

Markedsprofil 2019

Holland

06/11/2019

Introduktion

VisitDenmarks markedsprofiler præsenterer centrale nøgletal for de vigtigste markeder i dansk turisme.

Formålet er at give turismeaktører og andre interessenter indblik i en række markeders betydning for dansk turisme.

Se alle markedsprofiler her:

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af

VisitDenmark
September 2019

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

- 03 Nøgletal og målgrupper
- 06 Den digitale turist
- 11 Danmarks omtale og synlighed i medierne
- 14 Kendskab, inspiration og bookingadfærd
- 22 Passagerer og flytrafik fra Holland til Københavns Lufthavn
- 26 Overnatninger, omsætning og sæson
- 33 Markedsforventninger
- prognose, ferieplaner, feriekalender
- 38 Turister i Danmark

Nøgletal og målgrupper



Nøgletal: overnatninger, forbrug og omsætning

1,35 mio.
overnatninger i 2018

36.300
flere overnatninger end i 2017

2,8 pct.
vækst i overnatninger ift. 2017

1,7 mia. kr.
i turismeomsætning i 2017

14%
i Holland kender noget eller meget til
Danmark som feriemål

87%
af hollænderne går på internettet via en
smartphone



Kyst- & naturturisme

1,10 mio.
Overnatninger*

3,4 personer
Rejsegruppe

6,1 nætter
Opholdslængde

700 kr.
Døgnforbrug



Storbyturisme

250.000
Overnatninger*

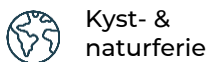
De hollandske målgrupper

Hollænderne rejser både som par og med børn under 12 år

Par



30 - 65 år



Kyst- & naturferie



Par
Vennepar



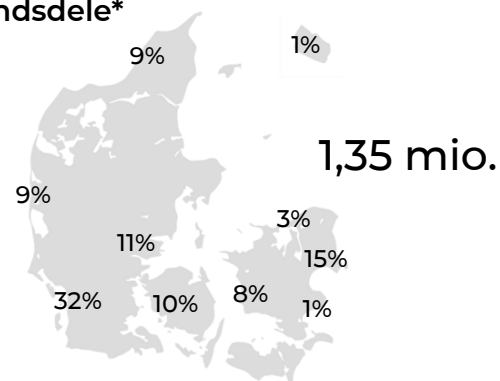
Camping
Feriehus

Bopæl



Noord-Holland, Zuid Holland

Hollandske overnatninger fordelt på landsdele*



Funktionelle behov



- Kort rejsetid
- Online booking
- Kataloger og brochurer
- Sociale medier som informationsplatform både før og under ferien

Emotionelle behov



- Afkobling fra hverdagen
- Venlig og imødekomende befolkning
- Tryghed
- Personlige erfaringer og anbefalinger

Det gør Danmark unik



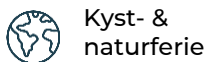
- Natur, hav/vand og fred/ro
- Imødekommenhed
- Dansk mad
- God atmosfære
- Natur

Familier med børn

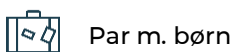


30 - 45 år

Børn: 0 - 12 år



Kyst- & naturferie



Par m. børn



Feriehus
Camping

Hustandsindkomst



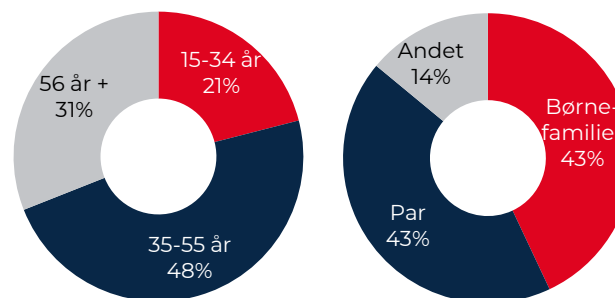
- Høj
-
- Lav

Uddannelsesniveaue



- Høj
-
- Lav

Hollandske kyst- og naturturister i Danmark



Den digitale rejse



- Dreaming: 1/5 påvirkes af sociale medier
- Inspiration: 1/3 bruger visitdenmark.nl
- Planning: 4/10 bruger destinationernes hjemmesider
- Booking: 1/2 booker 1 mdr. før afrejse
- On-site planning. 3/10 bruger internettet
- Loyalitet: 6/10 vil komme igen

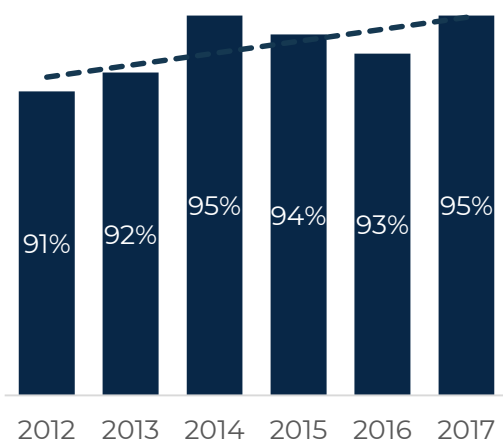
Den digitale turist



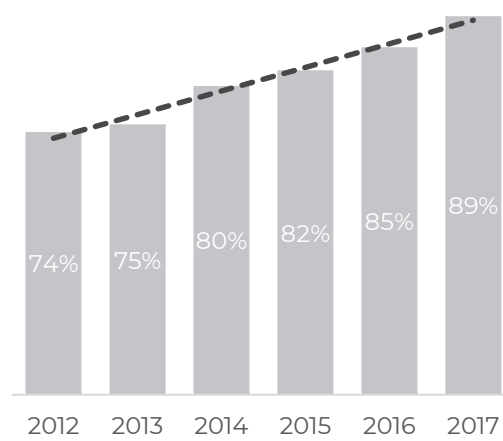
Internetbrug

Smartphone overhaler pc, når det gælder internetbrug

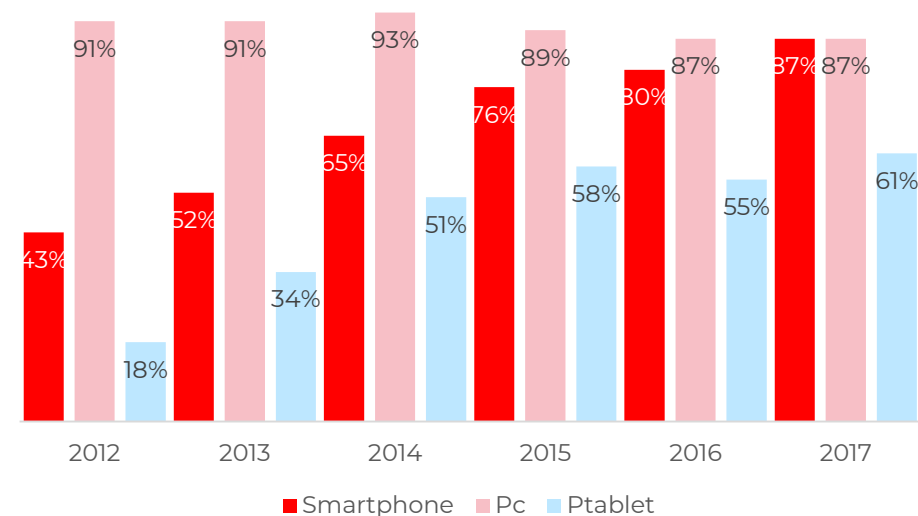
Adgang til internettet



Benytter internettet dagligt



Internetbrug fordelt på enheder



Gennemsnitligt antal forbundne enheder pr. person

2012	2013	2014	2015	2016	2017
2,5	3,1	3,6	3,6	3,5	3,8

Andel, der går på internettet mindst lige så ofte via smartphone som pc

2012	2013	2014	2015	2016	2017
28%	37%	48%	59%	68%	70%

Søgninger efter Danmark

Stigning i søgninger efter Danmark, Århus, Aalborg og Odense

I Holland er der langt flere søgninger efter *Denemarken* og *Kopenhagen* end efter *Aarhus*, *Aalborg* og *Odense*.

I 2018 havde *Denemarken*, *Aarhus*, *Aalborg* og *Odense* flere søgninger end i 2017. *Kopenhagen* var i 2018 brugt lige så ofte som i 2017.

Det fremgår ikke fra disse data, hvorvidt søgningerne er ferierelaterede, men data indikerer en stor interesse for Danmark og København.

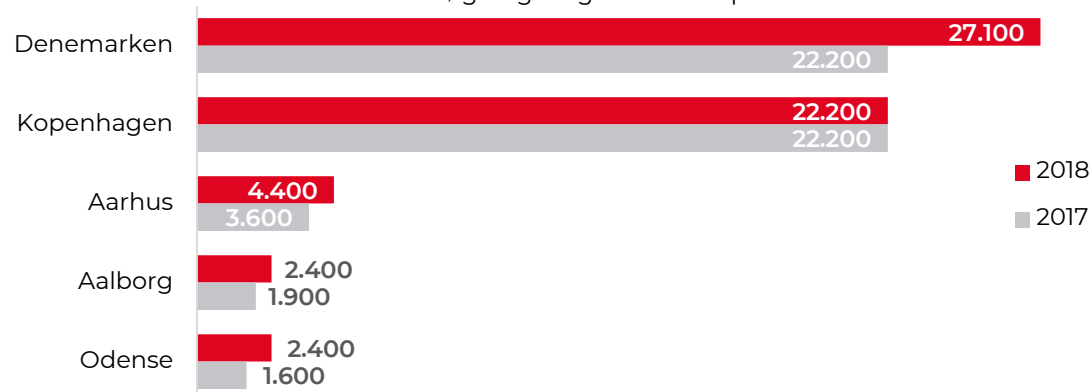
Flest søgninger i sommermånederne

Hollandske søgninger efter Danmark og de fire største byer fordeler sig over året. Der er flest søgninger fra juni til august.

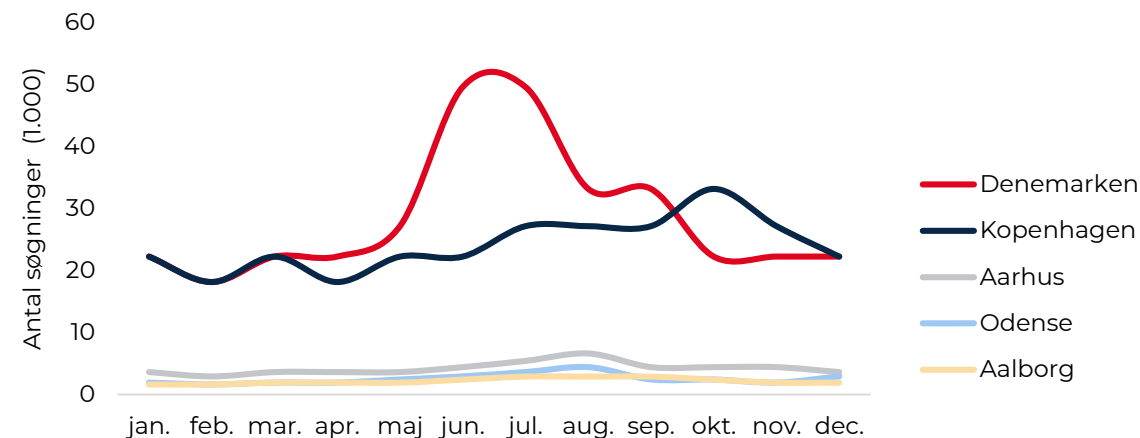
Søgninger efter Danmark stiger i maj og når det højeste niveau i juni og juli. Søgninger efter byerne stiger i juni og når det højeste niveau i august.

Udvikling i søgevolumen af Danmark og de fire største byer som søgetermer

Antal søgninger i gennemsnit per måned



Sæsonmæssige variationer i søgninger i 2018



Søgninger efter ferierelaterede søgeemner

Hollænderne søger især information om camping i Danmark

Søgetermer om indkvartering i Danmark, især camping og feriehus (*vakantiehuis*), er brugt oftere end søgetermer om fx transport og aktiviteter, når hollænderne søger information om ferie*.

Hollænderne er desuden specifikt interesserede i oplysninger om vejr (*weer*) og kort over Danmark (*kaart*).

Blandt de transportrelaterede søgeord dominerer søgetermer om bil (*met auto*) og fly (*vlucht*).

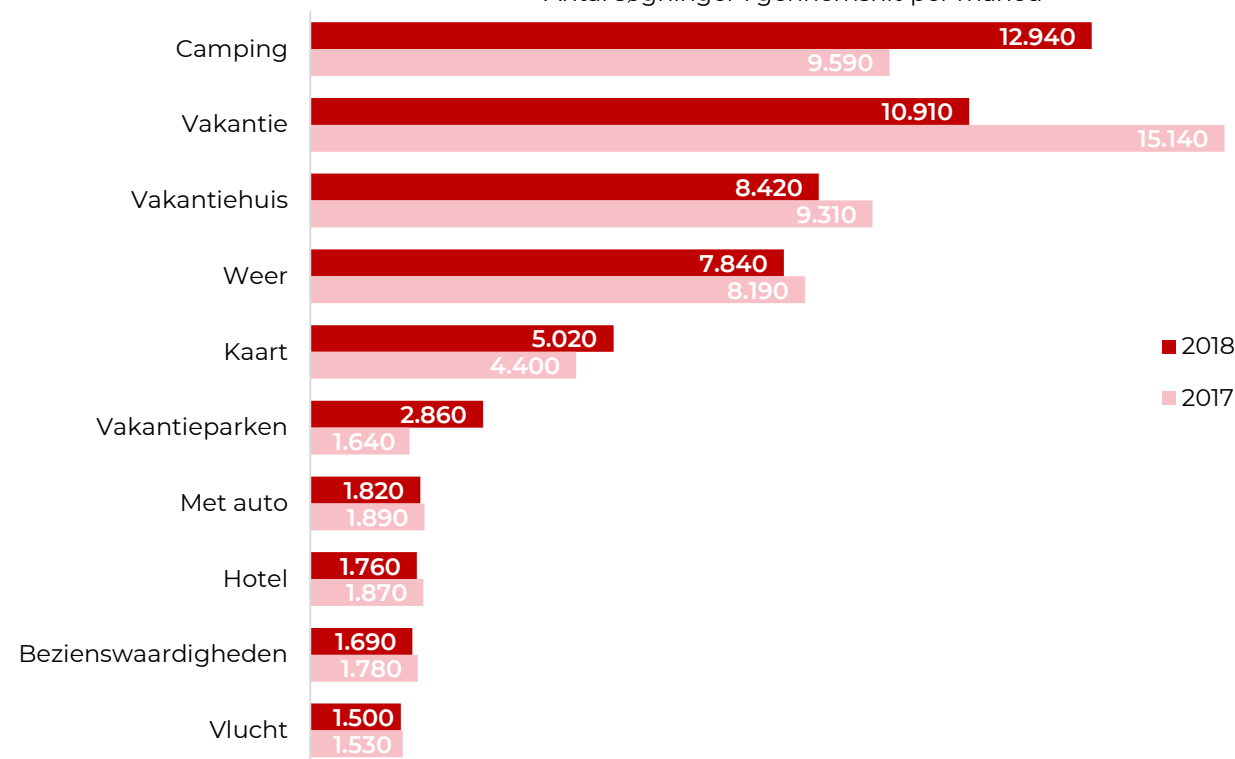
Søgetermer om seværdigheder (*bezienswaardigheden*) og strand i Danmark er blandt de meget brugte aktivitetsrelaterede søgetermer.

Det store fald i søgevolumen ifm. ferie (*vakantie*) skyldes udelukkende faldet i søgetermen *vakantie denemarken*. Dette kunne tyde på et skift fra brug af generelle til mere specifikke søgetermer.

*Søgetermerne indeholder som regel altid Danmark som ord og dækker forskellige variationer i ordsætning af søgninger, som fx *vakantie denemarken*, *denemarken vakantie*, *vakantie in denemarken*, *autovakantie denemarken*, *zomervakantie denemarken* m.m.

Udvikling i udvalgte hollandske ferierelaterede søgninger mod Danmark

Antal søgninger i gennemsnit per måned



Danmarks omtale og synlighed i medierne



Pressemeddelelser og nyhedsbreve i hollandske medier

Trends og tendenser i medielandskabet

Tatjana Kozak, PR & Presse Manager

“ *Forbruget af online medier i Holland er fortsat blandt det højeste i Europa. Det gælder for begge vores kernemålgrupper (voksne par samt familier med børn). For at skabe den bedst mulige synergi mellem presse og marketing er en holistisk tilgang vigtig på markedet i Holland.*

Måden, hvorpå hollænderne forholder sig til mediaforbrug, ændrer sig løbende og dermed også vores måde at arbejde med media. Man ser en ny generation af chefredaktører samt digitale influencers som kræver en anderledes måde at arbejde sammen på pga. af et andet behov set i forhold til de mere traditionelle media.

Med arbejdet med influencers konstaterer vi også en mere kommerciel vinkel, som kræver de nødvendige tilpasninger og et open mind set. Samtidig ser vi en tendens til 'slow content' og fordybelse - en trend, hvor diverse mediatyper prøver at finde løsningen på det specifikke behov.

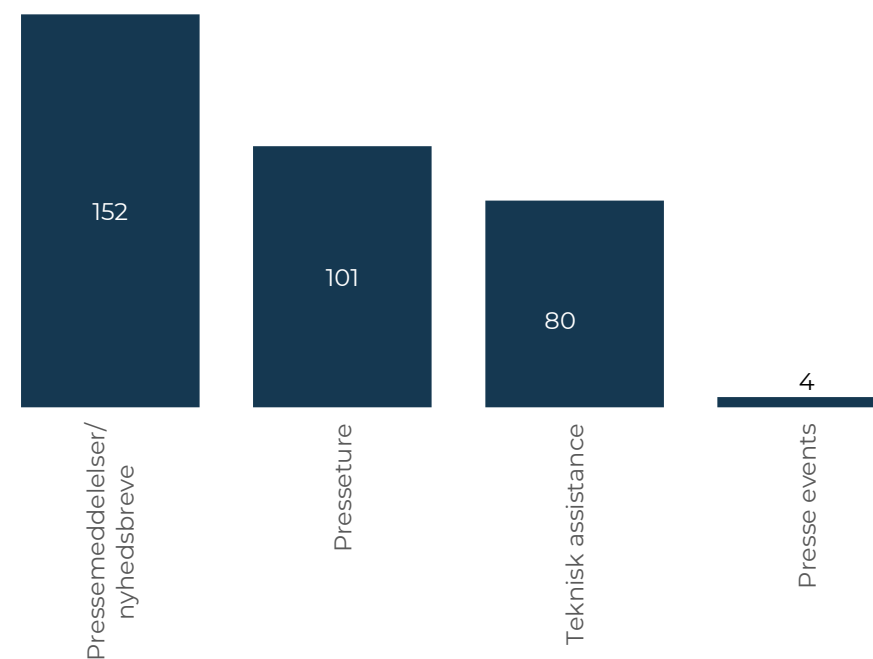
På markedet i Holland arbejder vi med alle overnævnte faktorer, også når det kræver at være på forkant og tænke mere out-of-the-box. Dette kommer blandt andet frem via vores samarbejde med brand ambassadører samt specielt producerede tv optagelser.

”

152 pressemeddelelser og nyhedsbreve i hollandske medier

I 2018 genererede VisitDenmarks presseaktiviteter 270 posts / tweets på Sociale medier og opnåede et engagement på 255.974 ift. comments, shares og likes.

Antal artikler fordelt på presseaktiviteter, 2018





Kendskab, inspiration og bookingadfærd

Kendskab til Danmark som feriedestination

Omkring hver syvende hollænder har et godt kendskab til Danmark

14 pct. af hollænderne kender noget/ meget til Danmark som feriedestination.

I Sverige gælder det knap to tredjedele (64 pct.), mens det i Norge er seks ud af 10. I Tyskland og Storbritannien kender henholdsvis 38 pct. og 28 pct. meget eller noget til Danmark som feriedestination.

Kender meget eller noget til Danmark

75%
Syd- og Vestsverige

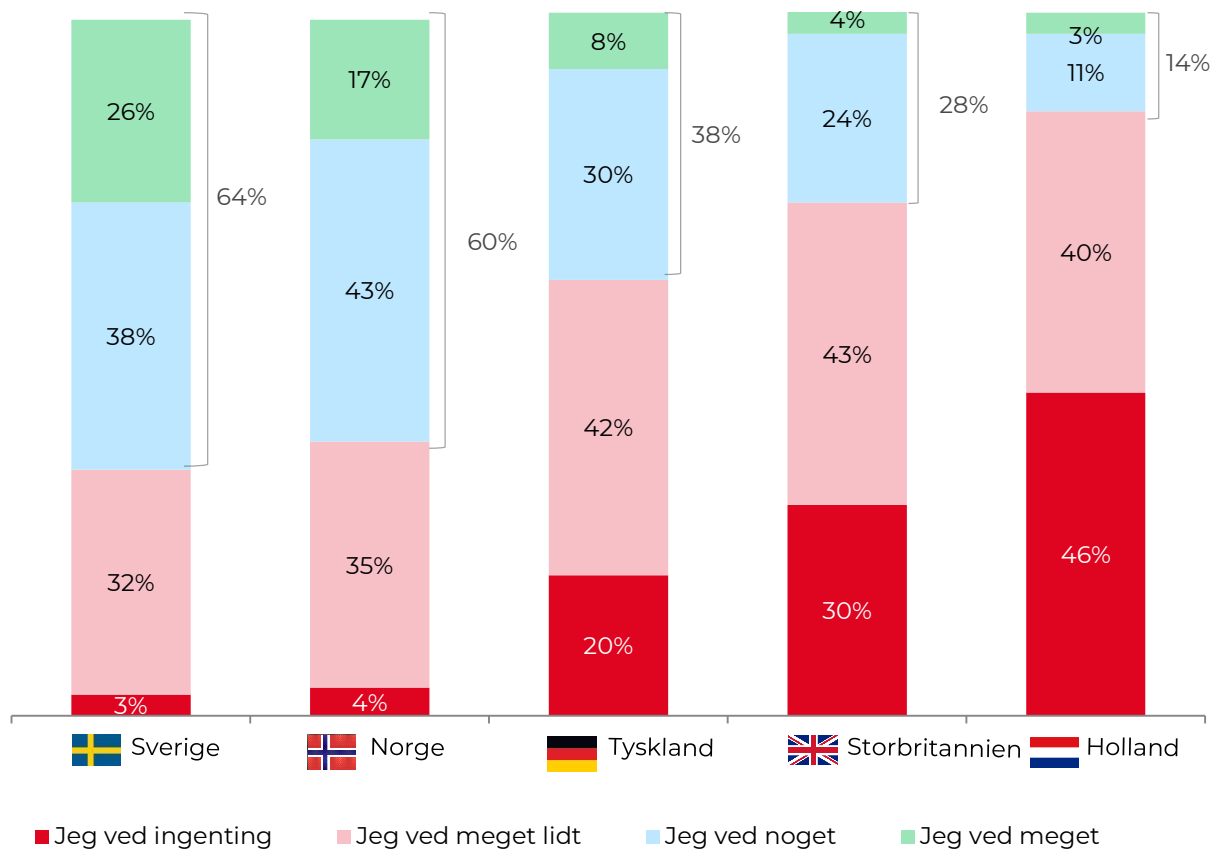
65%
Sydnorge

44%
Nordvesttyskland

42%
Greater London

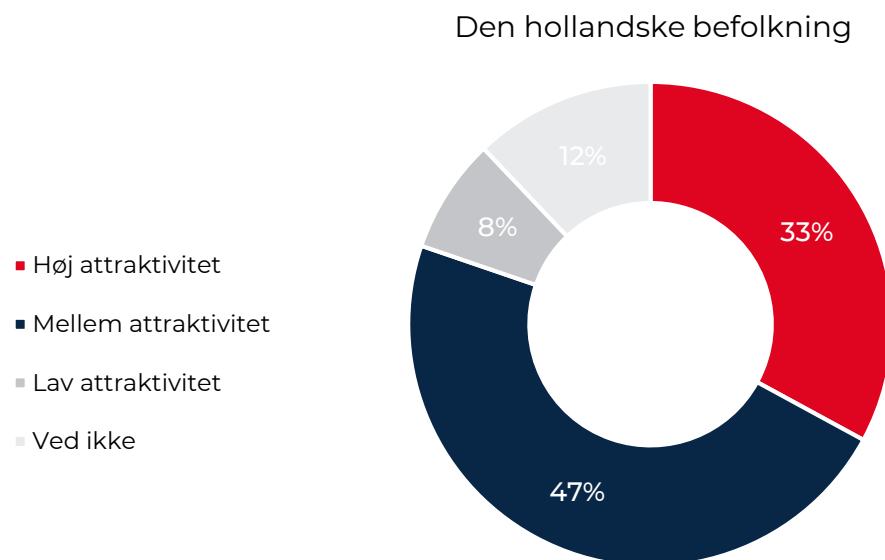
Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?

(N: Holland = 1.503 , Storbritannien = 1.508 , Tyskland = 2.118 , Norge = 805 , Sverige = 807)



Danmark som attraktiv feriedestination

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?



Hollændere har et godt indtryk af Danmark

En tredjedel af hollænderne oplever Danmark som et attraktivt rejsemål. Således vurderer 33% af hollænderne attraktiviteten af Danmark til 6 eller 7 på en skala fra 1 – 7, hvor 1 = sket ikke attraktiv og 7 = meget attraktiv.

Glade gæster er forudsætningen for, at Danmark bliver anbefalet under og efter opholdet. Personlige anbefalinger spiller ofte en stor rolle, når hollænderne vælger feriedestination.

Tal fra VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017 viser, at flertallet af de hollandske turister, som besøgte Danmark i 2017, er tilfredse, og at 56 pct. aktivt vil anbefale Danmark, når de kommer hjem.

Hollændernes associationer til Danmark

Hollænderne forbinder Danmark med smuk natur og Legoland

Hollænderne forbinder i stor udstrækning Danmark med natur og Legoland.

Den danske natur beskrives som smuk, rolig og fredfyldt.

Indtrykket er, at der er masser af plads og brede vidder i Danmark.

Danskerne beskrives som venlige. Mange forbinder desuden Danmark med en afslappet livsstil.

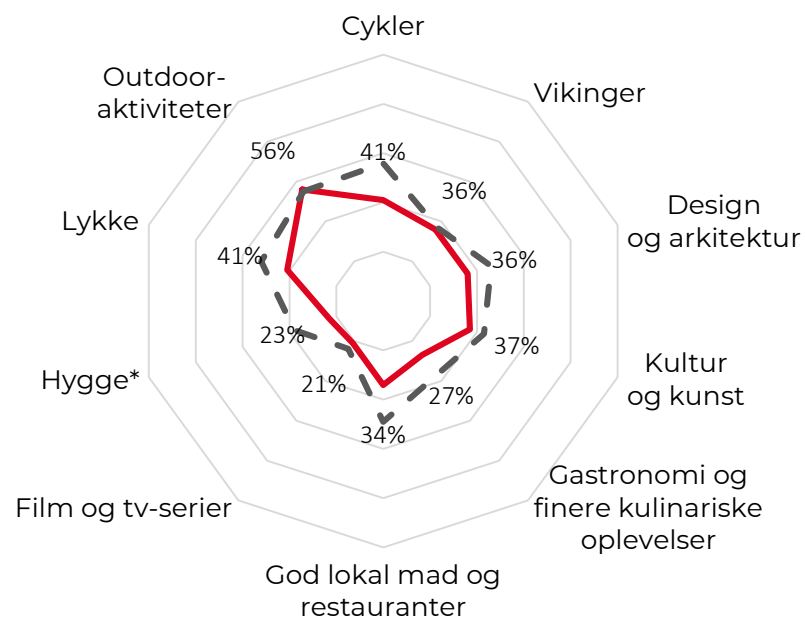
Hollænderne nævner også, at Danmark er dyrt.



Hollænderes syn på Danmark

I hvor høj grad forbinder du Danmark med det følgende?

Andelene omfatter 'i høj grad' og 'i meget høj grad'



* Der er spurgt til det danske ord 'hygge'

 Holland
 Gns. (DE, NL, NO, SE, GB)

Direkte adspurgt forbinder hollænderne især Danmark med outdooraktiviteter

Når hollænderne direkte spørges, i hvor høj grad de forbinder Danmark med en række parametre, er det især parameteret 'en natur perfekt egnet til outdooraktiviteter', der scorer højt.

På samtlige parametre scorer Holland på niveau med eller under gennemsnittet af Holland, Tyskland, Sverige, Norge og Storbritannien.

Hollænderes syn på Danmark ifm. udvalgte bæredygtighedsparametre

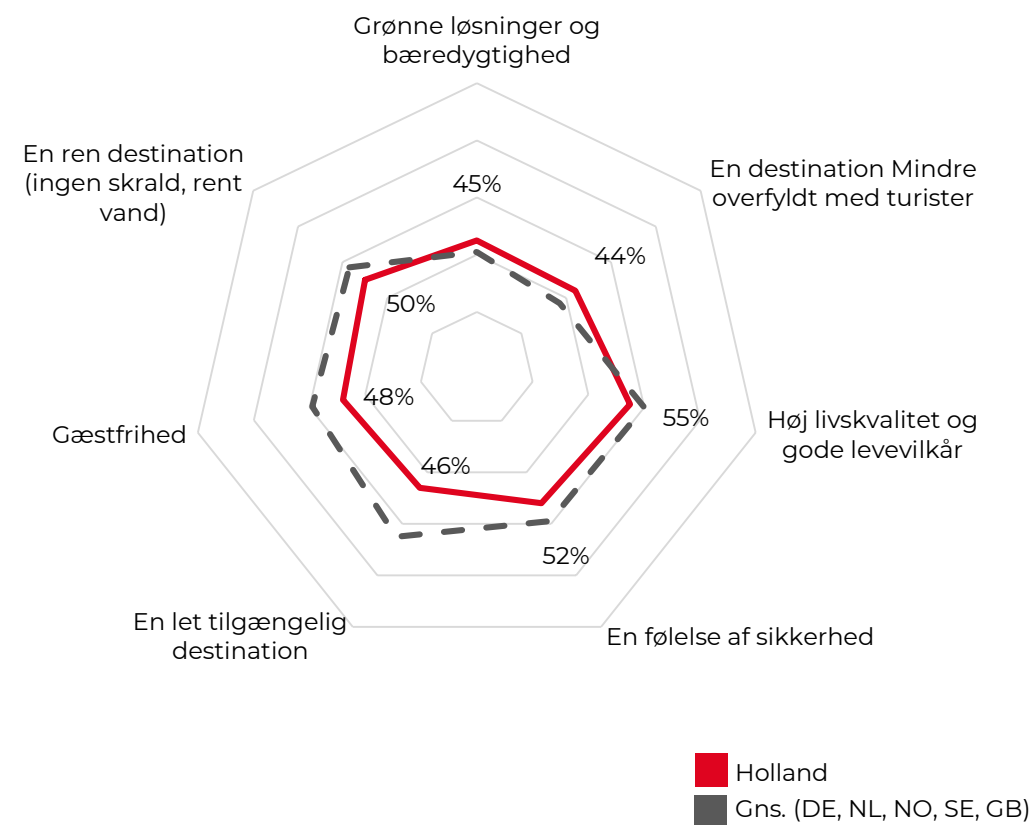
Danmark forbindes især med parameteret 'høj livskvalitet og gode levevilkår'

Direkte adspurgte forbinder godt hver anden hollænder Danmark med parametrene 'høj livskvalitet og gode levevilkår' og 'en følelse af sikkerhed'.

Sammenlignet med gennemsnittet er scoren for Holland lavere på navnlig 'en let tilgængelig destination' og 'gæstfrihed'.

I hvor høj grad forbinder du Danmark med det følgende?

Andelene omfatter 'i høj grad' og 'i meget høj grad'



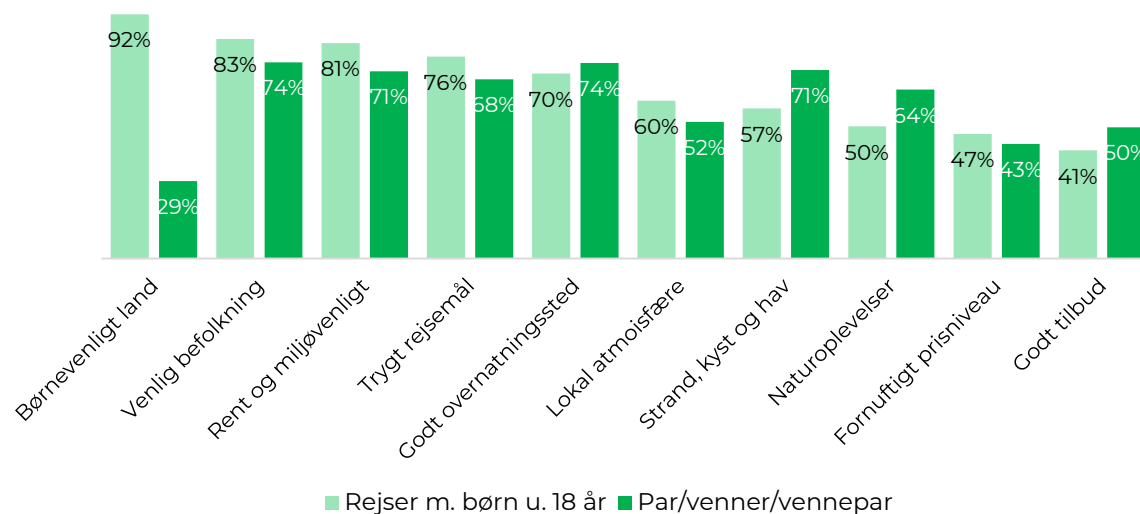
Kystferie: inspirationskilder og rejsemotiver

Venlig befolkning er vigtigst

Børnevenligt land rangerer højest på de hollandske børnefamiliers liste over årsager til, at de har valgt at holde ferie i Danmark. Blandt par er det især en venlig befolkning, der betyder noget.

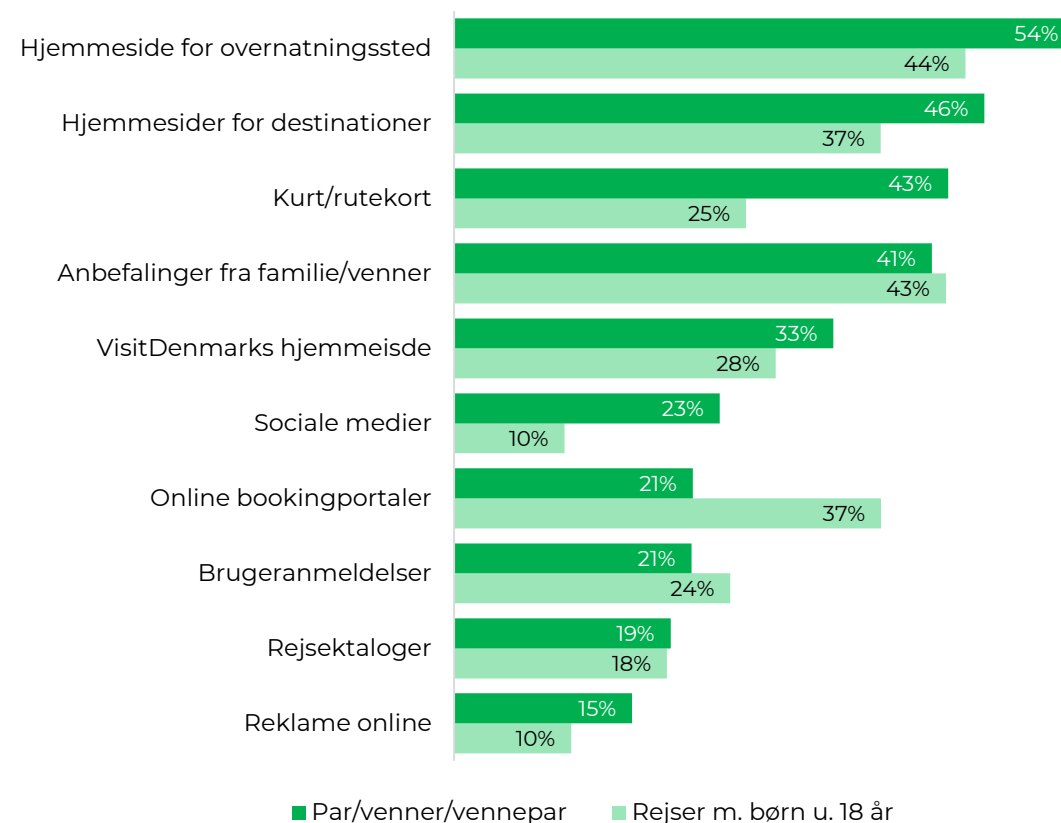
Børnefamilierne bliver især inspireret fra hjemmesider fra overnatningssteder og destinationer, mens par også henter inspiration fra familie og venner.

I hvilken grad er dette årsager til, at du har valgt at holde ferie i Danmark? Top 10 (andel, der har svaret 'i mindre grad' til 'i afgørende grad')



Har følgende inspirationskilder haft indflydelse på din beslutning om at holde ferie i Danmark? Top 10

Flere svar mulige



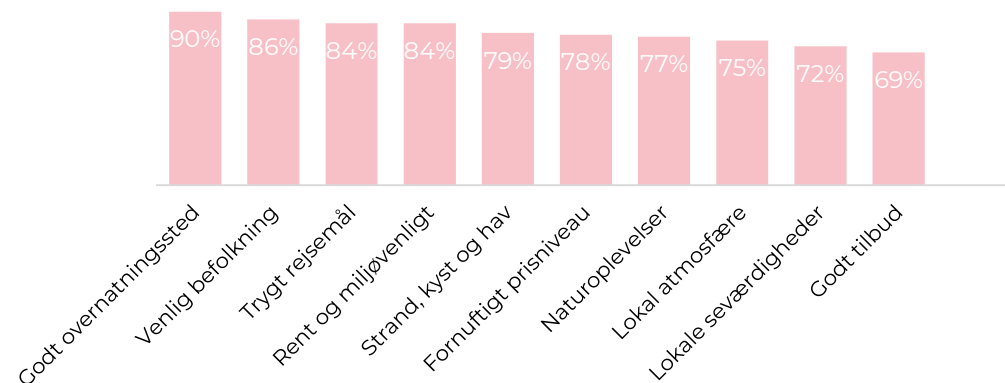
Storbyferie: inspirationskilder og rejsemotiver

Gode overnatningsformer er afgørende

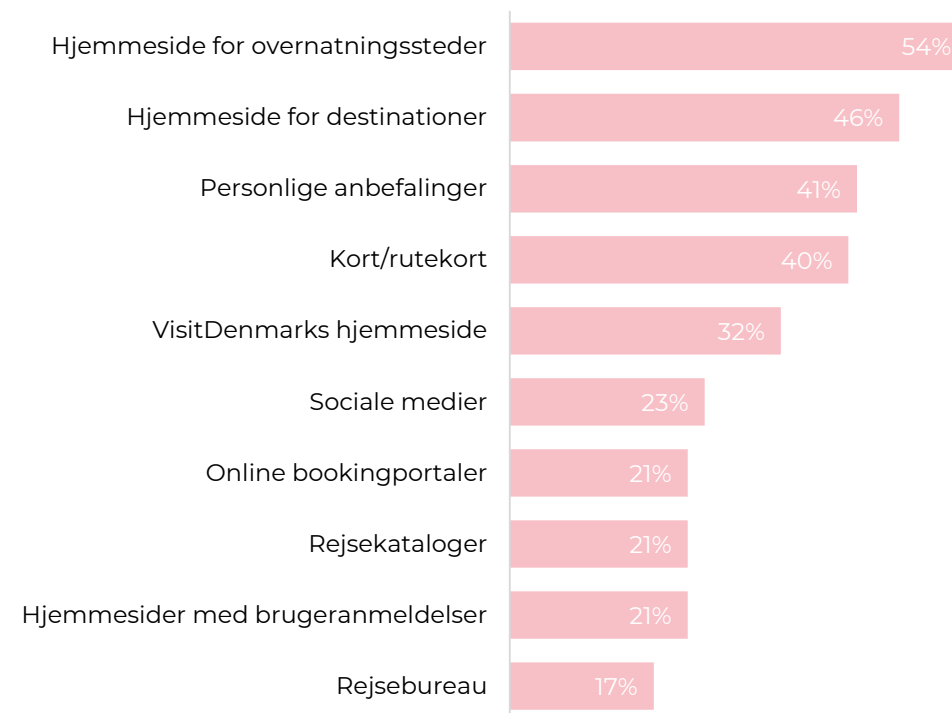
Navnlig gode overnatningssteder er afgørende for hollændere, der rejser til Danmark uden børn.

Hollænderne oplever især, at hjemmesider for overnatningssteder er med til at præge valget af Danmark som feriedestination.

I hvilken grad er dette årsager til, at du har valgt at holde ferie i Danmark? Top 10 (andel, der har svaret 'i mindre grad' til 'i afgørende grad')



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

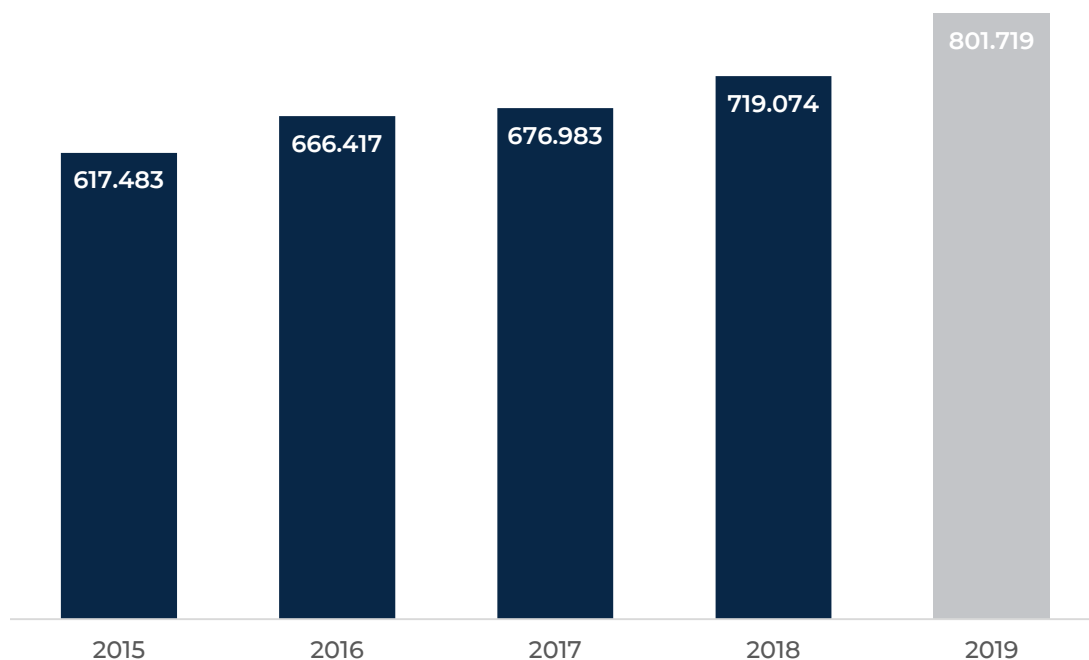




Passagerer og flytrafik fra Holland til Københavns Lufthavn

Sædekapacitet fra de hollandske lufthavne

Udvikling i sædekapacitet
Antal sæder



Sædekapaciteten stiger med 11 pct.

Udvikling i den realiserede sædekapacitet er historisk set steget fra 2015 til 2018. I denne periode blev der i gennemsnittet lagt knap 670.000 sæder på ruterne fra de hollandske lufthavne til Københavns lufthavn.

I 2019 forventes der en yderligere stigning i antal sæder i udbud på 11 pct. i forhold til den realiserede antal sæder fra 2018. Niveauet af sædekapaciteten vil dermed muligvis overstige nå højeste niveau i de seneste fem år.

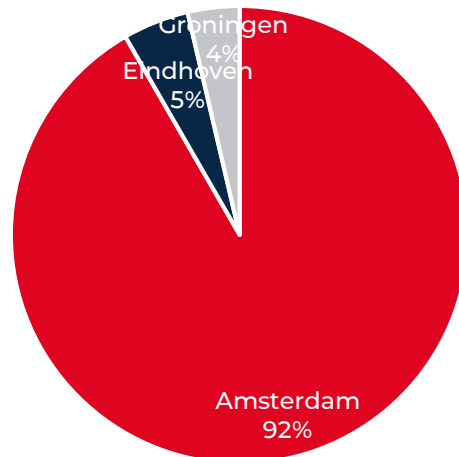
Sædekapacitet i 2019 fordelt på lufthavne og flyselskaber

KLM står for over halvdelen af sædekapaciteten

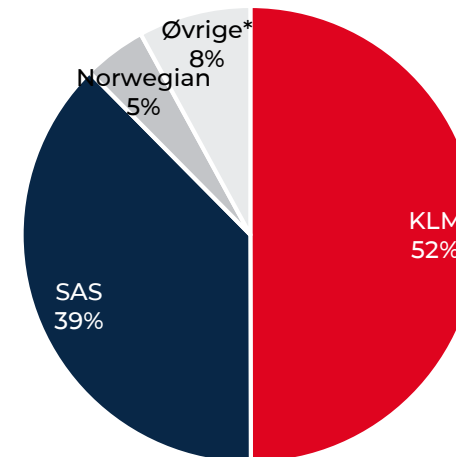
Langt størstedelen af sædekapacitet findes på ruterne mellem Amsterdam og CPH.

KLM står for over halvdelen og SAS for 39 pct. af alle sæderne mellem de hollandske lufthavne og CPH.

Sædekapacitet fordelt på lufthavne



Sædekapacitet fordelt på flyselskaber



* Transavia, LOT, PNX.

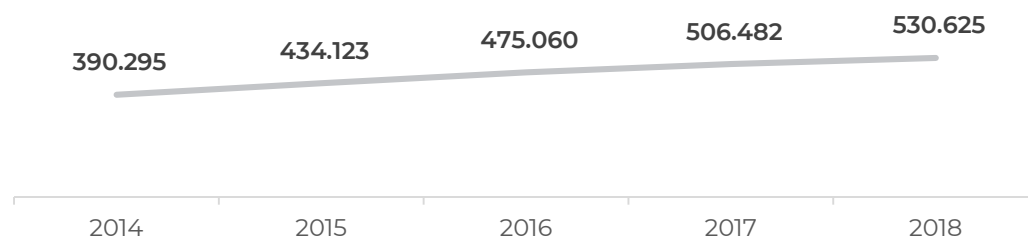
Antal ankomne passagerer fra hollandske lufthavne til CPH

Antal passagerer fra Holland er steget de seneste fem år

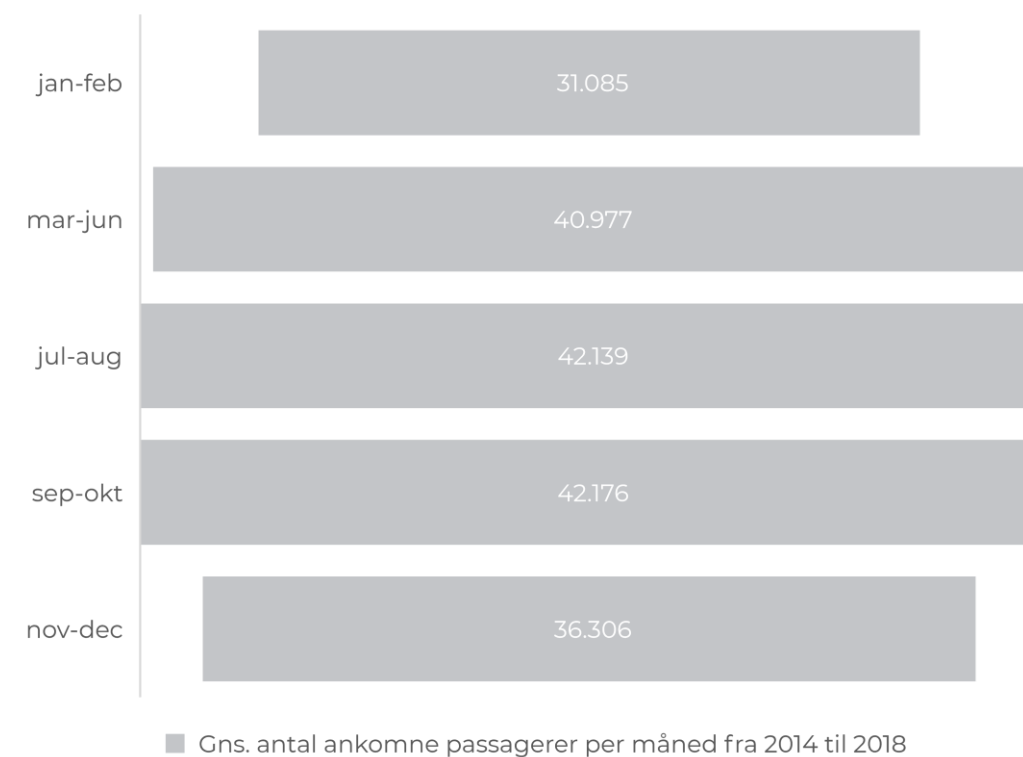
Antallet af ankomne passagerer fra de hollandske lufthavne til CPH er steget hvert år siden 2014. I 2018 ankom over 530.000 passagerer fra de hollandske lufthavne i CPH. Det er 36 pct. flere end i 2014.

Antallet af passagerer fra Holland til CPH i gennemsnit per måned har stort set været på samme niveau i skuldersæsonerne som i højsæsonen.

Antal ankomne passagerer fra hollandske lufthavne til CPH



Antal ankomne passagerer fra hollandske lufthavne til CPH



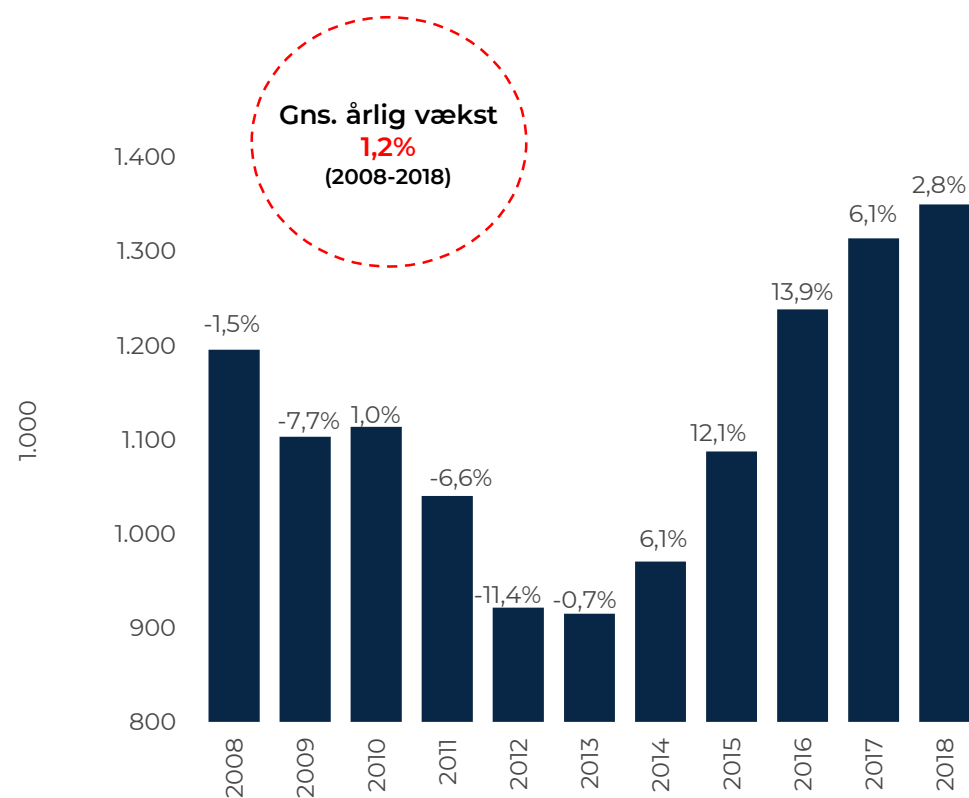
A row of fishing nets hanging on a wooden frame against a sunset sky. The nets are silhouetted against the vibrant colors of the sunset, which transitions from purple and pink at the top to orange and yellow near the horizon. The foreground is dark, suggesting a beach or rocky shore.

Overnatninger, omsætning og sæson

Udvikling i hollandske overnatninger og feriehusuger

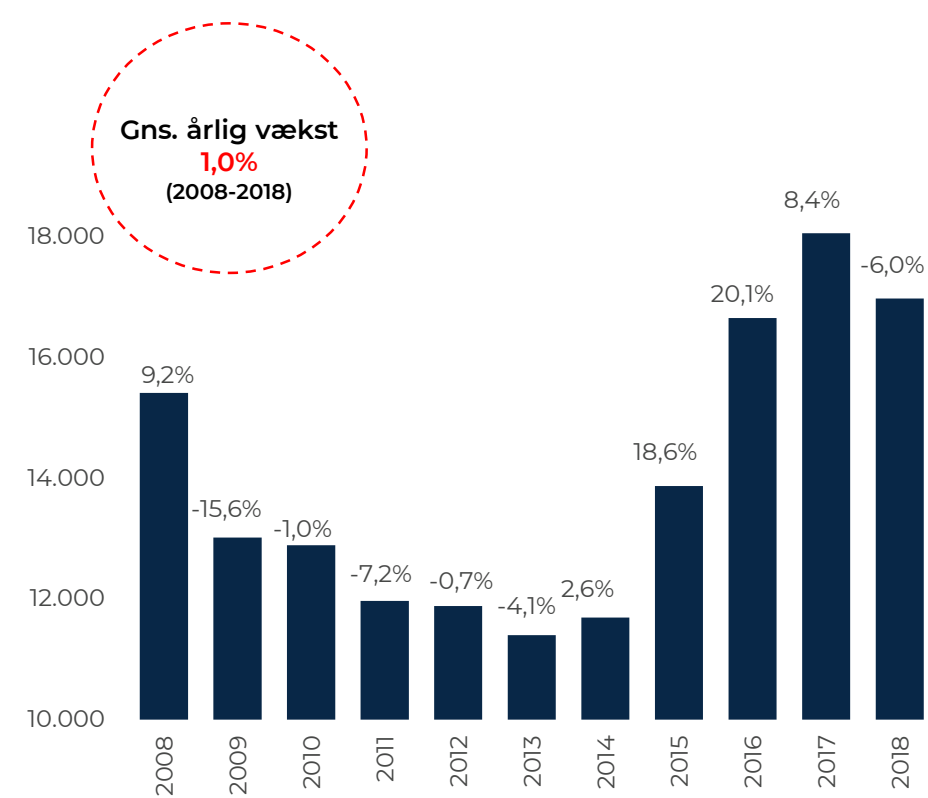
Hollandske overnatninger i Danmark

Antal og udvikling ift. året før



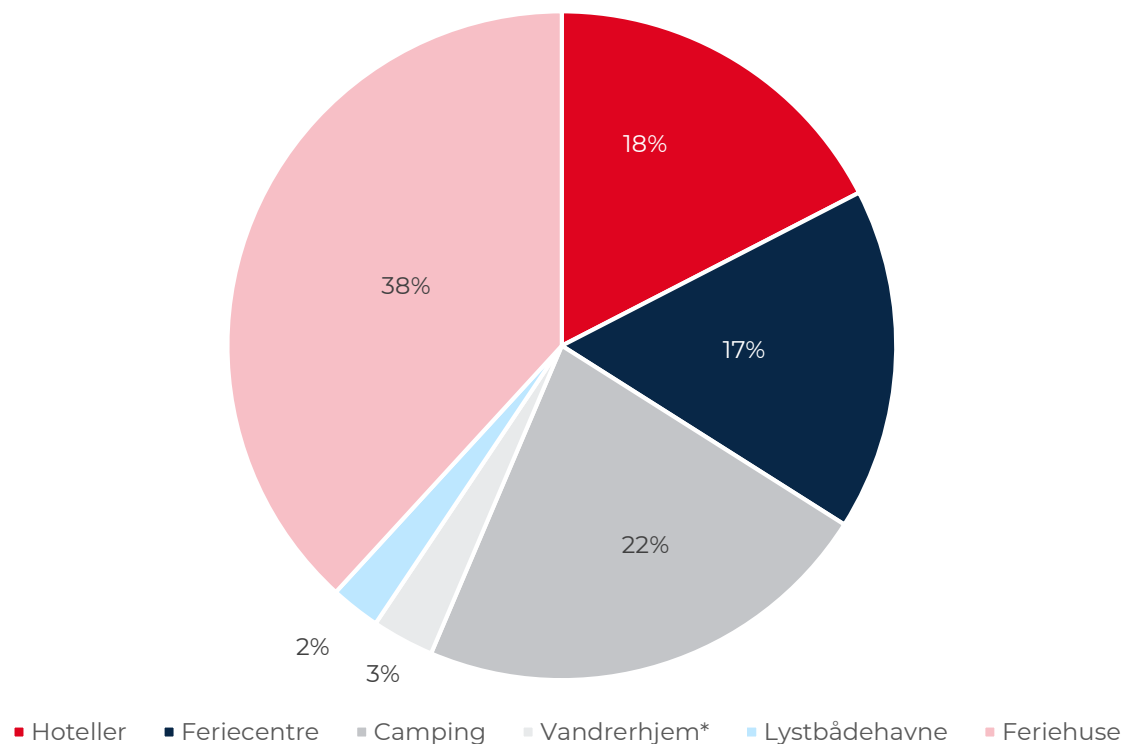
Udlejede feriehusuger til hollandske turister i Danmark

Antal og udvikling ift. året før

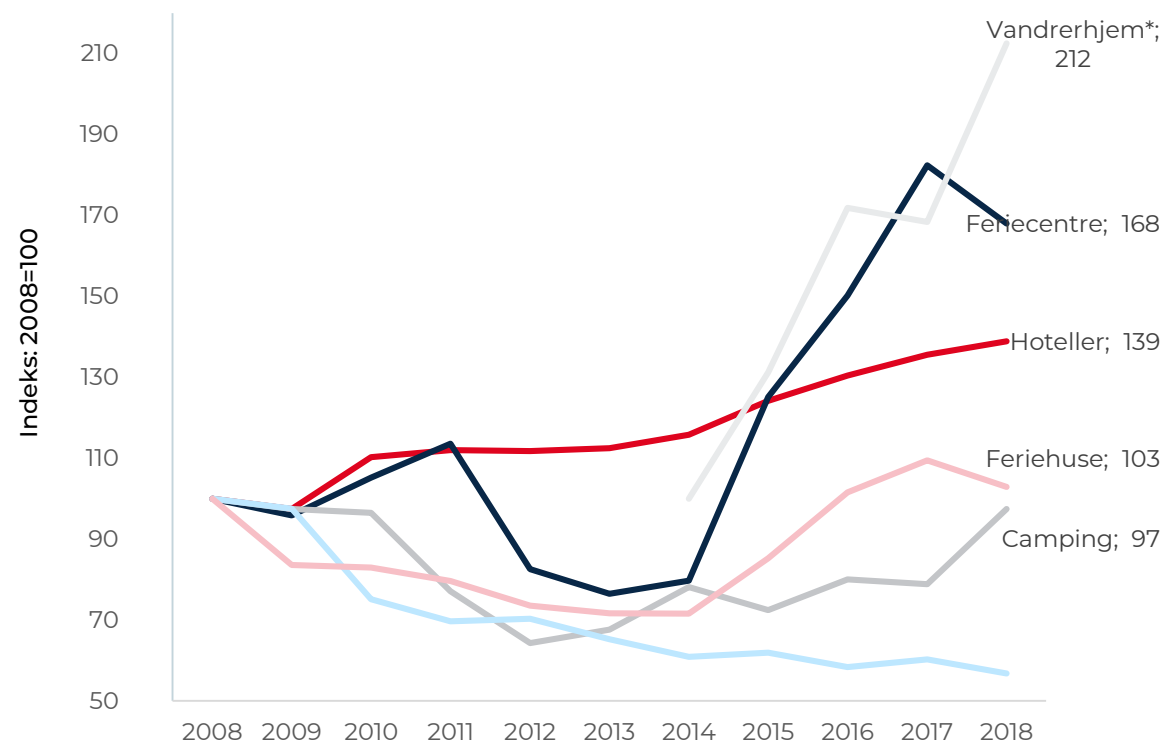


Hollandske overnatninger fordelt på indkvarteringsformer

Hollandske overnatninger i Danmark 2018



Udvikling i hollandske overnatninger i Danmark



s. 28 Kilde: Danmarks Statistik.* Grundet ny population fra 2014 forekommer forekommer databrud. Der kan ikke sammenlignes med tal fra før 2014. Indeks er her 2014=100.

Hollandske overnatninger fordelt over året

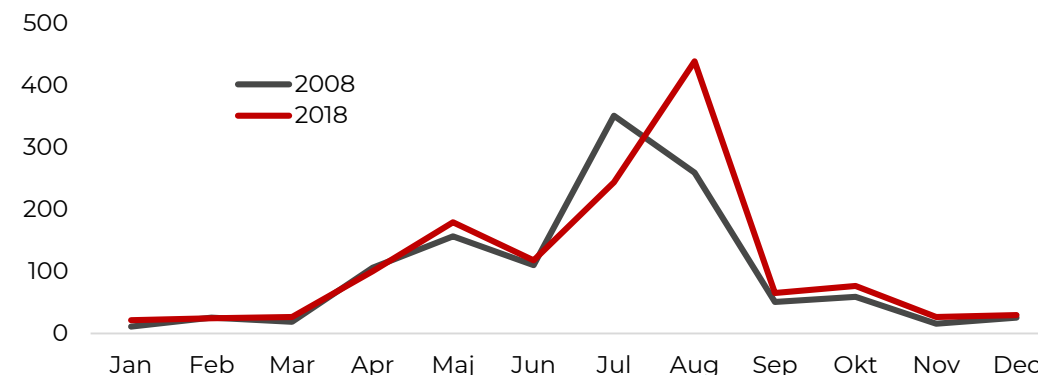
Flere hollandske overnatninger både i og uden for højsæsonen

Fra 2008 til 2018 er antallet af hollandske overnatninger i Danmark steget med 13 pct. Stigningen har især fundet sted i vintersæsonen.

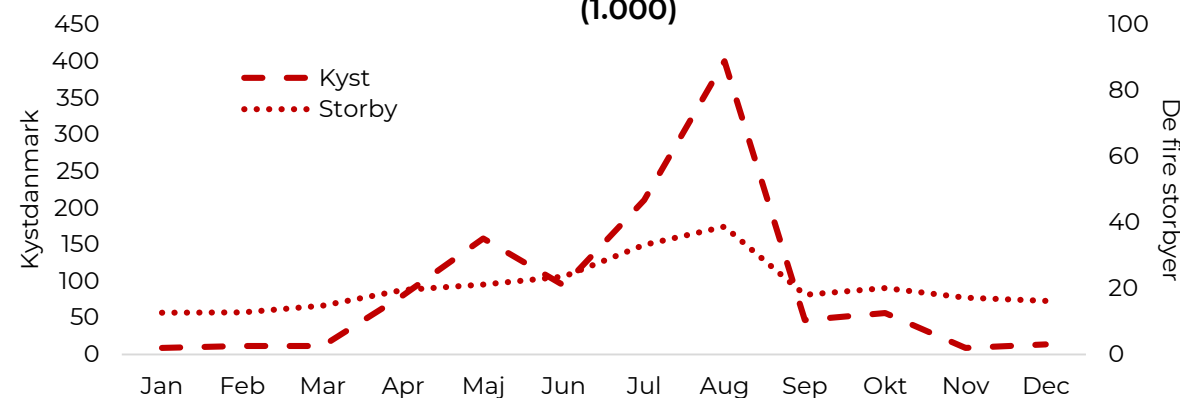
	2008	2018	2008	2018
	Antal (1.000)		Indeks (2008=100)	
Høj	611	683	100	112
Skulder	502	566	100	113
Vinter	78	102	100	131
I alt	1.191	1.351	100	113

Ikke overraskende er overnatningsmønstret blandt hollændere på storbyferie i Danmark anderledes end for hollandske kyst- og naturturister. Således er kurven for storbyturisternes overnatninger mere flad (overnatningerne spreder sig mere jævnt over året), end tilfældet er for de hollandske overnatninger i Kyst- og naturdanmark.

Hollandske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



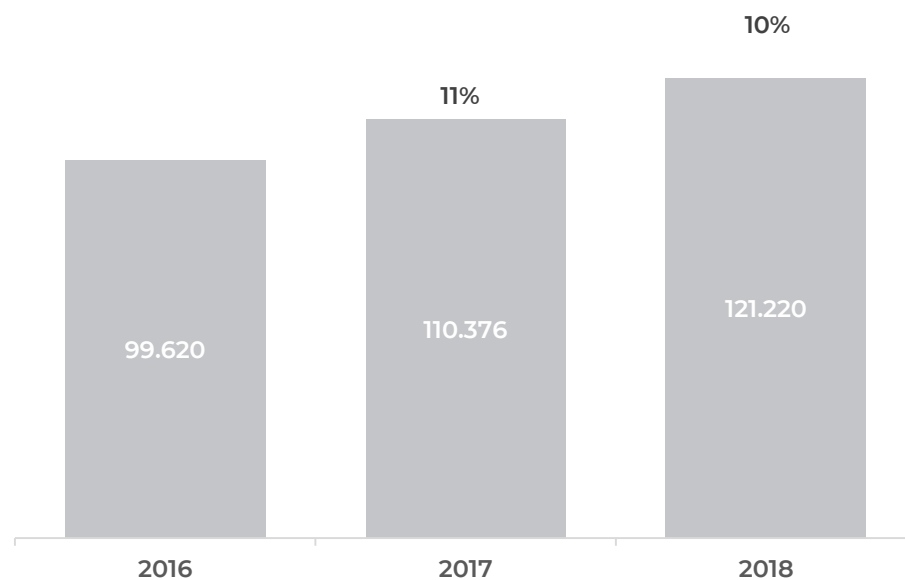
2018: Hollandske kyst- og storbyovernatninger (1.000)



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

Hollandske overnatninger på deleøkonomiske platforme

Hollandske overnatninger og vækst i forhold til året før inden for Airbnb



Flere hollandske overnatninger inden for Airbnb

Siden 2016 har der været vækst i antallet af hollandske overnatninger i Danmark inden for Airbnb med ca. 10 pct. årligt.

I 2016 lå antallet af overnatninger på knap 100.000 mod godt 121.000 i 2018, svarende til en vækst på 22 pct.

Ses nærmere på, hvordan antallet af overnatninger fordeler sig mellem storby og kyst, finder lidt over halvdelen af de hollandske overnatninger sted i en af de fire danske storbyer.

Hollandske Airbnb-overnatninger i 2018 fordelt på kyst og storby samt storbyovernatninger fordelt på de fire danske storbyer

	Kyst	Storby	København	Aarhus	Aalborg	Odense
2018	56.607	64.613	51.861	7.825	2.034	2.893
Andel	46 pct.	54 pct.	80 pct.	12 pct.	3 pct.	5 pct.

Hollændernes overnatninger i hjem- og udland

	Hollandske overnatninger 2018 (1.000)	Andel af europæiske overnatninger	Udvikling fra 2017 til 2018
Holland	69.820		3%
Europa	110.441		3%
Øvrige udland	9.719		10%
I alt	189.980		3%
Frankrig	34.070	28%	11%
Spanien	17.880	15%	-2%
Tyskland	11.328	9%	1%
Italien	10.984	9%	1%
Østrig	10.029	8%	3%
Storbritannien	8.648	7%	-8%
Belgien	5.152	4%	4%
Grækenland	3.471	3%	4%
Kroatien	3.041	3%	5%
Portugal	2.700	2%	-11%
Tyrkiet	2.485	2%	26%
Irland	1.505	1%	2%
Danmark	1.351	1%	3%
Luxemburg	787	1%	7%
Tjekkiet	784	1%	5%
Sverige	723	1%	0%
Norge	704	1%	-2%
Schweiz	628	1%	4%
Slovenien	610	1%	43%

Turismeomsætning 2017

Marked	Turismeomsætning 2017 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turismeomsætning 2017
I alt	128.037	
Danmark	73.241	
Udland	54.796	
Tyskland	15.206	28%
Norge	8.106	15%
Sverige	7.407	14%
Storbritannien	3.619	7%
USA	3.403	6%
Holland	1.662	3%
Frankrig	1.457	3%
Italien	1.161	2%
Kina	855	2%
Spanien	759	1%
Schweiz	560	1%
Belgien og Luxembourg	482	1%
Finland	434	1%
Polen	423	1%
Canada	264	1%
Japan	257	1%
Indien	236	0,4%
Australien	226	0,4%
Østrig	202	0,4%
Rusland	183	0,3%
Irland	142	0,3%
Portugal	120	0,2%
Brasilien	118	0,2%
Sydkorea	110	0,2%
Grækenland	76	0,1%
Øvrige lande	7.329	13%

Holland	Omsætning 2017 (mio. kr.)	Andel
Besøg m. betalt overnatning		
Hotel – ferie	302	20%
Hotel – forretning	264	18%
Feriecenter	102	7%
Camping	190	13%
Vandrerhjem	30	2%
Lejet feriehus	419	28%
Lystbåd	9	1%
Deleøkonomiske platforme	170	10%
Andre*	2	0%
I alt	1.489	90%
Besøg u. betalt overnatning		
I alt	172	10%

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

* Indeholder festival, krydstogt og bondegård

'0' angiver værdier <0,05 mio. kr. '-' angiver værdien 0.

Markedsforventninger



Prognose 2019

Vækst i samme tempo

De overordnede nøgletal for Holland er pæne. Der er udsigt til moderat økonomisk vækst, pæn fremgang i privatforbruget og faldende ledighed. Hollændernes forbrug på udlandsrejser ventes at stige i 2019.

I 2018 stod hollænderne for 5 pct. af de udenlandske overnatninger i Danmark. Med en vækst på 2,8 pct. fortsatte den positive udvikling i 2018, hvor især campingturismen og vandrerhjemmene bidrog til væksten.

VisitDenmark forventer, at væksten fortsætter i nogenlunde samme tempo i 2019 med en stigning i overnatningerne på 1,5-3,5 pct. Fremgangen i Danmark ventes at blive noget lavere end i de samlede hollandske overnatninger i Europa.

Feriehusbookingerne for 2019 tegner positivt. Der var ved udgangen af februar booket 11,8 pct. flere feriehusuger i 2019 end på samme tidspunkt sidste år. Kapaciteten i feriehusene kan blive en begrænsende faktor, fordi de hollandske turisters overnatningerne er koncentreret i august, hvor mange danskere og tyskere også lejer feriehus. Situationen forstærkes af en tidlig tysk sommerferie i mange vigtige delstater, og at hollænderne generelt er sene til at booke.

Hertil kommer, at den meget høje vækst på camping (+23,6 pct. i 2018) næppe kan forventes at gentage sig i 2019.

Mette Rodenhuis-Carlsen, Markedschef:

//

Hollændernes interesse for Danmark er stor. Det kan vi bl.a. se i den store søgning efter Danmark på både VisitDenmarks og rejseoperatørernes platforme. Feriehusbookingerne ser generelt pæne ud, men majferien 2019 præsterede ikke som forventet og gav et lille fald på 1,0 pct. i antal overnatninger for april/maj 2019 sammenlignet med april/maj 2018.

Den gode sommer i 2018 betød en fantastisk udvikling for camping, og det er endnu for tidligt at sige om det gentager sig i 2019.

Generelt er der brug for at øge kendskabet til Danmark som feriedestination. Attraktiviteten er høj, men kendskabet for lavt til at attraktiviteten konverteres til bookinger. Derfor har vi stort fokus på at øge kendskabet, blandt andet gennem brandingkampagner og tv.

//

Forventninger til 2019

Overnatninger: **1,5% – 3,5%**

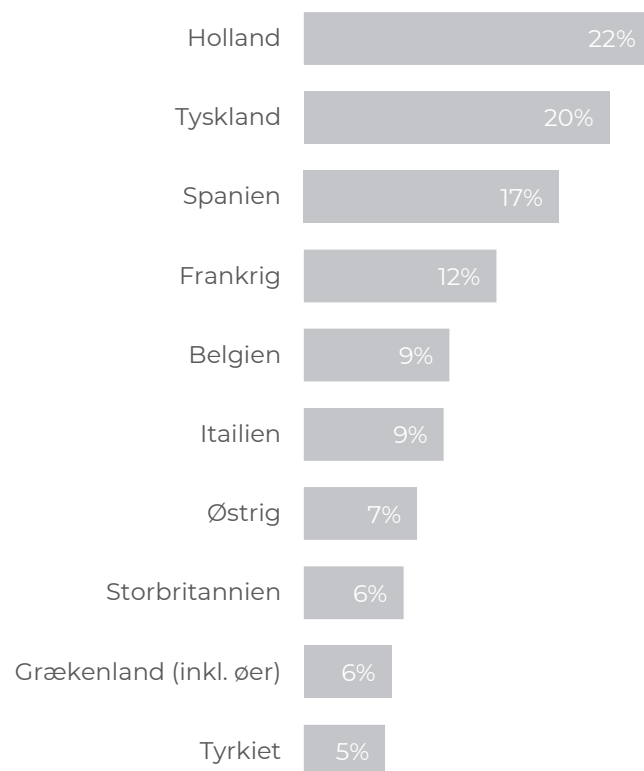
BNP: **+1,7%**

Privatforbrug: **+1,5%**

Ledighed: **4,7%**

Hollændernes forventede feriemål i 2019

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2019? Top 10

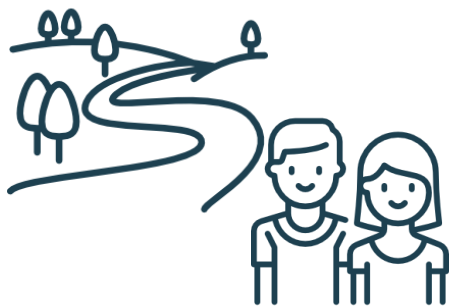


Den danske kyst tiltaler hollænderne

I den hollandske befolkning forventer 2 pct. at holde ferie i Danmark inden for de næste 12 måneder. Det svarer til 0,4 mio. hollandske turister. Danmark opnår en 19. plads som forventet feriemål.

Generelt forventer flere at holde ferie i et land end andelen, der rent faktisk får afholdt ferien. Årsagerne til dette kan være flere – herunder økonomisk råderum og generelt ændrede ferieplaner.

Danmarks potentiale på forretningsområder



27%

af den hollandske befolkning vil på kyst- & naturferie uden børn

Af dem overvejer:

8%
Danmark

28%
Holland



24%

af den hollandske befolkning vil på kyst- & naturferie med børn

Af dem overvejer:

7%
Danmark

30%
Holland



42%

af den hollandske befolkning vil på storbyferie

Af dem overvejer:

14%
København

3%
Aarhus

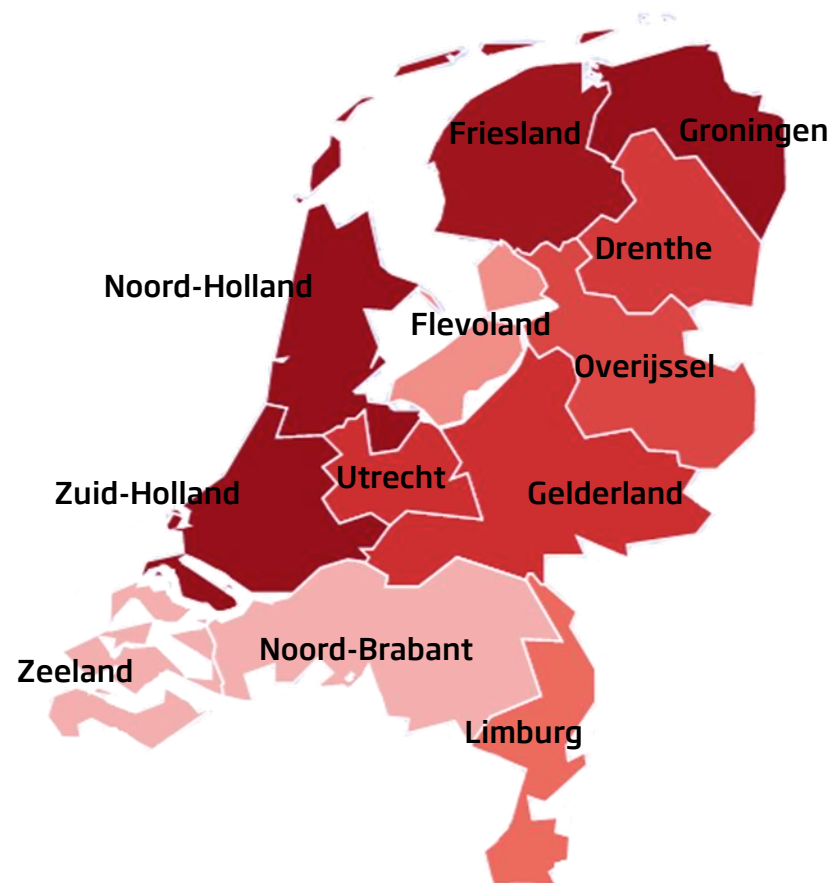
Turister i Danmark



Bopæl

Hollandske turister i Danmark

Noord-Holland	29%
Zuid-Holland	13%
Utrecht	9%
Friesland	8%
Gelderland	8%
Noord-Brabant	7%
Overijssel	7%
Groningen	6%
Drenthe	4%
Zeeland	3%
Limburg	3%
Flevoland	3%

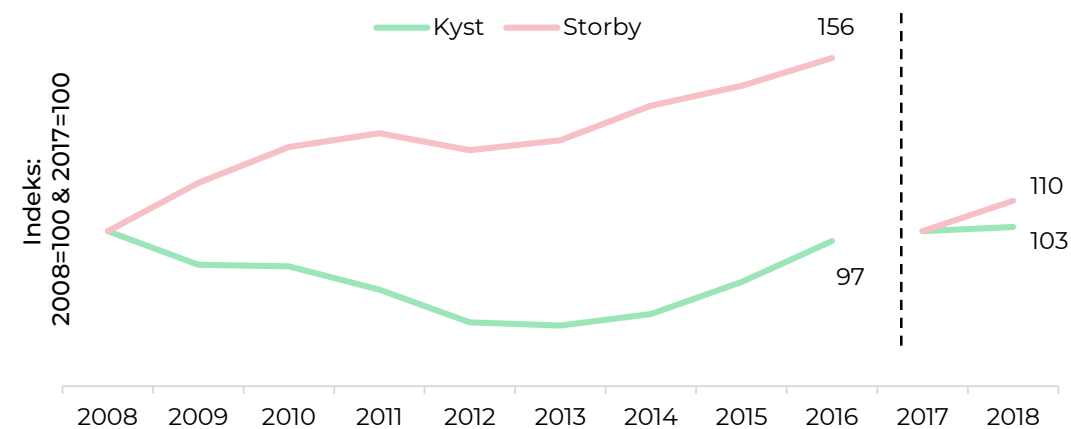


Hollandske overnatninger i kyst og storby

Hollandske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	2017 (1.000)	2018 (1.000)	Udv.
Kyst-/naturdanmark*	1.088	1.102	+1,3%
De fire storbyer*	226	248	+9,8%
I alt*	1.314	1.351	+2,8%

Udvikling i hollandske overnatninger* inden for kyst og storby



Kilde: Danmarks Statistik.

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.

Hollandske overnatninger i de fire danske storbyer

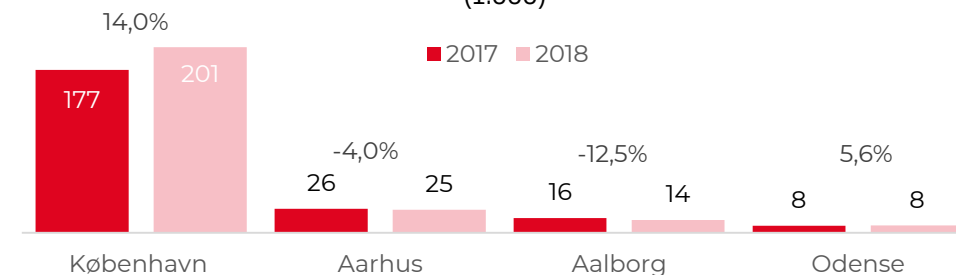
Overnatninger i alt i de fire storbyer*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.412	43%	
Udlandet	7.155	57%	
<hr/>			
Tyskland	854	7%	12%
Sverige	744	6%	10%
Storbritannien	719	6%	10%
USA	712	6%	10%
Norge	692	6%	10%
Italien	325	3%	5%
Holland	248	2%	3%
Frankrig	248	2%	3%
Kina	182	1%	3%
Indien	92	1%	1%
<hr/>			
Udlandet i øvrigt	2.335	19%	33%
I alt	12.564	100%	100%

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	3.621	820	594	378
Udlandet	6.276	350	388	137
<hr/>				
USA	686	12	8	6
Sverige	670	33	25	16
Storbritannien	667	28	12	12
Tyskland	646	72	124	13
Norge	485	65	132	10
Italien	307	9	3	5
Frankrig	235	8	3	3
Holland	201	25	14	8
Kina	167	6	2	8
Indien	85	4	1,2	0,6
Udlandet i øvrigt	2.128	88	64	55
<hr/>				
I alt	9.897	1.170	982	515

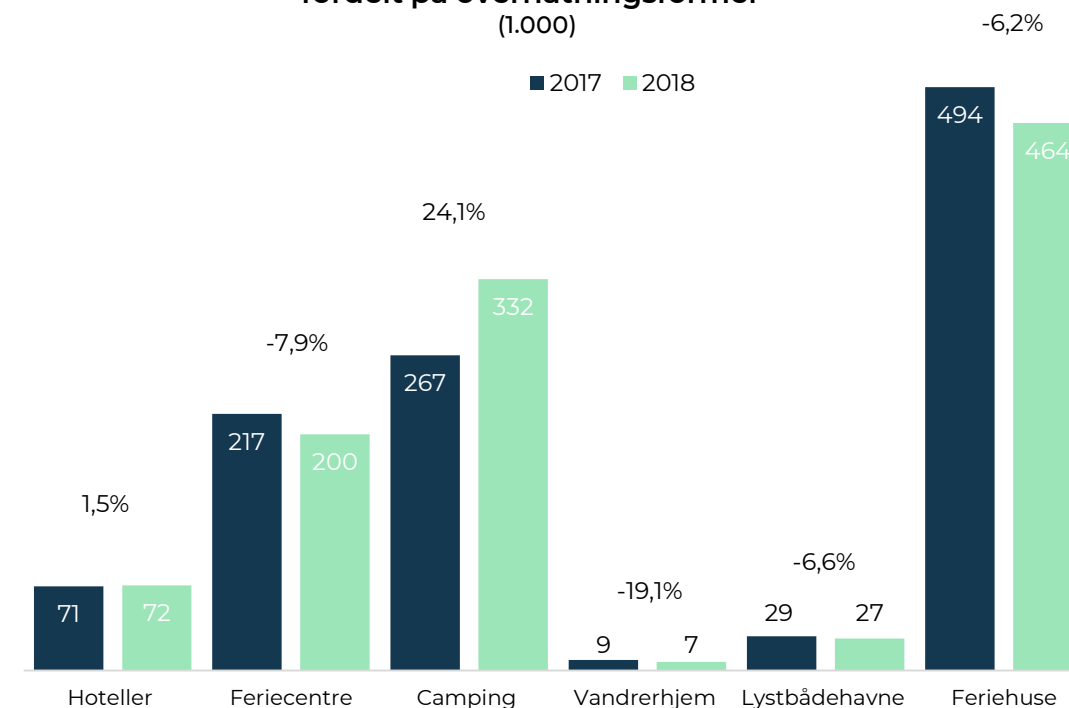
Udvikling i hollandske storbyovernatninger
(1.000)



Hollandske overnatninger i Kystdanmark

	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	20.879	51%	
Udlandet	20.420	49%	
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>			
Tyskland	14.829	36%	73%
Norge	1.643	4%	8%
Holland	1.102	3%	5%
Sverige	1.084	3%	5%
Storbritannien	162	0%	1%
USA	75	0%	0%
Frankrig	60	0%	0%
Kina	53	0%	0%
Italien	52	0%	0%
Indien	12	0%	0%
Udlandet i øvrigt	1.348	3%	7%
I alt	41.299	100%	100%

Udvikling i hollandske overnatninger i Kystdanmark
fordelt på overnatningsformer*





Videncenter om turismen i Danmark

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på  – VisitDenmark Viden & Analyse

Foto: Jo Selsing