

MARKEDSPROFIL: NORGE 2023

14. december
2023



Introduktion

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

Se alle markedsprofiler her:

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af

VisitDenmark

December 2023

Kontakt

Charlotte Rømer Rassing

crr@visitdenmark.com

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

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

VISITDENMARKS MARKEDSKONTOR I OSLO



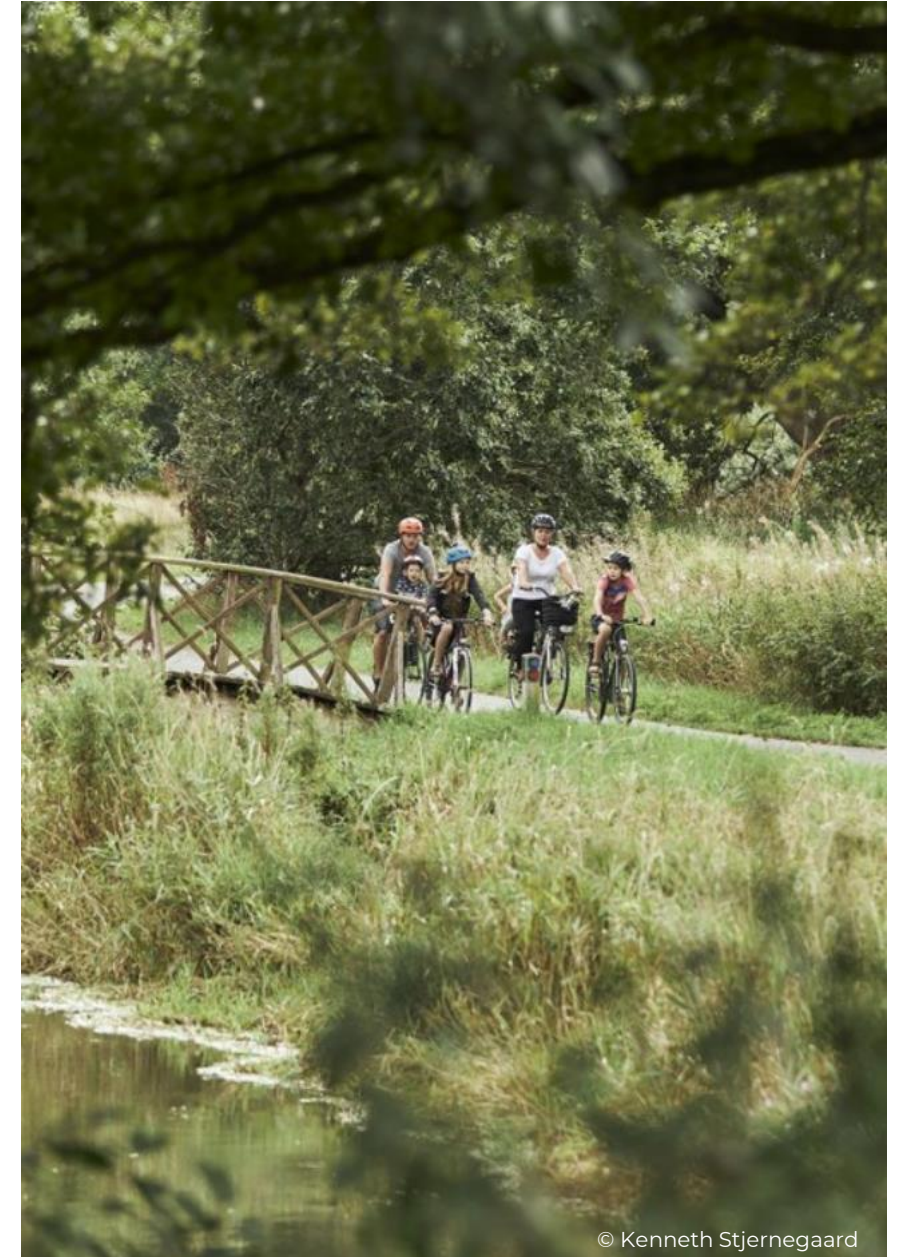
Markedschef
Hege Fredlund Hoff
heghof@visitdenmark.com
+47 932 45 210



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



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



UDVALGTE KONKLUSIONER

De samvittighedsfulde familier og Storby- og kulturturisterne fylder godt på det norske marked

VisitDenmark har valgt at fokusere på fire segmenter på nærmarkederne. Samlet set udgør de fire fokus-segmenter knap 70 pct. af det norske marked.

Navnlig De samvittighedsfulde familier og Storby- og kulturturisterne udgør et stort volumen på det norske marked og udgør henholdsvis 22 pct. og 21 pct. Kontakt gerne markedschef Hege Fredlund Hoff for yderligere information om segmenterne på det norske marked.

Stabil rejselyst fra nordmændene sammenlignet med sidste år

19 pct. af nordmændene forventer at besøge Danmark på en ferie med overnatning i 2023. I 2022 lå andelen på stort set samme niveau (20 pct.). Tilbage i 2019 lå den på 23 pct..

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

Knap to ud af tre nordmænd kender Danmark som feriedestination, og flere end knap syv ud af ti opfatter landet som attraktivt

63 pct. af nordmændene kender noget eller meget til Danmark som feriedestination.

Danmarks opfattes som et attraktivt ferieland af syv ud af ti nordmænd.

Ferien skal byde på afslapning, natur- og madoplevelser

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

Interessen for gastrooplevelser kan også ses i nordmændenes søgevolumen, når det gælder gastronomi-relaterede søgetermer om Danmark. I de to første måneder af 2023 ligger antallet af googlesøgninger efter gastronomi-relaterede søgetermer over niveauerne i både 2019, 2020, 2021 og 2022. I marts til juni lå niveauerne lidt lavere end i 2022, men fortsat over niveauerne i 2019 til 2021.

MARKEDS- POTENTIALE

 MORNHØJE NATURCENTER



©JAKOB VINGTOFT

PERSPEKTIVER PÅ DET NORSKE MARKED V. HEGE FREDLUND HOFF, MARKEDSCHEF

Det norske marked var godt på vej tilbage i 2022 efter pandemien, men blev så i 2023 ramt af en svag valutakurs. Den norske krone faldt med 13 pct. ift. den danske krone, hvilket fik en direkte afsmittende virkning på nordmændenes rejser til Danmark. Herudover har høj inflation og høje renter også haft indvirkning. Den norske økonomi er dog generelt sund og stærk, og den norske krone forventes at genvinde noget af sin værdi i 2024.

Det norske marked er som det andet største marked for dansk turisme utrolig vigtigt for mange destinationer i Danmark. Især i Nordjylland og København lægger nordmændene rigtig mange penge og er kendt som ekstra gode turister.

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.

NØGLETAL: OVERNATNINGER, FORBRUG OG OMSÆTNING

NORDMÆND I DANMARK

2,25 mio.

overnatninger i 2022*

-71.000

færre overnatninger end i 2019

-3,1 pct.

vækst i antal overnatninger
ift. 2019

+22,2 pct.

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

8,3 mia. kr. (2,4 mia. kr. i 2021)

Foreløbig turismeomsætning i 2022

21 pct.

af nordmændene kender meget til Danmark som feriemål

NORSKE KYST- OG NATURTURISTER

1,5 mio.

overnatninger*

-8,3 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019

3,8 personer

rejsegruppe

5,2 nætter

opholdslængde

1.750 kr.

døgnforbrug

NORSKE STORBYTURISTER

747.000

overnatninger*

9,6 pct.

vækst i antal
overnatninger ift. 2019

3,9 personer

rejsegruppe

2,6 nætter

opholdslængde

3.250 kr.

døgnforbrug

HVOR KOMMER NORDMÆNDENE FRA?


Region	Norske turister i Danmark (pct.)
Oslo	24
Rogaland	9
Akershus	8
Vest-Agder	8
Aust-Agder	7
Hordaland	6
Østfold	5
Telemark	5
Sør-Trøndelag	5
Vestfold	4
Hedmark	3
Buskerud	3
Oppland	2
Møre og Romsdal	2
Nordland	2
Finnmark	2
Sogn og Fjordane	1
Nord-Trøndelag	1
Troms	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.

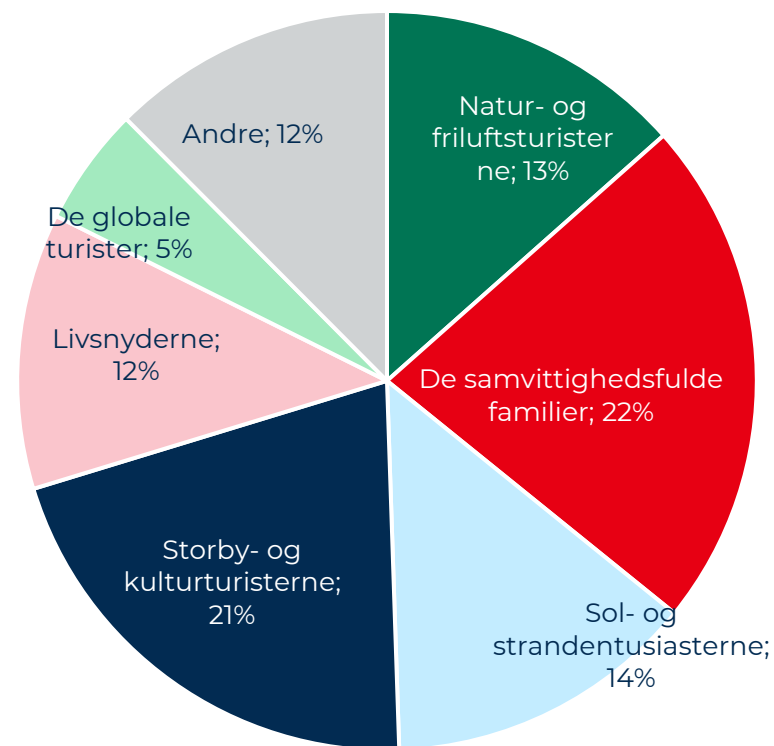
Segmenterne er valgt ud fra deres størrelse på markederne, deres præferencer for Danmark og hvor nemt tilgængelige de er. VisitDenmarks kampagner på nærmarkederne vil fremover være målrettet disse segmenter.

De fire segmenter er:

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

De samvittighedsfulde familier udgør 22% af det norske marked. Også storby- og kulturturisterne udgør et stort potentiale.

Segmentstørrelse
(share of market)



MARKEDS- FORVENTNINGER



 PORT OF COPENHAGEN

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

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



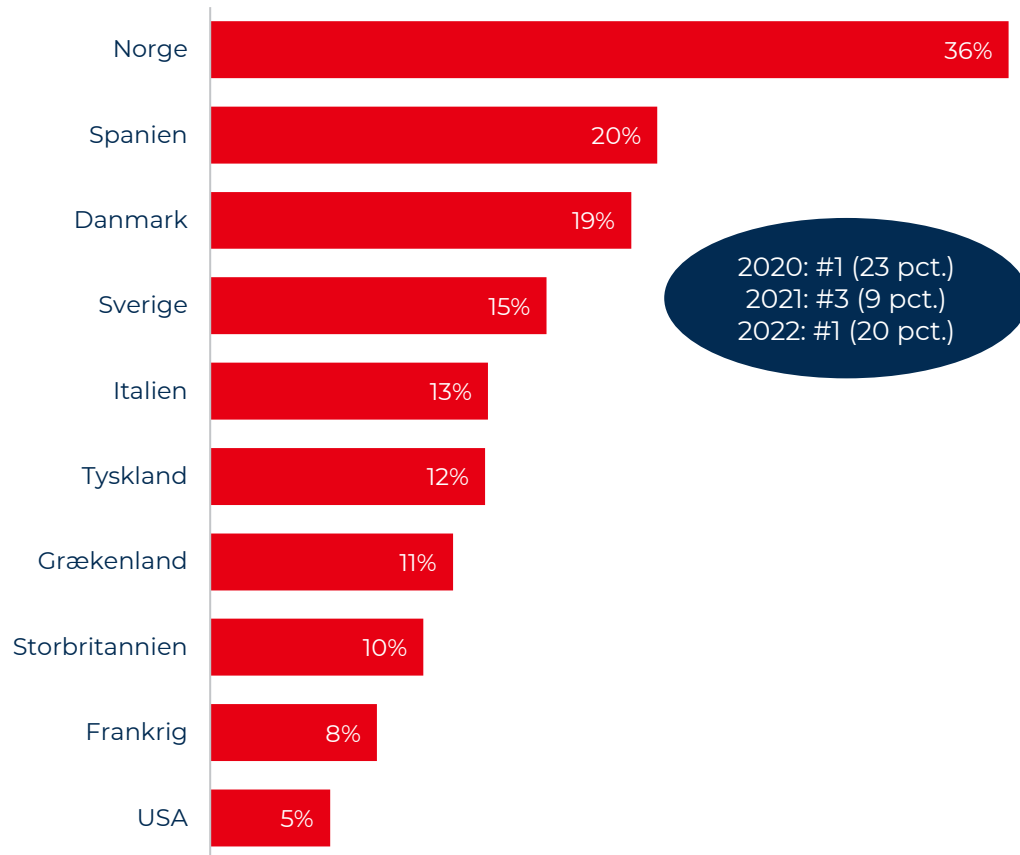
FERIEKALENDER 2023 / 2024



	September				Oktober				November				December				Januar				Februar				Marts				April				Maj				Juni				Juli				August				September																
Uge	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39									
Agder					E												J							V						P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Oslo					E												J							V						P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Viken					E												J							V						P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Troms og Finnmark					E												J							V	V					P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Svalbard					E												J													P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Innlandet						E											J								V					P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Møre og Romsdal						E											J							V						P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Rogaland						E											J								V					P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Trøndelag						E											J							V						P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Vestfold og Telemark						E											J							V						P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Vestland						E											J							V						P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															
Nordland						E											J								V					P							fre	man					S	S	S	S	S	S	S	S															

HVER FEMTE FORVENTER AT REJSE TIL DANMARK

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



Nordmændenes forventede rejsemål i 2023

Danmark er en populær feriedestination blandt nordmændene, og i 2023 forventer 19 pct. af besøge Danmark på en ferie. Det er på niveau med 2022, hvor andelen var 20 pct.

Hjemlandet er det foretrukne rejsemål blandt flest nordmænd.

Hver femte forventer at rejse til Spanien i 2023.

NORDMÆND VIL GERNE TIL DANMARK



FERIE UDEN BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

36 pct. af den norske befolkning vil på kyst-/naturferie uden børn.

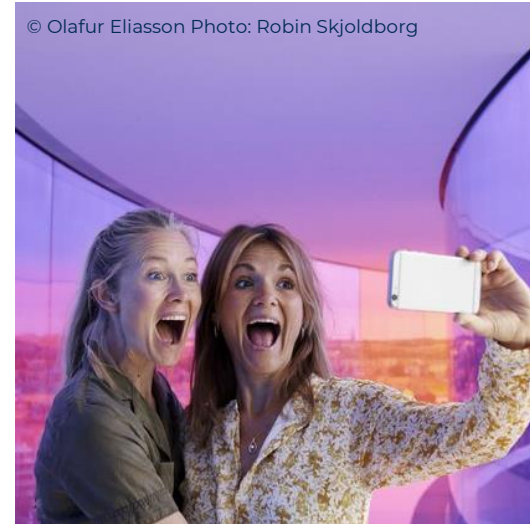
Af dem overvejer 7 pct. Danmark som rejsemål



FERIE MED BØRN VED KYSTEN ELLER UDEN FOR DE STØRRE BYER

21 pct. af den norske befolkning vil på kyst-/naturferie med børn.

Blandt dem overvejer 13 pct. Danmark som rejsemål



STORBYFERIE UDEN BØRN

21 pct. af den norske befolkning vil på storbyferie uden børn.

Blandt dem overvejer 8 pct. Danmark som rejsemål




STORBYFERIE MED BØRN

7 pct. af den norske befolkning vil på storbyferie med børn.

Af dem overvejer 14 pct. Danmark som rejsemål

FØR FERIE

 LYNGVIG LIGHTHOUSE

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

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

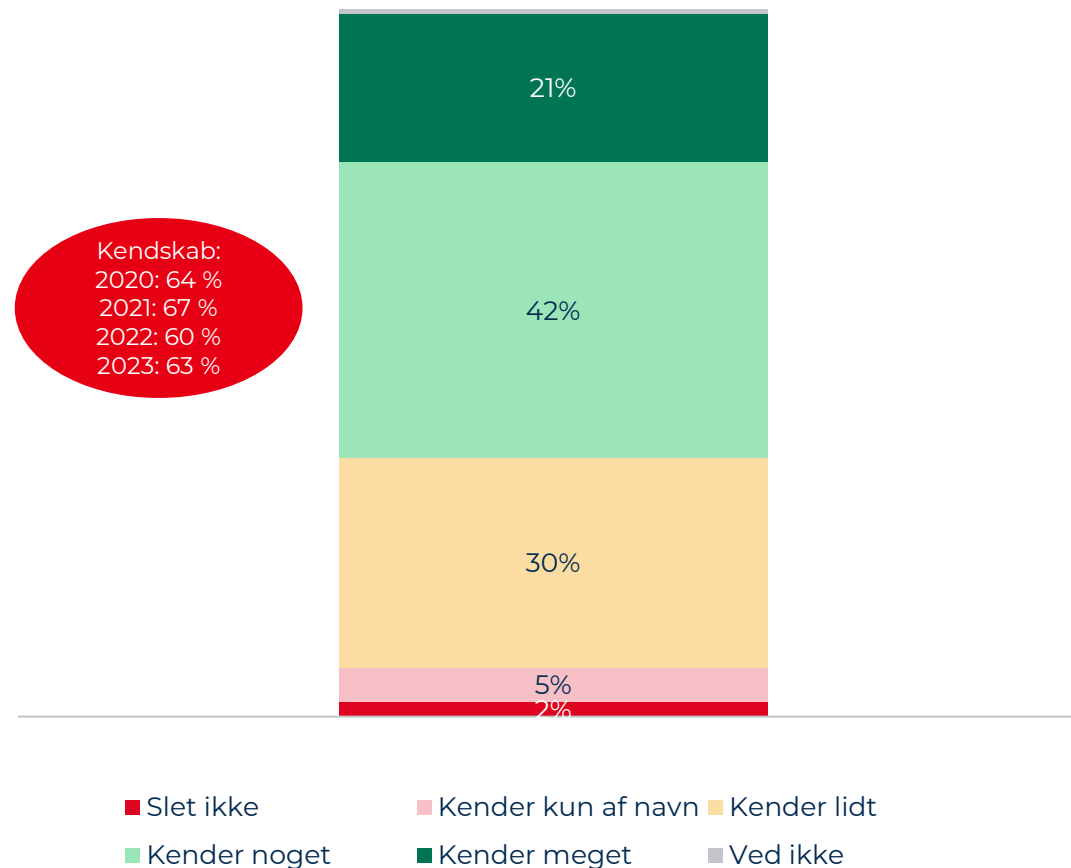


TO UD AF TRE NORDMÆND KENDER TIL DANMARK

Kendskab til Danmark som feriedestination

Knap to ud af tre nordmænd kender noget eller meget til Danmark som feriedestination. Der er yderligere 30 pct., som kender lidt til Danmark som feriedestination.

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?



NORSKE STORBYTURISTER BOOKER KORT TID FØR AFREJSE

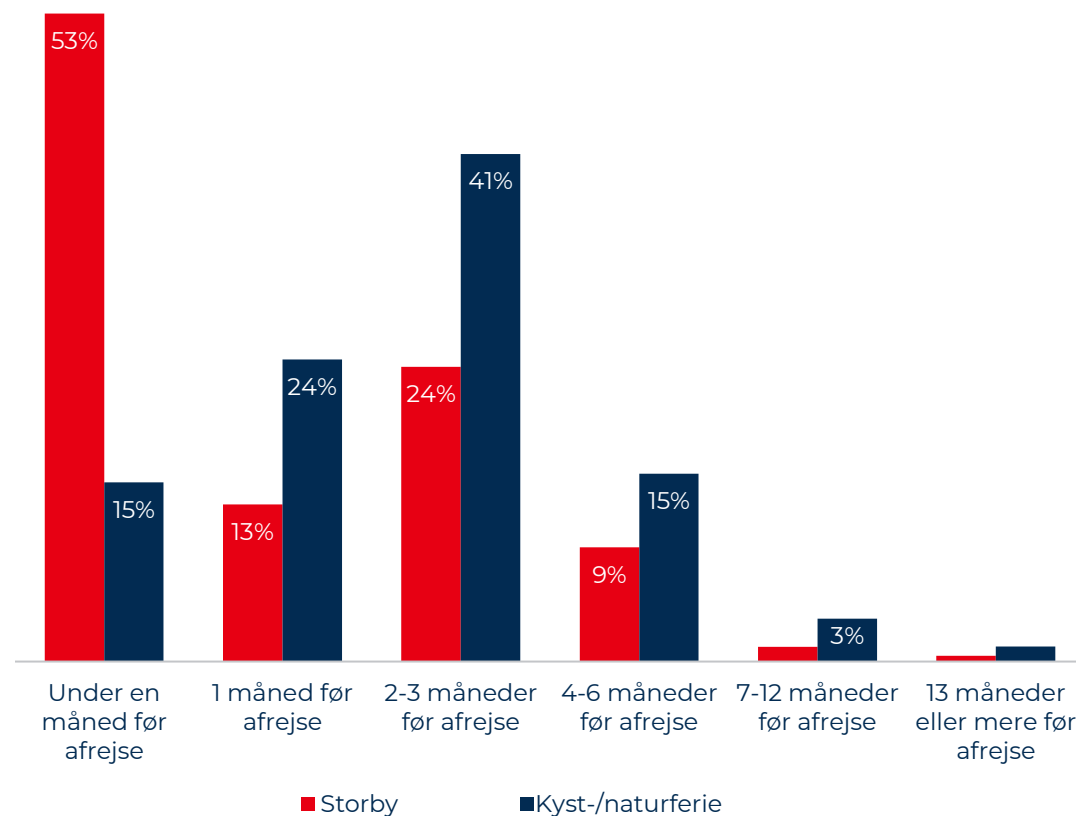
Bookinghorisont

Mange nordmænd booker deres Danmarksferier tæt på afrejse – det gælder i høj nordmænd, der holdt storbyferie i Danmark i 2022.

Lidt over halvdelen af de nordmænd, der holdt storbyferie i Danmark, bestilte således deres ferie under en måned før afrejse, mens det tilsvarende gjorde sig gældende for 15 pct. af de norske kyst- og naturturister.

Nordmænd, der holdt ferie i Kyst- og naturdanmark, bestilte oftere deres ferie i lidt bedre tid. Her bestilte 41 pct. ferien 2-3 måneder for afrejse.

Tidspunkt for første booking

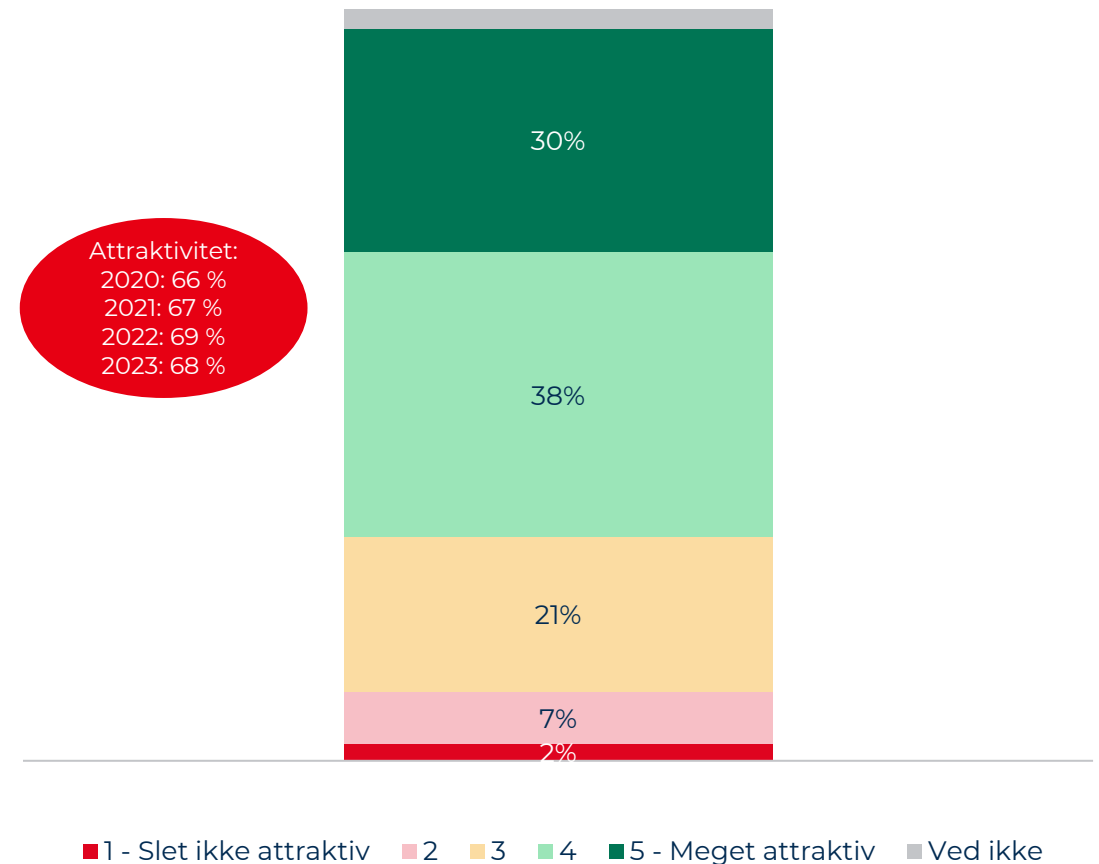


DANMARK ER ATTRAKTIV SOM FERIEDESTINATION

Danmarks attraktivitet som feriedestination

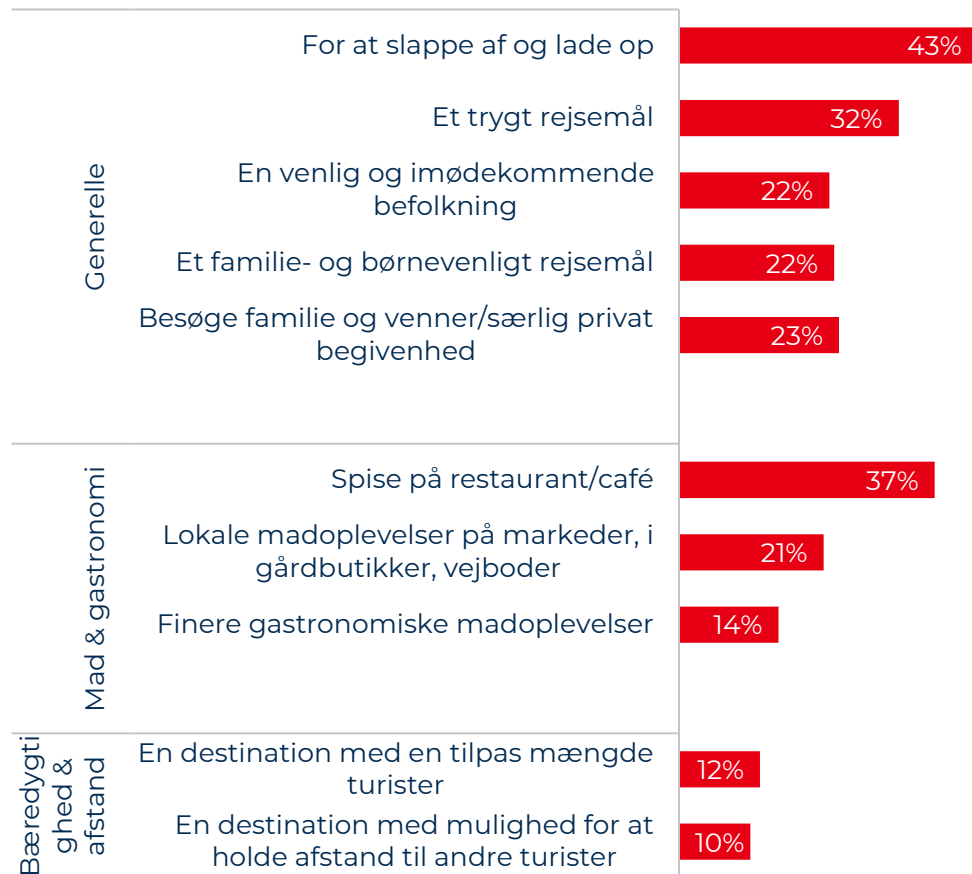
Knap syv ud af 10 nordmænd synes, at Danmark er attraktiv som feriedestination. Andelen, der synes at Danmark er meget attraktiv, er på 30 pct.

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?



AFSLAPNING OG SPISE UDE PÅ RESTAURANT ELLER CAFE ER VIGTIGE REJSEMOTIVER

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



Rejsemotiver: generelle, mad & gastronomi og bæredygtighed & afstand

43 pct. af nordmændene har angivet, at det er vigtigt for dem at kunne slappe af og lade op på deres ferie.

Knap fire ud af 10 (37 pct.) angiver, at de lægger vægt på at kunne spise på restaurant eller café, når de vælger feriedestination.

FOKUS PÅ NATUR, STRAND, KYST OG HAV

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



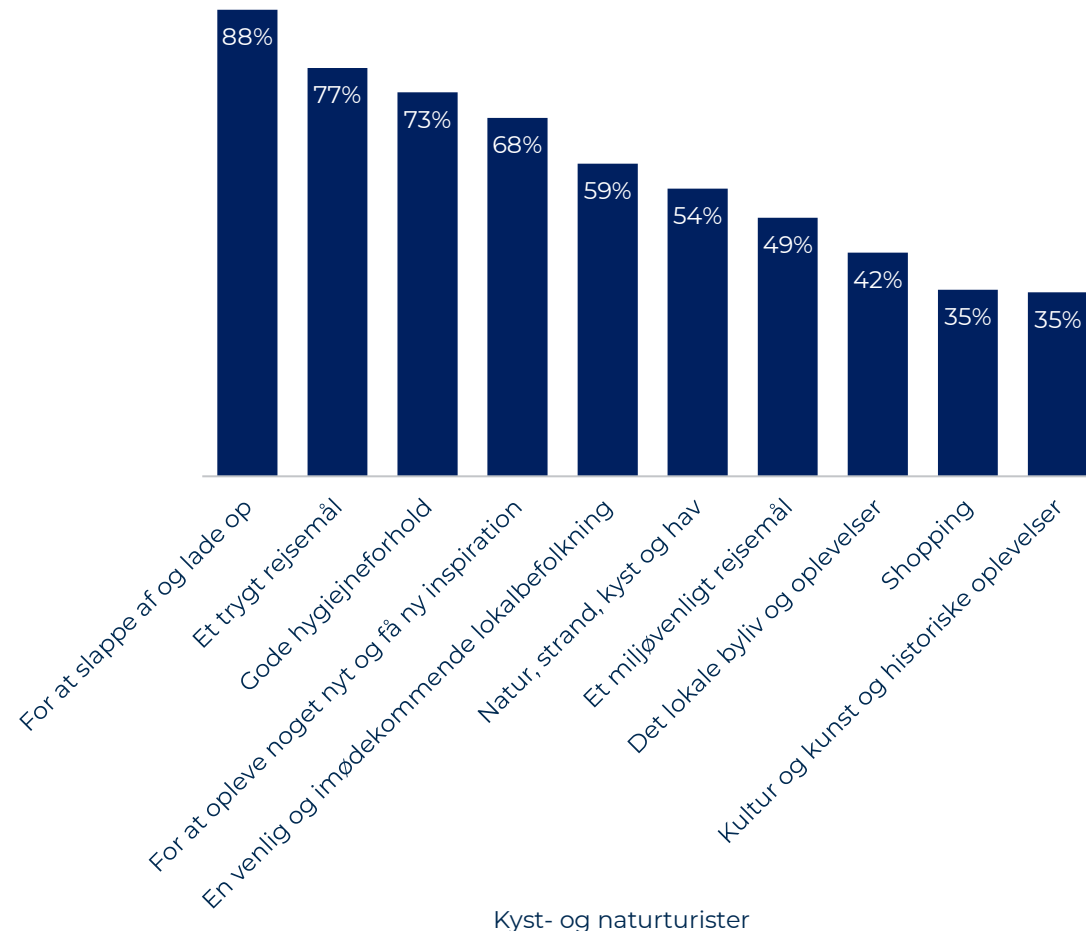
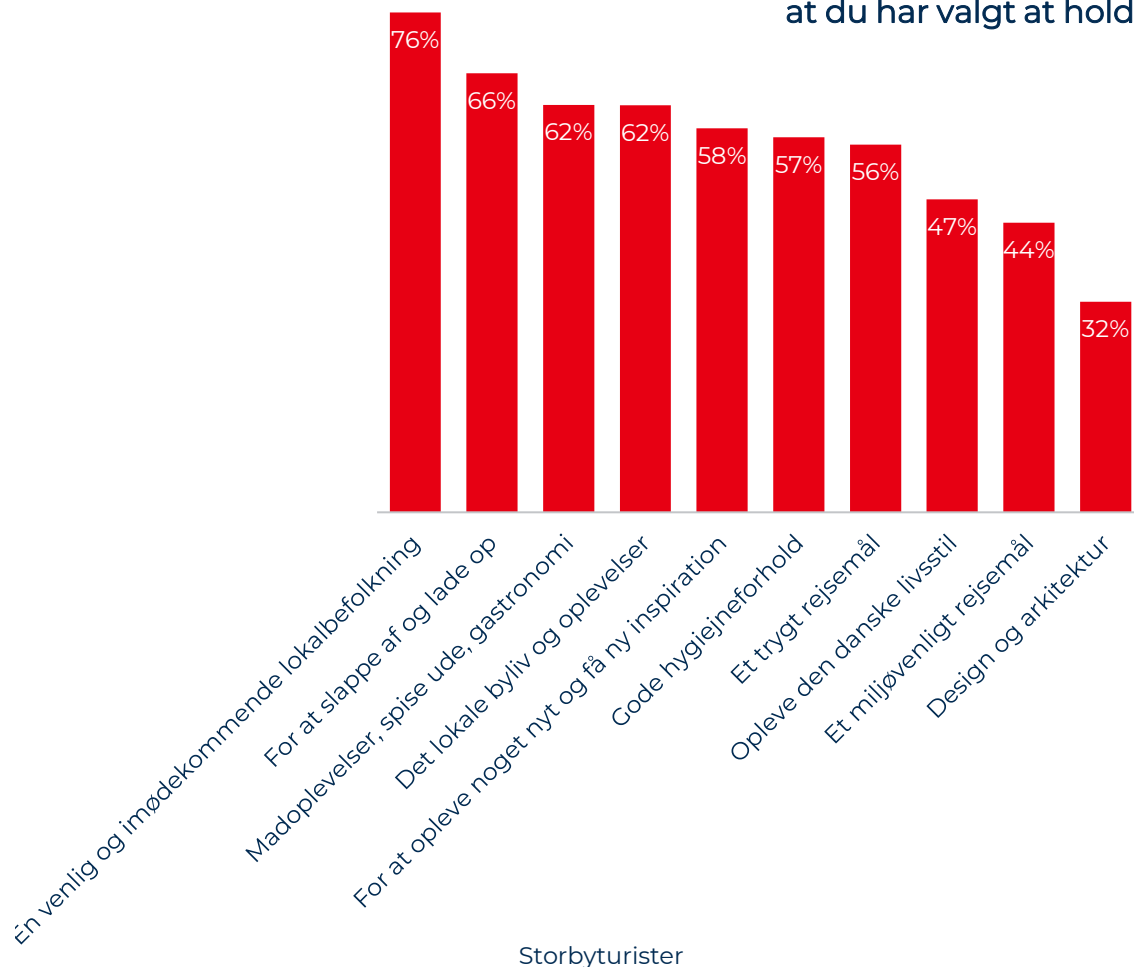
Rejsemotiver: natur & outdoor og oplevelser

Fire ud af ti nordmænd havde fokus på natur, strand, kyst og hav, da de valgte feriedestination. Med 17 pct., der angiver at have haft fokus på muligheden for at koble af i naturen, er afslapning også i fokus.

Andre oplevelser, som nordmænd er interesserede i, når de vælger feriedestination, er det lokale byliv og oplevelser (28 pct.), shopping (22 pct.) og kultur, kunst og historiske oplevelser/seværdigheder (22 pct.).

STORBYTURISTER EFTERSPØRGER DANSKERNES VENLIGHED OG IMØDEKOMMENHED

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

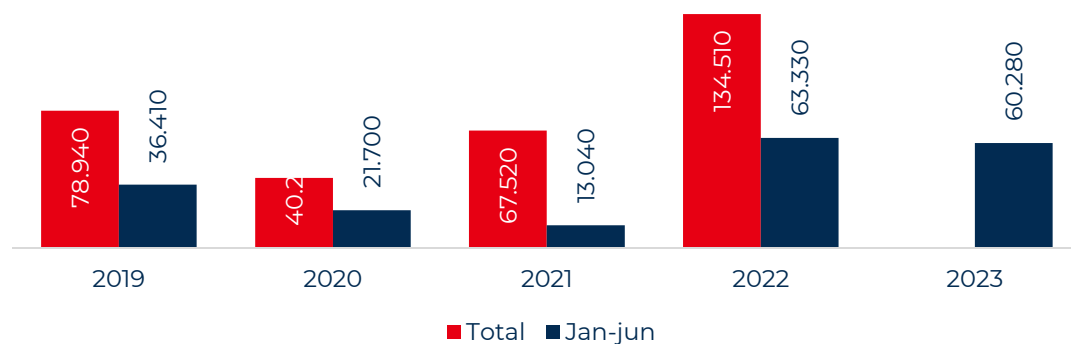


INTERESSE I DANSK GASTRONOMI

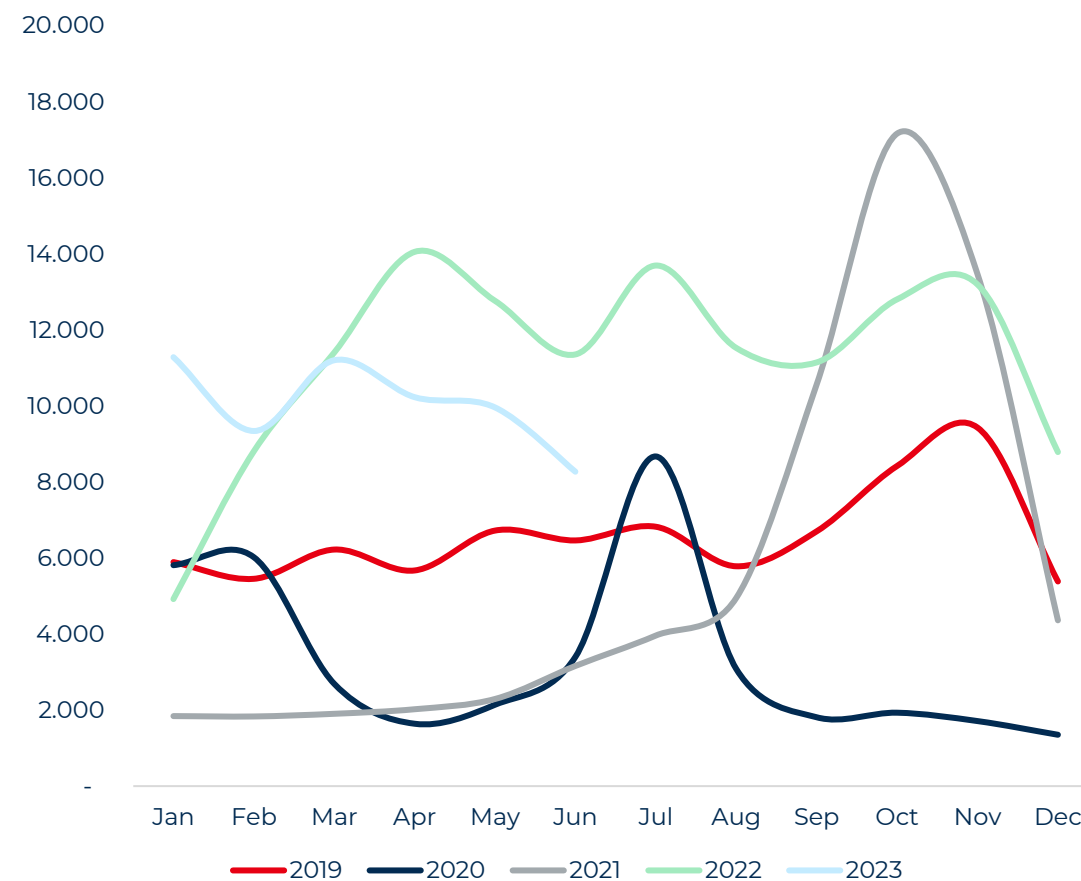
I første halvdel af 2023 har norske søgninger efter gastronomi-relaterede termer om Danmark været under 2022 niveauet. Søgevolumen i januar måned er dog højere end tidligere år. Stigningen skyldes en stor efterspørgsel efter Noma, som i januar 2023 annoncerede deres lukning i 2024.

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 pr. år og halvår efter gastronomi-relaterede søgetermer om Danmark



Månedlig søgevolumen efter gastronomi-relaterede søgetermer om Danmark



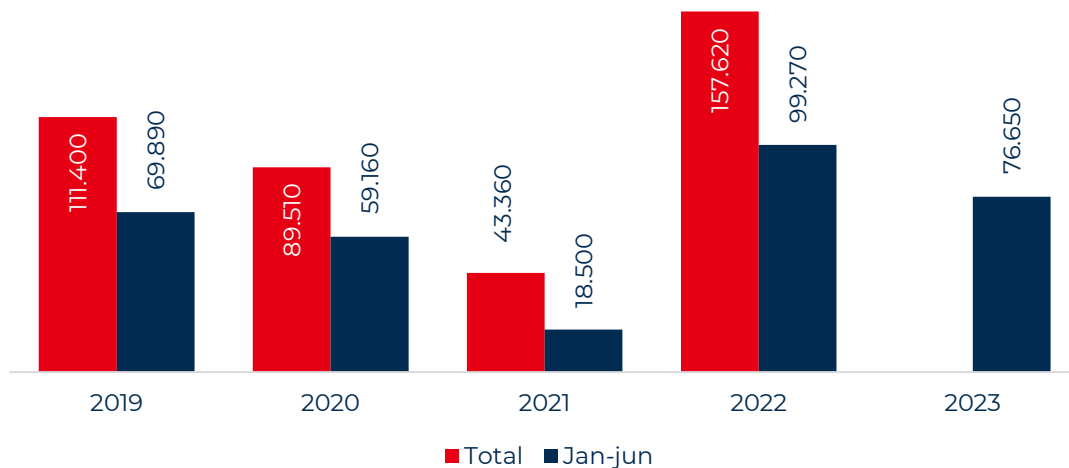
NORDMÆNDENE VISER SÆRLIG INTERESSE FOR CAMPING SOM OUTDOOROPLEVELSE

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.

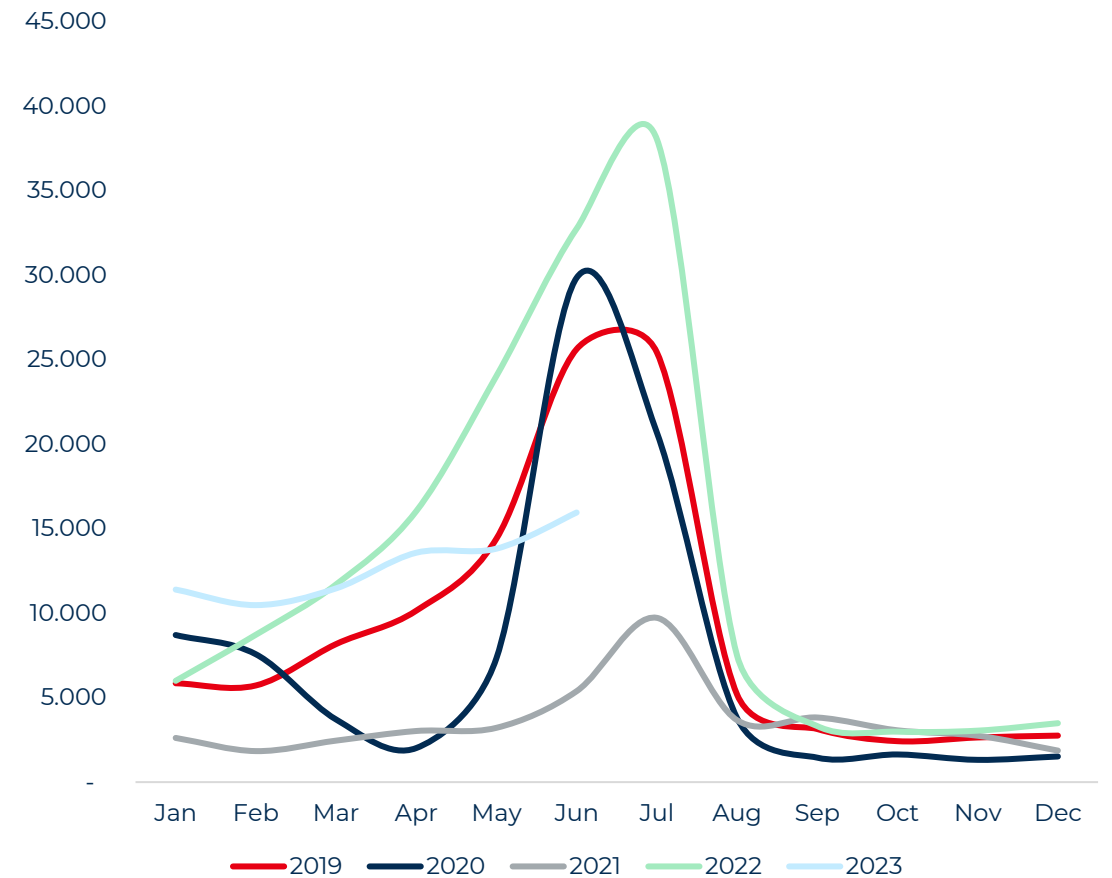
Niveauet for outdoor-relaterede søgninger har været stigende siden 2019, men er i det første halvår af 2023 samlet set under niveauet i 2022.

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



INSPIRATION HENTES VIA SØGEMASKINER OG SOCIALE MEDIER

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



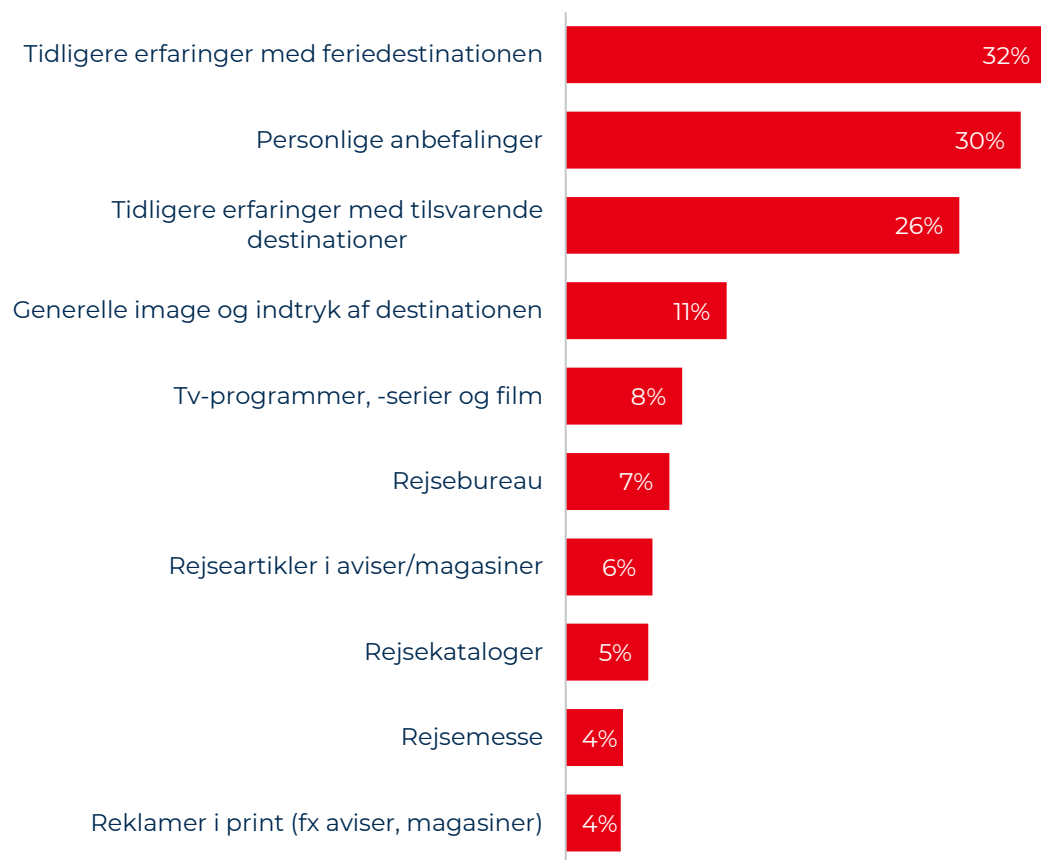
Online inspirationskilder

Når nordmænd søger inspiration i forbindelse med deres valg af feriedestination, gør mange (20 pct.) brug af generelle internetsøgninger.

En stor andel (16 pct.) gør desuden brug af sociale medier, som Facebook eller Snapchat, når de søger inspiration forud for valg af feriedestination.

ANBEFALINGER OG EGNE ERFARINGER ER VIGTIGE

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



Øvrige inspirationskilder

Flest nordmænd gør brug af offline kilder, når de søger inspiration i forbindelse med valg af feriedestination – dvs. kilder som ikke er på internettet.

Næsten en ud af tre nordmænd baserer sit valg på tidligere erfaringer med feriedestinationen. Også personlige anbefalinger og tidligere erfaringer med tilsvarende destinationer fylder meget hos nordmændene.

NORSKE STORBYTURISTER BRUGER DERES EGNE ERFARINGER MED DANMARK TIL INSPIRATION

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

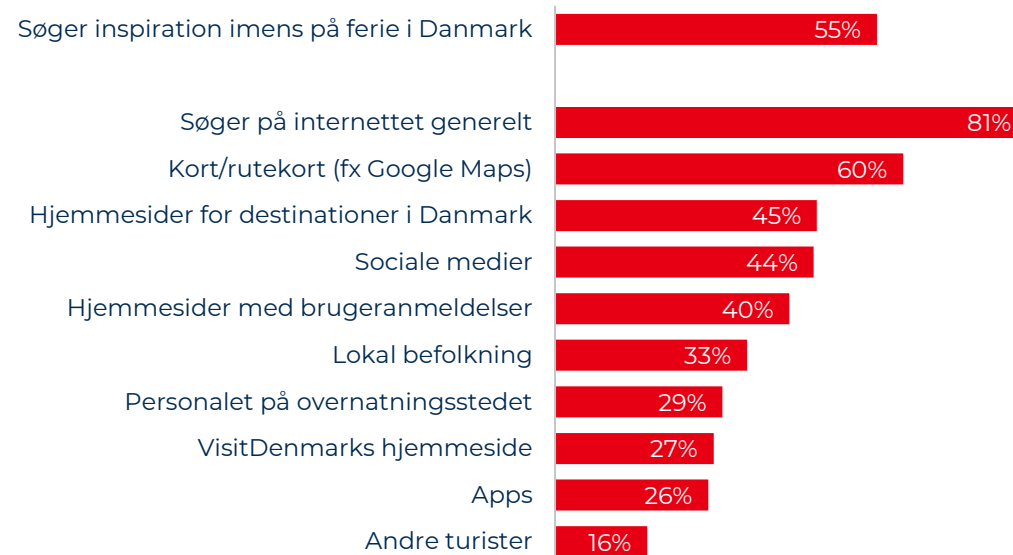


Inspirationssøgning inden og på ferien i Danmark

Knap syv ud af 10 (69 pct.) af de norske storbyturister, der var på ferie i Danmark i 2022, brugte deres egne tidligere erfaringer med Danmark som inspiration.

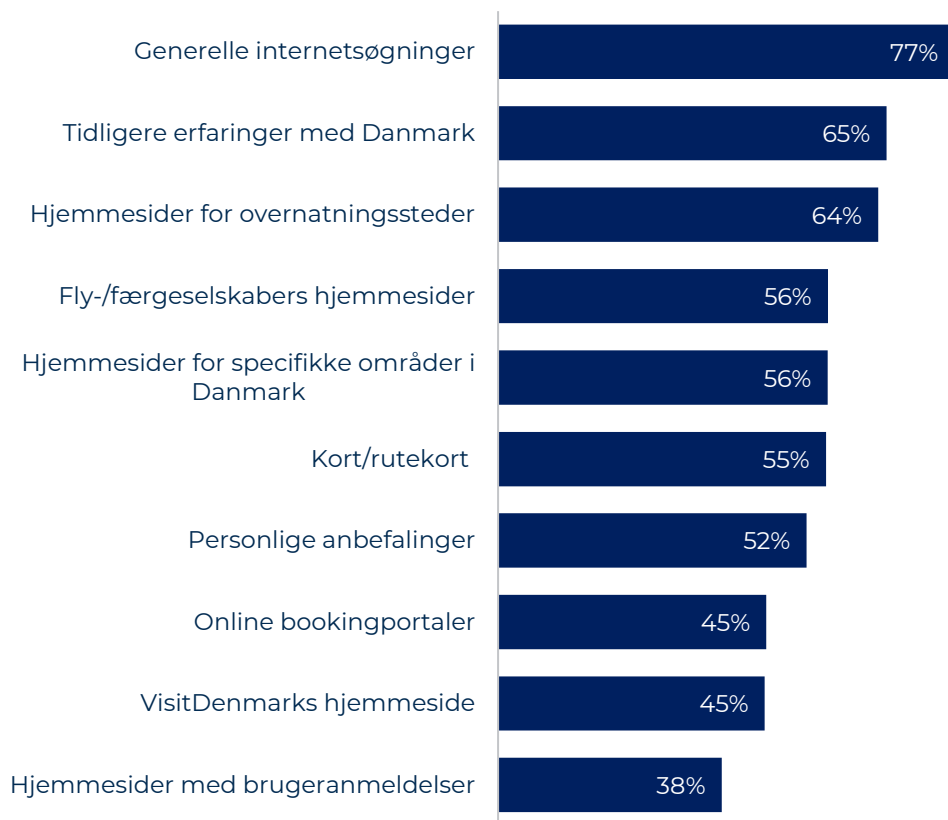
Over halvdelen (55 pct.) af de norske storbyturister, der var på ferie i Danmark, søgte inspiration på ferie i Danmark. Generelle internetsøgninger og kort/rutekort blev i den forbindelse brugt af mange.

Inspirationssøgning på ferien i Danmark?



NORSKE KYST- OG NATURTURISTER GØR I HØJ GRAD BRUG AF GENERELLE INTERNETSØGNINGER

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

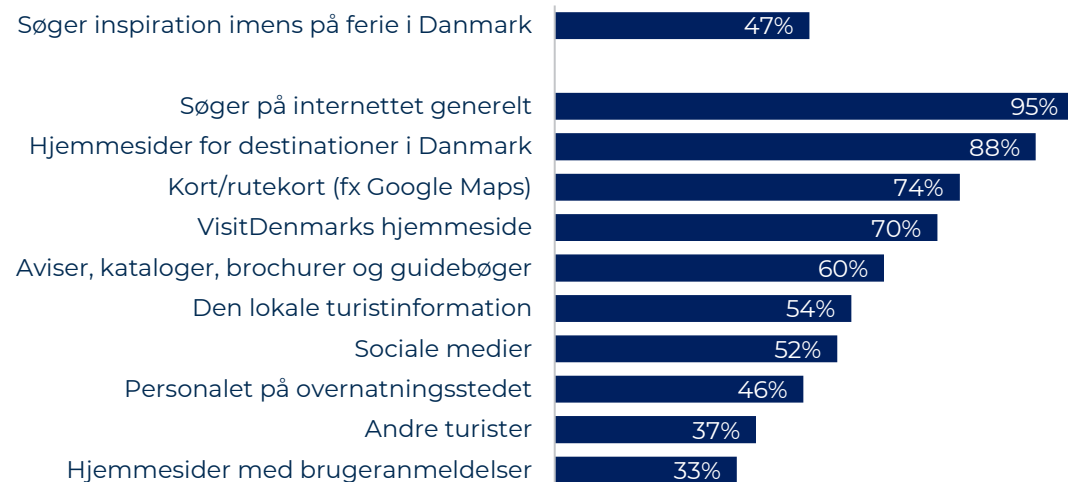


Inspirationssøgning inden og på ferien i Danmark

I modsætning til de norske storbyturister bruger de norske kyst- og naturturister oftest generelle internetsøgninger forud for en rejse til Danmark (77 pct).

Knap halvdelen af de norske kyst- og naturturister på ferie i Danmark har søgt inspiration, mens de var på ferie. Her er generelle internetsøgninger populære blandt mange (95 pct.).

Inspirationssøgning på ferien i Danmark?



FERIEN I DANMARK



KAPITLET INDE- HOLDER BL.A. DATA OM

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



FLERE OVERNATNINGER I SAMTLIGE AF DE 19 DESTINATIONSSKABER I 2022 IFT. 2021

Norske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
Wonderful Copenhagen	567.071	14,5%	300,3%
Destination Nordvestkysten	348.995	-13,1%	514,9%
Destination Nord	335.164	-7,1%	325,0%
Aarhusregionen	232.141	-10,1%	678,6%
Destination Trekantområdet	227.619	1,8%	920,7%
Destination Vesterhavet	115.947	15,1%	1169,5%
Destination Fyn	68.538	-14,8%	333,8%
Destination Himmerland	62.420	-4,7%	843,0%
Destination Sønderjylland	46.225	-14,3%	427,2%
VisitLolland-Falster	37.509	-16,4%	1002,9%
VisitNordsjælland	35.781	-20,3%	607,8%
Destination Kystlandet	34.278	-12,7%	670,2%
Destination Bornholm	26.134	-19,9%	464,3%
Destination Vadehavskysten	20.083	11,5%	223,3%
Destination Limfjorden	19.380	-23,6%	399,6%
Visit Sydsjælland & Møn	14.894	0,1%	479,5%
VisitHerning	13.626	-1,2%	249,9%
Destination Sjælland	11.129	-13,5%	452,0%
VisitFjordlandet	6.968	-19,8%	354,5%

Udvikling i antal norske overnatninger fra 2021 til 2022



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

Antallet af norske overnatninger ligger i 1. halvår 2023 under 2019-niveauet i 18 ud af 19 destinationsselskaber. Det er kun Destination Vadehavskysten, der har oplevet en stigning.

Sammenlignet med 2022 er der dog fem destinationsselskaber, der har oplevet en stigning i det 1. halvår i 2023.

	Antal overnatninger 1. halvår 2023	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2022
Wonderful Copenhagen	201.280	0%	2%
Destination Nord	96.205	-22%	-4%
Destination NordVestkysten	85.541	-25%	-10%
Destination Trekantområdet	59.198	-11%	-6%
Aarhusregionen	48.228	-26%	-3%
Destination Vesterhavet	18.310	-18%	-15%
Destination Fyn	15.082	-12%	10%
Destination Himmerland	13.151	-29%	-18%
Destination Sønderjylland	9.162	-34%	-4%
Destination Vadehavskysten	7.201	25%	9%
VisitNordsjælland	6.314	-49%	-13%
Destination Bornholm	5.980	-45%	-19%
Destination Kystlandet	5.756	-35%	-13%
VisitLollandFalster	5.087	-25%	3%
VisitHerning	4.418	-26%	40%
Destination Limfjorden	3.823	-35%	-25%
Destination Sjælland	2.070	-18%	-18%
Visit Sydsjælland og Møn	2.050	-32%	-29%
Destination Fjordlandet	1.585	-39%	-16%

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

	Norske overnatninger 2022 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2022	Udvikling fra 2021 til 2022
Norge	26.314	8%	11%
Europa	19.839	-14%	234%
Øvrige udland	4.935	-56%	378%
I alt	51.089	-13%	66%
1. Spain	5.055	-6%	180%
2. Sweden	3.342	-4%	319%
3. United Kingdom	2.477	-14%	519%
4. Denmark	2.243	-3%	444%
5. Greece	2.198	-2%	101%
6. Italy	967	-22%	134%
7. United States	894	-29%	563%
8. Thailand	648	-64%	707%
9. Germany	636	-24%	272%
10. Croatia	616	-38%	445%
11. France	425	-29%	206%
12. Portugal	275	-24%	248%
13. Poland	265	-46%	182%
14. Turkey	258	-9%	269%
15. Cyprus	256	-28%	2561200%
16. Australia	249	-53%	2093%
17. Egypt	248	-31%	251%
18. Netherlands	221	-14%	284%
19. Canada	214	-39%	393%
20. Philippines	202	-44%	2486%

Danmark ligger højt (#4) på listen over nordmændenes mest besøgte rejsemål i udlandet

DANMARK ER I KONKURRENCE SVERIGE, STORBRIANNIEN OG EN RÆKKE SYDEUROPAÆISKE LANDE

Konkurrentfeltet

Danmarks andel af norske overnatninger i Europa ligger i 2022 højere end i både 2019 og 2021.

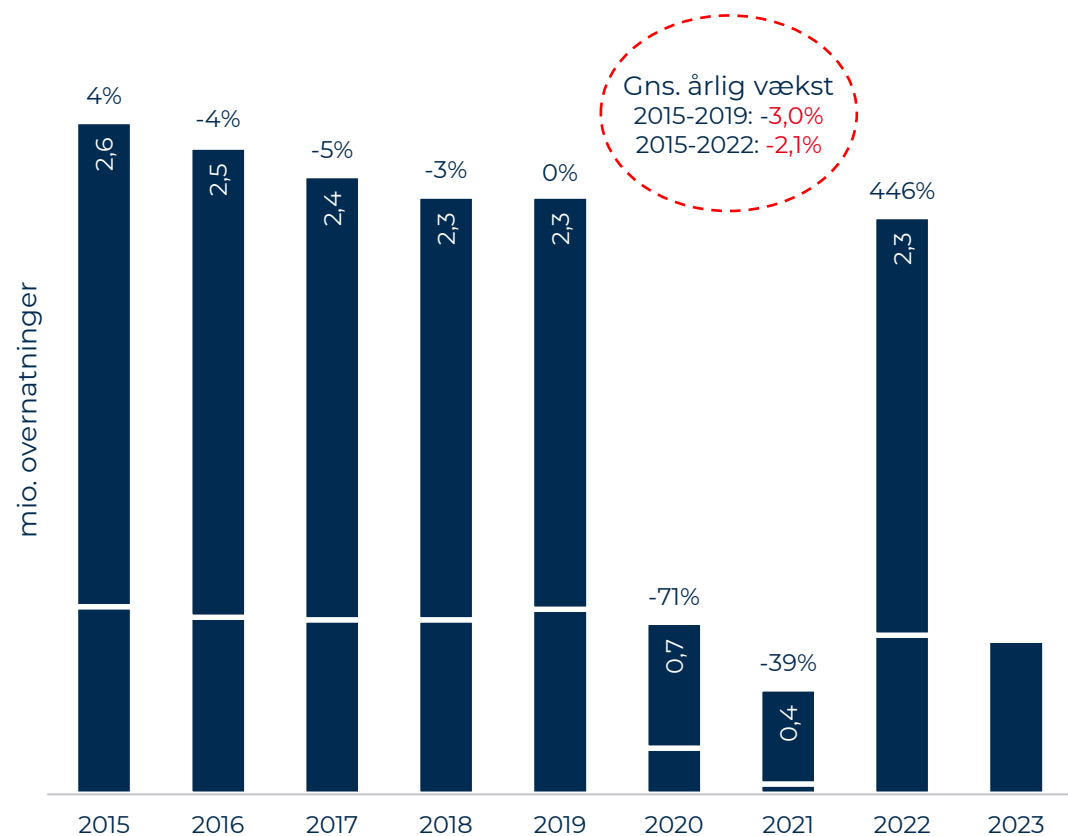
	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2021	Andel af europæiske overnatninger 2022
1. Spain	23,3%	30,1%	25,3%
2. Sweden	15,0%	13,3%	16,7%
3. United Kingdom	12,5%	6,7%	12,4%
4. Denmark	10,0%	6,9%	11,2%
5. Greece	9,6%	18,2%	11,0%
6. Italy	5,4%	6,9%	4,8%
7. Germany	3,6%	2,9%	3,2%
8. Croatia	4,3%	1,9%	3,1%
9. France	2,6%	2,3%	2,1%
10. Portugal	1,6%	1,3%	1,4%
11. Poland	2,1%	1,6%	1,3%
12. Turkey	1,2%	1,2%	1,3%
13. Netherlands	1,1%	1,0%	1,1%
14. Austria	1,5%	1,7%	0,7%
15. Finland	0,8%	0,8%	0,7%
16. Bulgaria	1,0%	0,3%	0,7%
17. Czech Republic	0,7%	0,6%	0,6%
18. Malta	0,5%	0,4%	0,5%
19. Iceland	0,4%	0,5%	0,5%
20. Switzerland	0,4%	0,3%	0,4%

Kilde: Tourism Economics.

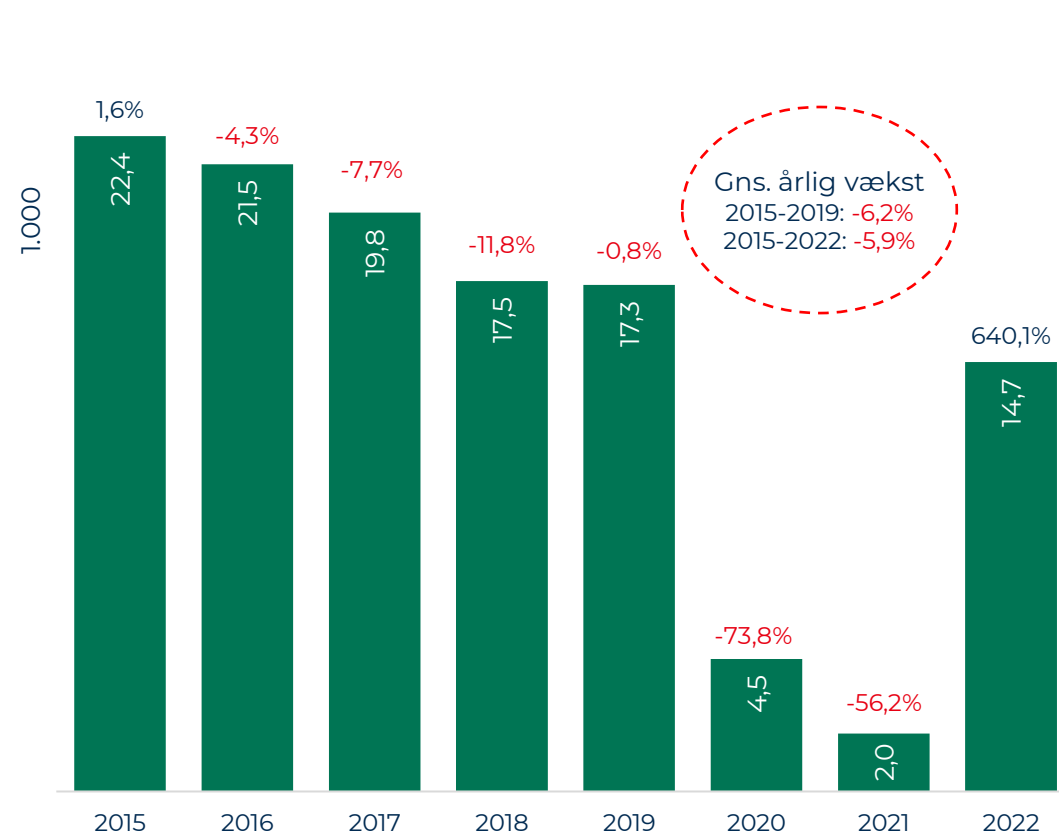
S. 35 Anm.: Listen er sorteret efter lande med flest overnatninger.

POSITIV UDVIKLING I 2022 I BÅDE ANTAL OVERNATNINGER OG UDLEJEDE FERIEHUSUGER

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



Udlejede feriehusuger til norske turister 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.

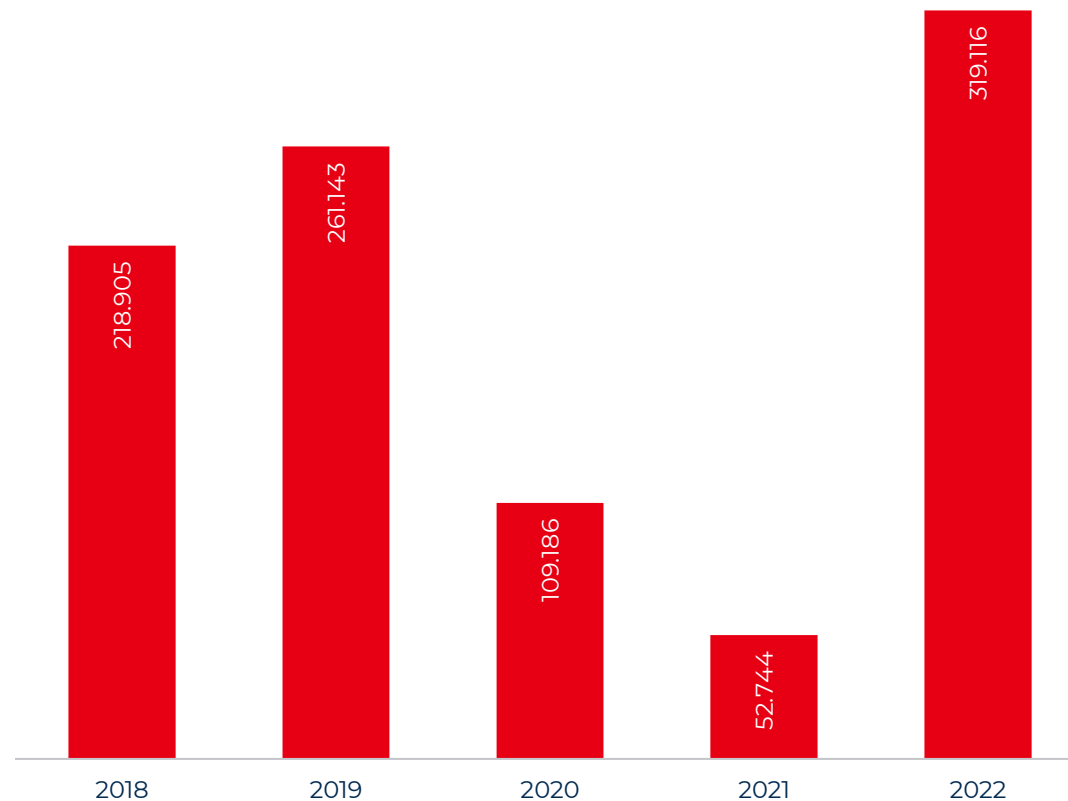
STOR STIGNING I NORSKE OVERNATNINGER BOOKET VIA ONLINE PLATFORME

Nordmændenes overnatninger booket via online-bookingplatforme

Antallet af norske overnatninger booket via bookingplatforme (Airbnb, Booking, Expedia og Tripadvisor) er steget markant i 2022 – også sammenlignet med årene før pandemien.

I 2022 blev der registeret 319.116 norske overnatninger, som var booket via bookingplatforme, mens der i 2019 var tale om 261.143 overnatninger. Det svarer til en stigning på 22 pct. fra 2019 til 2022.

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



FLEST NORSKE OVERNATNINGER I JULI

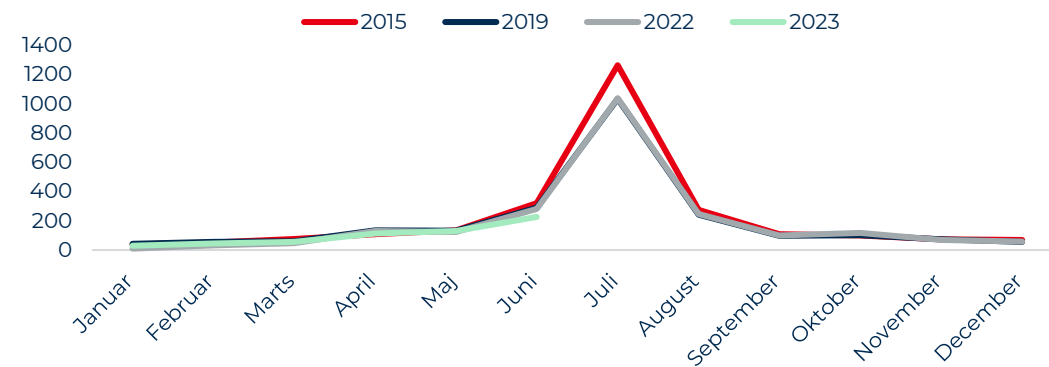
Norske overnatninger fordelt over året

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

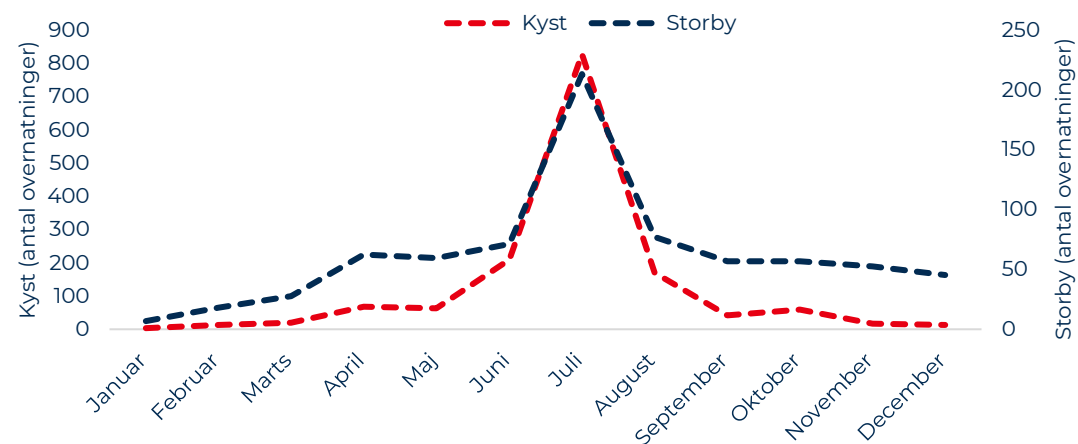
Fra 2019 til 2021 faldt antallet af norske overnatninger i Danmark med 82 pct. Fra 2021 til 2022 steg det markant og er næsten tilbage på 2019-niveauet.

	2015	2019	2021	2022	2015	2019	2021	2022
	Antal (1.000)				Indeks (2019=100)			
Høj	1.539	1.279	156	1.286	120	100	12	101
Skulder	851	817	169	797	104	100	21	97
Vinter	231	226	88	168	102	100	39	74
I alt	2.621	2.322	413	2.251	113	100	18	97

Norske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



2022



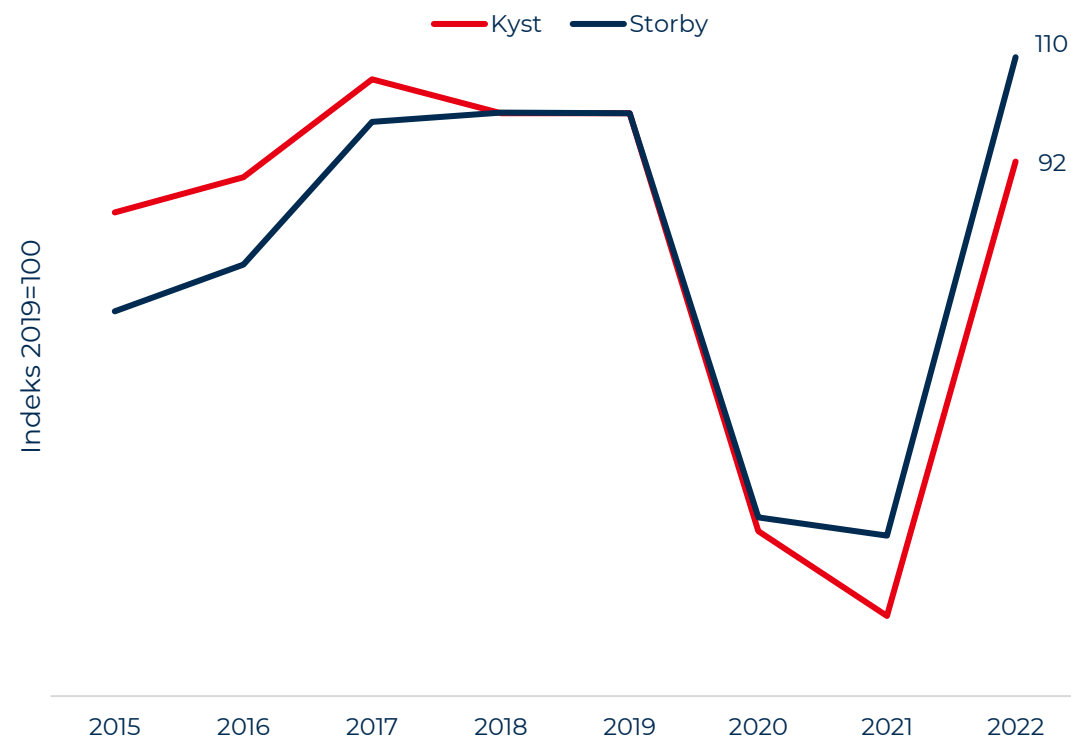
STOR STIGNING I NORSKE OVERNATNINGER I BÅDE STORBY OG KYST FRA 2021-2022

Norske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Kyst-/naturdanmark*	1.641	225	1.504	-8%	568%
De fire storbyer*	682	187	747	10%	299%
I alt*	2.322	413	2.252	-3%	446%

År-til-dato (januar-juni)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2022	2023	2019-2023	2022-2023
Kyst -/naturdanmark*	451	377	348	-23%	-8%
De fire storbyer*	264	246	251	-5%	2%
I alt*	715	622	599	-16%	-4%

Udvikling i norske overnatninger* inden for kyst og storby



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

3/4 AF DE NORSKE STORBYOVERNATNINGER FINDER STED I KØBENHAVN

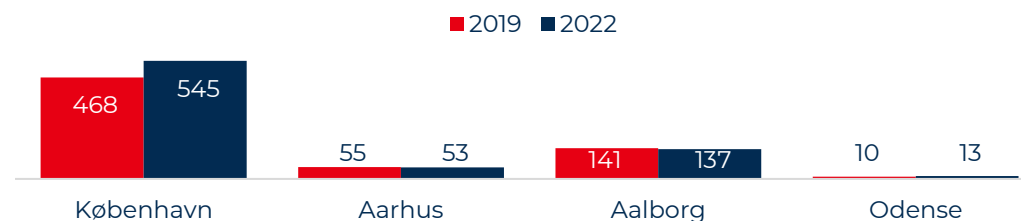
Overnatninger i de fire storbyer*

	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

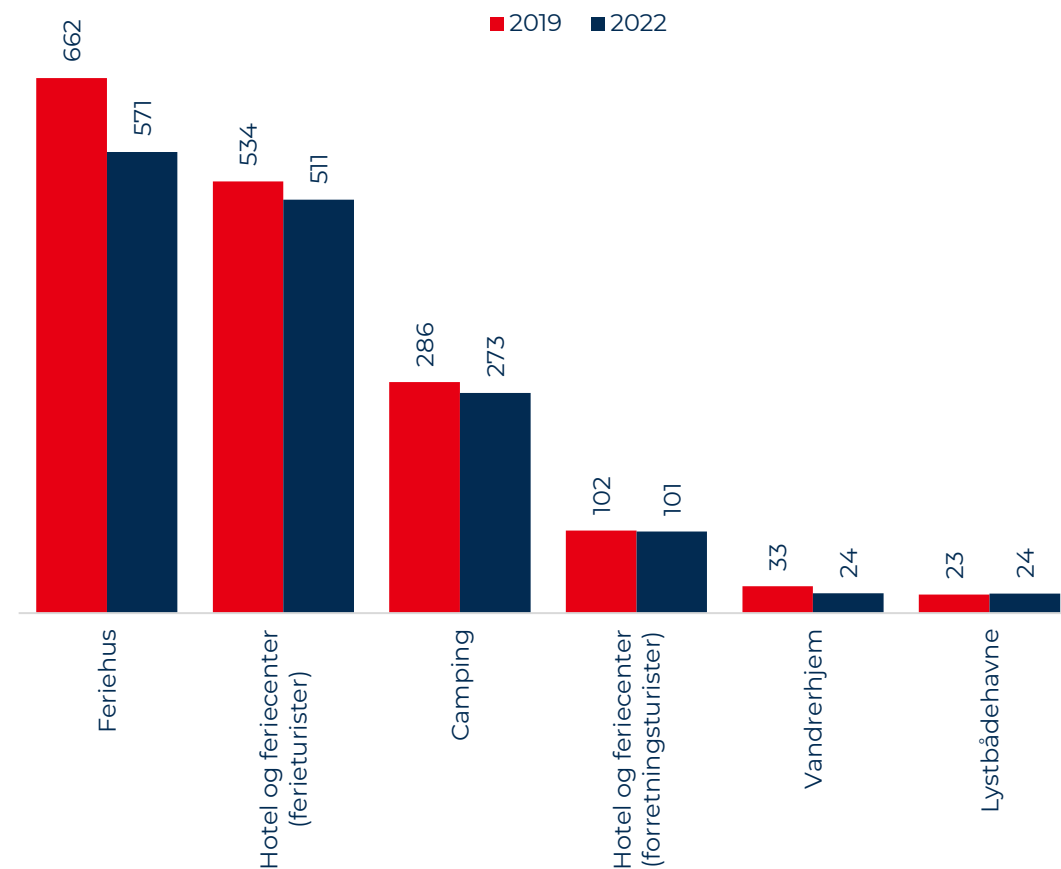
Udvikling i norske storbyovernatninger (1.000)



FERIEHUSE STÅR FOR EN STOR ANDEL AF DE NORSKE OVERNATNINGER INDEN FOR KYST

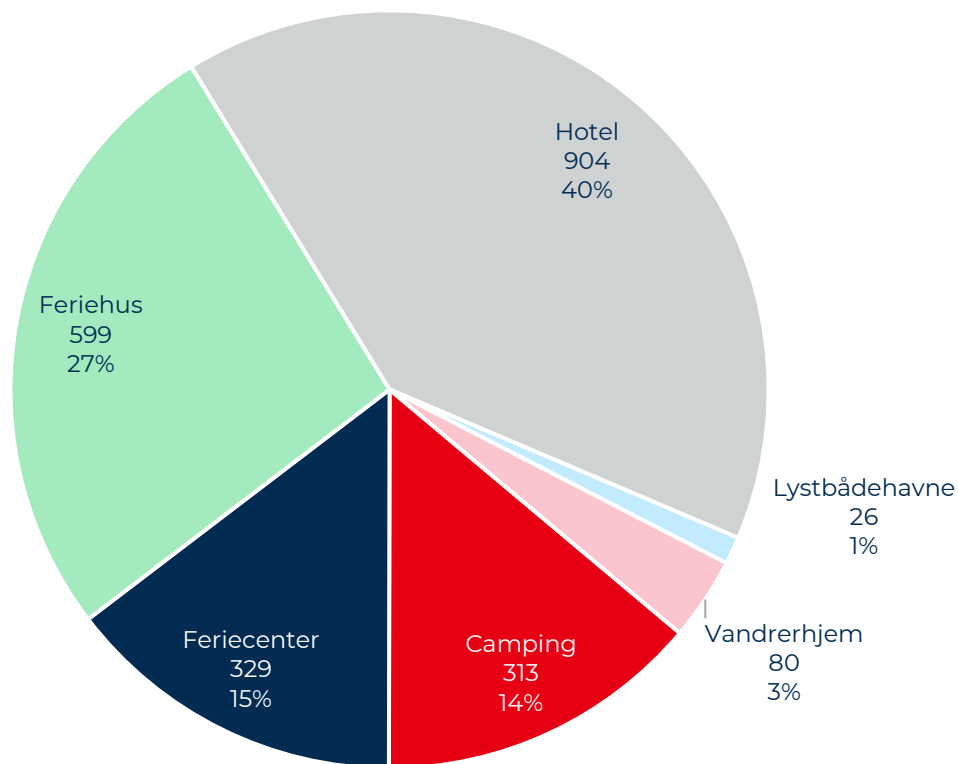
	Overnatninger (1000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	24.647	51%	
Udlandet	23.938	49%	
Tyskland	18.361	38%	77%
Norge	1.504	3%	6%
Nederlandene	1.332	3%	6%
Sverige	927	2%	4%
Storbritannien	177	0%	1%
USA	97	0%	0%
Frankrig	78	0%	0%
Italien	75	0%	0%
Indien	9	0%	0%
Kina	6	0%	0%
Øvrige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

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

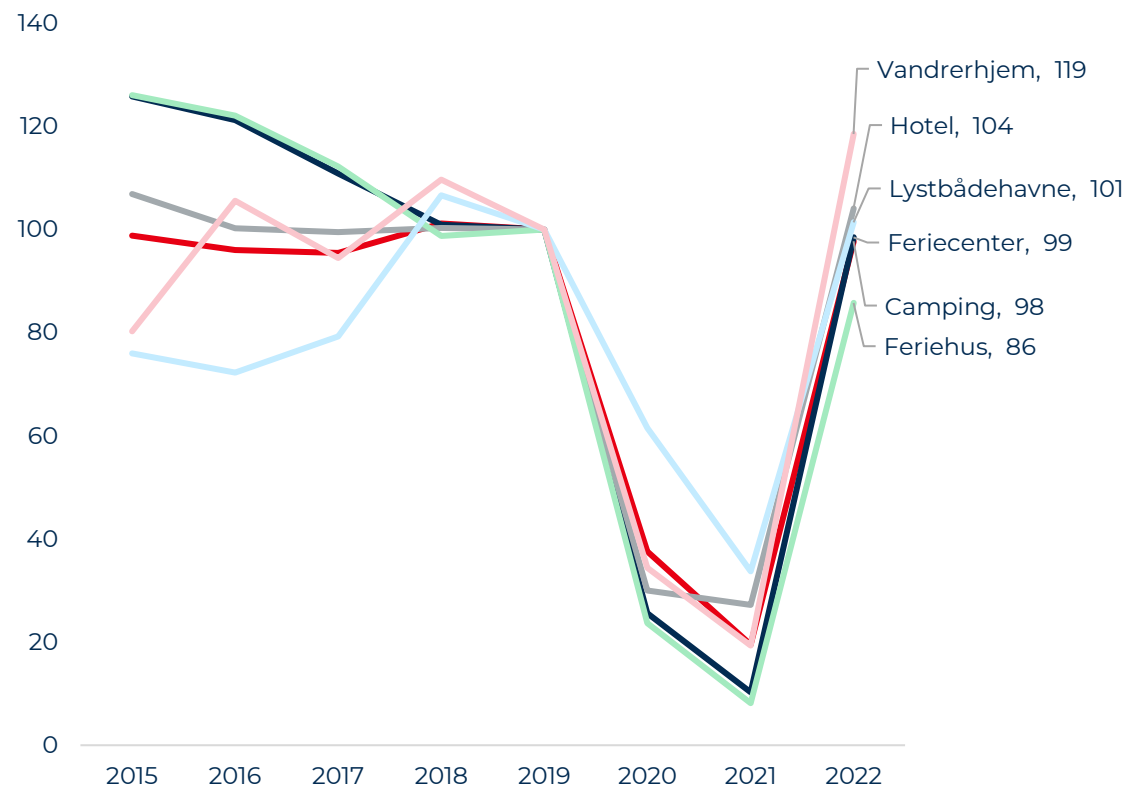


NORSKE OVERNATNINGER I DANMARK SPREDER SIG PÅ FORSKELLIGE OVERNATNINGSFORMER

Norske overnatninger i Danmark 2022 (1.000)



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

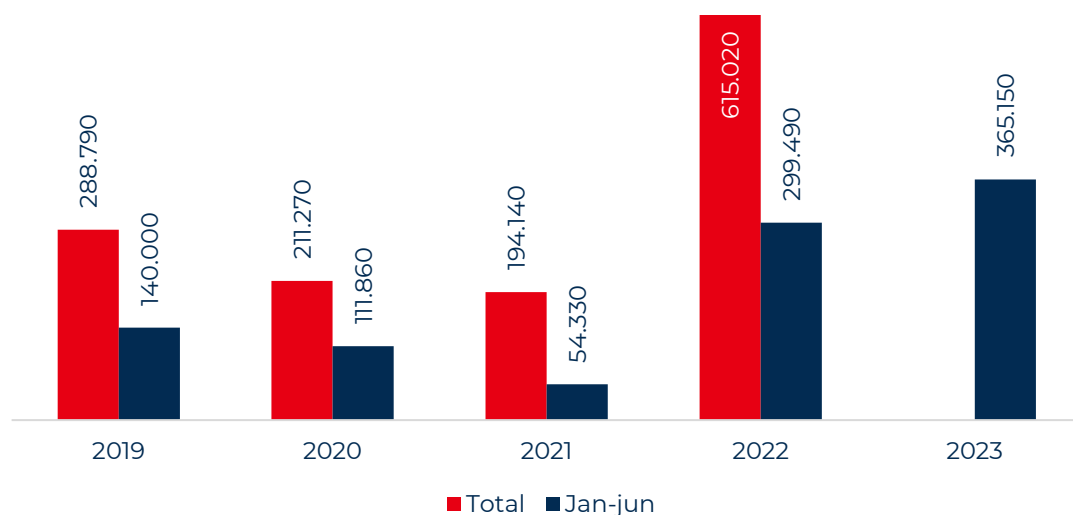


NORSK INTERESSE FOR DANSKE HOTELLER ER STIGENDE

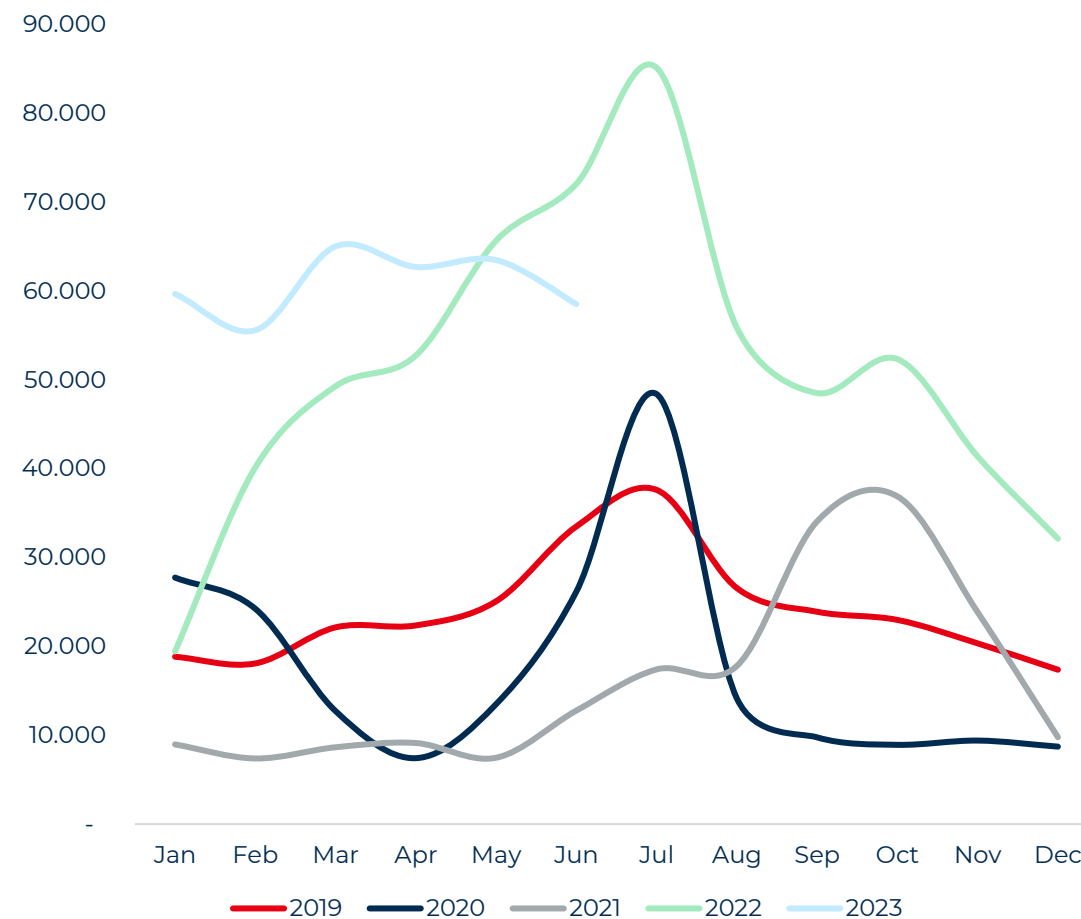
I de første fire måneder af 2023 har norske søgninger efter hoteller i Danmark været højere end de tidligere år.

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 pr. år og halvår for hoteller i Danmark

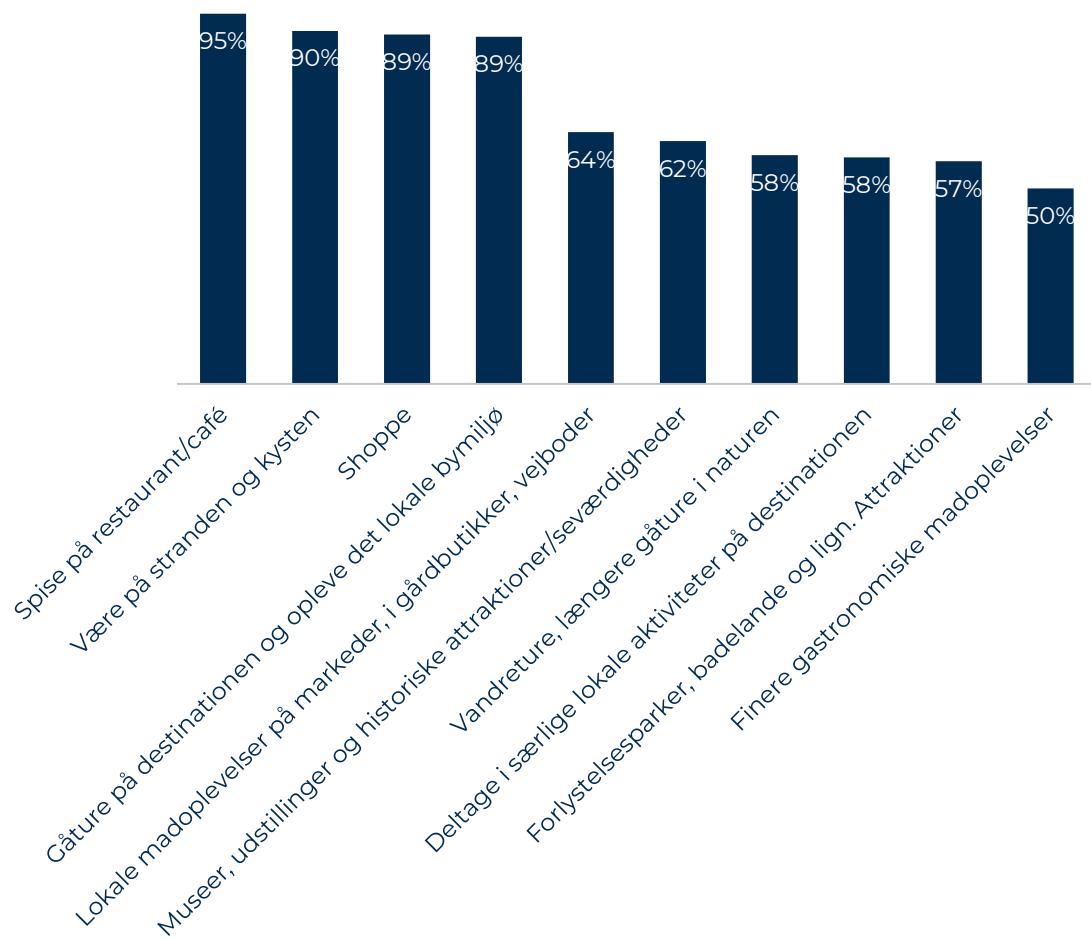


Månedlige søgninger efter hoteller i Danmark

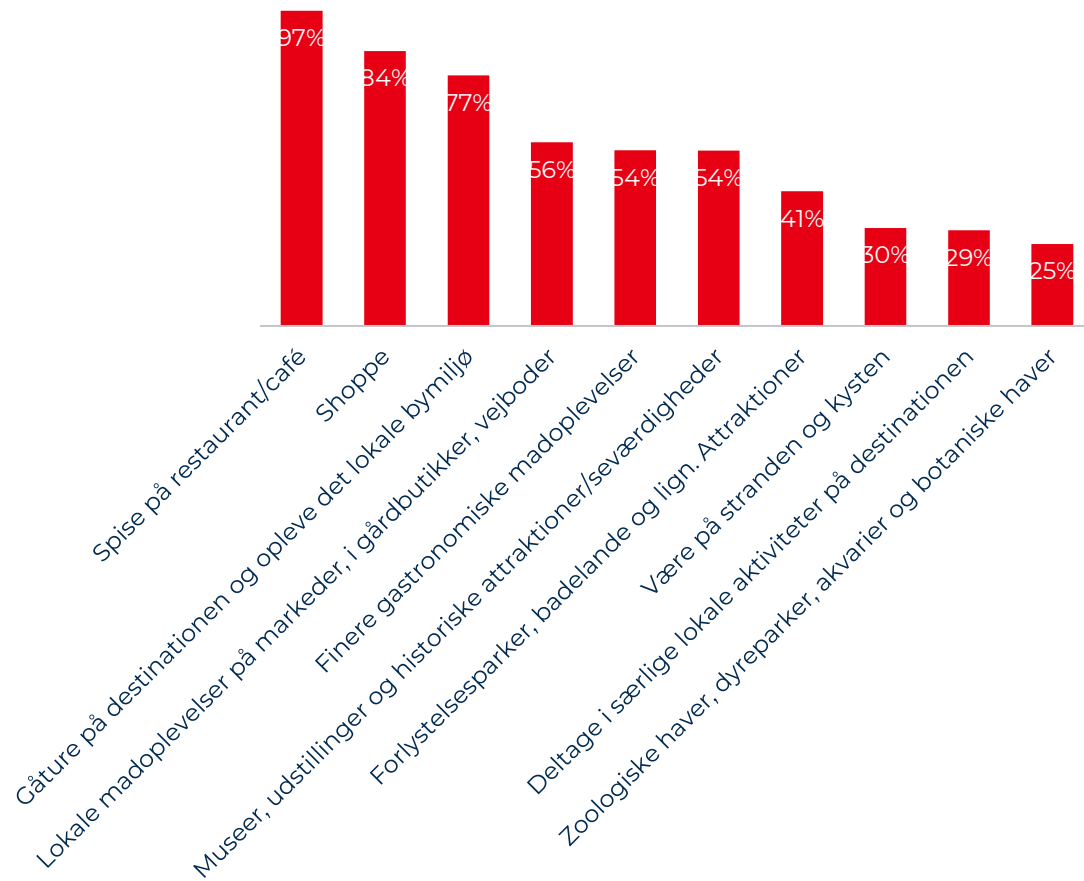


SPISNING PÅ RESTAURANT/CAFÉ OG SHOPPING ER POPULÆRE AKTIVITETER PÅ FERIE

Aktiviteter foretaget eller planlagt på ferien i Danmark



Storbyturister



Kyst- og naturturister

NORSKE TURISTER PÅ HOTEL STÅR FOR EN STOR DEL AF DEN NORSKE TURISMEOMSÆTNING

Marked	Turisme- omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme- omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme- omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme- omsætning 2021	Norge	Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2021 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2021
I alt	136.997	118.202							
Danmark	76.936	87.575							
Udland	60.061	30.627							
Tyskland	16.920	13.116	28%	43%		1.606	498	20%	20%
Sverige	7.328	3.918	12%	13%		1.345	415	16%	17%
Norge	8.211	2.446	14%	8%		197	21	2%	1%
USA	4.206	1.604	7%	5%		778	164	9%	7%
Nederlandene	2.117	1.413	4%	5%		92	19	1%	1%
Storbritannien	3.431	1.083	6%	4%		1.430	127	17%	5%
Frankrig	1.665	824	3%	3%		48	17	1%	1%
Polen	606	548	1%	2%		546	104	7%	4%
Italien	1.126	461	2%	2%		66	0	1%	0%
Schweiz	806	422	1%	1%					
Belgien og Luxembourg	649	386	1%	1%					
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%					
Besøg m. betalt overnatning									
Hotel - ferie						1.606	498	20%	20%
Hotel - forretning						1.345	415	16%	17%
Feriecenter						197	21	2%	1%
Camping						778	164	9%	7%
Vandrerhjem						92	19	1%	1%
Lejet feriehus						1.430	127	17%	5%
Lystbåde						48	17	1%	1%
Lejet helårsbolig						546	104	7%	4%
Andre						66	0	1%	0%
I alt						6.108	1.363	74%	56%
Besøg u. betalt overnatning									
I alt						2.103	1.083	26%	44%

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