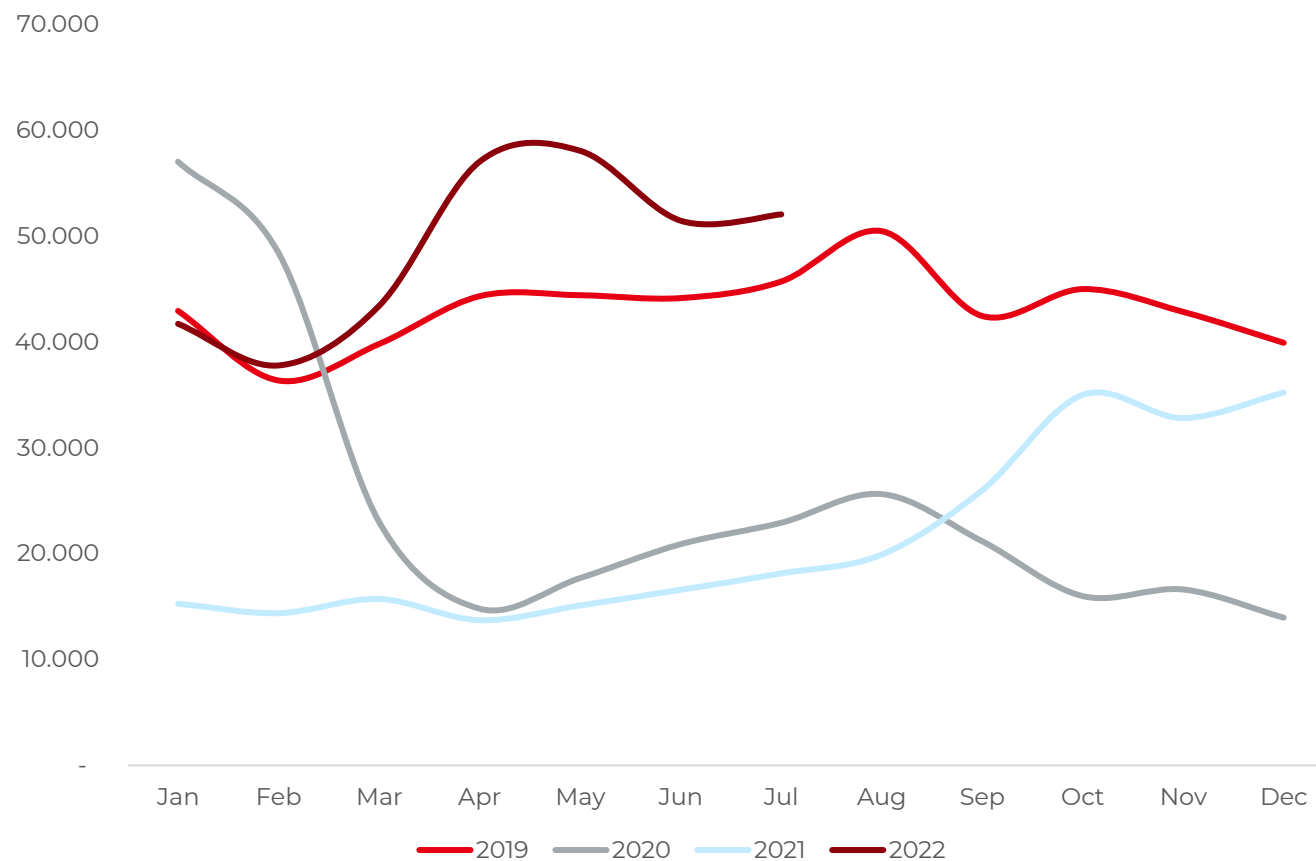
Briterne viser især interesse for danske attraktioner som Legoland og Tivoli. De søger også mere generelt om attraktioner i København med søgninger som blandt andet "copenhagen attractions" og "copenhagen museum".

Søgningerne fordeler sig jævnt henover året.

**Søgevolumen pr. år og halvår efter attraktioner i Danmark**



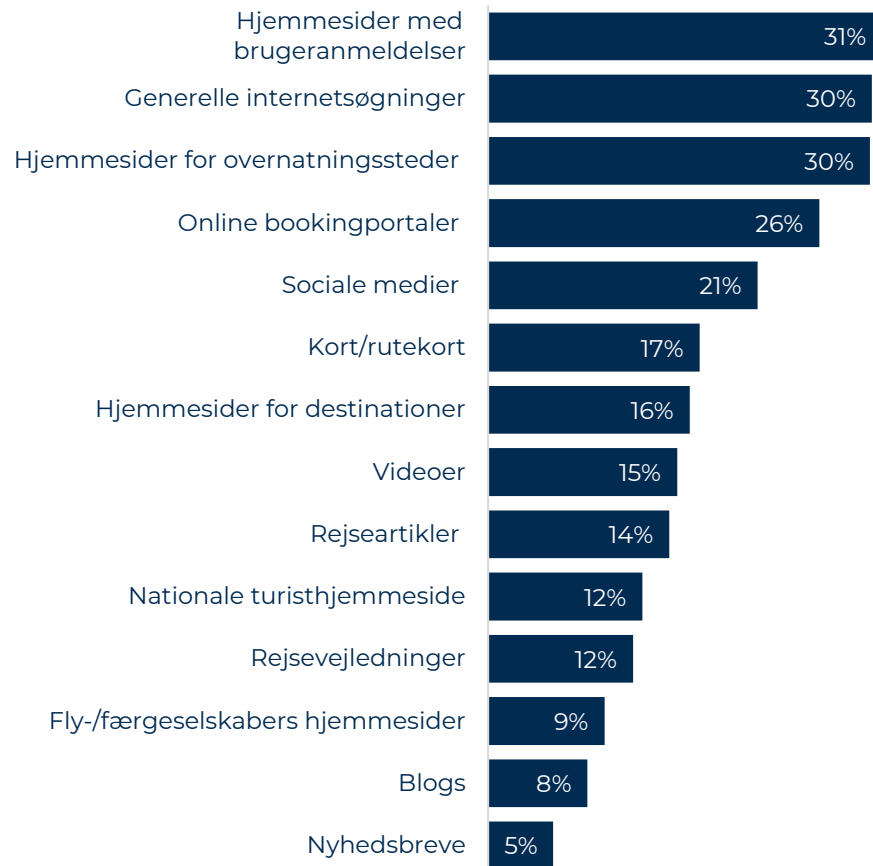
**Gns. månedlig søgevolumen efter attraktioner i Danmark**





# HJEMMESIDER MED BRUGERANMELDELSER TOPPER LISTEN OVER INSPIRATIONSKILDER

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



## Online inspirationskilder

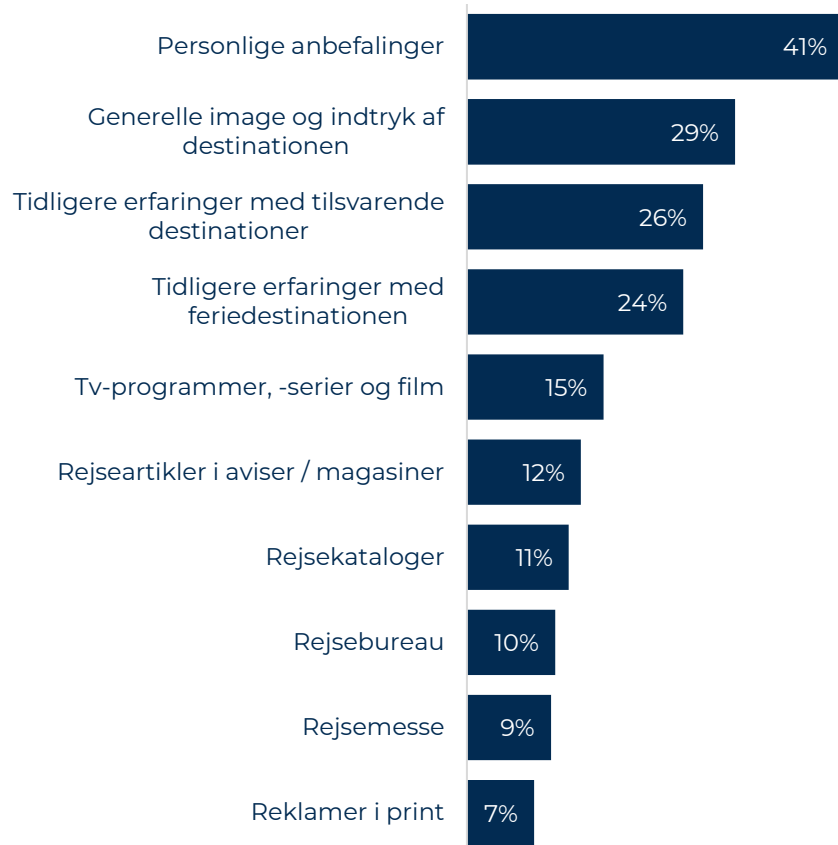
Hver tiende brite i Greater London siger, at ingen online inspirationskilder havde indflydelse på deres valg af feriedestination.

Flere end tre ud af 10 afsøgte hjemmesider med brugeranmeldelser, før de traf deres ferievalg. Andelen er steget markant i forhold til i 2021, hvor den lå på 23 pct.

Også generelle internetsøgninger og hjemmesider for overnatningssteder benyttes af mange og flere end i 2021, hvor andelen for begge inspirationskilder lå på 25 pct..

# PERSONLIGE ANBEFALINGER HAR BETYDNING FOR FLERE END FIRE UD AF 10

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



## Øvrige inspirationskilder

Knap hver tiende (9 pct.) af briterne i Greater London siger, at ingen af de listede inspirationskilder havde indflydelse på valg af feriedestination i forbindelse med den seneste ferie.

Godt fire ud af 10 fremhæver, at personlige anbefalinger fra venner og familie havde indflydelse på valg af destination for den seneste ferierejse.

Andelen, der nævner 'Generelle image og indtryk af destinationen', som inspirationskilde, er steget de senere år fra 21 pct. i 2020 til 25 pct. i 2021 og til 29 pct. i 2022.

Nederst på listen ligger rejsemesser og reklamer i print med andele på henholdsvis 9 pct. og 7 pct.



# DANMARK SOM FERIEDESTINATION



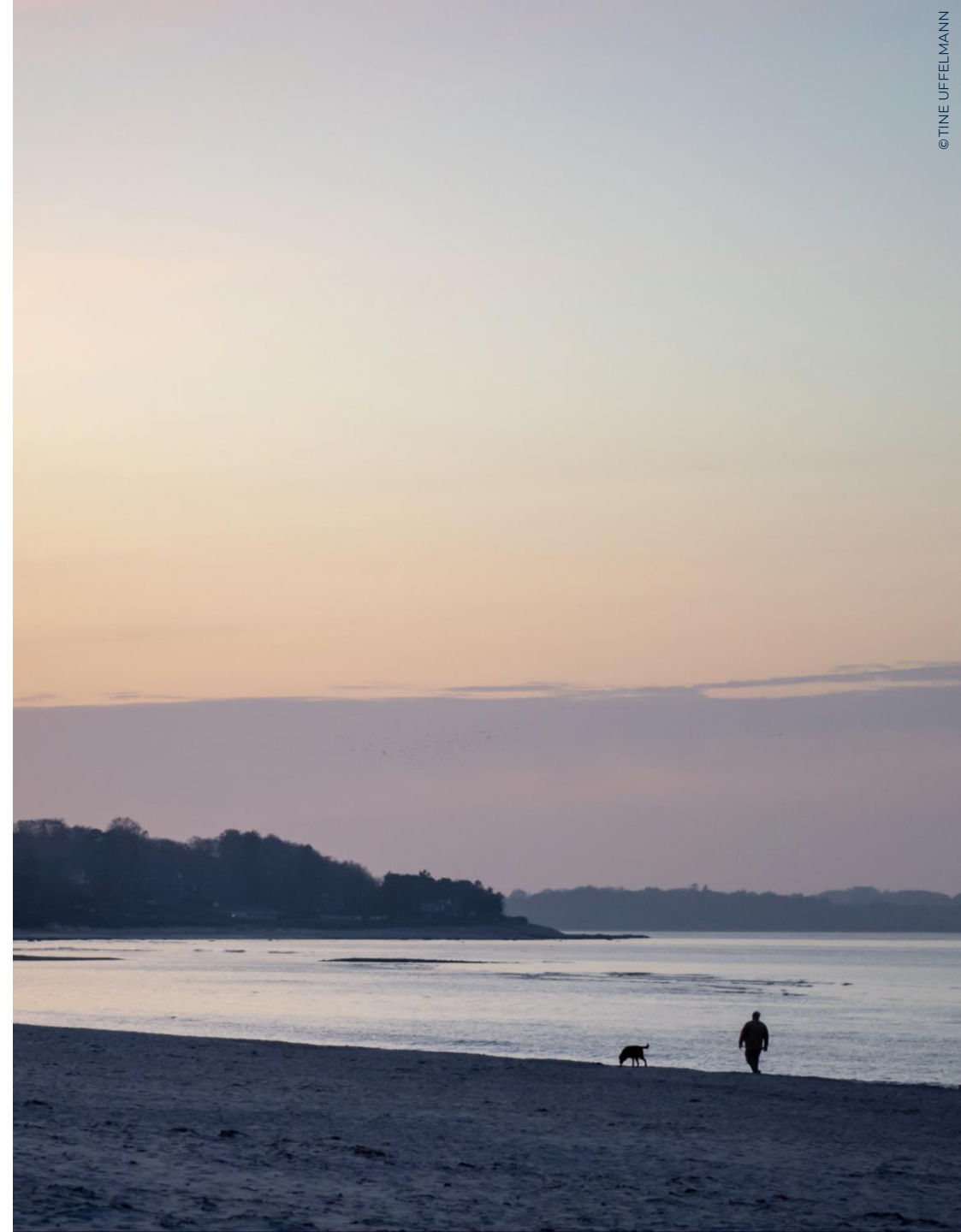
TISVILDELEJE STRAND





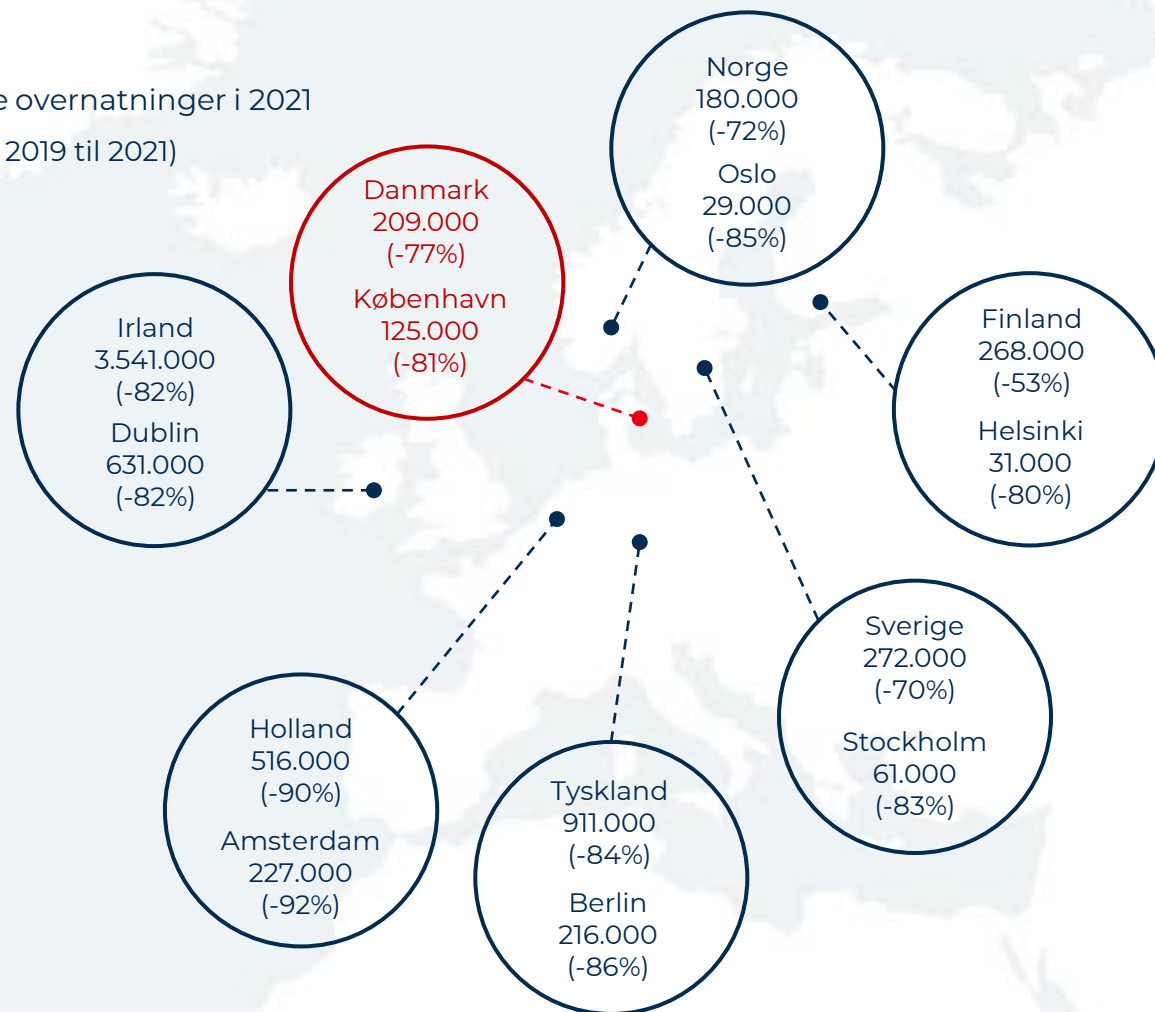
# KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

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



# Danmark har mistet overnatninger

Antal britiske overnatninger i 2021  
(udvikling fra 2019 til 2021)



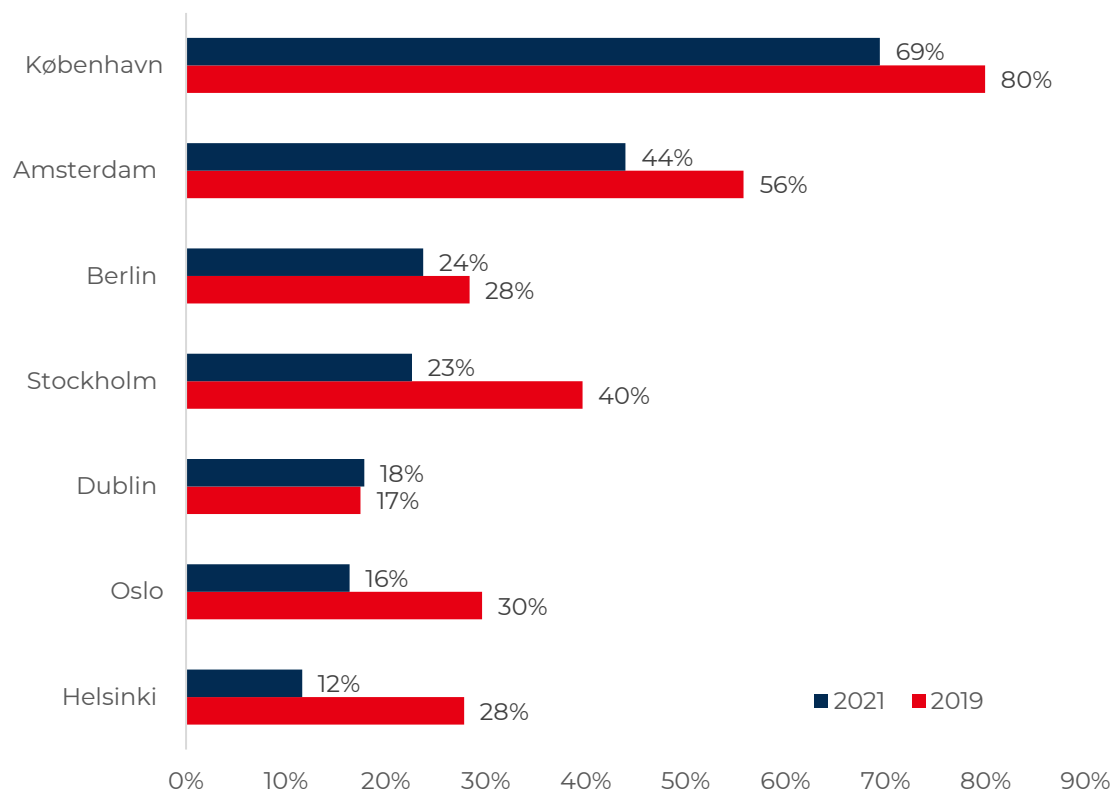
## Britiske overnatninger i det nordeuropæiske konkurrencefelt

Ses på udviklingen i Danmark sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrencefelt, har Danmark – relativt set – mistet flere overnatninger end Norge, Finland og Sverige, men færre end Irland, Holland og Tyskland.

Alle hovedstæderne har mistet et stort antal overnatninger i 2021 sammenlignet med 2019.

# SYV UD AF 10 OVERNATNINGER I DANMARK FORETAGES I KØBENHAVN

**Britiske overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder i 2019 og 2021**  
**Andel af det samlede antal overnatninger i de respektive lande**



## Overnatninger i nordeuropæiske hovedstæder

I det nordeuropæiske konkurrencefelt er der stor forskel på, hvor stor en andel af de britiske overnatninger, som foretages i hovedstæderne.

København ligger øverst på listen.

Andelen af overnatninger foretaget i København i 2021 ligger under niveauet i 2019,



# HELE DANMARK DÆKKET FRA DE VÆSENTLIGSTE DELE AF UK

DK Airport		UK Airport	Ugentlige afgange	SAS	Ryanair	EasyJet	Norwegian	British Airways	Loganair
<b>Total UK Afgange til DK:</b>			<b>245</b>	<b>Pr. 18/10/2022</b>					
CPH Copenhagen	London Gatwick		45	-	-	16	29	-	-
	London Heathrow		56	26	-	-	-	30	-
	London Stansted		21	-	21	-	-	-	-
	Manchester		28	7	8	13	-	-	-
	Birmingham		6	6	-	-	-	-	-
	Bristol		3	-	-	3	-	-	-
	Liverpool		2	-	2	-	-	-	-
	Newquay		-	-	-	-	-	-	-
	Edinburgh		14	-	6	2	6	-	-
	<b>Total</b>			<b>175</b>					
BILL Billund	London City		12	-	-	-	-	12	-
	London Heathrow		7	-	-	-	-	7	-
	London Stansted		17	-	17	-	-	-	-
	Manchester		10	-	4	-	-	6	-
	Edinburgh		5	-	5	-	-	-	-
	Birmingham		2	-	2	-	-	-	-
<b>Total</b>			<b>53</b>						
AAR Aarh us	London Stansted		8	-	8	-	-	-	-
	Manchester		-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>			<b>8</b>						
AAL Aalb org	London Stansted		4	-	4	-	-	-	-
	Edinburgh		-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>			<b>4</b>						
EBJ Esb jerg	Aberdeen		5	-	-	-	-	-	5
<b>Total</b>			<b>5</b>						

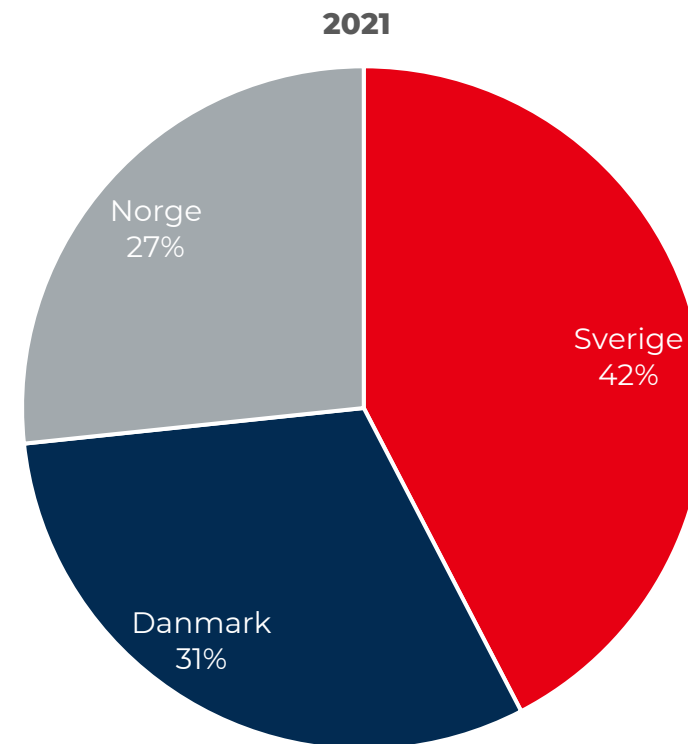
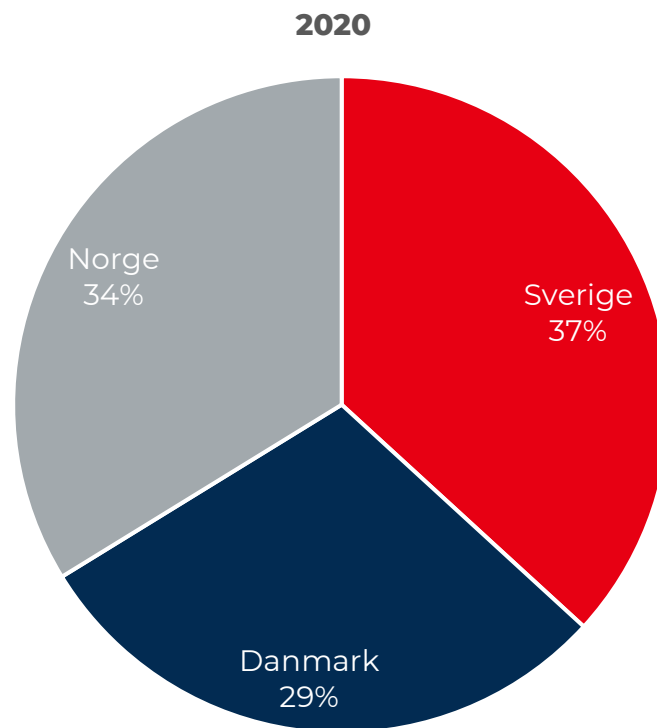
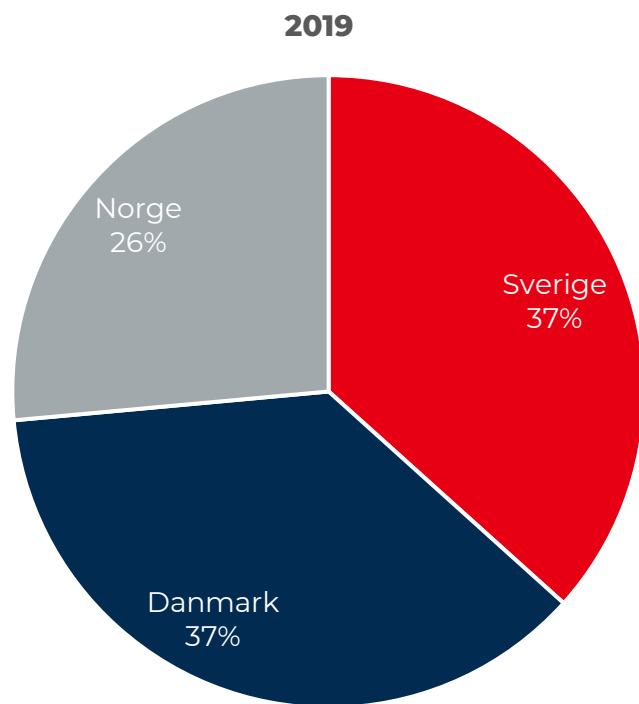
Antallet af flyankomster fra Storbritannien til Danmark faldt voldsomt i 2020 og 2021, men er kraftigt genoprejt i løbet af 2022.

Hele Danmark er stadigvæk godt dækket med muligheder for mange forskellige dele af England og Skotland.

På dette tidspunkt havde vi godt 300 ugentlige afgange fra UK til Danmark, så der mangler stadigvæk noget kapacitet i markedet for at komme helt tilbage til 2019-niveau.

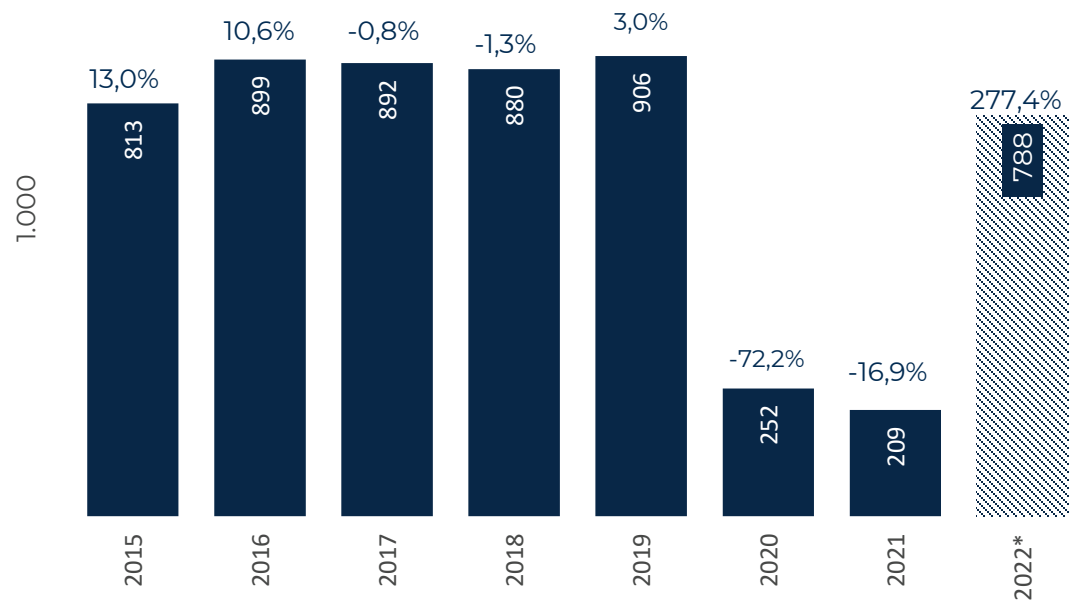
# DANMARK STÅR I 2021 FOR KNAPE EN TREDJEDEL AF BRITERNES OVERNATNINGER I SKANDINAVIEN

## Andelen af britiske overnatninger



# FORVENTNINGER OM FLERE OVERNATNINGER I 2022

**Britiske overnatninger (1.000) i Danmark**  
Antal og udvikling ift. året før



## Antal britiske overnatninger i Danmark

Antallet af britiske overnatninger lå i 2020 og 2021 markant under niveauet de tidligere år.

2022 har været særdeles positivt i forhold til en fortsat delvis lukning tidligt på året. Tendensen har været støt stigning måned-for-måned i forhold til 2019 og 2021 forventes at ende på et niveau omkring 85% af overnatningstallet fra rekordåret 2019.



# FLESTE DESTINATIONER HAR HAFT FLERE BRITISKE OVERNATNINGER END I 2019

## Britiske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

ÅTD (januar-august)	Antal overnatninger 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
<b>Wonderful Copenhagen</b>	334.684	-25,5%	837,2%
<b>Destination Trekantområdet</b>	43.486	-7,7%	912,5%
<b>Aarhusregionen</b>	21.492	-24,4%	311,6%
<b>Destination Fyn</b>	16.627	-11,0%	266,6%
<b>Destination Nord</b>	13.832	1,0%	186,9%
<b>Destination Vadehavskysten</b>	13.375	11,9%	221,4%
<b>Destination NordVestkysten</b>	6.583	27,7%	190,6%
<b>Destination Sønderjylland</b>	5.307	-15,3%	124,5%
<b>Destination SydkystDanmark</b>	5.270	26,0%	154,6%
<b>VisitHerning</b>	4.777	-4,8%	122,6%
<b>VisitLollandFalster</b>	3.738	1,2%	237,4%
<b>Destination Vesterhavet</b>	3.542	0,6%	379,9%
<b>VisitNordsjælland</b>	3.304	-9,5%	136,2%
<b>Destination Sjælland</b>	2.449	0,9%	34,8%
<b>Destination Fjordlandet</b>	2.144	-36,0%	281,5%
<b>Destination Kystlandet</b>	2.076	-20,9%	328,0%
<b>Destination Bornholm</b>	1.680	-44,8%	-28,2%
<b>Destination Himmerland</b>	934	8,7%	351,2%
<b>Destination Limfjorden</b>	818	-19,7%	74,8%

## Antal britiske overnatninger i Danmark ÅTD (januar-august)

Antallet af britiske overnatninger er igen på vej op efter pandemien. Det mærkes især i Destination Nordvestkysten og Destination SydkystDanmark, hvor antallet af britiske overnatninger relativt set er steget mest med henholdsvis 28 pct. og 26 pct. fra januar – august 2019 til samme periode i 2022.

I andre destinationer (fx Wonderful Copenhagen og Aarhusregionen) er det fortsat et stykke vej op til 2019-niveauet.

# FÆRRE ENGELSKE OVERNATNINGER I HELE EUROPA I 2020 OG 2021

	Engelske overnatninger 2021 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2021	Udvikling fra 2020 til 2021
Storbritannien	250.920	-32,8%	49,1%
Europa	72.803	-74,0%	-4,9%
Øvrige udland	24.691	-88,4%	-36,5%
I alt	348.414	-59,8%	22,8%
1. Frankrig	25.460	-70,1%	-27,1%
2. Spanien	19.004	-76,2%	35,3%
3. Grækenland	7.235	-64,4%	74,1%
4. Italien	3.842	-71,9%	-15,4%
5. Irland	3.541	-82,1%	-20,0%
6. Portugal	3.213	-66,9%	54,0%
7. Cypern	1.798	-71,0%	70,5%
8. Kroatien	1.097	-74,6%	84,1%
9. Østrig	1.092	-70,3%	-24,9%
10. Tyskland	911	-83,8%	-39,7%
11. Tyrkiet	838	-84,7%	-52,1%
12. Malta	778	-82,5%	18,1%
13. Belgien	537	-71,9%	11,1%
14. Holland	516	-90,0%	-60,8%
15. Schweiz	334	-79,7%	-36,2%
16. Polen	315	-79,3%	-32,7%
17. Sverige	286	-68,3%	-9,2%
18. Island	274	-70,8%	41,4%
<b>20. Danmark</b>	<b>209</b>	<b>-76,9%</b>	<b>-16,9%</b>
21. Norge	180	-72,3%	-37,7%

Danmark ligger som #20 på listen over briternes mest besøgte rejsemål

# DANMARK ER I HÅRD KONKURRENCE MED HELE EUROPA

## Konkurrentfeltet

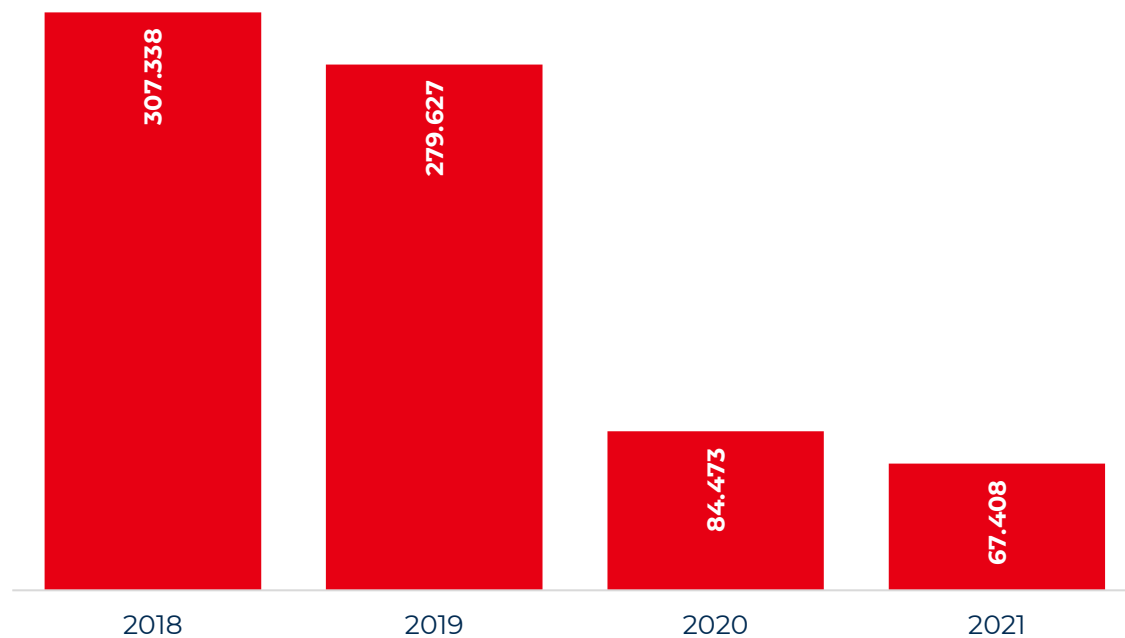
Danmarks andel af europæiske overnatninger ligger på samme niveau i 2019-2021.

	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2020	Andel af europæiske overnatninger 2021
1. Frankrig	30,4%	45,6%	35,0%
2. Spanien	28,5%	18,3%	26,1%
3. Grækenland	7,3%	5,4%	9,9%
4. Italien	4,9%	5,9%	5,3%
5. Irland	7,0%	5,8%	4,9%
6. Portugal	3,5%	2,7%	4,4%
7. Cypern	2,2%	1,4%	2,5%
8. Kroatien	1,5%	0,8%	1,5%
9. Østrig	1,3%	1,9%	1,5%
10. Tyskland	2,0%	2,0%	1,3%
11. Tyrkiet	2,0%	2,3%	1,2%
12. Malta	1,6%	0,9%	1,1%
13. Belgien	0,7%	0,6%	0,7%
14. Holland	1,8%	1,7%	0,7%
15. Schweiz	0,6%	0,7%	0,5%
16. Polen	0,5%	0,6%	0,4%
17. Sverige	0,3%	0,4%	0,4%
18. Island	0,3%	0,3%	0,4%
<b>20. Danmark</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>0,3%</b>
21. Norge	0,2%	0,4%	0,2%



# RELATIVT SET ER FLERE BRITISKE OVERNATNINGER BOOKET VIA BOOKINGPLATFORME

**Antal britiske overnatninger booket via Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor**



**Britiske overnatninger via bookingplatforme**

Bookingplatforme ligger relativt set højt, når briterne booker overnatninger og har været stabilt højt på +30 pct. de sidste 4 år.

# BRITERNE REJSER TIL DANMARK HELE ÅRET

## Britiske overnatninger fordelt over året

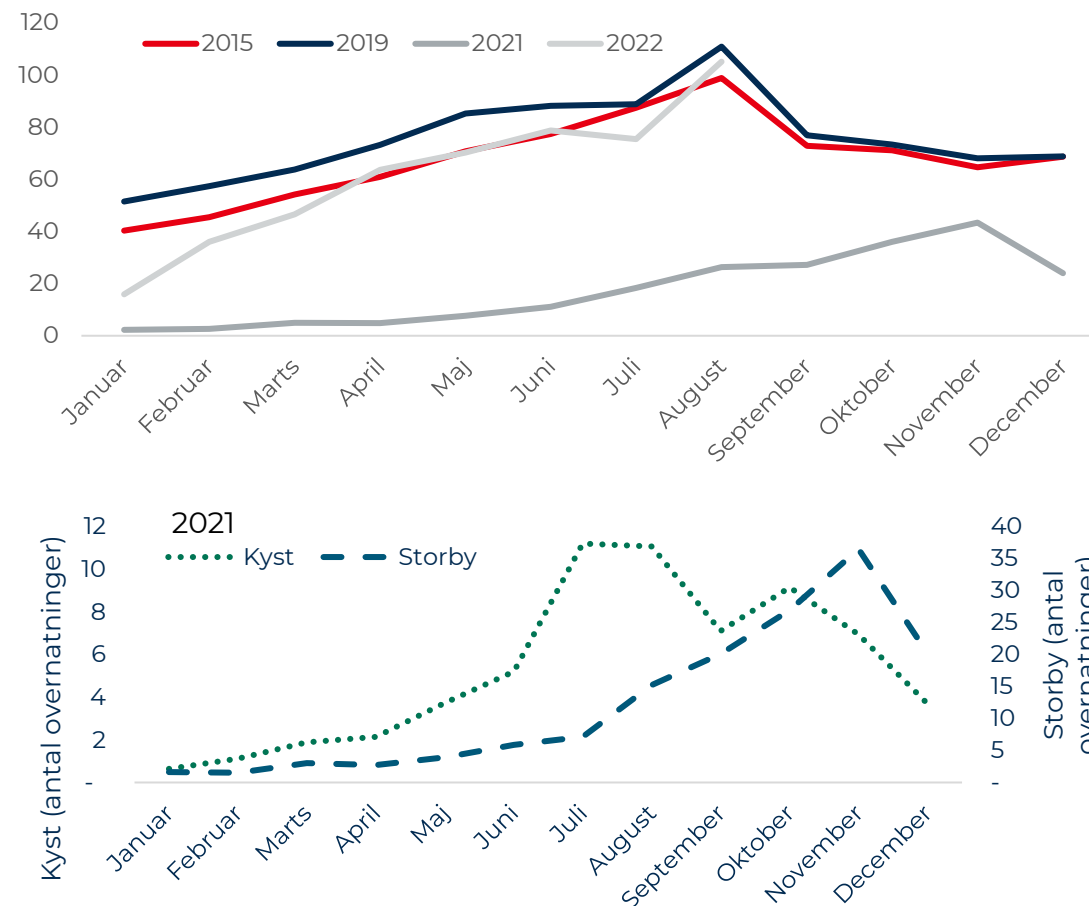
Fra 2015 til 2019 steg antallet af britiske overnatninger i Danmark med 12 pct. Stigningen fandt sted i både høj-, skulder- og vintersæsonen.

Fra 2019 til 2021 er antallet af britiske overnatninger i Danmark faldet markant med 77 pct.

	2015	2019	2021	2015	2019	2021
	Antal (1.000)			Indeks (2019=100)		
<b>Høj</b>	186	200	45	93	100	22
<b>Skulder</b>	407	461	92	88	100	20
<b>Vinter</b>	219	246	72	89	100	29
<b>I alt</b>	<b>813</b>	<b>906</b>	<b>209</b>	<b>90</b>	<b>100</b>	<b>23</b>

Overnatningsmønsteret blandt briter på storbyferie i Danmark er noget anderledes end blandt briter på kyst-/naturferie. Kyst-/naturturisterne kommer om sommeren, mens storbyturisterne især kommer om efteråret.

## Britiske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



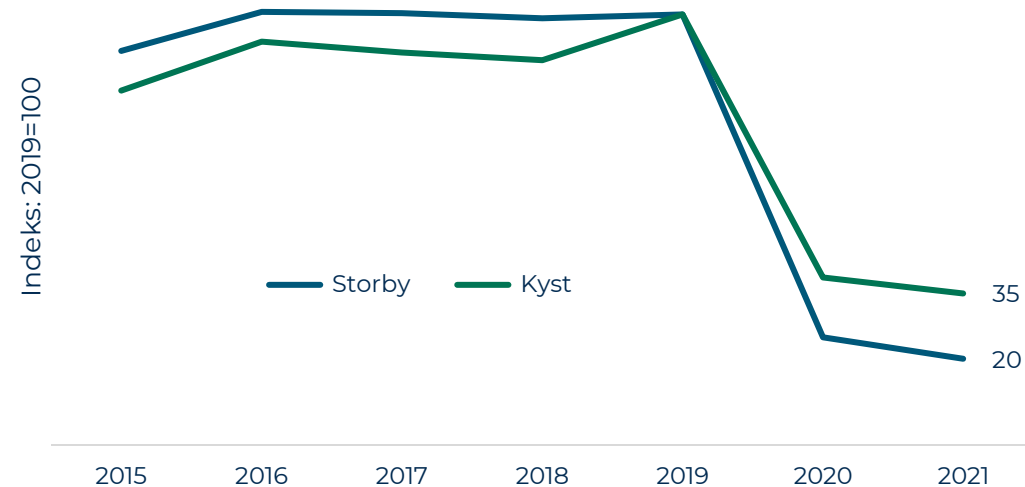
# OVERNATNINGERNE I KYSTDANMARK FYLDER RELATIVT SET MERE

## Britiske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2020	2021	2019- 2020	2020- 2021
Kyst- /naturdanmark*	182	71	64	-61,1%	-9,5%
De fire storbyer*	725	181	145	-75,0%	-19,8%
<b>I alt*</b>	<b>906</b>	<b>252</b>	<b>209</b>	<b>-72,2%</b>	<b>-16,9%</b>

År-til-dato (januar-august)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019- 2022	2021- 2022
Kyst- /naturdanmark*	138	37	131	-4,6%	+254,7%
De fire storbyer*	482	41	361	-25,1%	+774,6%
<b>I alt*</b>	<b>619</b>	<b>78</b>	<b>492</b>	<b>-20,6%</b>	<b>+528,7%</b>

## Udvikling i britiske 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.



# NI UD AF 10 BRITISKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

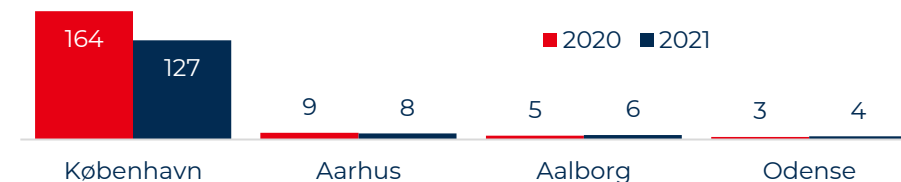
## Overnatninger i alt i de fire storbyer\*

	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%
<b>Storbritannien</b>	<b>145</b>	<b>2%</b>	<b>6%</b>
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%

## 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
<b>Storbritannien</b>	<b>127</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>4</b>
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

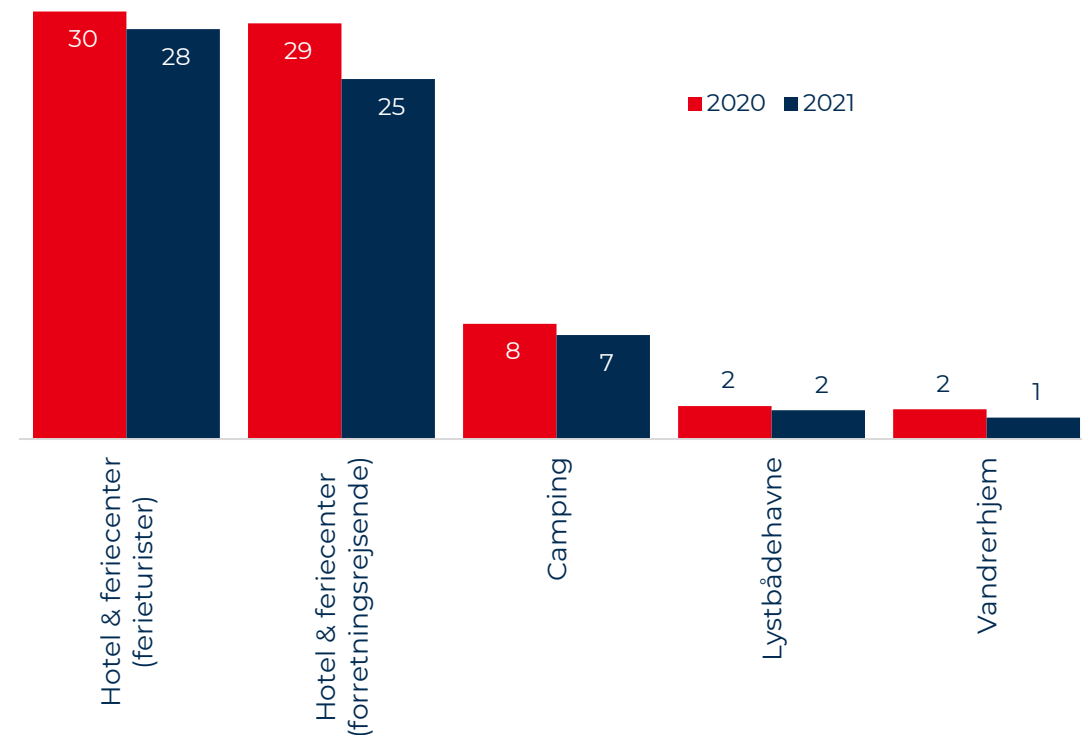
## Udvikling i britiske storbyovernatninger (1.000)



# STORBRIANNIEN ER DET 5. STØRSTE UDENLANDSKE MARKED INDEN FOR KYSTTURISMEN

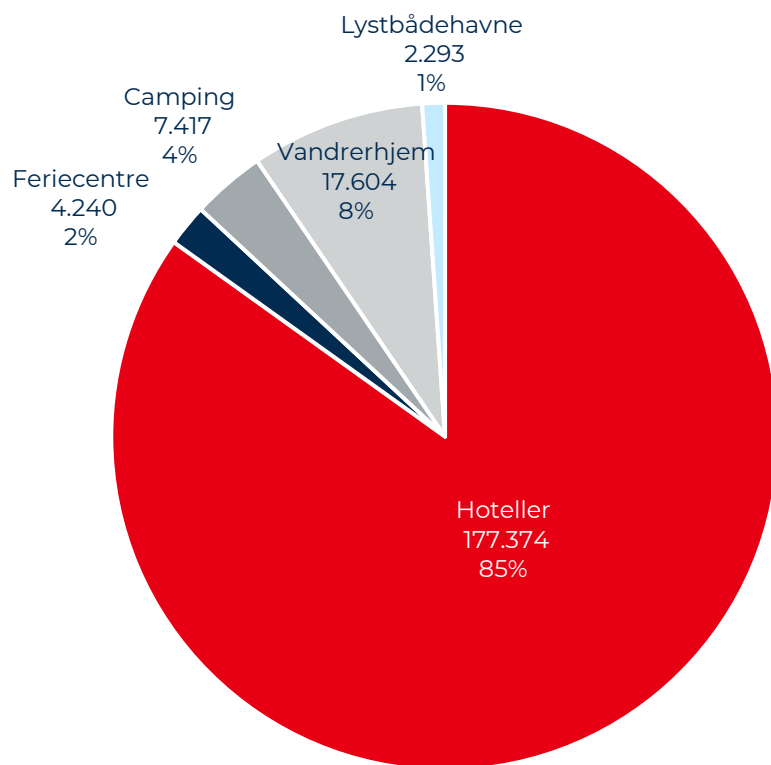
	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	28.748	66%	
Udlandet	14.534	34%	
<hr/>			
Tyskland	12.625	29%	87%
Holland	562	1%	4%
Sverige	300	1%	2%
Norge	225	1%	2%
<b>Storbritannien</b>	<b>64</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
USA	40	0%	0%
Italien	32	0%	0%
Frankrig	30	0%	0%
Indien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

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

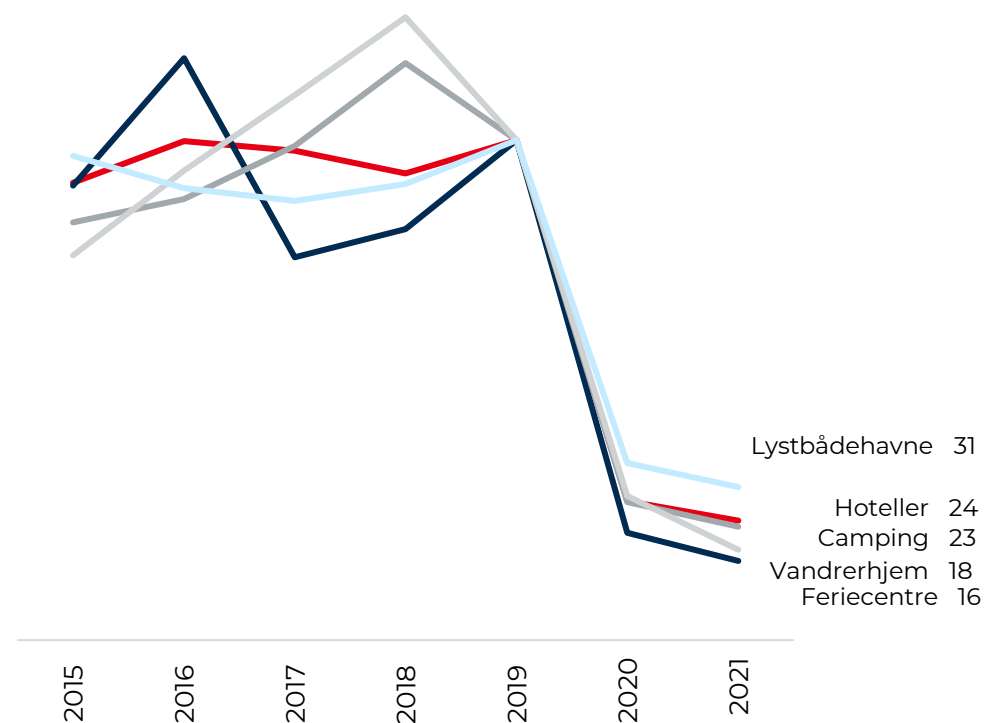


# HOVEDPARTEN AF DE BRITISKE OVERNATNINGER SKER PÅ ET HOTEL

Britiske overnatninger i Danmark 2021



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



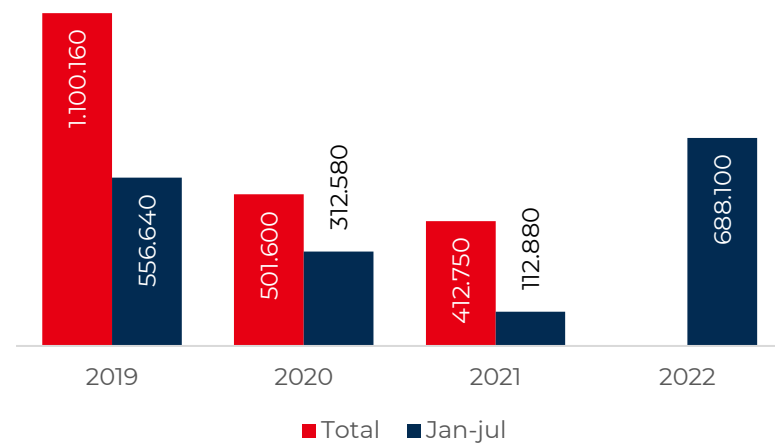


# BRITERNE SØGER EFTER HOTELLER I KØBENHAVN

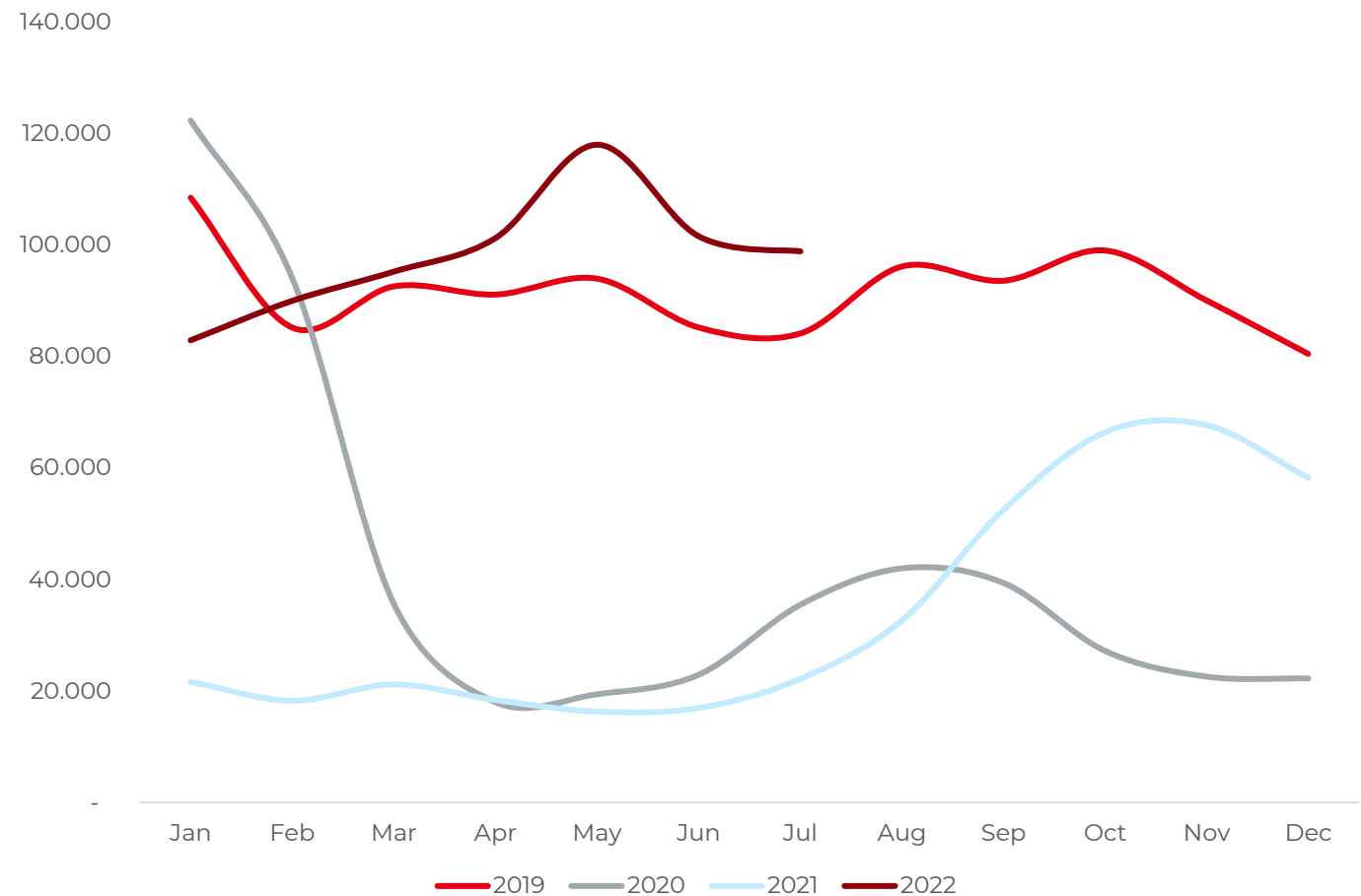
Antallet af britiske søgninger efter hoteller i Danmark faldt i marts 2020 pga. pandemien. Søgevolumen i 2022 er igen oppe på 2019-niveauet. I perioden januar til juli 2022 er der foretaget flere søgninger end i samme periode i 2019.

Briterne søger især efter hoteller i København.

**Søgevolumen pr. år og halvår for efter hoteller i Danmark**



**Gns. månedlig søgevolumen efter hoteller i Danmark**



# BRITERNE HAR ET HØJT DØGNFORBRUG

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%	11%
Norge	8.373	2.670	14%	10%
<b>Storbritannien</b>	<b>3.587</b>	<b>1.122</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>
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%
Ovrige lande	7.707	7.099	12%	11%

Storbritannien	Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2020
<b>Besøg m. betalt overnatning</b>				
Hotel – ferie	1.303	390	36%	35%
Hotel – forretning	1.173	377	33%	34%
Feriecenter	31	4	1%	0%
Camping	28	5	1%	0%
Vandrerhjem	92	27	3%	2%
Lejet feriehus	-	-	0%	0%
Lystbåd	7	2	0%	0%
Lejet helårsbolig	516	127	14%	11%
Andre	67	-	2%	0%
<b>I alt</b>	<b>3.216</b>	<b>932</b>	<b>90%</b>	<b>83%</b>
<b>Besøg u. betalt overnatning</b>				
<b>I alt</b>	<b>371</b>	<b>190</b>	<b>10%</b>	<b>17%</b>

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](http://www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter)

Følg os på LinkedIn – VisitDenmarks Videncenter