

Markedsprofil 2019

Sverige

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
- 12 Danmarks omtale og synlighed i medierne
- 15 Kendskab, inspiration og bookingadfærd
- 23 Passagerer og flytrafik fra Sverige til Københavns Lufthavn
- 27 Overnatninger, omsætning og sæson
- 34 Markedsforventninger
- 38 Turister i Danmark

Nøgletal og målgrupper



Nøgletal: overnatninger, forbrug og omsætning

1,8 mio.
overnatninger i 2018

500
flere overnatninger end i 2017

0-vækst
i overnatninger ift. 2017

7,4 mia. kr.
i turismeomsætning i 2017

26%
i Sverige kender meget til
Danmark som feriemål

88%
af svenskere går på internettet via en
smartphone



Kyst- & naturturisme

1,1 mio.
Overnatninger*

2,0 personer
Rejsegruppe

2,9 nætter
Opholdslængde

1.000 kr.
Døgnforbrug

74%
Kommer fra Syd-/Vestsverige



Storbyturisme

0,7 mio.
Overnatninger*

1,5 personer
Rejsegruppe

1,9 nætter
Opholdslængde

2.600 kr.
Døgnforbrug

58%
Kommer fra Syd-/Vestsverige

De svenske målgrupper

Svenskerne rejser både som par og med børn under 18 år

Par



30 - 65 år



Storbyferie
Kyst- &
naturferie



Par
Vennepar
Venner



Hotel
Feriehus

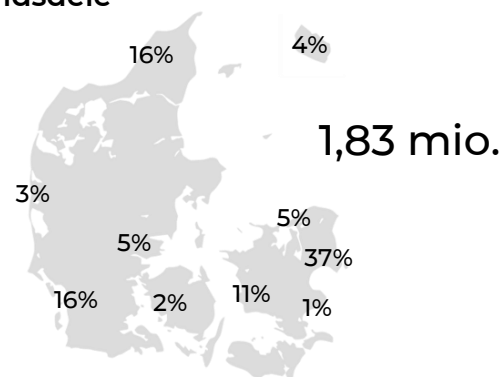
Bopæl



69 pct.

Syd- og Vestsverige

Svenske overnatninger fordelt på landsdele*



Funktionelle behov



- Kort ferie fx forlænget weekend
- Overskuelig/kort rejsetid (bil, tog til Kbh.)
- Minimal og ukompliceret planlægning
- Godt overnatningssted
- Miks af afslapning og at opleve noget

Emotionelle behov



- Kvalitetstid med nære og kære
- Afkobling fra en travl hverdag
- Tryk feriedestination
- Venlig og imødekommende befolkning

Det gør Danmark unik



- Afslappet, trygt og behageligt folkefærd
- Dansk design
- Kort rejsetid og korte afstande
- Dansk mad og drikke

Den digitale rejse



- Dreaming: 3/4 påvirkes af internettet
- Inspiration: 1/4 bruger visitdenmark.se
- Planning: 3/10 bruger destinationernes hjemmesider
- Booking: 2/3 booker 1 mdr. før afrejse
- On-site planning. 1/5 bruger internettet
- Loyalitet: 9/10 vil komme igen

Familier med børn



30 - 45 år

Børn: 0 - 18 år



Storbyferie
Kyst- &
naturferie



Familie



Feriecenter
Feriehus
Hotel

Hustandsindkomst



- Høj
- Lav

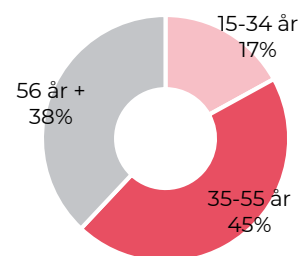
Uddannelsesnivea



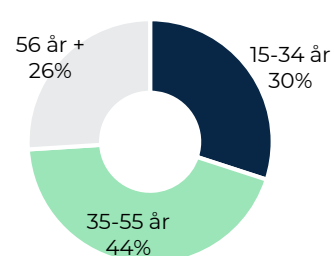
- Høj
- Lav

Svenske turister i Danmark

Kyst- & naturturister



Storbyturister



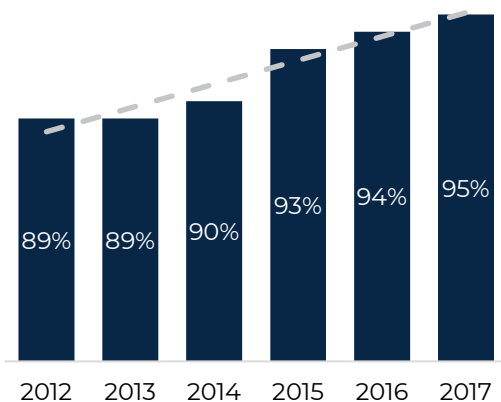
Den digitale turist



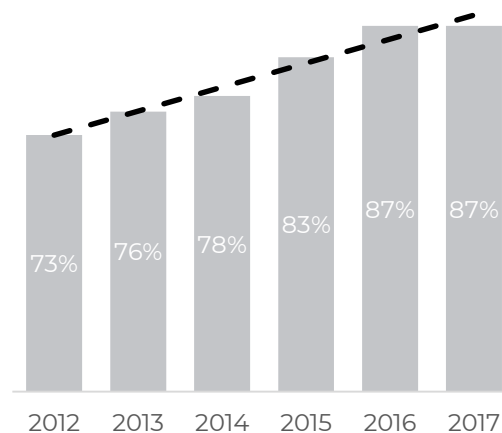
Internetbrug

Smartphone overhaler pc, når det gælder internetbrug

Adgang til internettet



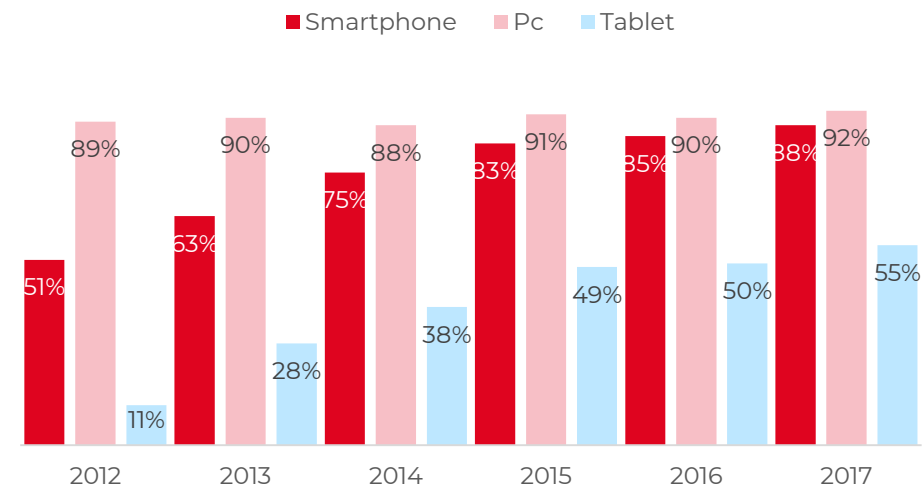
Benyttter internettet dagligt



Gennemsnitligt antal forbundne enheder pr. person

2012	2013	2014	2015	2016	2017
2,4	2,9	3,2	3,4	3,4	4,1

Internetbrug fordelt på enheder



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

2012	2013	2014	2015	2016	2017
36%	49%	59%	64%	73%	77%

Søgninger efter Danmark

Stigning i søgninger efter Danmark, Odense og Aalborg

I Sverige er der flere søgninger efter *Danmark* og *Köpenhamn* end efter *Aarhus*, *Aalborg* og *Odense*.

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

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

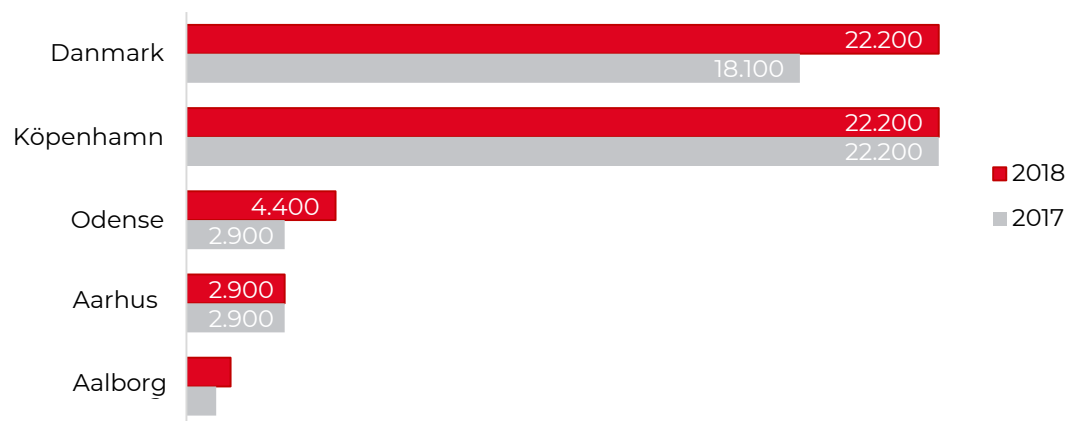
Flest søgninger i juli

Svenske søgninger efter Danmark og de fire største byer fordeler sig ud over året. Der er flest søgninger i juli, undtaget for Odense som søgeord, der bliver brugt oftest i januar.

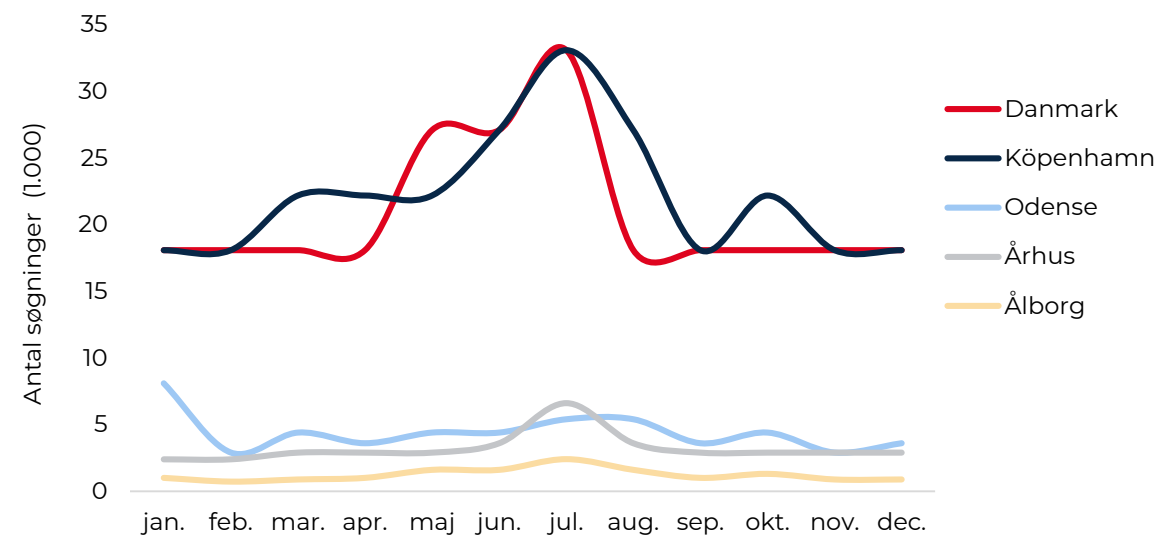
Antal søgninger efter Danmark og København stiger i maj og juni, og når det højeste niveau i juli. Søgninger efter byerne stiger lidt i juli, men ligger derudover stort set på samme niveau hele året.

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

Svenskere søger især information om kort og hoteller

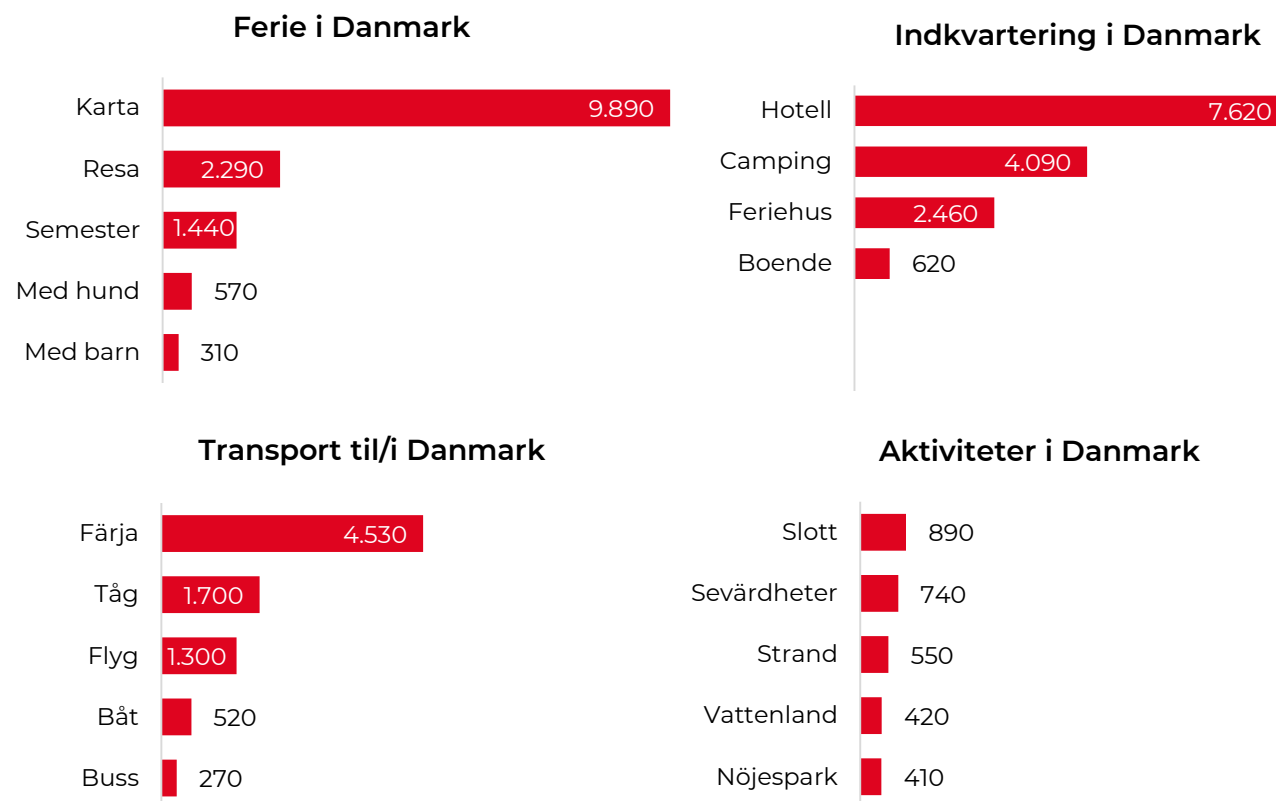
Når svenskere søger information om ferie i Danmark er søgetermer ifm. kort og indkvartering, og især hotel, brugt oftere end søgetermer ifm. transport og aktiviteter.*

Når svenskere søger efter indkvarteringsrelaterede informationer om Danmark, så er de desuden mere specifikt interesserede i oplysninger om campingpladser, feriehus og badehoteller.

Søgetermer ifm. færge og tog dominerer blandt de transportrelaterede søgeord.

Søgetermer ifm. slot, seværdigheder og strand i Danmark er blandt de meget brugte aktivitetsrelaterede søgetermer.

Søgevolumen af ferierelaterede emner i Sverige ifm. Danmark i 2018 (gennemsnit, per måned)



*Søgetermerne indeholder som regel altid Danmark som ord og dækker forskellige variationer i ordsætning af søgninger, som fx Danmark karta, karta Danmark, karta över Danmark, Danmarks karta, camping Danmark karta, m.m.

Udvalgte ferierelaterede søgninger i svenske regioner

Populære søgetermer i udvalgte svenske regioner i 2018

"Danmark karta"



"Hotell Danmark"



"Färja till Danmark"



"Slott i Danmark"



Udvalgte ferierelaterede søgninger er meget populære i Sverige

Kortene viser forskellige søgetermeres popularitet* i udvalgte svenske regioner.

Søgetermerne *Danmark karta* og *Hotell Danmark* var i 2018 mest populære* i Halland efterfulgt af Skåne og Västra Götaland.

Färja Danmark var mest populær i Västra Götaland og Skåne. *Slott Danmark* som søgeterm var mest populær Stockholm 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.

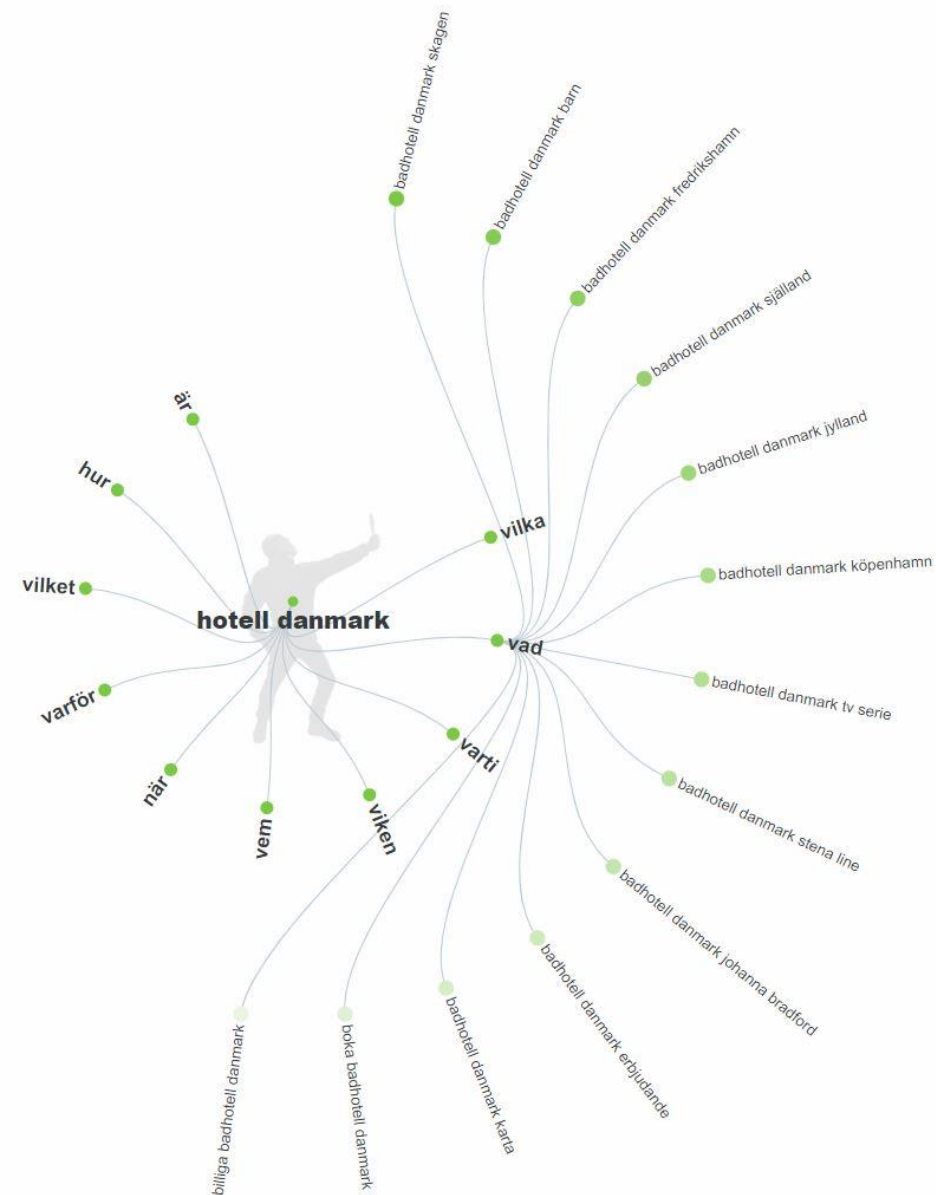
Variationer i søgetermer

Badhotell Danmark er en hyppig søgeterm

Svenskere bruger forskellige søgetermer, når de leder efter information om hoteller i Danmark.

Blandt de mest brugte variationer af søgetermen *Hotell Danmark* med over 100 søgninger i gennemsnit per måned i 2018 er:

- *Hotell Danmark*
- *Badhotell Danmark*
- *Hotel Danmark*
- *Hotell i Danmark*
- *Danmark Hotell*
- *Spa hotell Danmark*
- *Hotel Danmark Köpenhamn*
- *Hotell Danmark Köpenhamn*



Danmarks omtale og synlighed i medierne



Pressemeddelelser og nyhedsbreve i svenske medier

Trends og tendenser i medielandskabet

Agneta Åstrand, PR & Presse Manager

“*Hygge, badhoteller, nostalgi, design, gourmet, kultur, familietid, nye hoteller, restauranter, gode udstillinger og eksotiske ting som østerssafari fanger godt i medierne.*

Markedet og dermed medierne er interesserede i anderledes og skæve vinkler. Medierne er ikke interesserede i ting, de også kan opleve i Sverige, og hvad der ikke er "typisk dansk".

En ny ting er debatten om fly og klima, som er stor i Sverige. Man taler om 'flyskam' og klimavenlige rejser med tog. Der har Danmark som rejsemål en USP, og det bør vi bruge!

<https://www.lonelyplanet.com/news/2019/4/23/sweden-rail-travel-flight-shame/>

Der er flere, der blogger og youtuber, og som har mange følgere og stor aktivitet. Mange, især dem, der er knyttet til særlige mediehuse, tager sig betalt for at deltage.

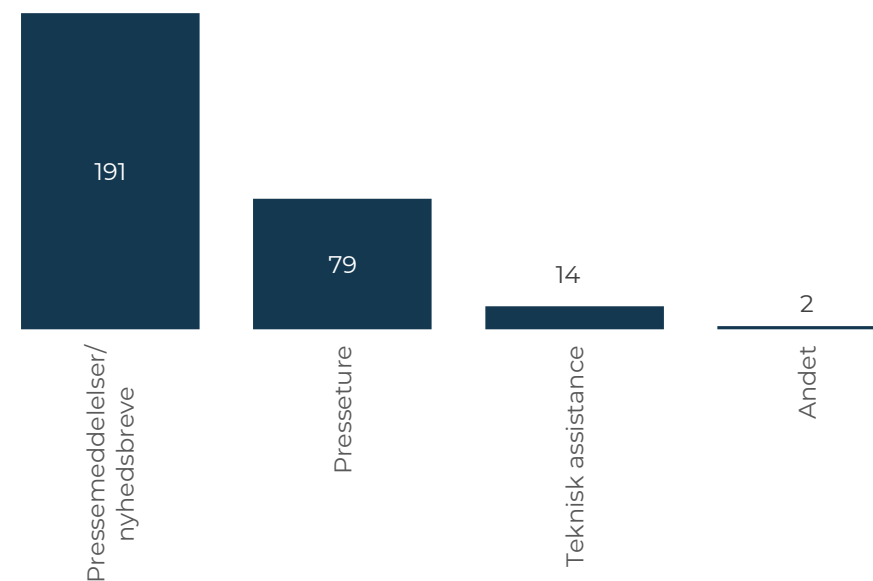
Vi fokuserer på mikro/medium-influencers med stort engagement hos sine følgere og en interessant målgruppe i Syd- og Vestsverige samt Stockholm og omegn.

”

191 pressemeddelelser og nyhedsbreve i svenske medier

I 2018 genererede VisitDenmarks presseaktiviteter 140 posts / tweets på Sociale medier og opnåede et engagement på 2.116 ift. comments, shares og likes.

Antal artikler fordelt på presseaktiviteter, 2018



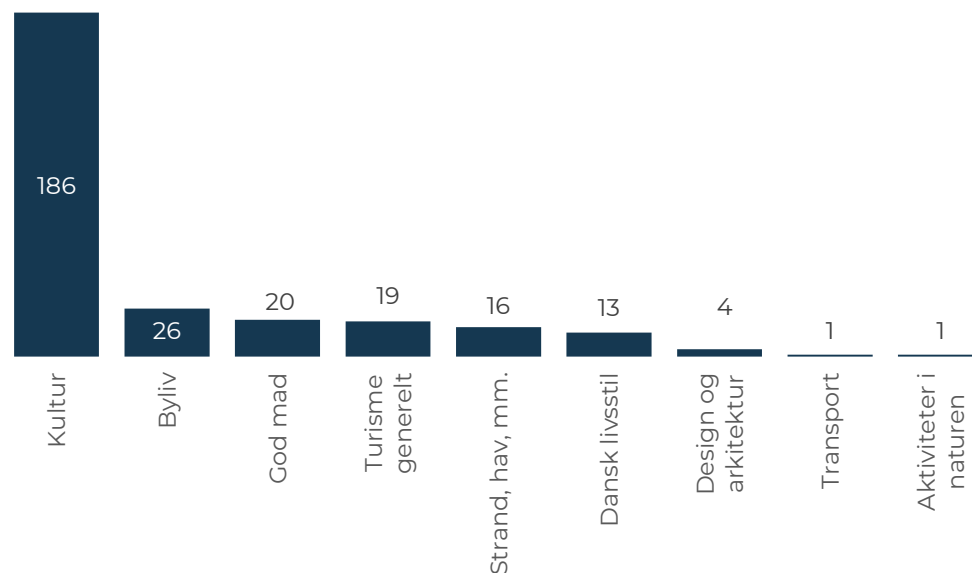
Omtale i medielandskabet

VisitDenmark genererer omtale i medielandskabet

I 2018 genererede VisitDenmark omtale i 286 artikler i Sverige og nåede ud til knap 26 mio. læsere.

Instagram genererer det højeste antal posts på de sociale medier.

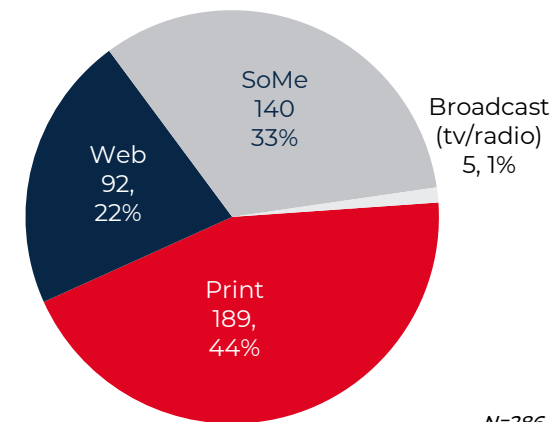
Antal artikler fordelt på temaer, 2018



Hvad skriver de svenske medier om Danmark?



Dækning fordelt på medietyper



N=286



Kendskab, inspiration og bookingadfærd

Kendskab til Danmark som feriedestination

Knap to tredjedele af svenskerne har et godt kendskab til Danmark

64 pct. af svenskerne kender noget/ meget til Danmark som feriedestination. I Norge gælder det seks ud af 10 (60 pct.), mens det i Tyskland gælder knap fire ud af 10 (38 pct.).

I Holland og Storbritannien ved de relativt lidt om Danmark som feriedestination.

Kender meget eller noget til Danmark

75%
Syd- og Vestsverige

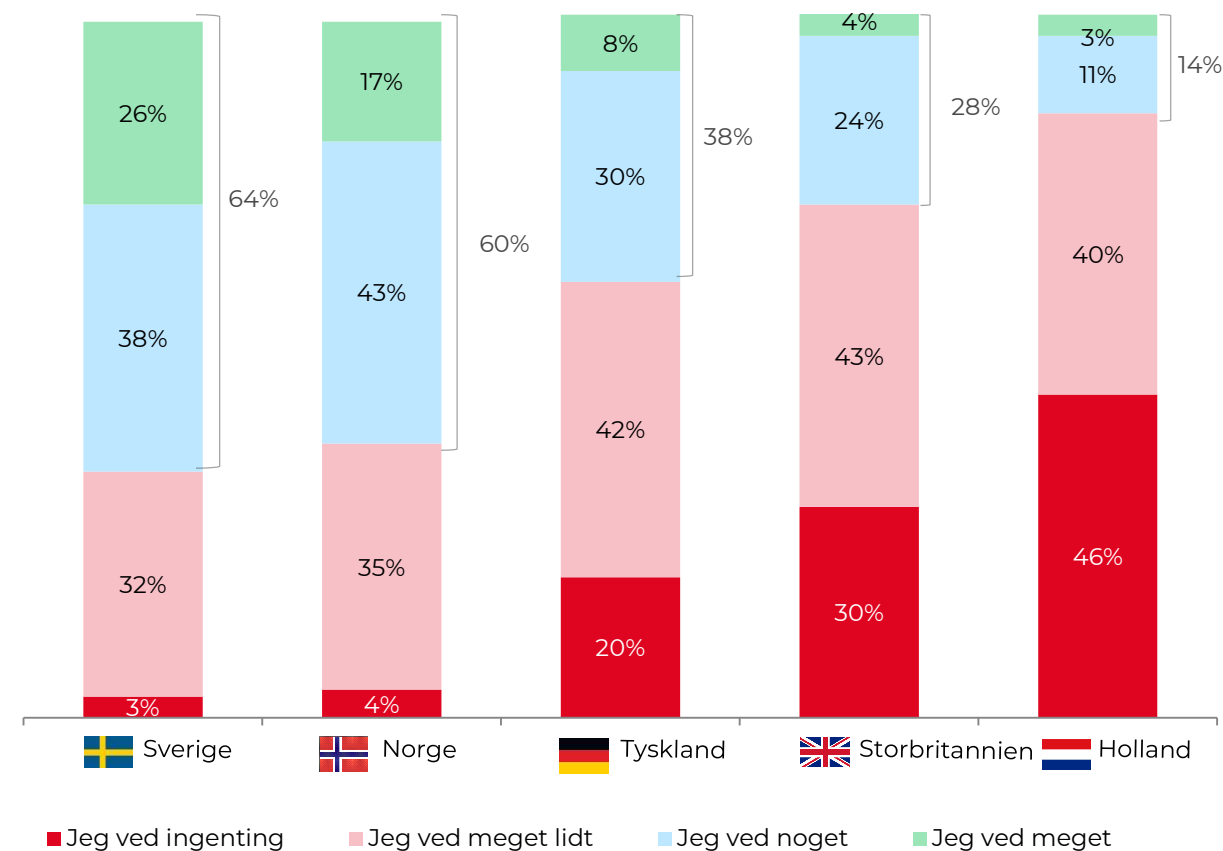
65%
Sydnorge

44%
Nordvesttyskland

42%
Greater London

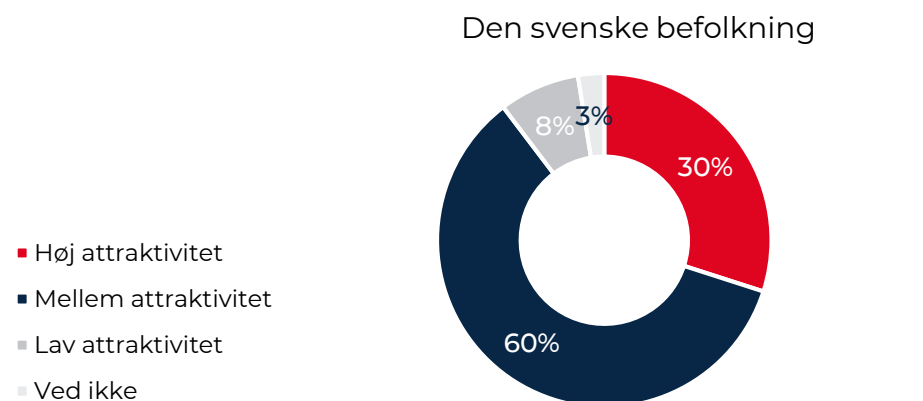
Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?

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

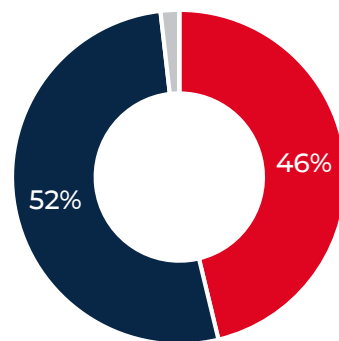


Danmark som attraktiv feriedestination

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?



Svenskere, som var på ferie i Danmark i 2018



Svenskere, der har besøgt Danmark, er mere positive

Godt halvdelen af de svenskere, som har besøgt Danmark på en ferie i 2018, oplever Danmark som et attraktivt rejsemål. Således vurderer 46 pct. attraktiviteten af Danmark til 6 eller 7 på en skala fra 1 – 7, hvor 1 = slet ikke attraktiv og 7 = meget attraktiv.

Generelt har svenskerne et godt indtryk af Danmark som feriemål, men et besøg i Danmark gør dem endnu mere positive.

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

Tal fra VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017 viser, at flertallet af de norske gæster er tilfredse, og at 77 pct. aktivt vil anbefale Danmark, når de kommer hjem.

Svenskernes associationer til Danmark

Svenskerne forbinder Danmark med øl, mad, hygge og Legoland

Danskerne beskrives som joviale og glade.

Fra det danske spisekort nævnes god mad, smørrebrød, pølser og øl.

Svenskerne fremhæver i stor udstrækning København, Legoland og Tivoli.

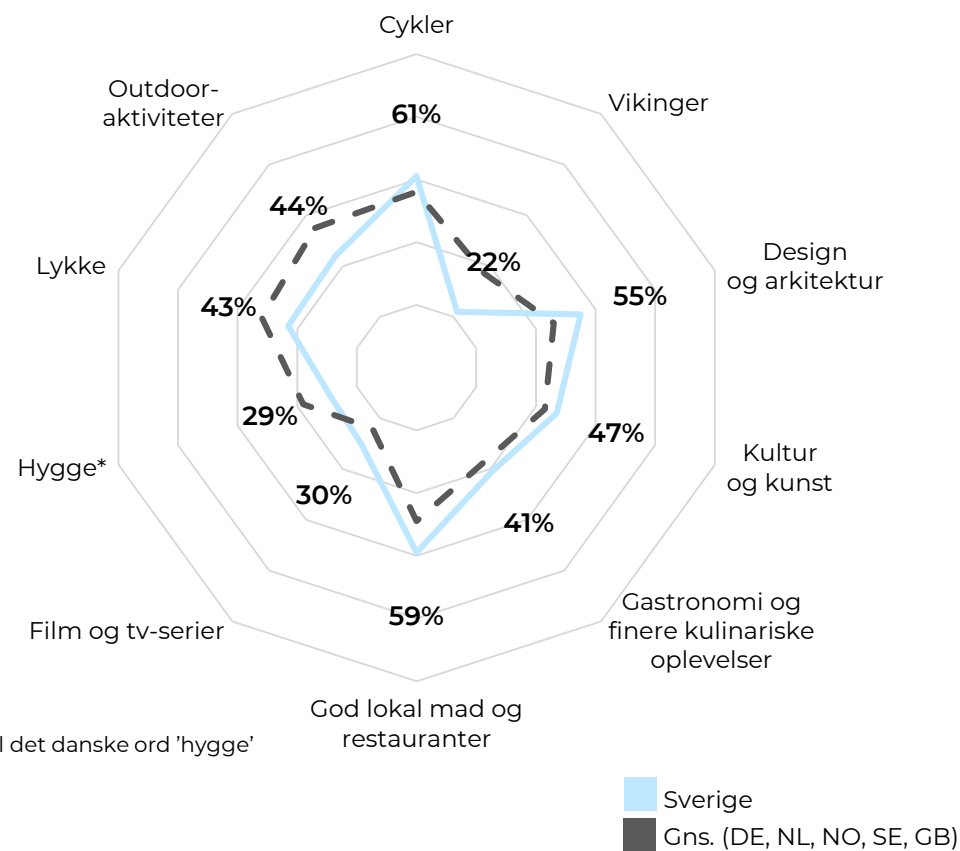
En del nævner, at Danmark er et dyrt – men hyggeligt – land.



Svenskeres syn på Danmark

I hvor høj grad forbinder du Danmark med det følgende?

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



Direkte adspurgt forbinder svenskerne især Danmark med cykler samt god lokal mad og restauranter

Når svenskerne direkte spørges i hvor høj grad, de forbinder Danmark med en række parametre, er det navnlig parametrene 'cykler' og 'god lokal mad og restauranter', der bonner ud.

Der er ikke stor forskel på, hvad svenskerne og gennemsnittet forbinder med Danmark. Den største forskel gælder 'vikinger', hvor svenskerne scorer under gennemsnittet.

Svenskeres syn på Danmark ifm. udvalgte bæredygtighedsparametre

Danmark forbindes især med parameteret 'en let tilgængelig destination'

Når svenskerne spørges direkte om, hvad de forbinder med Danmark, svarer otte ud af 10 (81 pct.) 'en let tilgængelig destination'.

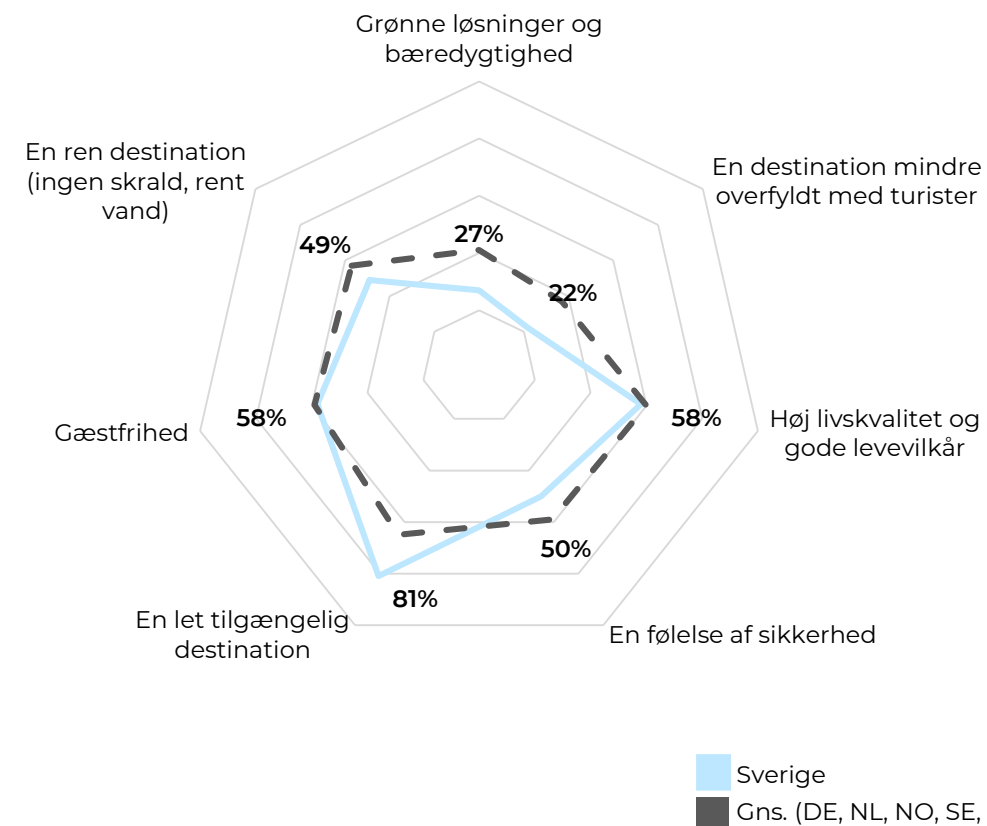
Seks ud af 10 (58 pct.) svarer 'gæstfrihed', og en tilsvarende andel svarer 'høj livskvalitet og gode levevilkår'.

Knap hver tredje (27 pct.) forbinder Danmark med grønne løsninger og bæredygtighed.

Sammenlignet med gennemsnittet scorer parametrene 'en følelse af sikkerhed' og 'en let tilgængelig destination' noget højere blandt svenskerne, end tilfældet er blandt gennemsnittet.

I hvor høj grad forbinder du Danmark med det følgende?

Andelen omfatter 'i høj grad' og 'i meget høj grad'



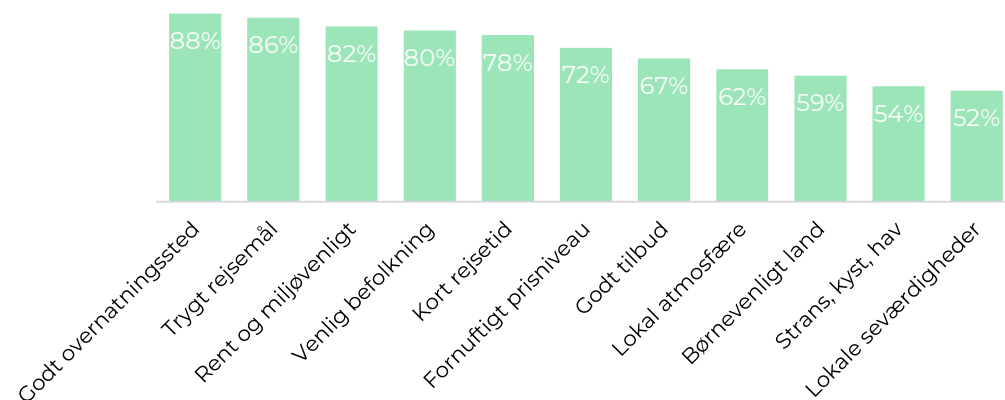
Kystferie: inspirationskilder og rejsemotiver

Gode overnatningssteder og tryghed er vigtigt for svenskerne

Gode overnatningssteder og trygt rejsemål er afgørende for svenskerne, når de vælger at holde ferie i Danmark. Også renhed og miljøvenlighed samt en venlig befolkning er afgørende.

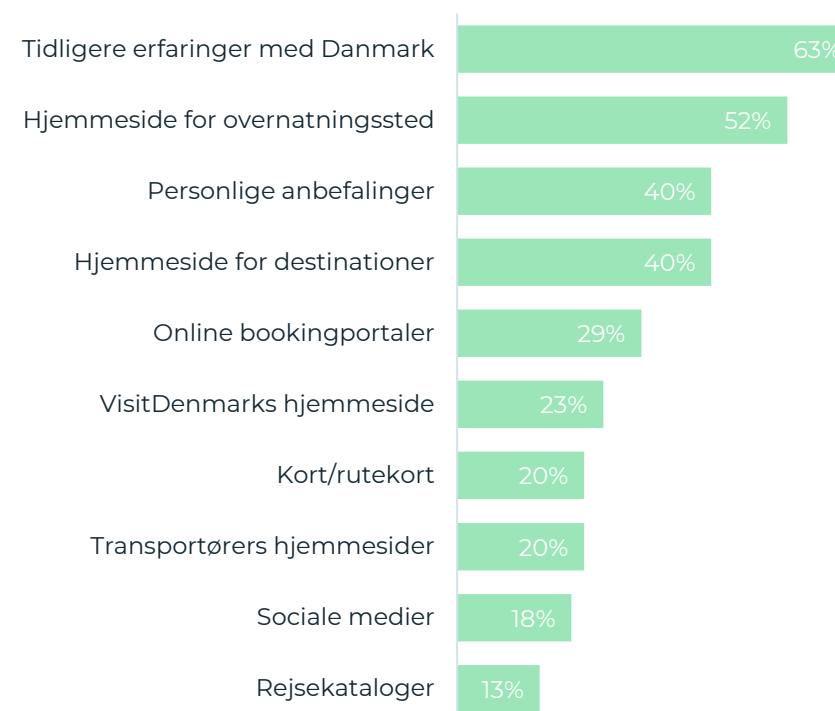
Svenskerne oplever især, at tidligere erfaringer og personlige anbefalinger er med til at præge valget af Danmark som feriedestination. Hjemmesider for overnatningssteder og destinationer tilskrives også en rolle.

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

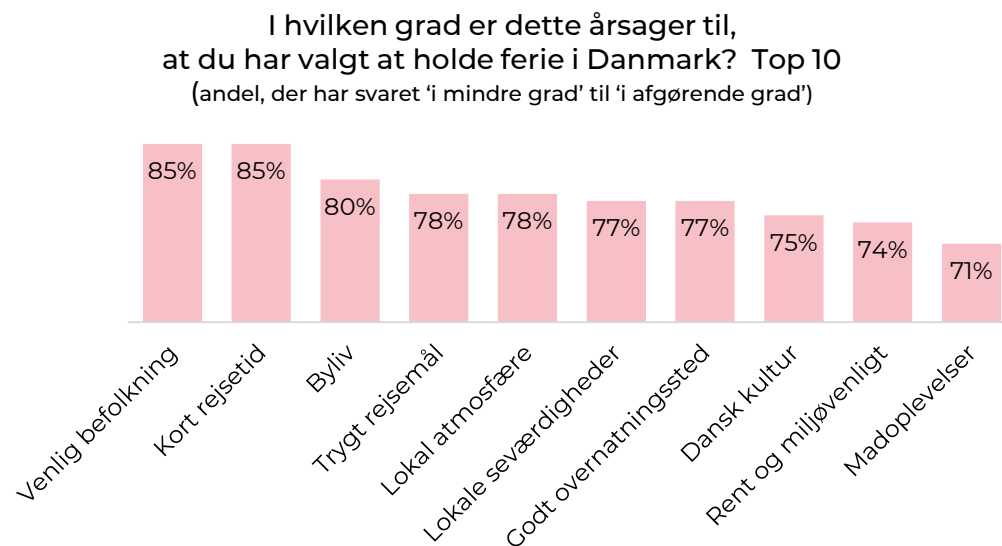


Storbyferie: inspirationskilder og rejsemotiver

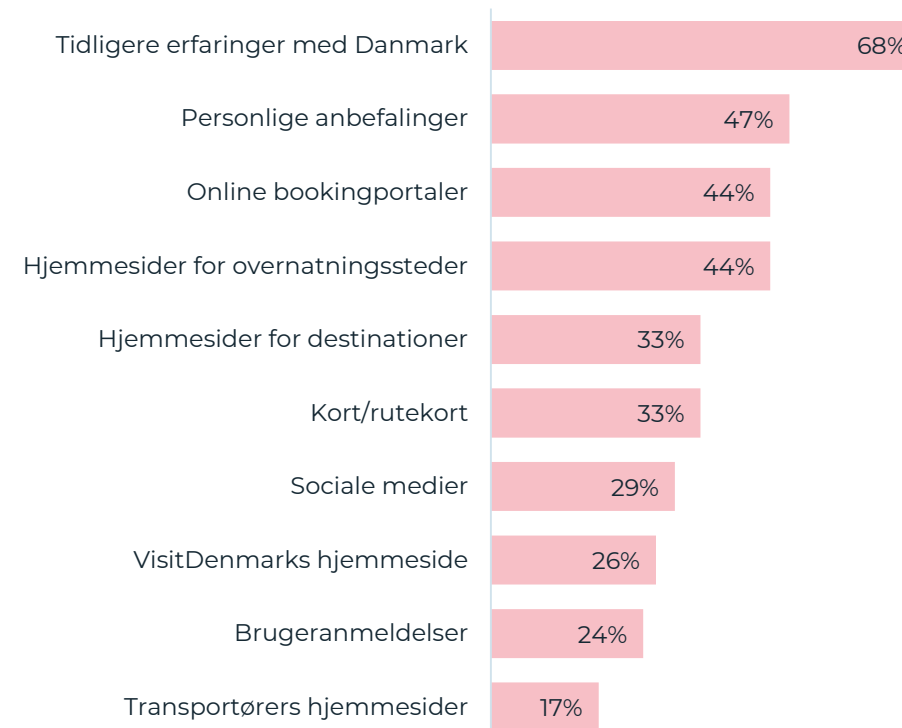
Venlighed og kort rejsetid prioriteres højt

Venlig og imødekomende befolkning og kort rejsetid er afgørende for svenskerne, når de vælger en storbyferie i Danmark. Også bylivet er afgørende sammen med tryghed og lokal atmosfære.

Svenskere på storbyferie oplever især, at tidligere erfaringer med Danmark og personlige anbefalinger er med til at præge valget af Danmark som feriedestination.



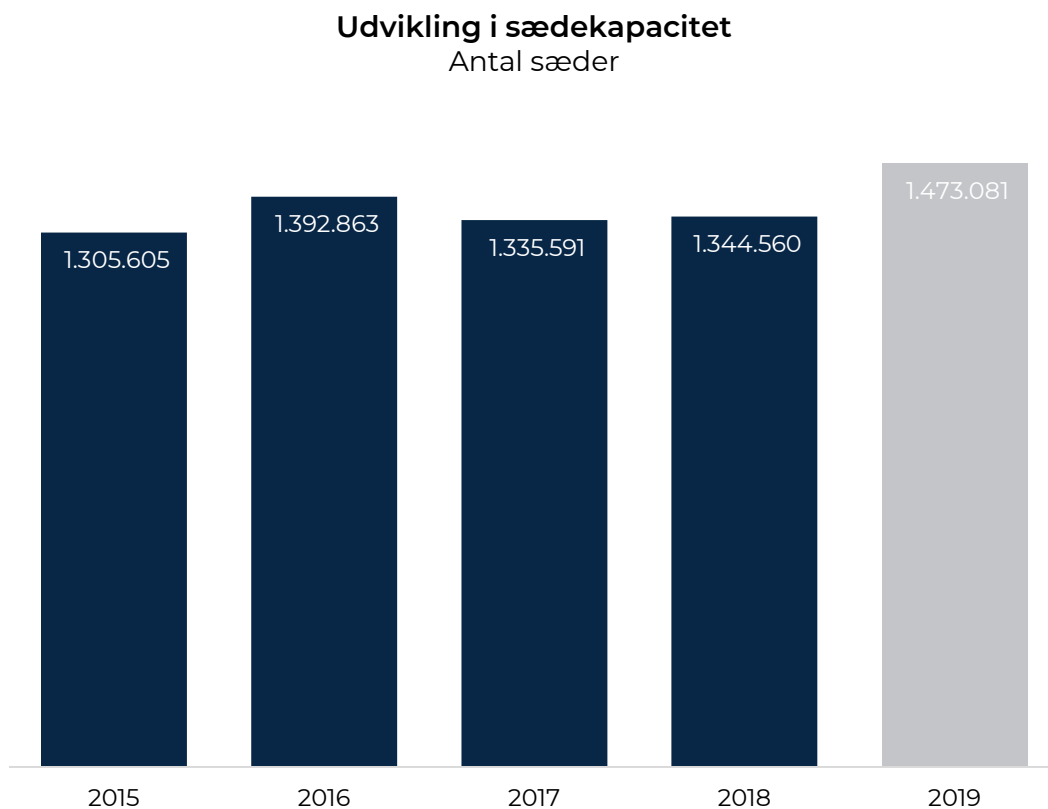
Har følgende inspirationskilder haft indflydelse på din beslutning om at holde ferie i Danmark? Top 10 (flere svar mulige)





Passagerer og flytrafik fra Sverige til Københavns Lufthavn

Udvikling i sædekapalet fra de svenske lufthavne



Sædekapaleten stiger med 10 pct.

Udvikling i sædekapaleten har historisk set fluktueret noget. Fra 2015 til 2018 var der i gennemsnittet godt 1,3 mio. sæder på ruterne fra de svenske lufthavne til Københavns lufthavn.

I 2019 forventes en vækst i antal sæder på 10 pct. i forhold til det realiserede antal sæder fra 2018. Sædekapaleten vil dermed overstige niveauet fra 2016 og nå sit højeste niveau i de seneste fem år.

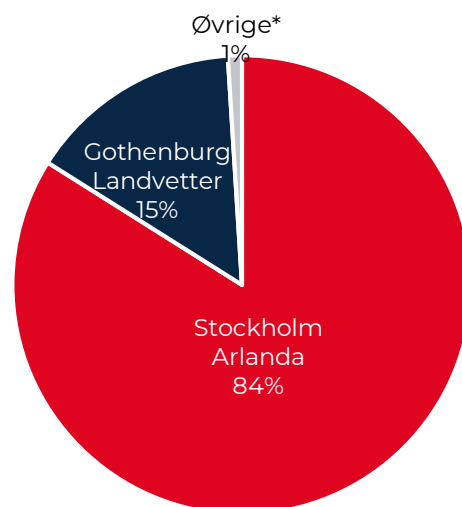
Sædekapacitet i 2019 fordelt på lufthavne og flyselskaber

Størst sædekapacitet fra Stockholm Arlanda til CPH

Langt størstedelen af sæderne findes på ruterne mellem Stockholms og Københavns lufthavn.

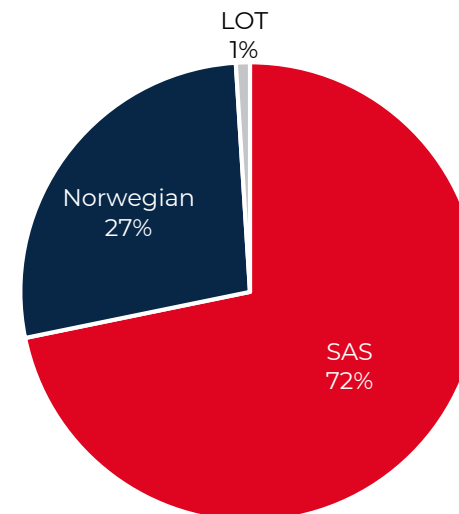
SAS står for 72 pct. og Norwegian med 27 pct. af alle sæder mellem de to svenske lufthavne og CPH.

Sædekapacitet fordelt på lufthavne



* Jonkoping, Östersund, Frosön

Sædekapacitet fordelt på flyselskaber

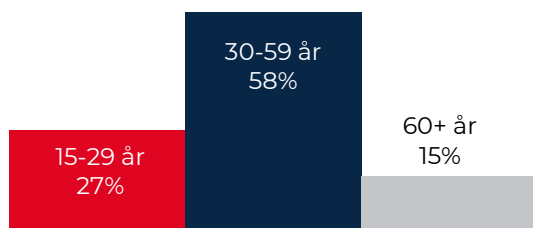


Profil af de svenske flypassagerer

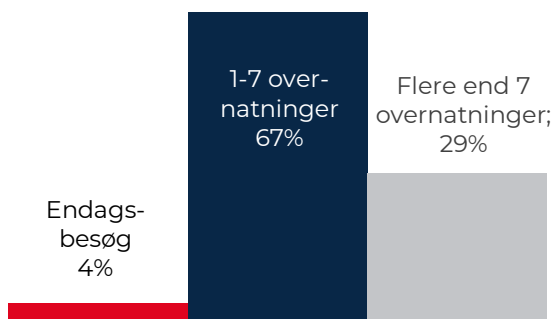
1,6 mio. svenskere i CPH i 2018



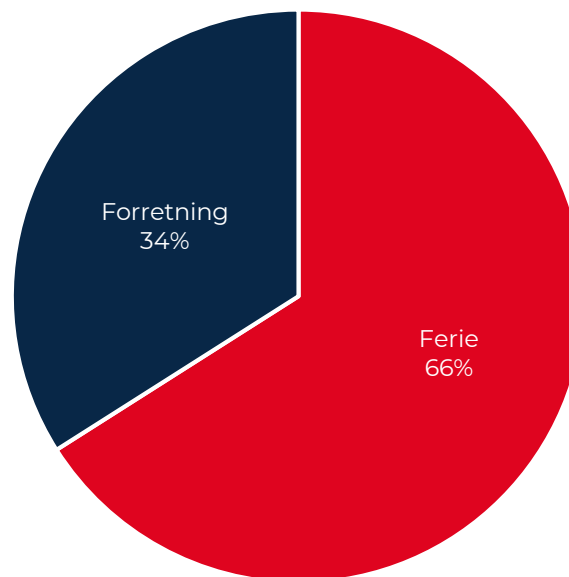
Alder



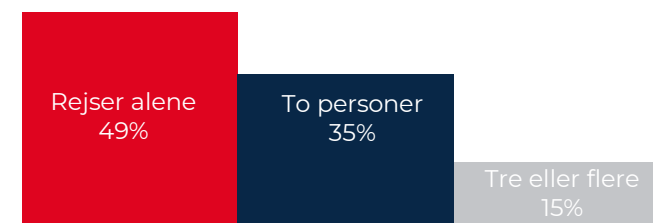
Opholdslængde



Formål med rejsen



Rejsegruppestørrelse



Rejsehyppighed til CPH



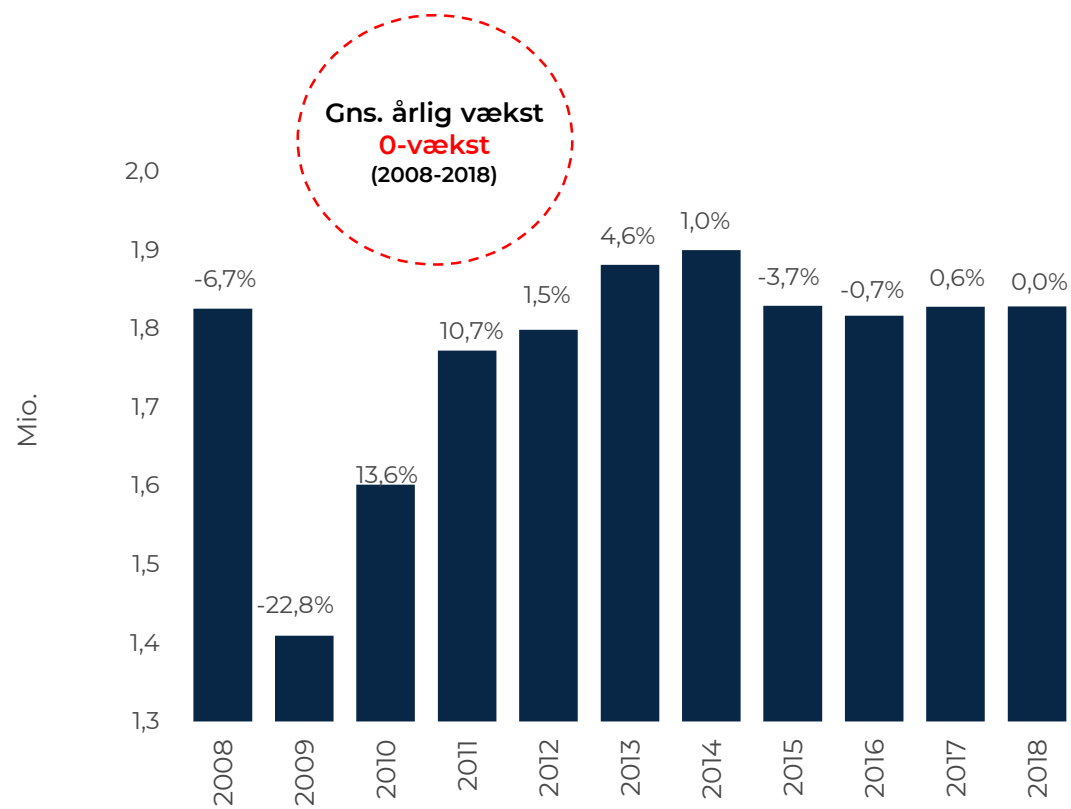
A row of fishing nets hanging on a wooden frame against a sunset sky. The nets are silhouetted against the vibrant colors of the sunset, which range from deep purple and blue at the top to bright orange and yellow near the horizon. The nets are arranged in a line, with their circular tops visible. The foreground is dark, suggesting a beach or a rocky shore.

Overnatninger, omsætning og sæson

Udvikling i svenske overnatninger og feriehusuger

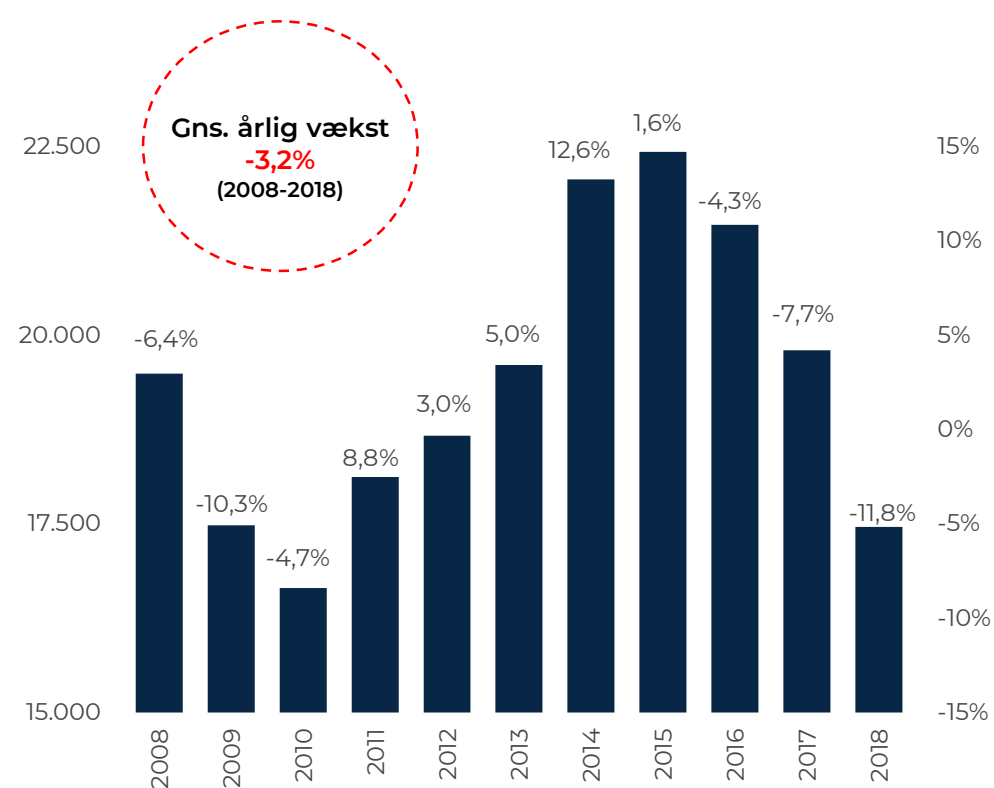
Svenske overnatninger i Danmark

Antal og udvikling ift. året før



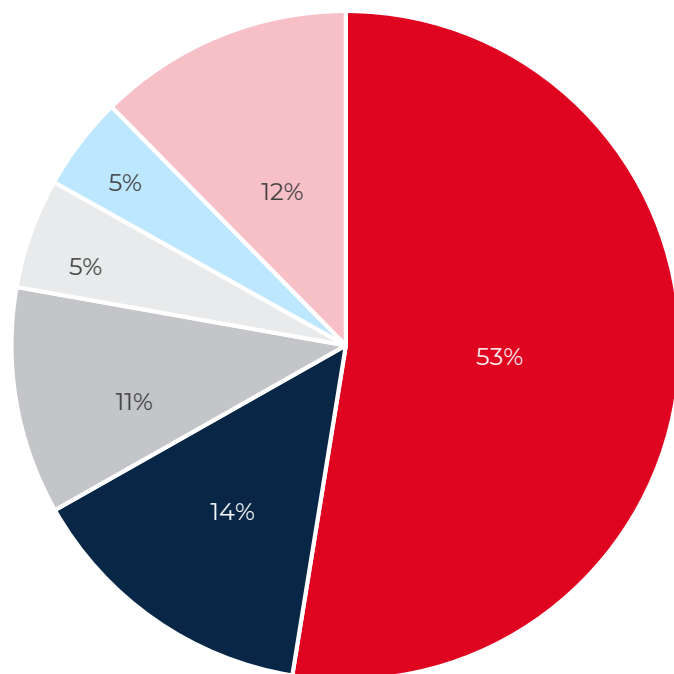
Udlejede feriehusuger til svenske turister i Danmark

Antal og udvikling ift. året før



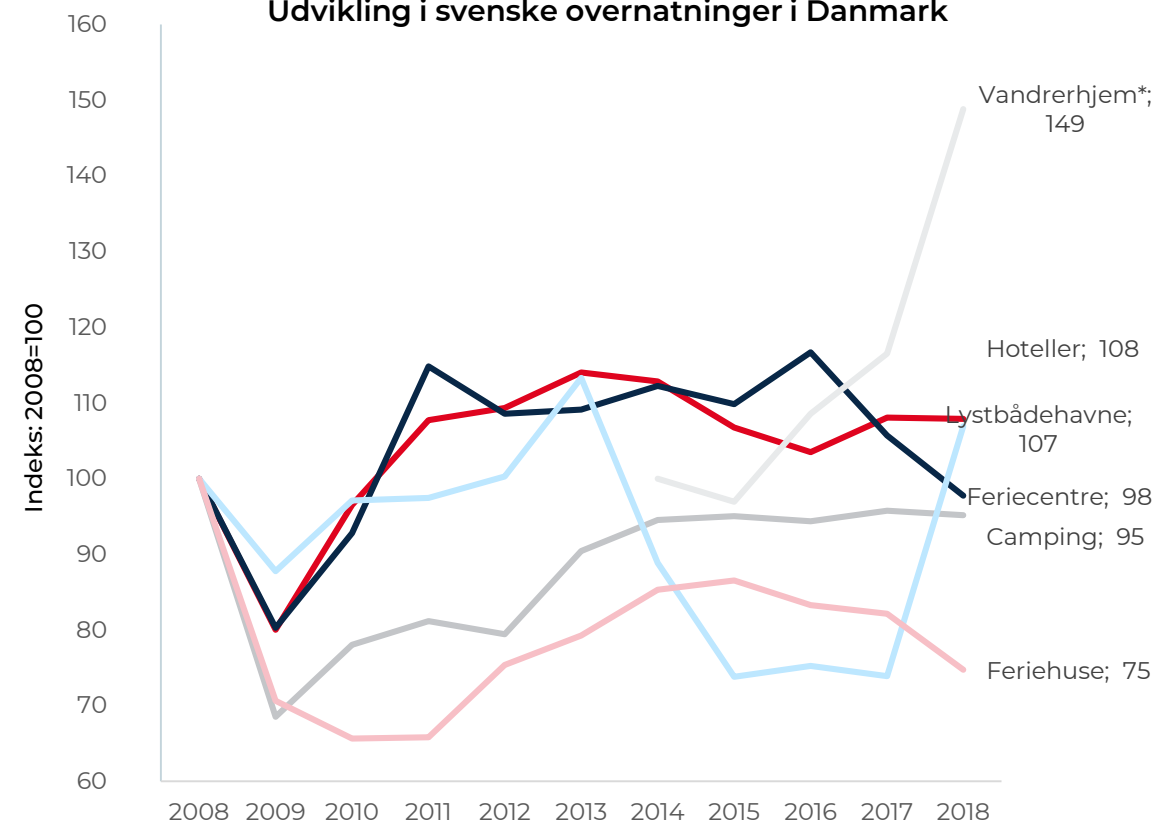
Svenske overnatninger fordelt på indkvarteringsformer

Svenske overnatninger i Danmark 2018



■ Hoteller ■ Feriecentre ■ Camping ■ Vandrerhjem* ■ Lystbådehavne ■ Feriehuse

Udvikling i svenske overnatninger i Danmark



Svenske overnatninger fordelt over året

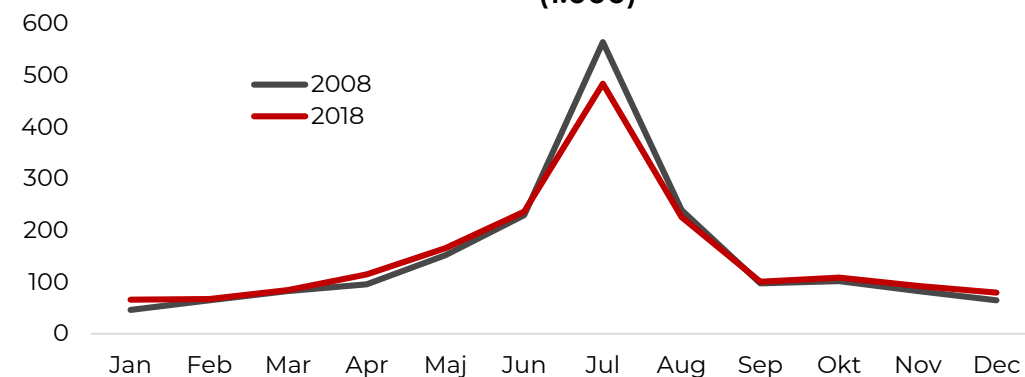
Flere svenske overnatninger i vintersæsonen

Fra 2008 til 2018 er antallet af svenske overnatninger i Danmark stort set uændret. Antallet af svenske overnatninger i vintersæsonen er steget med 19 pct. mens antallet af svenske overnatninger i højsæsonen er faldet med 12 pct.

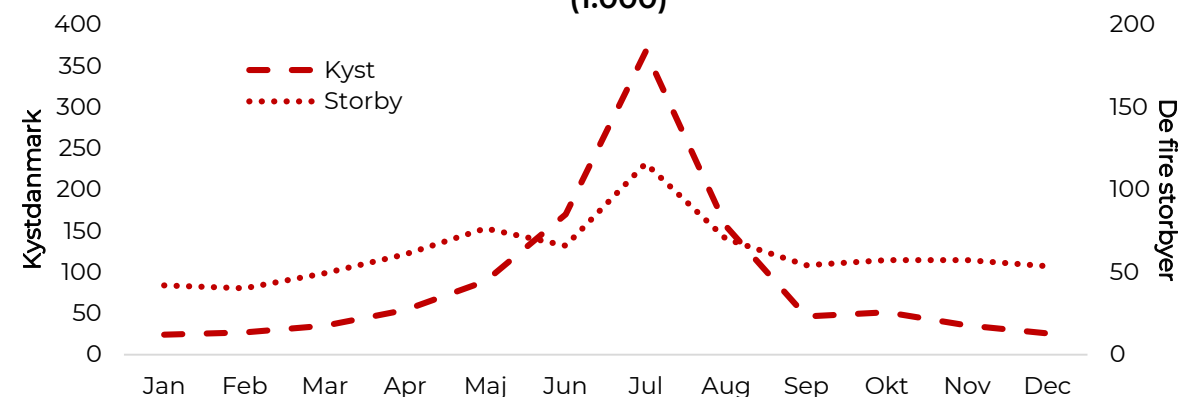
	2008	2018	2008	2018
	Antal (1.000)		Indeks (2008=100)	
Høj	804	710	100	88
Skulder	760	812	100	107
Vinter	258	306	100	119
I alt	1.822	1.828	100	100

Ikke overraskende er overnatningsmønsteret blandt svenskere på storbyferie i Danmark anderledes end blandt svenske kyst- og naturturister. Således er kurven for storbyturisternes overnatninger mere flad (overnatningerne spredt mere jævnt over året), end tilfældet er for de svenske overnatninger i Kyst- og naturdanmark.

Svenske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (1.000)



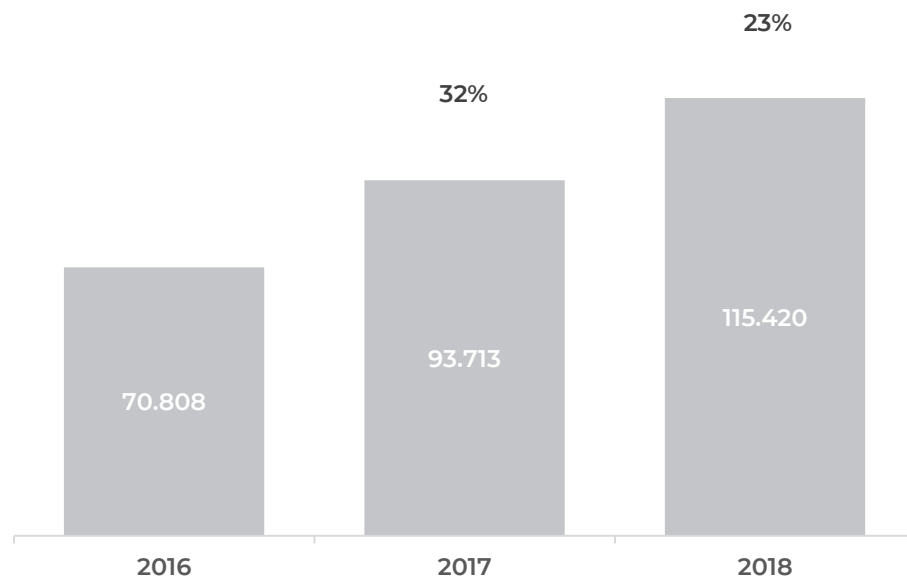
2018: Svenske kyst- og storbyovernatninger (1.000)



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

Svenske overnatninger på deleøkonomiske platforme

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



Markant flere svenske overnatninger inden for Airbnb

Siden 2016 har der været en markant vækst i antallet af svenske overnatninger i Danmark indenfor Airbnb.

I 2016 lå antallet af overnatninger på godt 71.000 mod godt 115.000 i 2018, svarende til en vækst på 63 pct.

Ser man nærmere på, hvordan antallet af overnatninger fordeler sig mellem storby og kyst, finder knap halvdelen af de svenske overnatninger sted i en af de fire danske storbyer.

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

	Kyst	Storby	København	Aarhus	Aalborg	Odense
2018	58.526	56.894	69.445	15.723	8.308	2.178
Andel	51 pct.	49 pct.	86 pct.	7 pct.	5 pct.	2 pct.

Svenskernes overnatninger i hjem- og udland

	Svenske overnatninger 2018 (1.000)	Andel af europæiske overnatninger	Udvikling fra 2017 til 2018
Sverige	47.693		1%
Europa	39.398		4%
Øvrige udland	22.230		5%
I alt	109.322		3%
Spanien	9.504	24%	-1%
Frankrig	5.521	14%	13%
Storbritannien	3.981	10%	9%
Grækenland	3.419	9%	10%
Italien	2.586	7%	0%
Danmark	1.828	5%	0%
Tyskland	1.745	4%	-1%
Kroatien	1.569	4%	0%
Norge	1.114	3%	-5%
Cypern	969	2%	13%
Østrig	931	2%	0%
Tyrkiet	803	2%	31%
Portugal	765	2%	1%
Irland	580	1%	9%
Finland	565	1%	-5%
Polen	488	1%	-2%
Malta	384	1%	10%
Tjekkiet	366	1%	-2%
Holland	340	1%	10%

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%

Sverige	Omsætning 2017 (mio. kr.)	Andel
Besøg m. betalt overnatning		
Hotel – ferie	1.632	42%
Hotel – forretning	1.206	31%
Feriecenter	104	3%
Camping	205	5%
Vandrerhjem	91	2%
Lejet feriehus	328	8%
Lystbåd	81	2%
Deleøkonomiske platforme	193	3%
Andre*	36	1%
I alt	3.877	52%
Besøg u. betalt overnatning		
I alt	3.530	48%

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



Svenskernes forventede feriemål i 2019

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



Hver femte svensker vil til Danmark

21 pct. af den svenske befolkning forventer at holde ferie i Danmark inden for de næste 12 måneder. Det svarer til knap 2,0 mio. svenske turister. I 2018 lå den tilsvarende andel på 18 pct.

Det er positivt, at rejseforventningen til Danmark fortsat ligger højt trods en svag svensk krone.

Feriekalender 2019 / 2020



	2019												2020																																														
	Juni			Juli			August			September			Oktober			November			December			Januar			Februar			Marts			April			Maj			Juni																						
Uge:	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	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		
Ferie	S*	S*	S*	S*	S*	S*	S*	S*	S*	S*	S*	S*									E*							J*	J*	J*	J*							V*	V*	V*	V*				P*	P*	P*									S*	S*	S*	S*

*Variation fra Län til Län.

Vinterferien er fordelt: Uge 7 i Göteborg og Vestsverige, uge 8 i Malmö og Sydsverige, uge 9 i Stockholm og omegn, uge 10 i Norrland og Nordsverige.

Danmarks potentiale på forretningsområder



29%

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

Af dem overvejer:

19%

Danmark

31%

Sverige



25%

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

Af dem overvejer:

23%

Danmark

35%

Sverige



37%

af den svenske befolkning vil på storbyferie

Af dem overvejer:

31%

København

3%

Aarhus

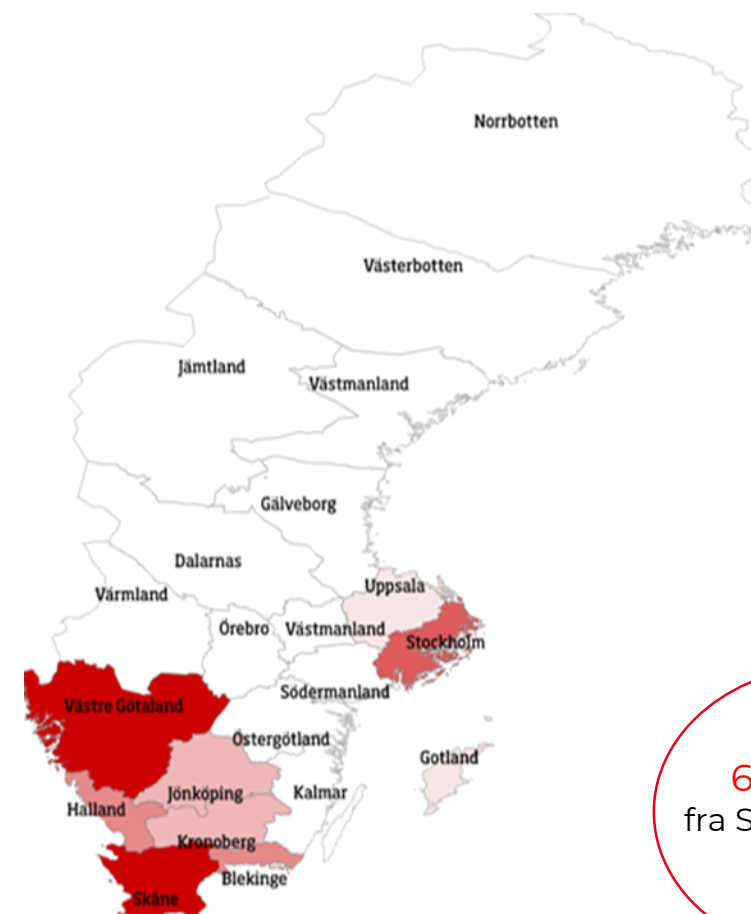
Turister i Danmark



Bopæl

Svenske turister i Danmark

Skåne	35%
Västra Götaland	17%
Stockholm	14%
Halland	5%
Blekinge	4%
Kalmar	4%
Uppsala	4%
Kronoberg	2%
Östergötland	2%
Jönköping	1%
Gotland	1%
Dalarna	1%
Värmland	1%
Örebro	1%
Södermanland	1%
Västmanland	1%
Gävleborg	1%
Jämtland	1%
Västerrbottens	1%
Norbotten	1%



69% kommer fra Syd-/Vestsverige







Kyst-/naturturister og storbyturister i Danmark



Den svenske kyst- & naturturist



Den svenske storbyturist

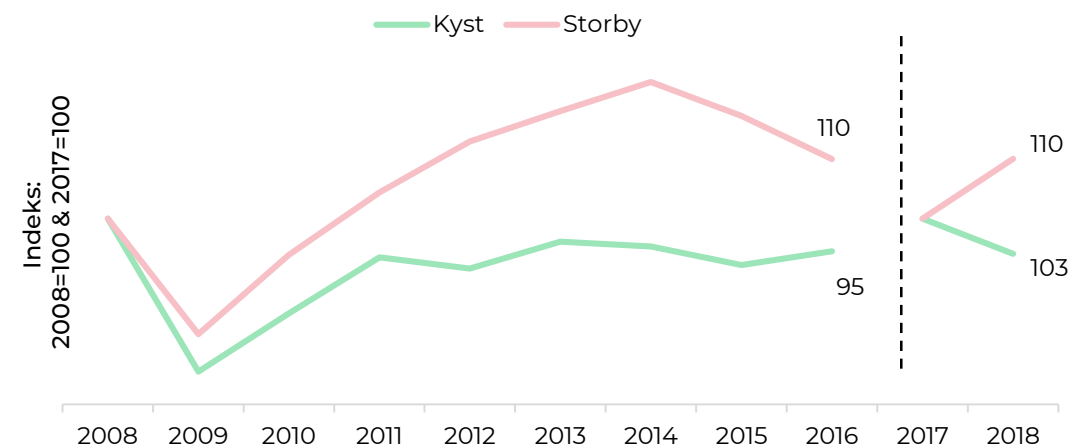
	Rejsemotiver	Gode overnatningssteder, trygt rejsemål, rent og miljøvenligt	Venlig befolkning, kort rejsetid, byliv
	Aktiviteter	Slappe af, gå ture, spise ude	Spise ude, være i bymiljøer, gå ture
	Bopæl	74% kommer fra Syd- og Vestsverige	58% kommer fra Syd- og Vestsverige
	Transport	Ankommer i bil	Ankommer i bil eller med tog
	Rejsegruppe	2,0 personer. 47% rejser med børn	1,5 personer. 24% rejser med børn
	Overnatningsform	Feriecenter, feriehus og hotel	Hotel
	Opholdslængde	2,9 overnatninger	1,9 overnatninger
	Døgnforbrug	1.000 kr.	2.600 kr.
	Erfaring	96% har før været på ferie i Danmark	93% har før været på ferie i Danmark
	Tilfredshed	85% vil aktivt anbefale Danmark	67% vil aktivt anbefale Danmark

Svenske overnatninger i kyst og storby

Svenske overnatninger i
Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	2017 (1.000)	2018 (1.000)	Udv.
Kyst-/naturdanmark*	1.149	1.084	-5,7%
De fire storbyer*	679	744	+9,7%
I alt*	1.828	1.828	+0,0%

Udvikling i svenske 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.

Svenske overnatninger i de fire danske storbyer

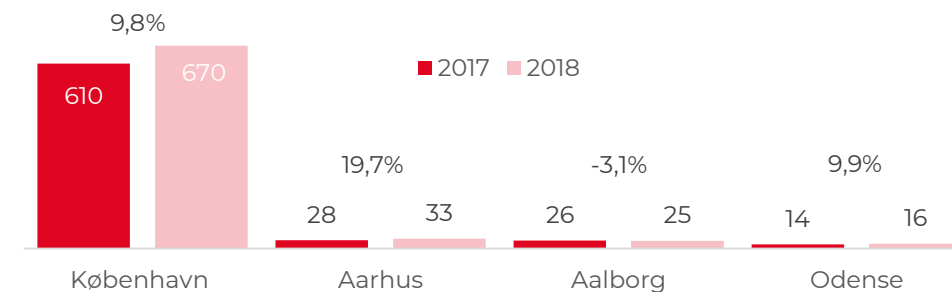
Overnatninger i alt i de fire storbyer*

	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

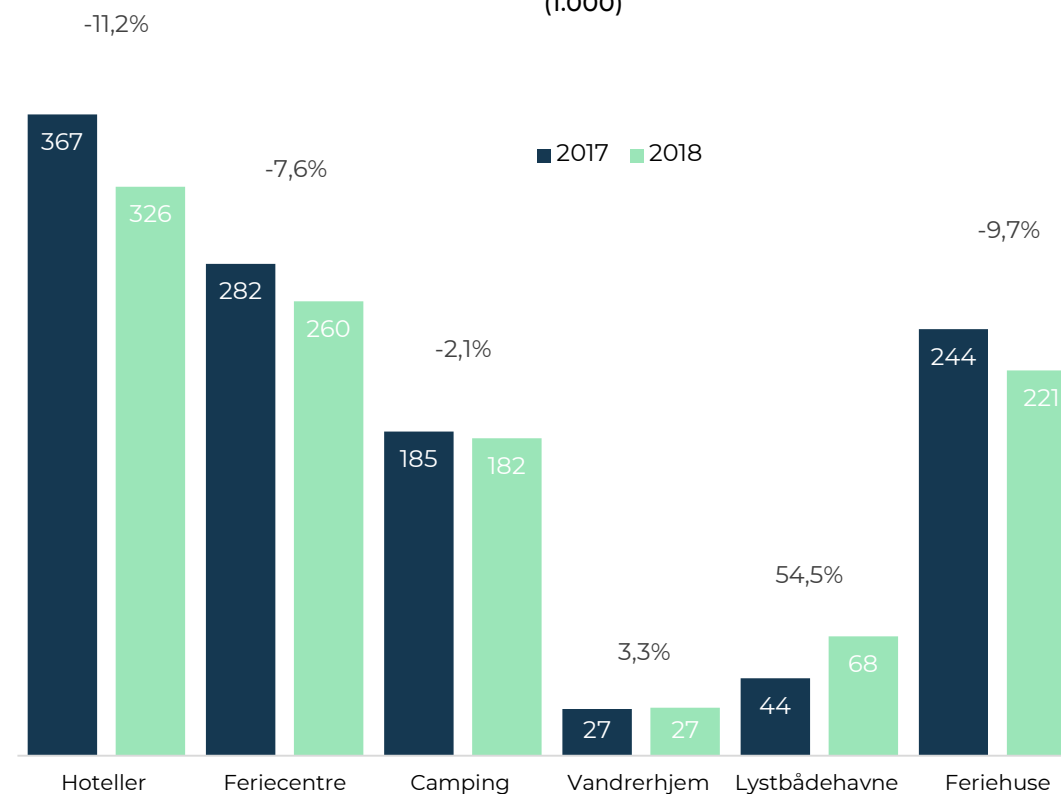
Udvikling i svenske storbyovernatninger
(1.000)



Svenske 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 svenske 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