

Markedsprofil 2019

Indien

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** Inspiration
- 13** Passagerer og flytrafik fra Indien til Københavns Lufthavn
- 15** Overnatninger, omsætning og sæson
- 21** Turister i Danmark

Nøgletal og målgrupper

A scenic view of the Copenhagen City Hall (Rådhuset) at sunset. The large, ornate dome of the building is the central focus, with the sun setting behind it, creating a warm, golden glow. In the foreground, a fountain with multiple jets of water is illuminated. To the left, a large wooden sailing ship is docked. In the bottom right corner, a small boat with people is visible on the water, silhouetted against the bright sunset. The overall atmosphere is peaceful and picturesque.

Nøgletal: overnatninger, forbrug og omsætning

104.000
overnatninger i 2018

23.700
flere overnatninger end i 2017

29,7 pct.
vækst i overnatninger ift. 2017

236 mio. kr.
i turismeomsætning i 2017

40%
af inderne går på internettet via en smartphone



Kyst- & naturturisme

12.000
Overnatninger*



Storbyturisme

92.000
Overnatninger*

4,0 personer
Rejsegruppe**

2,5 nætter
Opholdslængde**

2.550 kr.
Døgnforbrug**

De indiske målgrupper

Inderne rejser både som par og familier med børn

Par



25 - 65 år



Nordisk rundrejse



Par
Vennepar



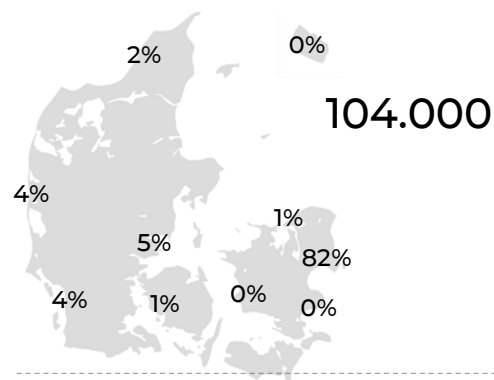
Hotel

Bopæl



Delhi, Mumbai, Bangalore,
Chennai

Indiske overnatninger fordelt på landsdele*



Funktionelle behov



Nye rejsende

- 10-14 dages ferie
- Destination med mange ikoner og højdepunkter
- Booker rejsen via rejseagent eller turoperatør
- Rejser i grupper
- Fokus på rejsens pris
- Vil ikke spilde tiden.
- Vil effektivt fra A til B.

Rejsevante

- 10-14 dages ferie
- En ny og trendy destination
- Researcher selv rejsen, men booker gennem rejseagent/turoperatør
- Fokus på autentiske og lokale oplevelser

Familier med børn



25 - 55 år

Børn: 6 - 18 år



Nordisk rundrejse



Par
Vennepar



Hotel

Hustandsindkomst



Høj



Lav

Uddannelsesnivea



Høj



Lav

Det gør Danmark unik



- Lykkeligt, miljøbevidst og sundt land
- Liveable cities med ren luft
- Cykler, royale oplevelser, H.C. Andersen
- Spændende historie og kultur
- Nordisk mad: Inderne går meget op i mad og er nysgerrige, men de foretrækker ofte indisk mad og har religiøse behov/krav

Emotionelle behov



- Tage ud i verden og opleve noget nyt
- Komme hjem med ny inspiration
- Et trygt feriemål med fotogene oplevelser
- Social prestige i ferievalg
- Ønsker ikke at tabe ansigt fx ifm. sprogbarrierer, adfærd, købe de rigtige souvenirs

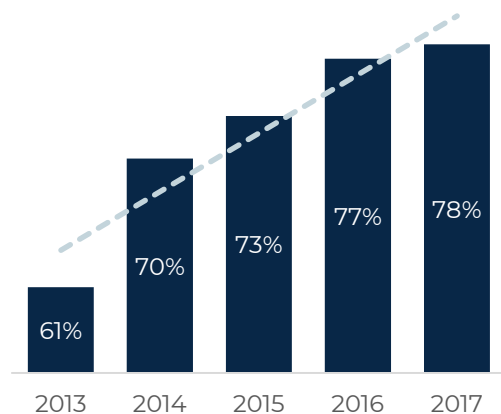
Den digitale turist



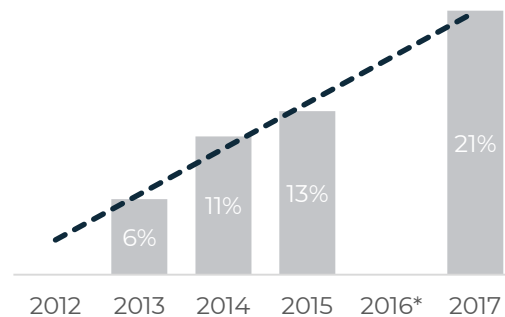
Internetbrug

Smartphone overhaler pc, når det gælder internetbrug

Adgang til internettet



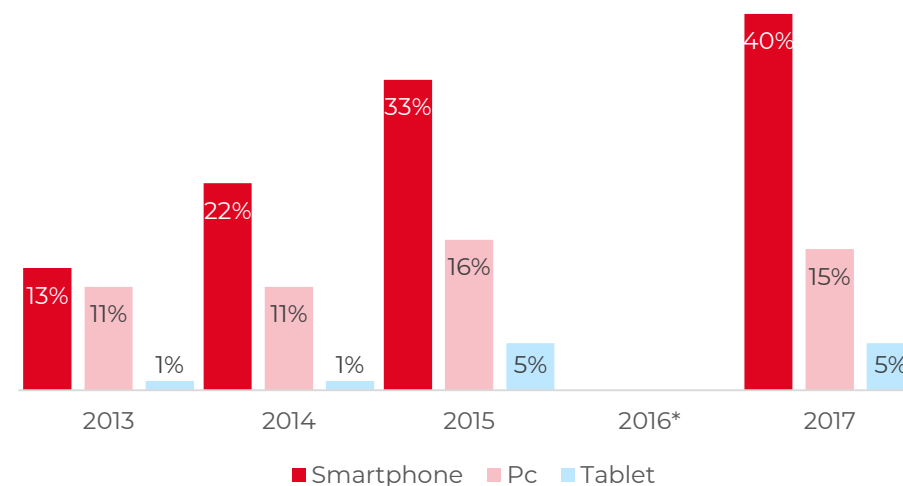
Benytter internettet dagligt



Gennemsnitligt antal forbundne enheder pr. person

2013	2014	2015	2016	2017
0,3	0,4	0,8	-	0,8

Internetbrug fordelt på enheder



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

2013	2014	2015	2016	2017
37%	44%	68%	-	83%

Søgninger efter Danmark

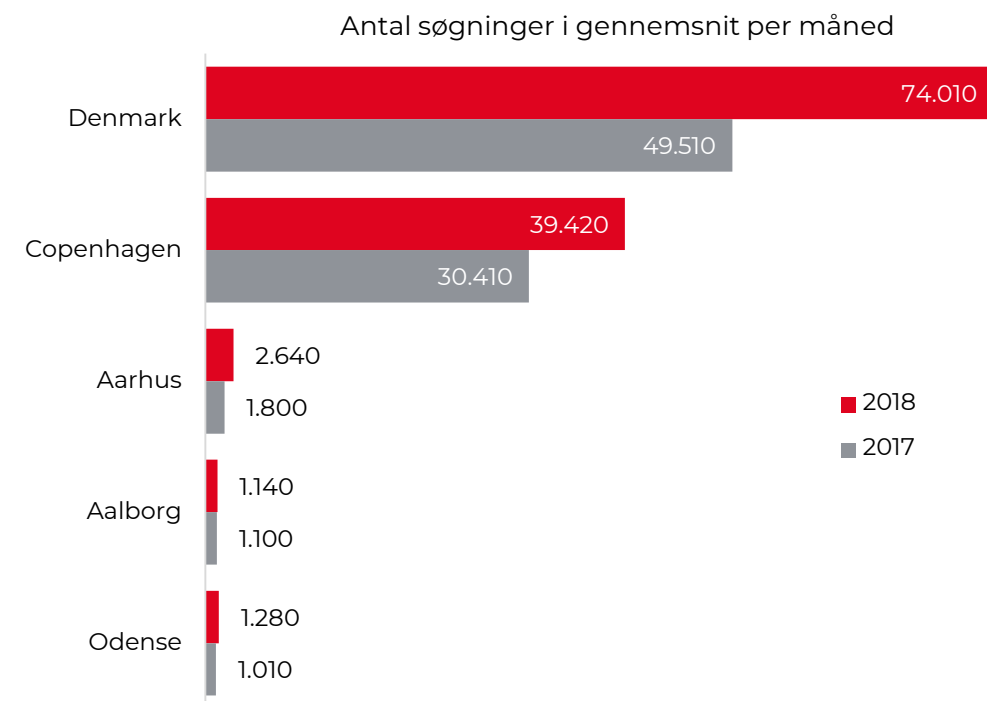
Flere søgninger efter Danmark og de fire største byer

I Indien er der langt flere søgninger efter Danmark og København end efter storbynavnene Aarhus, Aalborg og Odense.

I 2018 havde *Denmark* og alle fire største byer flere søgninger end i 2017.

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

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



Søgninger efter ferierelaterede søgeemner

Indere søger især information om kort og vejr i Danmark

Søgetermer ifm. de praktiske oplysninger, såsom kort om Danmark (*Map*) og vejr i Danmark (*weather*), er brugt oftere end søgetermer ifm. transport og indkvartering, når indere søger information om Danmark*.

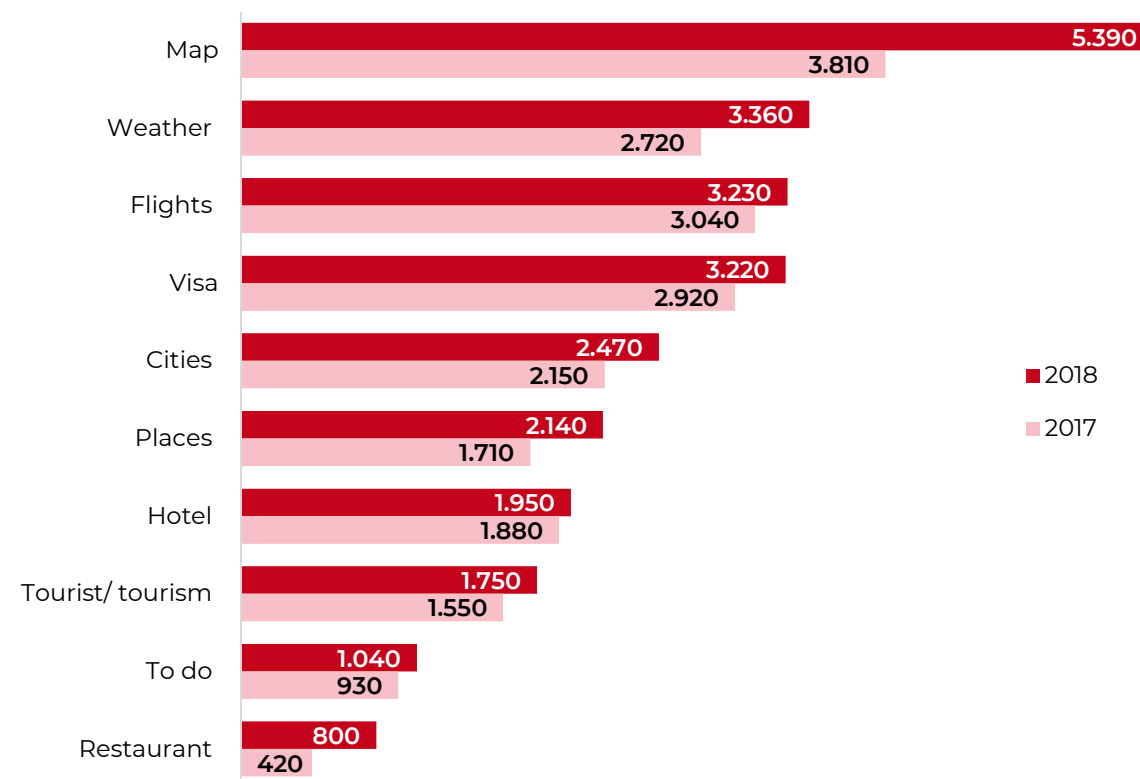
Blandt de transportrelaterede søgeord dominerer søgetermer ifm. fly (*flight*).

Søgetermer som *to do in Denmark* og *places to see* er blandt de meget brugte søgetermer, når inderne søger information om aktiviteter og attraktioner i Danmark.

*Søgetermerne indeholder som regel altid *Denmark* eller *danish* som ord og dækker forskellige variationer i ordsætning af søgninger, som fx *things to do in Denmark*, *Denmark things to do*, *What to do in Denmark*.

Udvikling i udvalgte indiske ferierelaterede søgninger mod Danmark

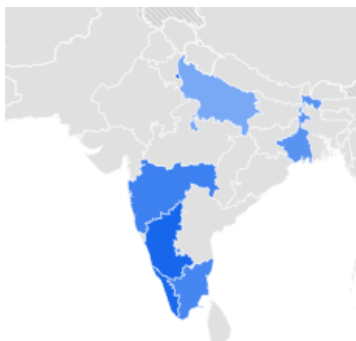
Antal søgninger i gennemsnit per måned



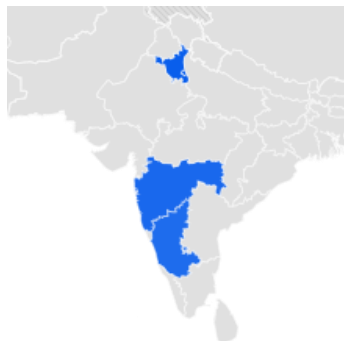
Ferierelaterede søgninger i udvalgte indiske stater

Popularitet af søgetermer på tværs af indiske stater i 2018

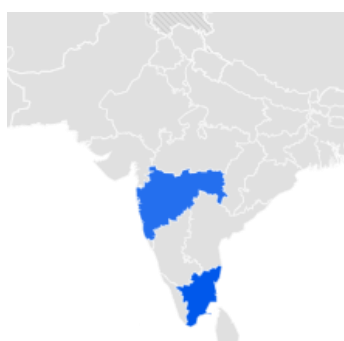
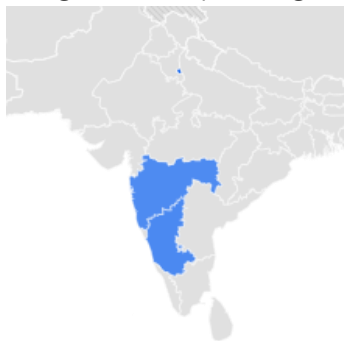
"Denmark Map"



"Hotel in Copenhagen Denmark"



"Flights to Copenhagen Danmark" "Places to visit Denmark"



Ferierelaterede søgninger er meget populære i Delhi, Karnataka (Bangalore) og Maharashtra (Mumbai)

Kortene indikerer de udvalgte søgetermer popularitet* i indiske regioner.

I 2018 var søgetermerne *flights to Copenhagen Denmark* og *Hotels in Copenhagen Denmark* mest populære i Delhi efterfulgt af Maharashtra (Mumbai) og Goa.

Danmark Map var mest populære i Delhi og Karnataka, mens *Places to visit Denmark* var mest populær i Tamil Nadu (Chennai) og Maharashtra (Mumbai) i 2018.

*Popularitet af en søgeterm er beregnet på en skala fra 0 til 100, hvor 100 indikerer regionen med den højeste andel af søgetermens volumen blandt alle søgninger. Populariteten af søgetermen i de resterende regioner er beregnet som procentdelen af populariteten i den region, hvor søgetermen var mest populær. Der er altså ikke tale om absolut antal søgninger.

An aerial photograph of a circular wooden walkway or bridge structure extending over a body of water. The sun is low on the horizon, creating a bright orange glow and a shimmering reflection on the water's surface. In the background, a port area with several cranes is visible. The foreground is framed by green trees. The word "Inspiration" is written in large, white, sans-serif font across the center of the image.

Inspiration

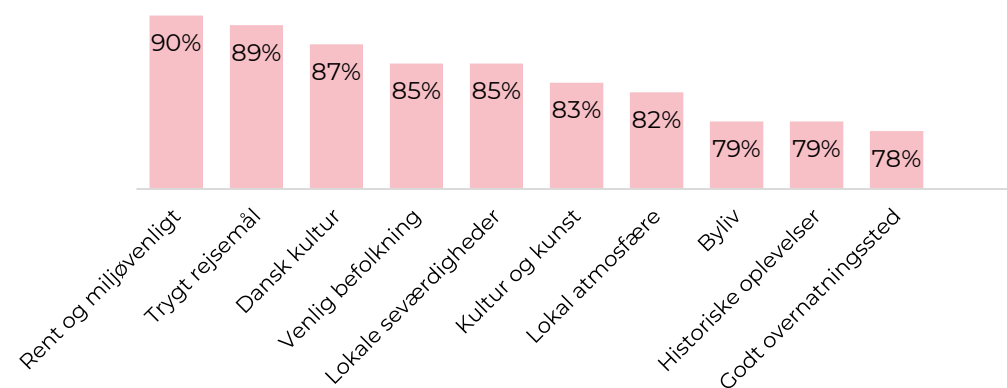
Asiatiske turister på storbyferie: inspirationskilder og rejsemotiver

Renhed og miljøvenlighed er afgørende

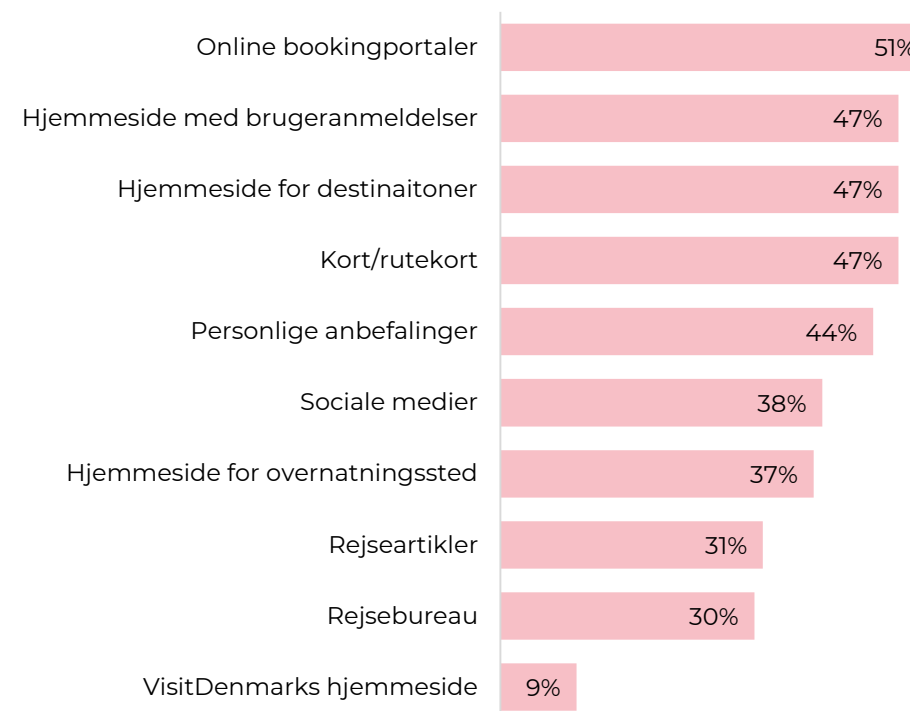
Det, at Danmark opleves som en ren og miljøvenlig destination, er vigtigt for asiaterne, når de vælger at rejse til Danmark. Også trygt rejsemål og dansk kultur spiller en stor rolle.

Asiater bliver i høj grad inspireret til at holde ferie i Danmark gennem online bookingportaler og hjemmesider med brugeranmeldelser.

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)

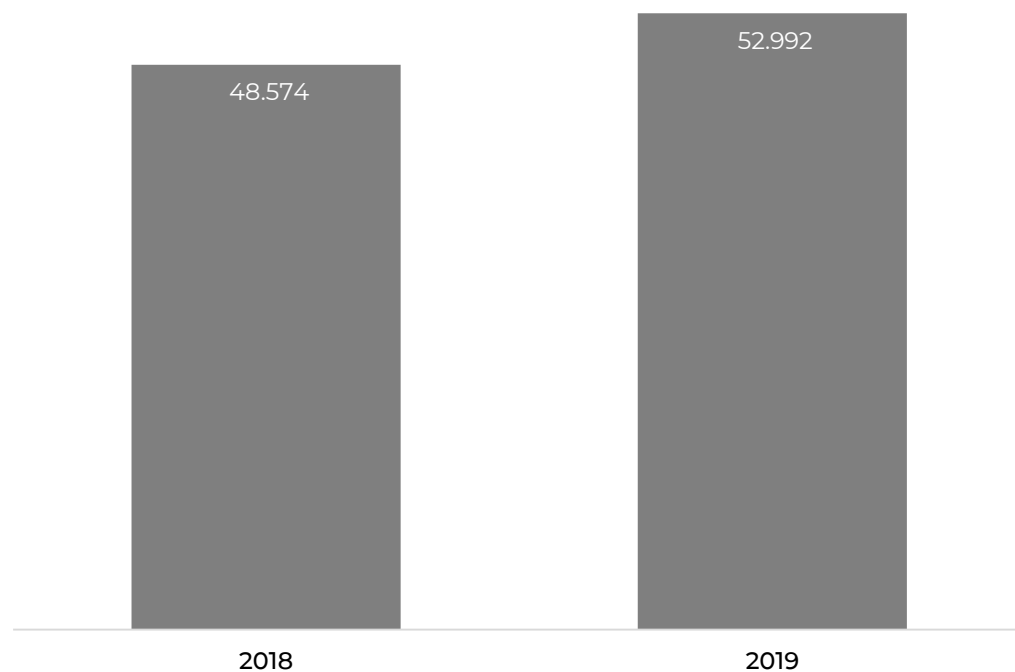




Passagerer og flytrafik fra Indien til Københavns Lufthavn

Sædekapacitet fra de indiske lufthavne

Udvikling i sædekapacitet
Antal sæder



Sædekapaciteten stiger med 9 pct.

Ruten mellem New Delhi og København blev indviet i september 2017. Udvikling i sædekapaciteten mellem Indien og Danmark kan således kun ses i forhold til 2018.

Air India er det eneste flyselskab på ruten, og i 2019 har de en sædekapacitet på næsten 53.000 fra den indiske til lufthavn til Københavns Lufthavn.

Det svarer til en stigning på 9 pct. i forhold til den realiserede sædekapacitet i 2018.

A row of fishing nets hanging on a wooden frame against a sunset sky. The nets are silhouetted against the vibrant colors of the sky, 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 indiske overnatninger

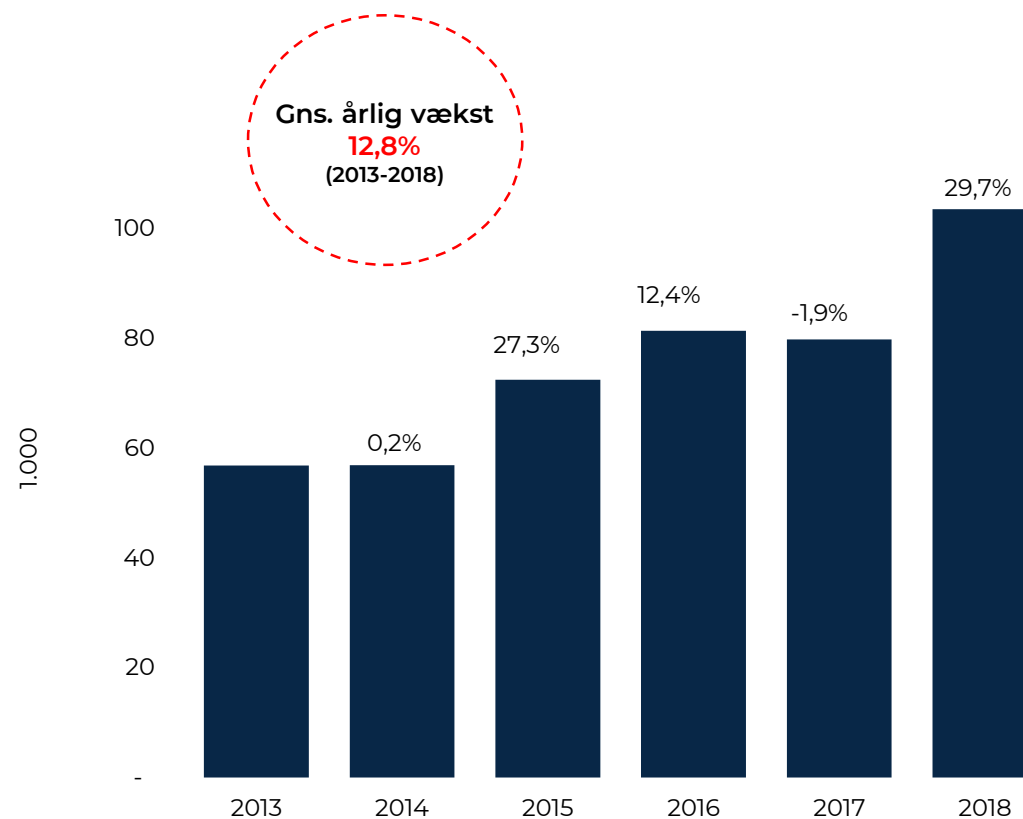
Fortsat vækst i antallet af indiske overnatninger i Danmark

I 2018 foretog inderne 104.000 overnatninger i Danmark.

Sammenlignet med 2017 steg antallet af indiske overnatninger med 29,7 pct. i 2018.

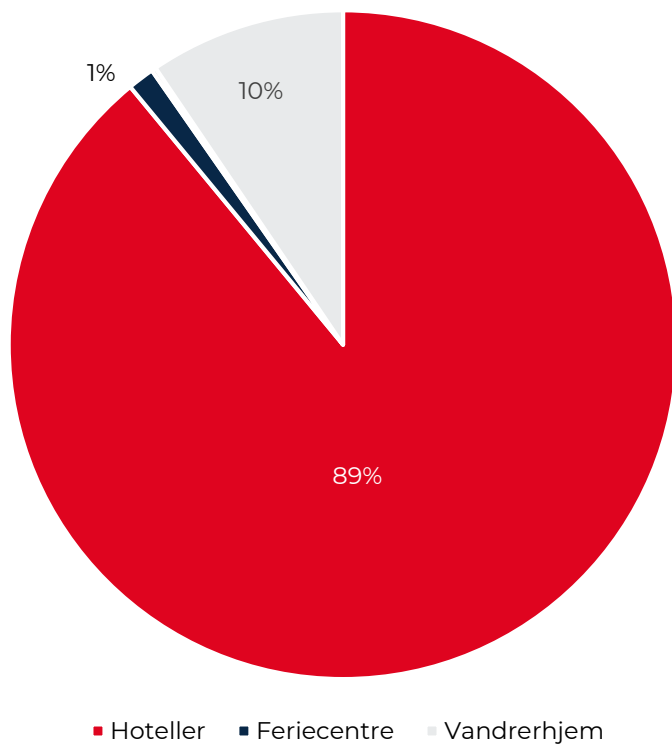
Indiske overnatninger i Danmark

Antal og udvikling ift. året før

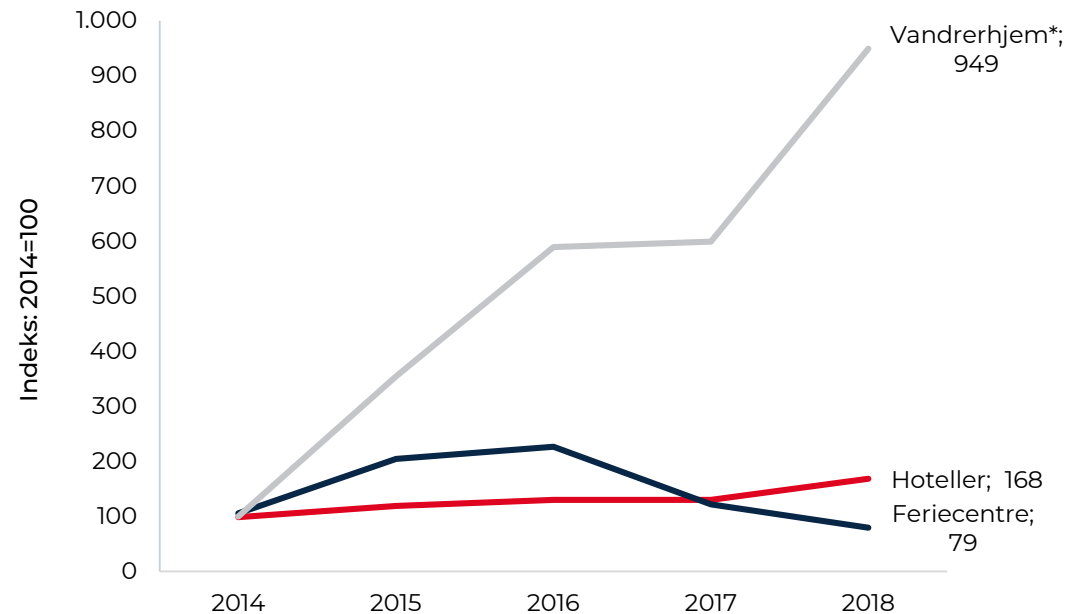


Indiske overnatninger fordelt på indkvarteringsformer

Indiske overnatninger i Danmark 2018



Udvikling i indiske overnatninger i Danmark



Indiske overnatninger fordelt over året

Flere indiske overnatninger både i og uden for højsæsonen

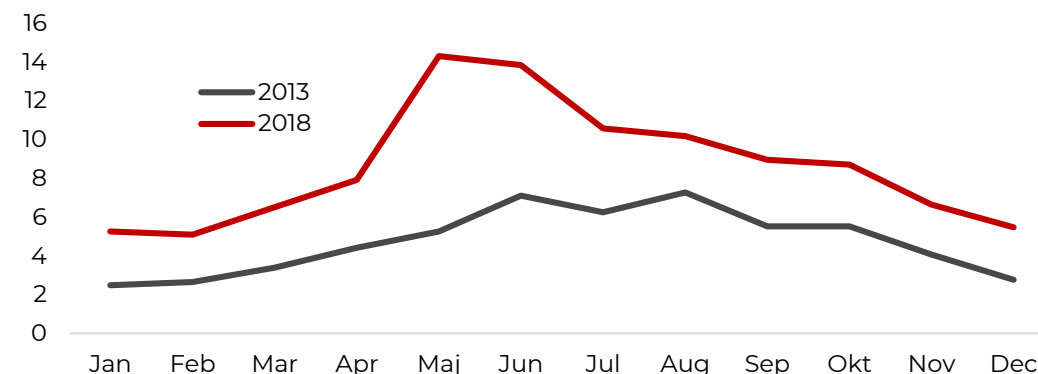
Fra 2013 til 2018 er antallet af indiske overnatninger i Danmark steget med 82 pct. Stigningen har fundet sted i både høj-, skulder- og vintersæsonen.

	2013	2018	2013	2018
	Antal (1.000)		Indeks (2013=100)	
Høj	14	21	100	153
Skulder	31	60	100	193
Vinter	12	22	100	187
I alt	57	104	100	182

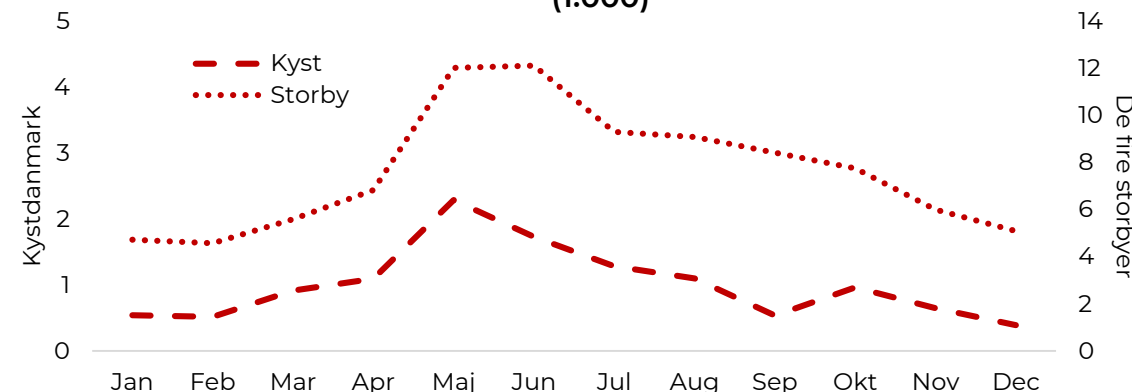
Overnatningsmønstret blandt indere på storbyferie i Danmark ligner indiske kyst- og naturturisters overnatningsmønster. Således er overnatningsmønstret for begge grupper delvist sæsonpræget. Overnatningstallet for indere på kystferie i Danmark toppes i maj, mens tallet for indiske storbyturister er højest i maj og juni.

Sæsonmønstret følger den indiske højsæson, hvor skoleferien ligger i april – juni.

Indiske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



2018: Indiske kyst- og storbyovernatninger (1.000)



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

Indernes overnatninger i hjem- og udland

	Indiske overnatninger 2018 (1.000)	Andel af europæiske overnatninger	Udvikling fra 2017 til 2018
Indien	118.557		6%
Europa	36.231		12%
Øvrige udland	103.148		8%
I alt	257.936		7%
Frankrig	19.189	53%	16%
Storbritannien	10.973	30%	5%
Italien	1.102	3%	0%
Tyskland	927	3%	9%
Schweiz	812	2%	10%
Armenien	741	2%	23%
Georgien	521	1%	16%
Tyrkiet	284	1%	72%
Tjekkiet	228	1%	10%
Sverige	217	1%	0%
Rusland	187	1%	-5%
Belgien	149	0%	29%
Kasakhstan	133	0%	23%
Bulgarien	114	0%	24%
Malta	113	0%	25%
Danmark	104	0%	10%
Polen	90	0%	9%
Letland	89	0%	87%
Finland	83	0%	5%

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%
Syd Korea	110	0,2%
Grækenland	76	0,1%
Øvrige lande	7.329	13%

Indien	Omsætning 2017 (mio. kr.)	Andel
Besøg m. betalt overnatning		
Hotel – ferie	122	52%
Hotel – forretning	100	42%
Feriecenter	4	2%
Camping	0	0%
Vandrerhjem	8	3%
Lejet feriehus	0	0%
Lystbåd	0	0%
Deleøkonomiske platforme	0	0%
Andre*	1	1%
I alt	236	100%
Besøg u. betalt overnatning		
I alt	0	0%

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.

Turister i Danmark

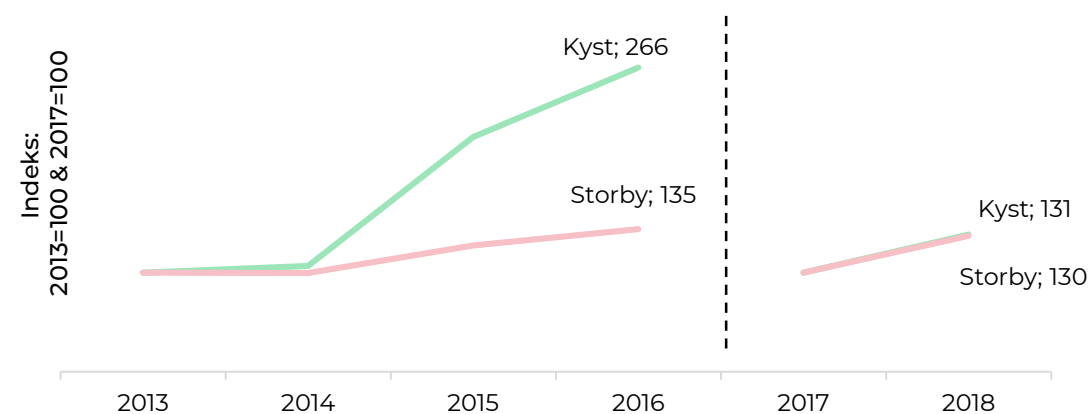


Indiske overnatninger i kyst og storby

Indiske overnatninger i
Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	2017 (1.000)	2018 (1.000)	Udv.
Kyst-/naturdanmark*	9	12	+30,8%
De fire storbyer*	71	92	+29,6%
I alt*	80	104	+29,7%

Udvikling i indiske 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.

Indiske overnatninger i de fire danske storbyer

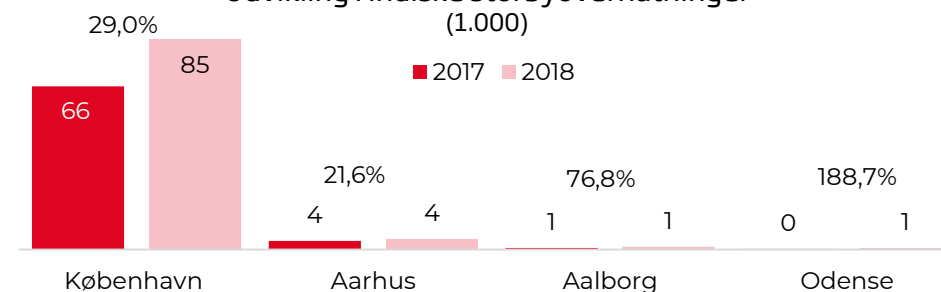
Overnatninger i alt i de fire storbyer*

	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%
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
I alt	9.897	1.170	982	515

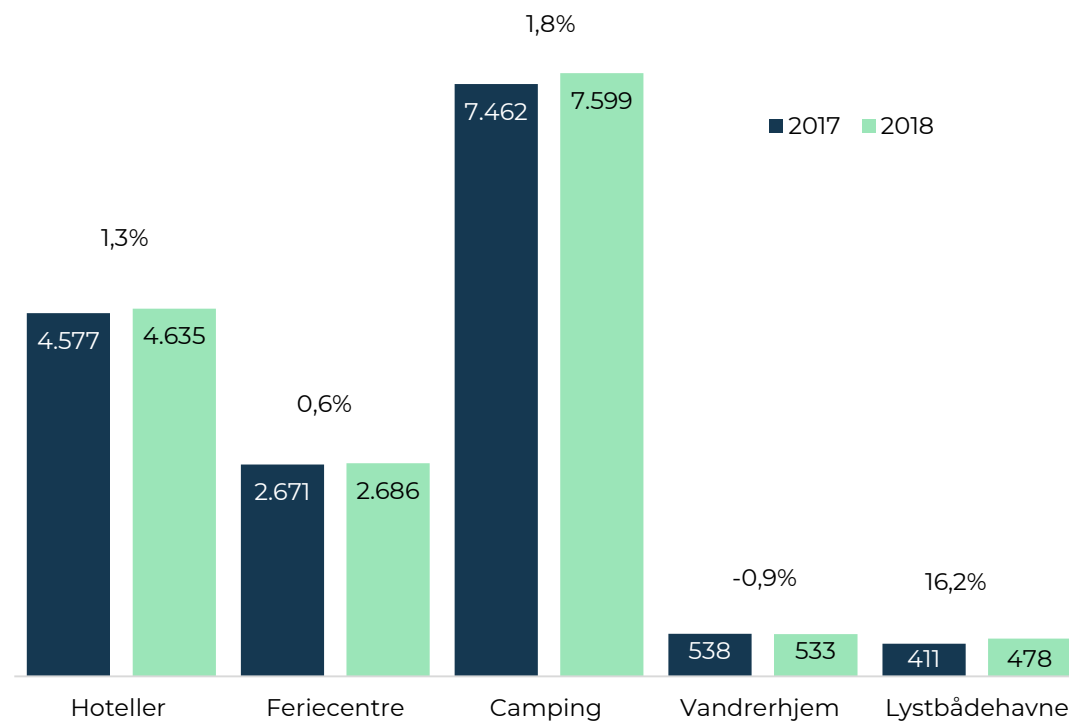
Udvikling i indiske storbyovernatninger
(1.000)



Indiske 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 indiske overnatninger i Kystdanmark
fordelt på overnatningsformer*
(1.000)





Videncenter om turismen i Danmark

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på  – VisitDenmark Viden & Analyse

Foto: Jo Selsing