VisitDenmark

TYSKLAND
Markedsprofil 2020

07/08/2020

© Nicolai Perjesi

Introduktion

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

Efter en opsummering af nogle centrale nøgletal og en kort præsentation af Danmarks målgrupper på de respektive markeder ses på **overnatninger**, **turismeomsætning** og **sæson** samt **inspirationsøgning** og **kendskab** til Danmark som feriedestination. Efterfølgende ses på bl.a. **bookingadfærd, ferierelaterede online-søgninger,** fly/-passagertrafik samt turisternes **rejsemotiver**.

Se alle markedsprofiler her:
www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter/markedsprofiler

Udgivet af
VisitDenmark
August 2020
www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

04 Nøgletal og målgrupper

12 Overnatninger, omsætning og sæson

20 Kendskab, inspiration og bookingadfærd

27 Ferierelaterede online-søgninger

35 Passagerer og flytrafik

39 Kyst- og storbyturisterne i Danmark

44 Markedsforventninger

©VisitDenmark, 2020 / Gengivelse af rapporten eller dele heraf tilladt med kildeangivelse

VisitDenmarks markedskontor i Hamborg

For det tyske marked

Markedschef
Mads Schreiner
mas@visitdenmark.com

Marketing Manager
Stefanie Czechowsky
scz@visitdenmark.com

Projektleder
Petra Hahn-Schmitz
psz@visitdenmark.com

Project manager, Leisure Tourism
Anne Skov Astrup
aa@visitdenmark.com

Presse & marketingkoordinator
Lina Holm-Jacobsen
linhol@visitdenmark.com

PR og presse manager
Lea Weber
lw@visitdenmark.com

Marketing & eventkoordinator
Anh Thi van Ißleib (barsel)
atn@visitdenmark.com

Marketing- og eventkoordinator
Henrike Färber
henrif@visitdenmark.com

Økonomi- og adm. ansvarlig
Karsten Hinzmann
khi@visitdenmark.com

Intern
Charlotte Holm Christiansen
chachr@visitdenmark.com

Nøgletal og målgrupper

© Christian Faber

Markedspotentiale

Tyskland er – både målt på antal overnatninger og omsætning – det største og vigtigste udenlandske marked for dansk turisme. Fra 2018 til 2019 steg antallet af tyske overnatninger i Danmark med 7,0 pct. Det er sjette år i træk, at antallet af tyske overnatninger udviser positiv vækst.

Tyskerne overnatter særligt i de danske feriehuse . De efterspørger især Kyst- og naturdanmark, men også antallet af tyske overnatninger i de danske storbyer udvikler sig positivt. I både Aarhus, Aalborg, Odense og København var der således positivt vækst i antal tyske overnatninger fra 2018 til 2019.

Når tyskerne drager på ferie, er det især afslapning og rekreation, der efterspørges, og det er netop nogle af de ting, som tyskerne associerer med Danmark.

© Kim Wyon

Udvalgte konklusioner

Knap halvdelen af tyskerne i Nord-/Vesttyskland kender Danmark
Forholdsvis mange tyskere har tidligere været i Danmark og kender Danmark som feriedestination. Andelen, der kender Danmark, er på 38 pct. i Tyskland samlet set og på 46 pct. I Nord-/Vesttyskland.

Tyskere, der vælger Danmark som feriemål, benytter i høj grad online-inspirationskilder
Selv om mange tyskere fortsat gør brug af offline-inspirationsøgning ift. ferieplanlægning, benytter flere og flere online-kilder. Blandt tyskere, der har været på ferie i Danmark, er andelen, der benytter online-kilder til inspiration, væsentlig højere end blandt alle dem, der har holdt ferie i udlandet og Tyskland.

Ferie-booking foretages især online
To tredjedele af de tyskere, der var på ferie i Danmark i 2019, bookede deres ferie online. Tyskernes foretrukne overnatningsform (feriehus) kommer til udtryk ift. valg af bookingkanal, hvor seks ud af 10 benyttede de danske feriehusudlejere

Især tyskere, der har besøgt Danmark, bedømmer landet til at være en attraktiv feriedestination
I den tyske befolkning generelt opfatter 54 pct. Danmark som et attraktivt rejsemål. Det tilsvarende gælder hele 86 pct. af de tyskere, der var på ferie i Danmark i 2019.

Flere søgninger efter de danske storbyer
Antallet af søgninger efter de fire storbyer i Danmark lå i 2019 over niveauet i 2018. Tilsvarende lå antallet af søgninger efter dansk øst- og vestkyst i 2019 over niveauet i 2018.

Ift. søgninger afspejler tyskernes adfærd deres foretrukne indkvarteringsform. Således er især feriehus (Ferienhaus) ofte benyttet som søgeterm/-ord.

Tyske overnatninger og udlejede feriehusuger sætter rekord
I 2019 foretog tyskerne hele 16,8 mio. overnatninger i Danmark. Det er 7 pct. flere end i 2018. Der var vækst i både kyst- og storbyovernatninger og udlejede feriehusuger. Også antallet af tyskere, der bookede overnatning via Airbnb, steg fra 2018 til 2019.

Hele Danmark har glæde af de flere tyske overnatninger
Alle danske destinationsselskaber kunne registrere flere tyske overnatninger i 2019 end i 2018. Den relative vækst varierererede fra 0,7 pct. i VisitHerning til 20,9 pct. i Destination Sjælland.

28 pct. af den udenlandske turismeomsætning kan tilskrives tyskerne
Den samlede udenlandske turismeomsætning var i 2018 på knap 57,7 mia. kr. Her stod de tyske turister for 28 pct.

Perspektiver på det tyske rejsemarked

v/ Mads Schreiner, markedschef:

”Det tyske marked er altafgørende for dansk turisme. Vi samarbejder med danske turismepartnere om B2C markedsføring over travel trade, samarbejder med lokale transportører og eksportbrands til presse, PR og influencer-samarbejder.

Fokus har de seneste år været skuldersæsonen for de to store brands ”Die Dänische Nordsee” og ”Ostsee”, special interest-indsatser som lystfiskeri og cykelferie samt indsatser for storbyferie i Danmark. Som det fremgår af denne profil, har samarbejdet om at tiltrække flere tyskere uden for højsæsonen virket. Vi har haft stærkt fokus på den tyske feriekalender med nye geografiske områder og har målrettet vores markedsføring mod segmenter, der kan rejse i skuldersæsonen.

Covid-19-situationen har forandret tyskernes rejsemotiver: hygiejne og sikkerhed er blevet top-rejsemotiver. Tyskernes rejselyst til Danmark er uforandret, og Danmarks attraktivitet er stigende. De kommende år gælder det derfor om at få vores styrkepositioner - masser af plads, tryghed og frihed - sat massivt i spil, da markedet er åbent for nye gæster.

Sidst, men ikke mindst, er den tyske feriekalender frem mod 2023 fortsat god til at styrke skuldersæsonen.”

Nøgletal: overnatninger, forbrug og omsætning

16,8 mio.
overnatninger i 2019

1,10 mio.
flere overnatninger end i 2018

+7,0 pct.
vækst i antal overnatninger ift. 2018

+29,0 pct.
vækst i antal turister, der booker overnatning i Danmark via Airbnb

15,9 mia. kr.
i turismeomsætning i 2018

11 pct.
af tyskerne kender meget til Danmark som feriemål

Kyst- & naturturisme

15,9 mio.
overnatninger*

7,0 pct.
vækst i antal overnatninger ift. 2018

2,1 personer
rejsegruppe

7,9 nætter
opholdslængde

650 kr.
døgnforbrug

Storbyturisme

908.000
overnatninger*

6,4 pct.
vækst i antal overnatninger ift. 2018

1,4 personer
rejsegruppe

3,0 nætter
opholdslængde

1.450 kr.
døgnforbrug

Kilde; Danmark Statistik, VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017, VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2020 (data er indsamlet i februar 2020 før covid-19).Turismens økonomiske betydning i Danmark 2018. * Både ferie- og forretningsturisme.

De tyske målgrupper

Tyskerne rejser både som par og med børn under 18 år

Par

30 - 65 år

Storbyferie
Kyst- & naturferie

Par
Vennepar
Venner

Feriehus
Camping
Hotel

Familier med børn

30 - 45 år
Børn: 0 – 18 år

Kyst- & naturferie

Familie (også flere generationer)

Feriehus
Camping

Bopæl

Husstandsindkomst

- Høj
- Lav

Uddannelsesniveau

- Høj
- Lav

Tyske overnatninger fordelt på landsdele*

16,8 mio.

Tyske turister i Danmark

Kyst- & naturturister

Storbyturister

Funktionelle behov

- Både korte og længere ferier
- Vælger hjemland fremfor solferie
- Efterspørger trygt rejsemål
- Overkommelig planlægning
- Acceptabel pris-/kvalitetsoplevelse

Emotionelle behov

- Kvalitetstid
- Afkoble og restituere
- Gæstfrihed
- Udleve hobby og særinteresser

Det gør Danmark unik

- Gratis adgang til natur og strande
- Børnevenligt og fredfyldt land
- Lokale og friske råvarer
- Tilgængeligt rejsemål

Den digitale rejse

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

Kilde; Danmark Statistik, VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017, Turismens økonomiske betydning i Danmark 2017. * Både ferie- og forretningsturisme. Ikoner er fra flaticon.com.

Bopæl

Tyske turister i Danmark

Schleswig-Holstein	20%
Hamburg	20%
Niedersachsen	13%
Nordrhein-Westfalen	12%
Berlin	5%
Bayern	4%
Baden-Württemberg	4%
Mecklenburg-Vorpommern	4%
Bremen	3%
Hessen	3%
Sachsen-Anhalt	2%
Sachsen	2%
Brandenburg	2%
Rheinland-Pfalz	2%
Thüringen	2%
Saarland	1%

76% kommer fra Nordvest-tyskland

Kilde: VisitDenmark, Turistundersøgelsen 2017. Nordvesttyskland dækker: Slesvig-Holsten, Nordrhein-Westfalen, Hamborg, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Bremen og Berlin.

Segmenteringsmodel

Tilpasset markedsføring til de mest potentielle målgrupper i Tyskland
På det tyske marked benytter VisitDenmark en segmenteringsmodel, der identificerer, hvor de mest relevante tyske turister bor. Sammen med viden om medievaner og ferieinspiration sikrer det en effektiv og målrettet markedsføring til de tyske målgrupper.

Segmenteringsmodellen og segmenterne præsenteres her, men behandles ikke yderligere på de efterfølgende sider.

Segmenteringsmodellens fire elementer

Sinusanalysen er en national segmenteringsmodel (SINUS®) af hele den tyske befolkning. Modellen inddeler tyskerne i grupper med fælles livsstil, værdier og forbrugeradfærd.

Den tyske rejseanalyse er en omfangsrig analyse af tyskernes rejseadfærd. Analysen består af mere end 12.000 repræsentative interview fordelt over hele Tyskland. En sammenkobling af data fra den tyske rejseanalyse og Sinusanalysen giver en unik identifikation af de mest potentielle segmenter i den tyske befolkning.

Analyse af geografiske områder i Tyskland, hvor der er både en optimal rejsetid til Danmark og en attraktiv feriekalender.

Identifikation af Sinussegmenter med præference for hhv. tysk Nordsee eller Ostsee og Danmark.

Sinussegmenter med relevans for Danmark

Høj-performerne
- ambitiøse
- fokus på prestige og effektivitet

Tilpasningsdygtige pragmatikere
- succesorienterede og ambitiøse unge
- indstillede på at gå på kompromis

Kreativt avantgarde
- kreative og forandrings-glade hyper-individualister
- digitale og mobile - både mentalt og geografisk

Social økologiske-grønne
- forbrugskritiske/-bevidste
- vil opnå en bæredygtig livsstil

Liberale intellektuelle
- oplyste og liberale
- søger et meningsfuldt og autentisk liv

Sinusmodellen er er et vigtigt marketingværktøj for mange brancher i Tyskland, bliver løbende justeret på baggrund af omfattende kvantitative og kvalitative analyser samt socialvidenskabelig forskning. I dag opdeles tyskerne i 10 SINUS- segmenter. Inden for hvert segment kan man tegne en profil af demografiske og psykografiske fællestræk. Undersøgelsen gennemføres hvert år af Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR).

Overnatninger, omsætning og sæson

© Kim Wyon

Udvikling i tyske overnatninger og feriehusuger

Tyske overnatninger i Danmark

Antal og udvikling ift. året før

Udlejede feriehusuger til tyske turister i Danmark

Antal og udvikling ift. året før

Kilde: Danmarks Statistik

Tyske overnatninger fordelt på indkvarteringsformer

Tyske overnatninger i Danmark 2019

Udvikling i tyske overnatninger i Danmark

 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.

Overnatninger fordelt på destinationsselskaber

Tyske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal over-natninger 2019	Udvikling ift. 2018
Destination Vesterhavet	6.500.533	5,3%
Destination NordVestkysten	2.584.159	6,7%
Destination Sydvestjylland	1.791.350	6,5%
Destination Sønderjylland	998.087	8,1%
Destination Fyn	741.512	5,5%
Wonderful Copenhagen	710.461	6,6%
Aarhusregionen	531.026	7,6%
Destination Bornholm	526.903	17,0%
VisitLolland-Falster	517.755	10,0%
Destination Nord	435.347	7,6%
Destination Trekanten	327.848	13,7%
Destination Sjælland	224.270	20,9%
Destination SydkystDanmark	192.540	6,7%
Turistsamarbejdet Kystlandet	166.499	7,4%
VisitNordsjælland	152.176	3,3%
Destination Himmerland	137.314	17,5%
Destination Limfjorden	122.224	10,2%
VisitHerning	25.125	0,7%
Uden for destination	94.548	10,4%

Udvikling i antal tyske overnatninger fra 2018 til 2019

 Kilde: Danmarks Statistik

Tyske Airbnb-gæster

Antal tyske turister og vækst i forhold til året før inden for Airbnb

Flere tyske turister booker via Airbnb

Siden 2016 har der været en markant vækst i antallet af tyske turister i Danmark, der booker overnatning via Airbnb.

I 2016 lå antallet af turister på 76.900 mod 151.200 i 2019. Det er tæt på en fordobling.

Ses nærmere på, hvordan antallet af turister fordeler sig mellem storby og kyst, overnatter over halvdelen af de tyske turister uden for en af de fire danske storbyer.

Tyske Airbnb-gæster i 2019 fordelt på kyst og storby samt storbygæster fordelt på de fire danske storbyer

	Kyst	Storby	København	Aarhus	Aalborg	Odense
2019	79.650	71.541	57.731	8.565	2.428	2.817
Andel	53 pct.	47 pct.	81 pct.	17 pct.	3 pct.	4 pct.

 Kilde: Airbnb

Tyskernes overnatninger i hjem- og udland

	Tyske overnatninger 2019 (1.000)	Andel af europæiske overnatninger	Udvikling fra 2018 til 2019
Tyskland	406.687		4%
Europa	419.932		2%
Øvrige udland	153.171		4%
I alt	978.790		3%
Frankrig	85.093	20%	5%
Italien	61.258	15%	4%
Østrig	56.356	13%	0%
Spanien	52.799	13%	-9%
Holland	21.268	5%	7%
Tyrkiet	20.908	5%	11%
Kroatien	19.945	5%	0%
Storbritannien	17.604	4%	0%
Danmark	16.780	4%	7%
Grækenland	13.018	3%	-8%
Irland	6.419	2%	1%
Polen	6.397	2%	3%
Portugal	6.270	1%	0%
Tjekkiet	5.993	1%	2%
Schweiz	3.921	1%	1%
Sverige	3.404	1%	10%
Belgien	2.783	1%	4%
Bulgarien	2.733	1%	-22%
Ungarn	2.022	0%	-4%

 Kilder: Tourism Economics (marts 2020).

Turismeomsætning 2018

Marked	Turismeomsætning 2018 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turismeomsætning 2018
I alt	132.484	
Danmark	74.809	
Udland	57.675	
Tyskland	15.901	28%
Norge	8.343	14%
Sverige	7.746	13%
USA	3.779	7%
Storbritannien	3.633	6%
Holland	1.770	3%
Frankrig	1.592	3%
Italien	1.263	2%
Kina	915	2%
Spanien	860	1%
Schweiz	641	1%
Finland	562	1%
Belgien og Luxembourg	548	1%
Polen	490	1%
Indien	318	1%
Canada	310	1%
Japan	283	0,5%
Australien	274	0,5%
Rusland	260	0,5%
Østrig	230	0,4%
Irland	162	0,3%
Brasilien	125	0,2%
Portugal	120	0,2%
Sydkorea	119	0,2%
Grækenland	99	0,2%
Øvrige lande	7.331	13%

Tyskland	Omsætning 2018 (mio. kr.)	Andel
Besøg m. betalt overnatning		
Hotel – ferie	820	5%
Hotel – forretning	729	5%
Feriecenter	65	0%
Camping	884	6%
Vandrerhjem	177	1%
Lejet feriehus	10.074	63%
Lystbåd	205	1%
Deleøkonomiske platforme	579	4%
Andre*	84	1%
I alt	*13.616*	*86%*
Besøg u. betalt overnatning		
I alt	*2.284*	*14%*

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.

Kilde: Danmarks Statistik og Turismens Økonomiske betydning i Danmark 2018

Tyske overnatninger fordelt over året

Flere tyske overnatninger både i og uden for højsæsonen

Fra 2008 til 2019 er antallet af tyske overnatninger i Danmark steget med 31 pct. Stigningen har fundet sted i både høj-, skulder- og vintersæsonen.

	2008	2019	2008	2019
	Antal (1.000)		Indeks (2008=100)	
Høj	4.916	6.364	100	129
Skulder	6.609	8.6958	100	132
Vinter	1.263	1.721	100	136
I alt	**12.788**	**16.780**	**100**	**131**

Overnatningsmønsteret blandt tyskere på storbyferie i Danmark er ikke meget anderledes end blandt tyske kyst- og naturturister.

Tyske overnatninger i Danmark fordelt på måneder
(1.000)

2019: Tyske kyst- og storbyovernatninger
(1.000)

Note: Højsæson: juli-august, skuldersæson: marts-juni og september–oktober, vintersæson: januar–februar og november-december.

 Kilde: Danmarks Statistik. Tallene inkluderer både ferie- og forretningsovernatninger.

Kendskab, inspiration og bookingadfærd

© Niclas Jessen

Kendskab til Danmark som feriedestination

Knap fire ud af 10 tyskere har et godt kendskab til Danmark

I Norge og Sverige har flere end seks ud af 10 et godt kendskab til Danmark som feriedestination. Det samme gælder 38 pct. af tyskerne.

I Holland ved de relativt lidt eller ingenting om Danmark som feriedestination.

Kender noget eller meget til Danmark

69%
Syd- og Vestsverige

70%
Sydnorge

46%
Nordvesttyskland

15%
Noord-Holland

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?

N= Holland: 2.376, Tyskland: 2.060, Norge: 823, Sverige: 833.
Kilde: VisitDenmark, Image- og Potentialeanalyse 2020. .

Inspirationskilder

Online-kilder er vigtige inspirationskilder for tyskerne

Indhold i såvel online- som offline-kilder er med til at inspirere tyskerne, når de skal vælge feriedestination.

28 pct. af tyskere er blevet inspireret af både online- og offline-medier i forbindelse med ferien til udlandet. 22 pct. er udelukkende blevet inspireret offline og 19 pct. udelukkende online.

Blandt tyskere, der har været på ferie i Danmark, er andelen, der udelukkende inspireres af online-medier, væsentlig højere end blandt alle dem, der har holdt ferie i henholdsvis udlandet eller Tyskland.

Dem, som svarer ”hverken/eller”, inspireres blandt andet af egne erfaringer og/eller anbefalinger fra venner og familie.

Kilde: Reiseanalyse 2020 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR).

Booking af ferierejser til Danmark

De fleste bookinger af ferierejser til Danmark foretages online

Tyskere, der var på ferie i Danmark i 2019, bookede primært ferien online. Også blandt tyskerne generelt var denne type booking den mest anvendte.

Face-to-face var den næst hyppigst anvendte form for booking af rejser både blandt tyskere generelt og dem, der var på ferie i Danmark i 2019.

De danske feriehusudlejere er tyskernes foretrukne bookingkanal. 57 pct. af de tyskere, der var på ferie i Danmark, bookede gennem en feriehusudbyder. Onlineportaler med rejseservices er de næst benyttede. 16 pct. af alle bookinger af ferie i Danmark i 2019 blev foretaget via denne kanal.

Der er en stor forskel i brugen af rejsebureauer som bookingkanal afhængig af, om rejsen går til Danmark eller svarene omfatter alle feriedestinationer. Rejsebureauer er fortsat den vigtigste bookingkanal for tyskerne generelt, mens kun 8 pct. af de tyskere, der holdt ferie i Danmark i 2019, benyttede et rejsebureau til at booke ferien.

Online-/Offline-booking

Bookingkanal - Top 5

 Kilde: Reiseanalyse 2020 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR).

Danmark som attraktiv feriedestination

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?

Den tyske befolkning

Tyskere, som var på ferie I Danmark i 2019

Tyskere, der har besøgt Danmark, er mere positive

Over halvdelen (54 pct.) af de tyskere, som har besøgt Danmark på en ferie i 2019, oplever Danmark som et meget attraktivt rejsemål.

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

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

Tal fra VisitDenmarks Turistundersøgelse 2017 viste, at flertallet af de tyske gæster var tilfredse, og at 77 pct. aktivt ville anbefale Danmark, når de kom hjem.

Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2020. N=2.006. . Data er indsamlet i februar 2020.

Kystferie: rejsemotiver og inspirationskilder

Flest tyskere på kystferie i Danmark prioriterer tryghed

Trygt rejsemål er vigtigt for flest tyskerne, når de vælger en ferie i Danmark.

Især tidligere erfaringer har indflydelse på valget af Danmark som kystferiedestination. Personlige anbefalinger, hjemmesider for overnatningssteder og destinationer tilskrives også en vigtig 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)

 Kilde: VisitDenmark, **Turistundersøgelsen** 2017, N=2.473

Storbyferie: rejsemotiver og inspirationskilder

Flest tyskere på storbyferie prioriterer seværdigheder og befolkningens imødekommenhed

Lokale seværdigheder og attraktioner er vigtige rejsemotiver for mange tyskere, når de vælger en storbyferie i Danmark. Også den danske befolknings imødekommenhed, kulturen og den lokale atmosfære spiller en rolle for mange.

Navnlig personlige anbefalinger har indflydelse på tyskernes valg af Danmark.

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)

 Kilde: VisitDenmark, Turistundersøgelsen 2017, N=264

Ferierelaterede online-søgninger

© Ruslan Merzlyakov

Søgninger efter Danmark

Stigning i søgninger efter de fire danske storbyer

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

I 2019 var der flere søgninger efter storbyerne end i 2018. *Dänemark* som søgeord var i 2019 brugt lige så hyppigt som i 2018.

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

Udvikling i søgevolumen for udvalgte søgeord

Mange søgninger om sommeren

Søgninger efter Danmark og de fire største byer foretages hele året. I 2019 var der flest søgninger efter Danmark i januar, juli og august.

I 2019 søgte tyskerne mest efter *Kopenhagen* i august, mens søgningerne efter Aarhus toppede i juli.

Søgninger fordelt på måneder i 2019

Kilde: ads.google.com, tilgået d. 24. april 2019. Filtre: Land: Tyskland, Sprog: Tysk, Periode: jan.2018 - dec.2019
*organiske søgninger

Søgninger efter dansk øst- og vestkyst

Stigning i antallet af søgninger efter dansk østkyst og vestkyst

I både 2018 og 2019 var der i Tyskland flere søgninger efter *Dänische Ostsee* end efter *Dänische Nordsee*.

I 2019 havde både *Dänische Ostsee* og *Dänische Nordsee* markant flere søgninger end i 2018.

Udvikling i søgevolumen af *Dänische Ost-* og *Nordsee* som søgetermer

Søgninger efter dansk øst- og vestkyst højest i første halvår

Antal søgninger varierer månederne imellem og er typisk højest i første halvår. Tyskerne søger mest efter *Dänische Ostsee* i maj og juni, mens søgningerne efter *Dänische Nordsee* er hyppigst i februar og maj.

Søgevolumen af Dänische Ost- og Nordsee som søgetermer i 2019

Kilde: ads.google.com, tilgået d. 24. april 2019. Filtre: Land: Tyskland, Sprog: Tysk, Periode: jan.2018 - dec.2019
*organiske søgninger

Ferierelaterede søgninger efter dansk øst- og vestkyst

Flest ferierelaterede søgninger efter dansk øst- og vestkyst i januar og februar

Ferierelaterede søgninger efter dansk øst- og vestkyst* fordeler sig forskelligt over året. Antallet af søgninger efter dansk østkyst er højest i januar, mens antallet af søgninger efter dansk vestkyst topper i februar.

Begge søgetermer er mest brugt i Nedersaksen, hvor omkring hver femte søgning foretages. Desuden er søgninger efter dansk østkyst meget populære i Nordrhein-Westfalen og Saksen, mens søgninger efter dansk vestkyst er meget populære i Slesvig-Holsten og Nordrhein-Westfalen.

Ferierelateret søgevolumen af Dänische Ost- og Nordsee i 2019

Søgninger efter ferie på dansk ost- og vestkyst fordelt på delstater

Kilde: ads.google.com, tilgået d. 24. april 2019. Filtre: Land: Tyskland, Sprog: tysk, Periode: jan.-dec. 2019
*Søgetermerne indeholder ordene Ferie (Urlaub), Danmark (Dänemark) og Øst- eller Vestkyst (Ost-/Nordsee) og dækker forskellige variationer af i ordsammensætninger som fx Urlaub in Dänemark Ostsee, Urlaub Dänemark Nordsee Ferienhaus mm.

Søgninger efter ferierelaterede emner

Tyskerne søger især information om feriehus i Danmark

Når tyskerne søger efter information om Danmark, anvendes søgetermer om indkvartering og navnlig feriehus (*Ferienhaus*) oftere end søgetermer om ferie generelt, transport og aktiviteter*.

Når tyskerne generelt søger efter information om Danmark, er de interesserede i vejret (*Wetter*), kort (*Karte*) og ferie med hund (*Urlaub mit Hund*).

Blandt de transportrelaterede søgeord dominerer søgetermer om færge (*Fähre*).

Strand og lystfiskeri (*Angeln*) i Danmark er blandt de mest benyttede aktivitetsrelaterede søgetermer. Også søgninger ifm. seværdigheder (*Sehenswürdigkeiten*) er udtalte.

Søgevolumen af ferierelaterede emner i Tyskland ift. Danmark i 2019 (gennemsnit, per måned)

* Søgetermerne indeholder ord Danmark (*Dänemark*) og dækker forskellige variationer af i ordsammensætninger som fx *Urlaub in Dänemark, Dänemark Urlaub, Ostsee Urlaub Dänemark Nordsee Ferienhaus , Urlaub in Dänemark Ostsee mm.*

Kilde: ads.google.com, tilgået d. 24. april 2020. Filtre: Land: Tyskland, Sprog: Tysk, Periode: jan.-dec. 2019

Ferierelaterede søgninger i tyske regioner

Popularitet af udvalgte søgetermer i udvalgte tyske regioner, 2019

”Dänemark Urlaub“

”Ferienhaus Dänemark

”Wetter Dänemark“

”Camping Dänemark“

Ferierelaterede søgninger er meget populære i Slesvig-Holsten

Kortene indikerer udvalgte søgetermers popularitet* i forskellige tyske delstater.

Søgetermerne ”Dänemark Urlaub”, ”Ferienhaus Dänemark”, ”Wetter Dänemark” og ”Camping Dänemark” var mest populære i Slesvig-Holsten. Disse søgetermer var også populære i Hamborg, Nedersaksen, Mecklenburg-Vorpommern og Bremen.

Ferierelaterede søgetermer om Danmark er mest populære i de nordtyske regioner.

*Popularitet af en søgeterm er beregnet på en skala fra 0 til 100, hvor 100 indikerer regionen med den højeste andel af volumen i søgetermen 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 absolutte antal søgninger.

Kilde: trends.google.com, tilgået d. 30. april 2020. Filtre: Land: Tyskland, Periode: 2019.

Ferietyper i fokus: camping-, lystfisker- og cykelferie

Ferierelateret søgevolumen af camping-, lystfisk- og cykeltermer ifm. ferie i Danmark i 2019

Søgninger efter ferieoplysninger fordelt på delstater

Især søgninger efter campingferie i Danmark er populære

Tyskere søger efter oplysningerne om camping, lystfiskeri og cykelferie i Danmark hele året rundt. Der er flest søgninger ift. campingferie. Søgeaktiviteten er mest intensiv mellem maj og august for alle tre ferieformer.

Søgninger ifm. alle tre ferieformer foretages hyppigst i den vesttyske delstat Nordrhein-Westfalen. Desuden er camping- og lystfisker-relaterede søgninger populære i Slesvig-Holsten og Nedersaksen, mens søgninger ifm. cykelferie i Danmark også i høj grad fortages i Nedersaksen og de sydtyske delstater Bayern og Baden-Württemberg.

Kilde: ads.google.com, tilgået d. 24. april 2020. Filtre: Land: Tyskland, Sprog: Tysk, Periode: jan.-dec. 2019

Forskellige søgetermer

***Camping Dänemark* er en populær søgeterm**

Tyskere bruger en lang række af søgeord/-termer, når de leder efter information om ferie i Danmark. Udover de mange søgninger relateret til feriehuse er camping også populært blandt tyskerne.

Blandt de mest brugte variationer af søgetermen *Camping Dänemark* med over 300 søgninger i gennemsnit per måned er:

- *Camping Dänemark*
- *Campingplatz Dänemark*
- *Camping Dänemark Nordsee*
- *Camping Dänemark Ostsee*
- *Naturcamping Dänemark*
- *Wohnmobilstellplätze Dänemark*
- *Camping Dänemark mit Hund*
- *Strandcamping Dänemark*
- *Beste Campingplätze Dänemark*
- *Schönste Campingplätze Dänemark*

Kilde for billedet: www.answerthepublic.com, tilgået d. 30. april 2020. Søgeterm: "Camping Dänemark".
Kilde for søgevolumen: adwords.google.com, tilgået d. 30. april 2020. Filtre: Land: Tyskland, Periode: jan. - dec.2019

Passagerer og flytrafik fra Tyskland til Københavns Lufthavn

Kapitlet omfatter udelukkende flytrafik til og fra Københavns Lufthavn og er dermed ikke dækkende for al flytrafik til og fra Danmark

© Bang Clemme Film & Openhouse

Sædekapacitet fra de tyske lufthavne til Københavns Lufthavn

Udvikling i sædekapacitet
Antal sæder

Stigende sædekapacitet

Udviklingen i sædekapaciteten mellem de tyske lufthavne og Københavns Lufthavn har fluktueret i den betragtede periode. Fra 2015 til 2019 var der i gennemsnit 1,8 mio. sæder på ruterne fra de tyske lufthavne til Københavns Lufthavn.

I 2019 steg antal sæder med 4,2 pct. i forhold til 2018. Væksten i sædekapaciteten skyldes Laudamotions indtræden på ruterne fra Düsseldorf og Stuttgart til Københavns Lufthavn i 2019.

 Kilde: Københavns lufthavn

Sædekapacitet i 2019 fordelt på lufthavne og flyselskaber

SAS står for fire ud af 10 flysæder

23 pct. af sædekapaciteten findes på ruterne mellem Frankfurts lufthavn og Københavns Lufthavn. Sædekapaciteten er størst mellem Berlins to lufthavne og Københavns Lufthavn.

SAS og Lufthansa står for henholdsvis 38 pct. og 24 pct. af alle sæder mellem de tyske lufthavne og Københavns Lufthavn. Laudamotion, som er den nye operatør mellem Tyskland og Københavns Lufthavn, står for 8 pct. af alle sæder. Det er fra Düsseldorf og Stuttgart lufthavne.

Sædekapacitet fordelt på lufthavne

* Stuttgart, Hamburg, Köln Bonn, Hannover, Nürnberg.

Sædekapacitet fordelt på flyselskaber

 Kilde: Københavns Lufthavn

Antal ankomne passagerer fra tyske lufthavne til Københavns Lufthavn

Same antal passagerer per måned i skulder- og sommersæson

Antallet af ankomne passagerer fra de tyske lufthavne til Københavns Lufthavn var i 2019 næsten 1,1 mio. og nåede dermed sit højeste niveau i den betragtede periode.

Antallet af passagerer dækker over såvel tyskere som andre nationaliteter, der bruger de tyske lufthavne som enten det oprindelige afrejsested eller transfer-knudepunkt.

I 2019 var der flest ankomster i skuldersæson og færrest i vintersæsonen. Gennemsnittet per måned var stort set det samme i skulder- og højsæsonen.

Udvikling i antal ankomne passagerer fra de tyske lufthavne til Københavns Lufthavn

Antal ankomne passagerer i 2019 fordelt på sæsoner

Kilde: Københavns Lufthavn.
Sæsoner: Vintersæson 1=jan-feb; Skuldersæson 1=mar-jun; Højsæson=jul-aug; Skuldersæson 2=sep-okt; Vintersæson 2=nov-dec.

Kyst-/storbyturisterne i Danmark

© Kim Wyon

Kyst-/naturturister og storbyturister i Danmark

	Den tyske kyst- & naturturist	Den tyske storbyturist
Rejsemotiver	Tryghed, rent- og miljøvenligt, strand, kyst og hav	Seværdigheder og attraktioner, venlig befolkning, natur
Aktiviteter	Gåture, være på stranden og ved havet, slappe af	Udforske bymiljøer, gå ture, spise ude
Bopæl	77 pct. kommer fra Nordvesttyskland	73 pct. kommer fra Nordvesttyskland
Transport	Ankommer i bil	Ankommer i bil, tog eller fly
Rejsegruppe	2,1 personer 49 pct. rejser med børn	1,4 personer 19 pct. rejser med børn
Overnatningsform	Feriehus	Hotel
Opholdslængde	7,9 overnatninger, 39 pct. har været på endagsbesøg i Danmark	3,0 overnatninger 31 pct. har været på endagsbesøg i Danmark
Døgnforbrug	650 kr.	1.450 kr.
Erfaring	90 pct. har tidligere været på ferie i Danmark	63 pct. har tidligere været på ferie i Danmark
Anbefaling	79 pct. vil anbefale Danmark	54 pct. vil anbefale Danmark

 Kilde: Danmarks Statistik og Visit Denmarks Turistundersøgelse 2017.

Tyske overnatninger i kyst og storby

Tyske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	2018 (1.000)	2019 (1.000)	Udv.
Kyst-/naturdanmark*	14.829	15.871	+7,0%
De fire storbyer*	853	908	+6,4%
I alt*	**15.683**	**16.812**	**+7,0%**

Udvikling i tyske overnatninger* inden for kyst og storby

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

 Kilde: Danmarks Statistik.* Omfatter ferie- og forretningsturisme.

Tyske overnatninger i de fire danske storbyer

Overnatninger i alt i de fire storbyer*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.898	45%	
Udlandet	7.325	55%	
Tyskland	908	7%	12%
USA	755	6%	10%
Storbritannien	725	5%	10%
Sverige	699	5%	10%
Norge	682	5%	9%
Italien	336	3%	5%
Frankrig	292	2%	4%
Holland	268	2%	4%
Kina	226	2%	3%
Indien	96	1%	1%
Udlandet i øvrigt	2.338	18%	32%
I alt	13.224	100%	100%

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	4.057	865	605	373
Udlandet	6.542	337	409	128
USA	730	14	5	6
Tyskland	686	74	131	17
Storbritannien	670	28	13	14
Sverige	631	28	27	13
Norge	475	55	141	10
Italien	320	7	4	6
Frankrig	276	9	4	4
Kina	214	7	3	10
Holland	206	24	18	12
Indien	90	4	1,1	0,7
Udlandet i øvrigt	2.153	88	61	36
I alt	10.508	1.200	1.016	501

Udvikling i tyske storbyovernatninger (1.000)

 Kilde: Danmarks Statistik.* Omfatter både ferie- og forretningsturisme.

Tyske overnatninger i Kyst- og naturdanmark

	Overnatninger (1.000)	Andel af totalen	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	21.303	50%	
Udlandet	21.532	50%	
Tyskland	15.871	37%	74%
Norge	1.641	4%	8%
Holland	1.168	3%	5%
Sverige	1.014	2%	5%
Storbritannien	182	0%	1%
USA	81	0%	0%
Frankrig	66	0%	0%
Kina	49	0%	0%
Italien	50	0%	0%
Indien	12	0%	0%
Udlandet i øvrigt	1.400	3%	6%
I alt	42.836	100%	100%

Udvikling i tyske overnatninger i Kyst-/naturdanmark fordelt på overnatningsformer*
(1.000)

 Kilde: Danmarks Statistik.* Omfatter ferie- og forretningsturisme.

Markedsforventninger

før covid-19-pandemien

© Mark Wengler

Tyskernes forventede feriemål i 2020
- før covid-19-pandemiens udbrud

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2020? Top 10

Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2020. N= Tyskland: 2.006. Data er indsamlet i februar 2020.

Tyskerne søger mod Danmark

Data om tyskernes forventede rejsemål blev indsamlet i februar 2020 og altså før covid-19-pandemien. På daværende tidspunkt påtænkte 6 pct. af den samlede tyske befolkning at besøge Danmark på en ferie i 2020. Det svarer til knap 5 mio. tyske turister.

Danmark optrådte i tyskernes top 10 over forventede rejsemål. Danmark var i konkurrence med både sydeuropæiske destinationer som Spanien, Italien og Frankrig og lande som Tyskland og Østrig. Danmark har en flot placering som nr. 6, når det gælder kyst-og naturferier med børn.

VisitDenmark

Feriekalender 2020 / 2021

Sommer	Efterår	Jul	Vinter	Påske	Pinse

	2020																															2021																					
	Juni				Juli					August				September					Oktober				November					December				Januar					Februar			Marts				April				Maj			
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	53	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Baden-Württemberg	P*	P							S*	S	S	S	S	S	S							E								J*	J	J												P*	P*							P*	P
Bayern	P*	P							S	S	S	S	S	S	S*								E		E*					J*	J	J						V							P	P							P*	P
Berlin				S*	S	S	S	S	S	S										E	E									J	J					V								P	P					P*			
Brandenburg				S*	S	S	S	S	S	S										E	E									J	J					V								P	P								
Bremen	P*						S*	S	S	S	S	S	S*							E	E									J*	J	J				V*								P	P					P*		P*	
Hamburg				S*	S	S	S	S	S	S*									E	E										J	J*				V*				P	P										P			
Hessen						S	S	S	S	S	S								E	E										J	J	J													P*	P								
Mecklenburg-Vorpommern	P*			S	S	S	S	S	S										E				E*							J	J						V	V						P	P*					P*	P*	P*	
Niedersachsen	P*						S*	S	S	S	S	S	S*							E	E									J*	J	J				V*								P	P					P*		P*	
Nordrhein-Westfalen	P*				S	S	S	S	S	S	S*									E	E									J*	J	J*												P	P							P*	
Rheinland-Pfalz						S	S	S	S	S	S									E	E									J	J*													P	P*							P*	P*
Saarland						S	S	S	S	S	S									E	E									J	J*							V						P	P*							P*	
Sachsen								S	S	S	S	S	S								E	E								J*	J					V	V							P*	P					P*			
Sachsen-Anhalt							S*	S	S	S	S	S	S*								E	E								J	J	J*					V								P					P	P		
Schleswig-Holstein					S	S	S	S	S	S									E	E										J	J	J*												P*	P	P				P*			
Thüringen								S	S	S	S	S	S								E	E								J*	J					V								P	P					P*			

Kilde: http://www.schulferien.org/Schulferien_nach_Jahren. Se specifikke datoer: http://www.schulferien.org/Schulferien_nach_Jahren/2019/schulferien_2020.html

 * Ikke hel uge.

Danmarks potentiale på forretningsområder
- før covid-19-pandemiens udbrud

Kystferie m. børn

23%
af den tyske befolkning vil på kyst-/naturferie med børn

Af dem overvejer:

12%
Danmark

28%
Tyskland

Kystferie u. børn

42%
af den tyske befolkning vil på kyst-/naturferie uden børn

Af dem overvejer:

10%
Danmark

33%
Tyskland

Storbyferie u. børn

17%
af den tyske befolkning vil på storbyferie uden børn

Af dem overvejer:

24%
København

31%
Hamborg

Interesse for at besøge Danmark inden for de kommende tre år
- før covid-19-pandemiens udbrud

Godt hver femte tysker er interesseret i at besøge Danmark inden for de kommende tre år

Andelen af tyskere med interesse for at holde ferie i Danmark har udviklet sig positivt de seneste fem år.

Generelt er interessen for Danmark udtalt blandt tyskerne, både når det gælder Danmark generelt og specifikt København samt den danske vest- og østkyst.

Andel med interesse for at besøge Danmark i 2020-2022	
Danmark	21,7 pct.
Den danske vestkyst	20,1 pct.
Den danske østkyst	21,2 pct.
København	13,9 pct.

Planlægger du i de kommende 3 år at holde ferie i Danmark?

Kilde: Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR). Resultaterne er baseret på personer med tysk statsborgerskab. Interesse for Danmark er defineret som den andel, der "helt sikkert vil besøge Danmark" + dem som "overvejer at besøge Danmark". Data er indsamlet i januar 2020.

Videncenter om turismen i Danmark

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

© Nicolai Perjesi