LILLE RISEVEJ
MICHAEL FIUKOWSKI & SARAH MORITZ

HOLLAND: MARKEDSPROFIL 2022

VisitDenmark

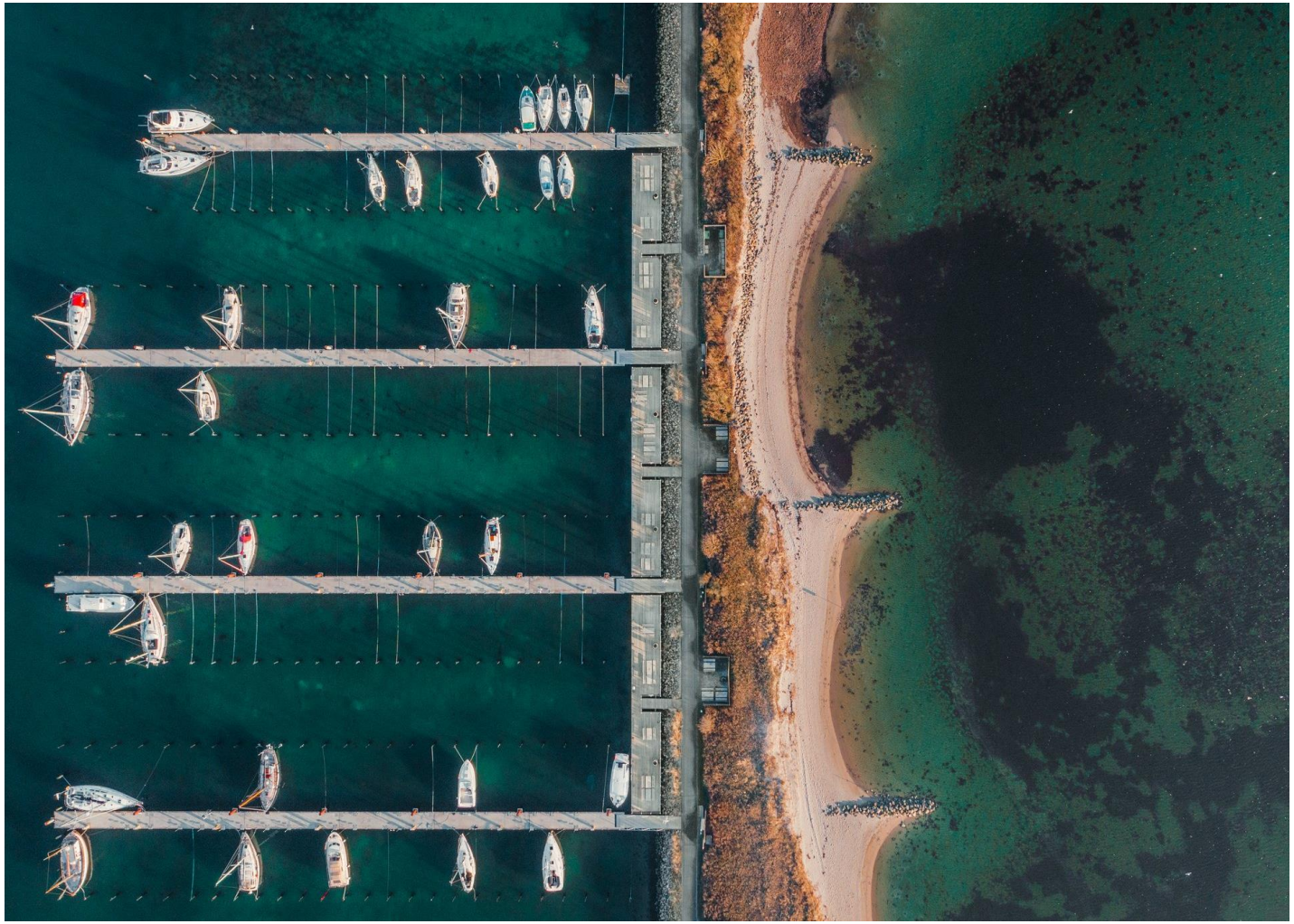
INTRODUKTION

Holland[1] er et vigtigt nærmarked for dansk turisme. Danmark oplevede fra 2015 til 2019 en stigning i antallet af hollandske overnatninger på 32 pct.

I 2020 satte corona ind og betød et fald på 70 pct. i antallet af hollandske overnatninger i Danmark. 2022 er startet godt. I de første otte måneder ligger antallet af hollandske overnatninger godt 18 pct. over 2019-niveauet.

Kendskabet til Danmark er i 2022 på samme høje niveau som i 2020 og 2021. Samtidig synes hver anden hollænder, at Danmark er attraktivt som ferieland. Andelen er steget signifikant sammenlignet med de tilsvarende målinger i 2020 og 2021.

Danmark indtager en 12. plads over hollændernes foretrukne udenlandsdestinationer. Danmark har forbedret sin placering. I 2021 lå Danmark som nr. 16, og i 2020 lå Danmark på en 14. plads.



© MITCH WIESINGER

 Anm.: Holland=Nederlandene

Introduktion

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

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

Udgivet af
VisitDenmark
November 2022

Kontakt
Charlotte Rømer Rassing
crr@visitdenmark.com

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Indhold

06 Markedsforventninger

12 Før ferien
kendskab, attraktivitet og inspiration

25 Danmark som feriedestination
ankomst, overnatninger og forbrug

VISITDENMARKS MARKEDSKONTOR I HOLLAND

Markedschef
Mette Rodenhuis-Carlsen
mca@visitdenmark.com
+31653662696

PR & Press Manager
Tatjana Marck
tko@visitdenmark.com
+31657779529

Marketing Manager
Maudy van der Laan
mz@visitdenmark.com
+31630070991

Presse Koordinator
Mireille Boode
mirboo@visitdenmark.com
+31623445266

© Niclas Jossen

UDVALGTE KONKLUSIONER

Danmark outperformer både Norge og Sverige, når det gælder hollændernes forventede ferierejsemål
I alt 4 pct. af hollænderne vil holde en ferie med overnatning i Danmark i 2022. Danmark er rykket op på listen over hollænderens forventede feriedestinationer fra en 16. plads i 2021 til en 12. plads i 2022. Det er især kystferie med børn, som hollændernes efterspørger.

Ses samlet på antallet af hollandske overnatninger i Danmark, Norge og Sverige, foretages hver anden i Danmark.

Danmark er en attraktiv feriedestination, men ikke så kendt
Knap hver femte hollænder kender noget eller meget til Danmark som feriedestination, men Danmark opfattes som et attraktivt feriemål af flere end hver anden hollænder.

Hjemmesider for overnatningssteder har stor betydning som inspirationskilde før valg af feriedestination
Blandt hollænderne har godt hver tredje (36 pct.) benyttet hjemmesider for overnatningssteder som inspirationskilder, før de valgte feriedestination. På anden- og tredjepladsen følger online bookingportaler og generelle internetsøgninger.

Ferien skal byde på afslapning og naturoplevelser
Rejsemotiverne 'slappe af og lade op' og 'natur, strand, kyst og hav' er vigtigt for flest hollændere, når de skal afholde ferie. Også afkobling i naturen og madoplevelser rangerer højt blandt mange.

Interessen for sidstnævnte kan også aflæses i søgevolumen, når det gælder dansk gastronomi. I 1. halvår 2022 ligger antallet af googlesøgninger efter dansk gastronomi markant over niveauerne i både 2019, 2020 og 2021.

Også når det gælder outdoor-relaterede søgetermer, er søgevolumen steget markant i 1. halvår 2022 sammenlignet med perioden 2019 til 2021.

Hollænderne søger især efter information om Legoland og Lalandia
Knap hver femte (17 pct.) hollænder fremhæver forlystelsesparker, badelande o.lign som rejsemotiver, når de skal vælge feriedestination. Interessen viser sig også i det gennemsnitlige antal månedlige søgninger efter attraktioner i Danmark, som i 1. halvår 2022 ligger markant over niveauerne i de tilsvarende perioder i 2019, 2020 og 2021. Det er især Legoland og Lalandia, som hollænderne søger information om .

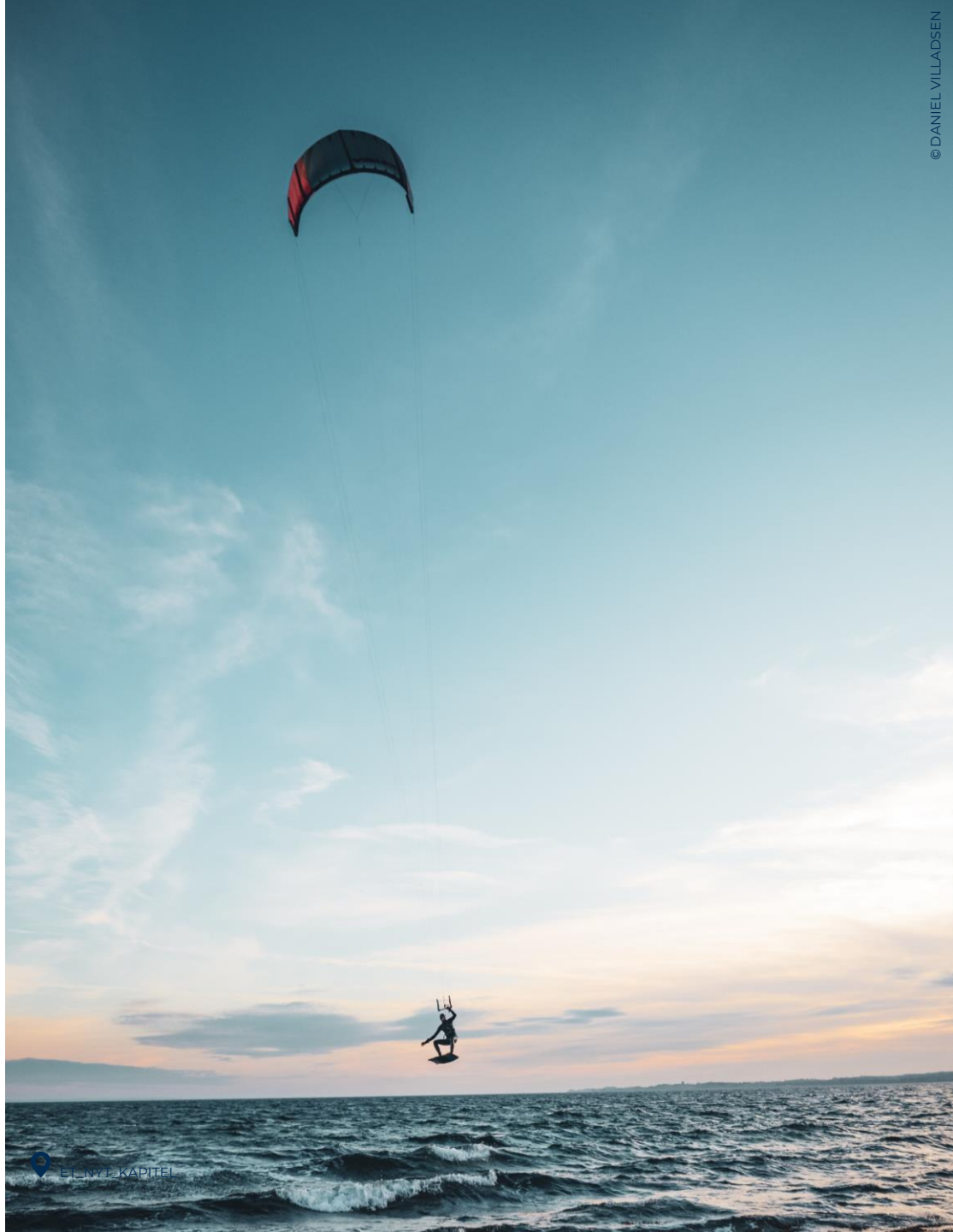
MARKEDS-FORVENTNINGER

ESRUM LAKE

© DANIEL OVERBECK - VISITNORDSJÆLLAND

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM BL.A.

- Perspektiver på det hollandske marked
- Den hollandske feriekalender
- Bookingkanaler og brug af online-bookingplatforme
- Rejseplaner



PERSPEKTIVER PÅ DET HOLLANDSKE MARKED V. METTE RODENHUIS-CARLSEN, MARKEDSCHEF

Det hollandske marked forbliver et marked med stort potentiale for vækst til Danmark.

Som feriedestination lever Danmark op til mange af de ting, vores hollandske målgrupper søger, når de vil på ferie, og de hollandske gæster føler sig velkomne og ”hjemme”, når de er på ferie i Danmark.

Der er selvfølgelig mange ting i tiden, som (også) udfordrer den hollandske turist, men på sigt vil Danmark kunne vække sig til en langt stærkere position i det hollandske feriemarked, og med fokus på OUTDOOR rammer vi helt rigtigt i forhold til tidens tendenser.

FERIEKALENDER 2022 / 2023

Ugen 18 er obligatorisk som ferieuge, men det forventes at mange skoler vil holde to uger majferie. Det er skolerne valgfrit hvilken uge de vælger (17 eller 19), men da kongens fødselsdag falder i uge 17 i 2023 er der størst sandsynlighed for, at denne bliver den ekstra uge.

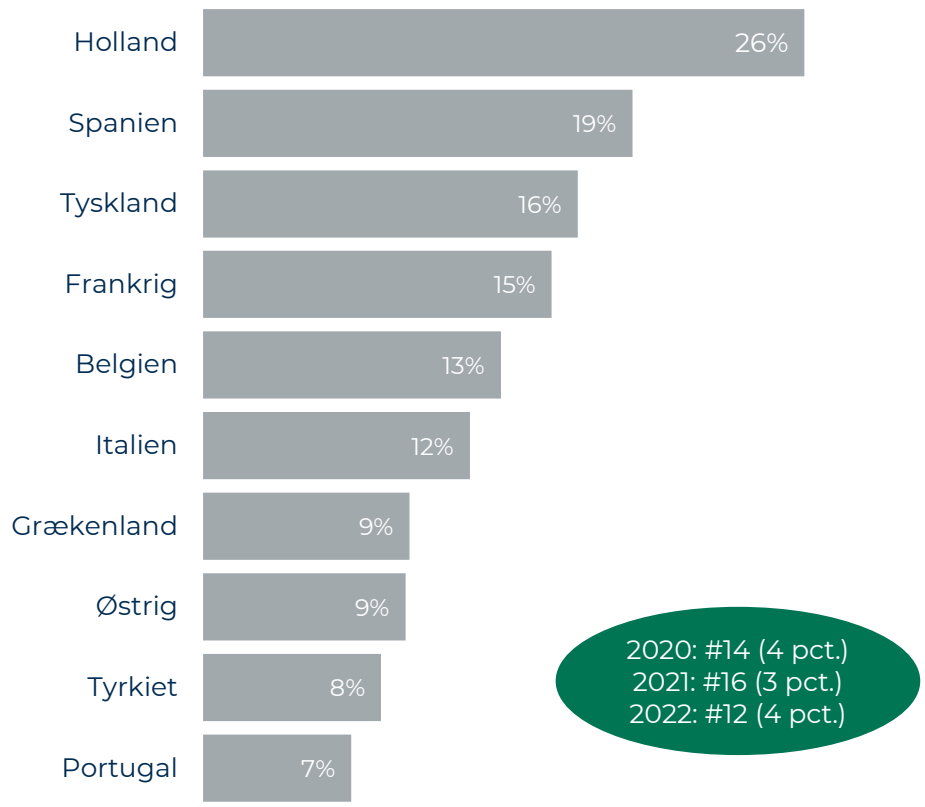
Vinter	Påske	Sommer	Efterår	Jul

	2022																	2023																																					
	September				Oktober				November					December				Januar					Februar			Marts				April				Maj				Juni				Juli				August				September			
Uge:	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
Noord							E										J	J								V									P												S	S	S	S	S	S				
Midden								E									J	J								V									P										S	S	S	S	S	S						
Zuid								E									J	J							V										P											S	S	S	S	S	S						

Kilde: https://www.schoolvakanties-nederland.nl/schoolvakanties-2021.html

DANMARK SCORER OVER NORGE OG SVERIGE PÅ LISTEN OVER UDLANDSREJSEMÅL

Hvilke destinationer forventer du at besøge på en ferie i 2022?
Top 10



Hollændernes forventede feriemål i 2022

4 pct. af hollænderne planlægger eller overvejer en ferie til Danmark inden for det kommende års tid. Det svarer til niveauet i 2020 og 2021.

Danmark er rykket op på listen over hollænderens forventede rejsemål fra en 16. plads i 2021 til en 12. plads i 2022.

Ses på hollændernes planer om at besøge henholdsvis Danmark, Norge og Sverige, ligger Danmark højere på listen end de to øvrige skandinaviske lande.

 Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse 2022. N= Holland: 1504.

KØBENHAVN ER EFTERSPURGT PÅ STORBYFERIER U. BØRN

KYSTFERIE MED BØRN

© Robin Skjoldborg

23%
AF DEN HOLLANDSKE BEFOLKNING VIL PÅ KYST- /NATURFERIE MED BØRN

AF DEM OVERVEJER:

7%
DANMARK

22%
HOLLAND

KYSTFERIE UDEN BØRN

© Niclas Jessen

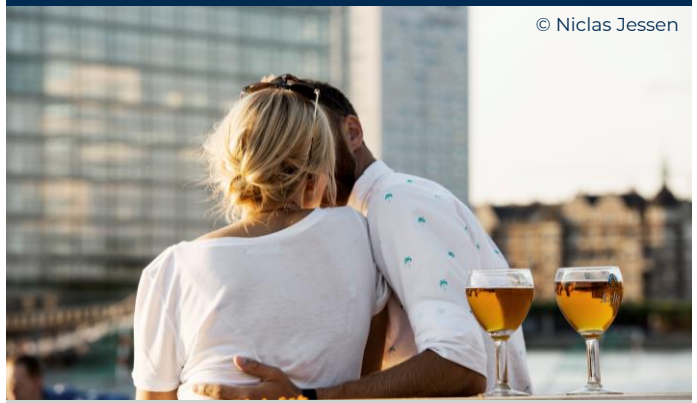
34%
AF DEN HOLLANDSKE BEFOLKNING VIL PÅ KYST-/NATURFERIE UDEN BØRN

AF DEM OVERVEJER:

4%
DANMARK

18%
HOLLAND

STORBYFERIE UDEN BØRN


© Niclas Jessen

19%
AF DEN HOLLANDSKE BEFOLKNING VIL PÅ STORBYFERIE UDEN BØRN

AF DEM OVERVEJER:

14%
KØBENHAVN

12%
AMSTERDAM

 Kilde: VisitDenmarks Image- og Potentialeanalyse.

FØR FERIEN

MØNS KLINT

©ASTRORMS/RUSLAN MERZLYAKOV

KAPITLET INDEHOLDER DATA OM

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

© ET_NYT_KAPITEL

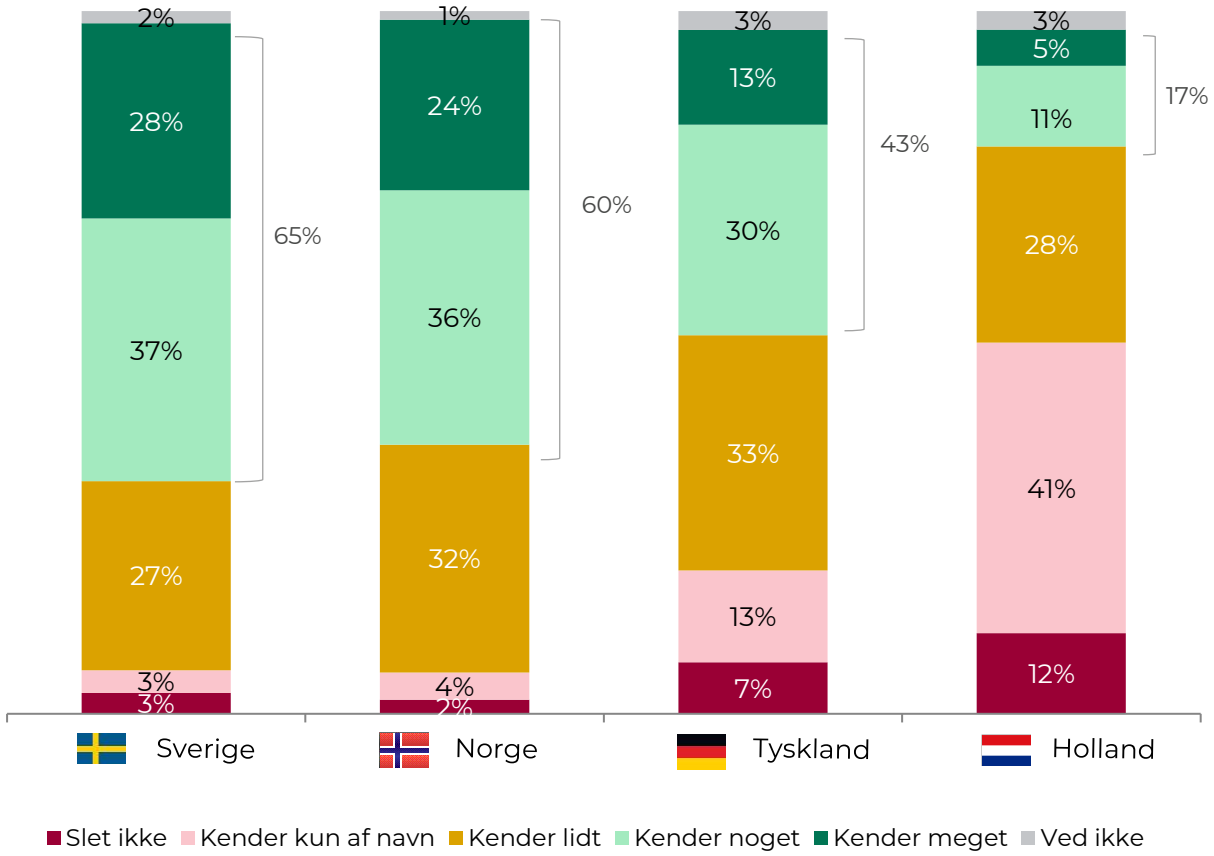
KNAP HVER FEMTE HOLLÆNDER KENDER DANMARK SOM FERIELAND

Kendskab til Danmark som feriedestination

Knap hver femte i Holland kender Danmark noget eller meget. Relativt mange kender kun Danmark af navn.

I Sverige og Norge har seks ud af 10 eller flere et godt kendskab til Danmark som feriedestination. Det tilsvarende gælder flere end fire ud af 10 i Tyskland

Hvor godt kender du Danmark som feriedestination?



Kilde. VisitDenmarks internationale Image- og Potentialeanalyse, 2022.
2022: N= Holland: 1.504 , Tyskland: 2.004 , Norge: 974 , Sverige: 904.

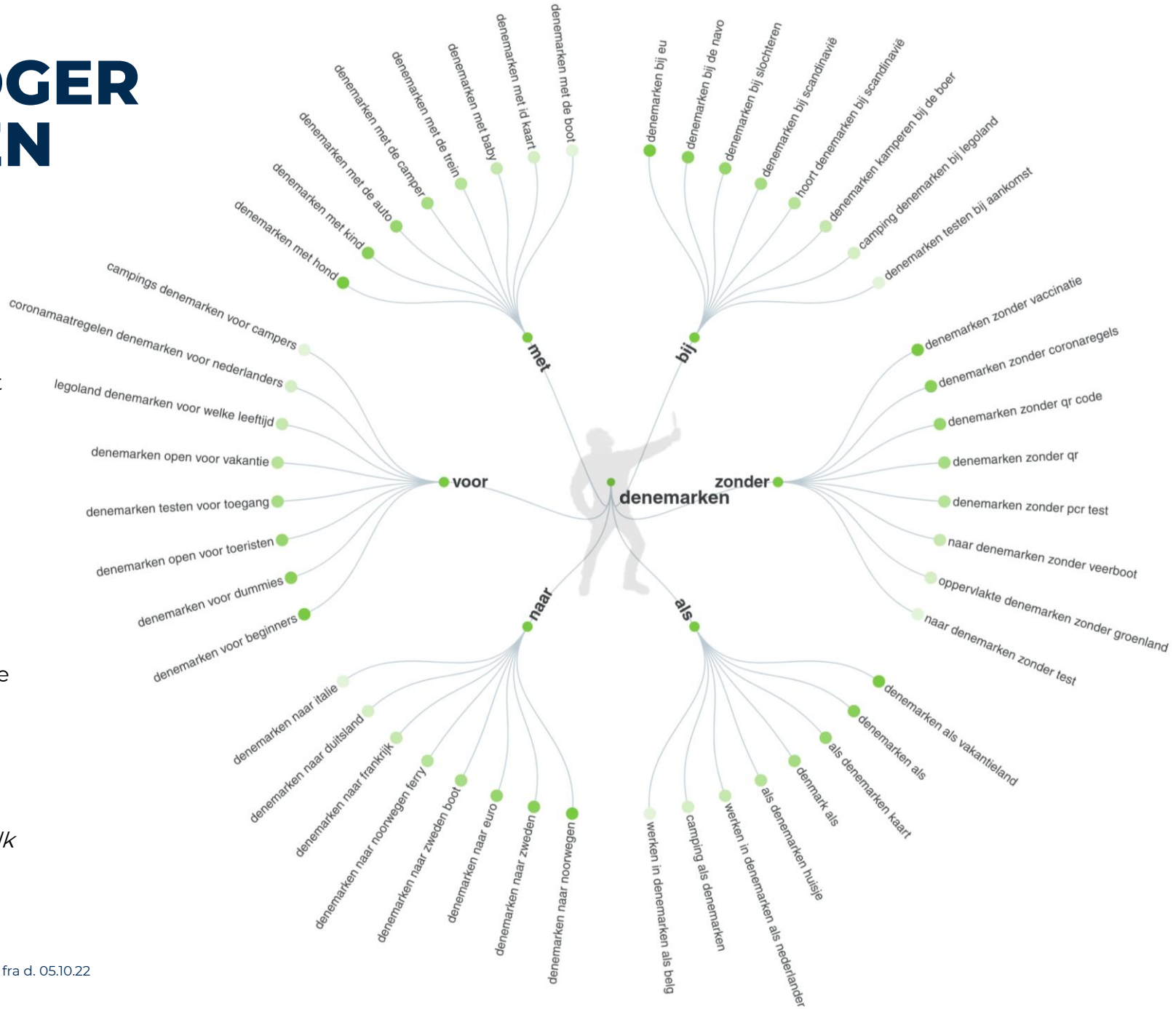
HOLLÆNDERE SØGER EFTER BASISVIDEN

Flere af søgninger indikerer en form for førstegangs-interesse for Danmark som rejsedestination. Her ses søgninger som ”Denemarken voor beginners” og ”Denemarken voor dummies”.

De hollandske søgespørgsmål viser en interesse for at besøge Danmark med autocamper eller tog, og rejsekonstellation har betydning, når hollænderne søger inspiration og information.

Figuren til højre visualiserer resultaterne fra søgeordsværktøjet ‘Answer The Public’. Answer The Public visualiserer spørgsmålssøgninger og foreslåede søgninger fra Google og Bing. Kategorierne består af ‘hv’-spørgsmål, og styrken af de grønne prikker indikerer, hvor populær søgetermen er.*

Figuren til højre giver et øjebliksbillede af, hvordan folk søger efter svar online på et givet tidspunkt.



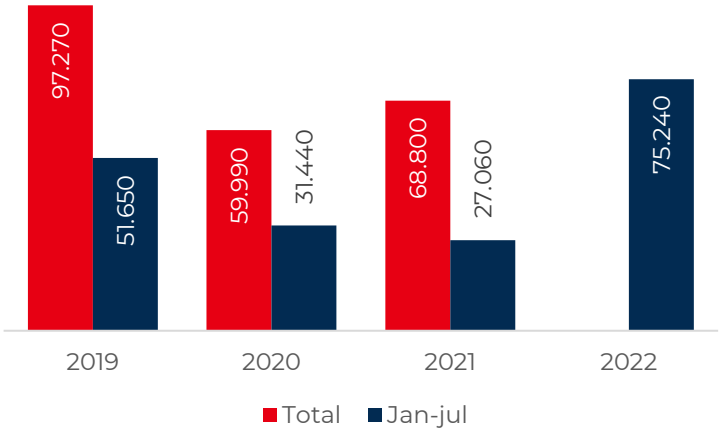
 Kilde: www.answerthepublic.com. Filtre: Land: Holland, Sprog: Hollandsk. Dataudtræk fra d. 05.10.22

SØGNINGER OM KORT OVER DANMARK FINDER PRIMÆRT STED OM SOMMEREN

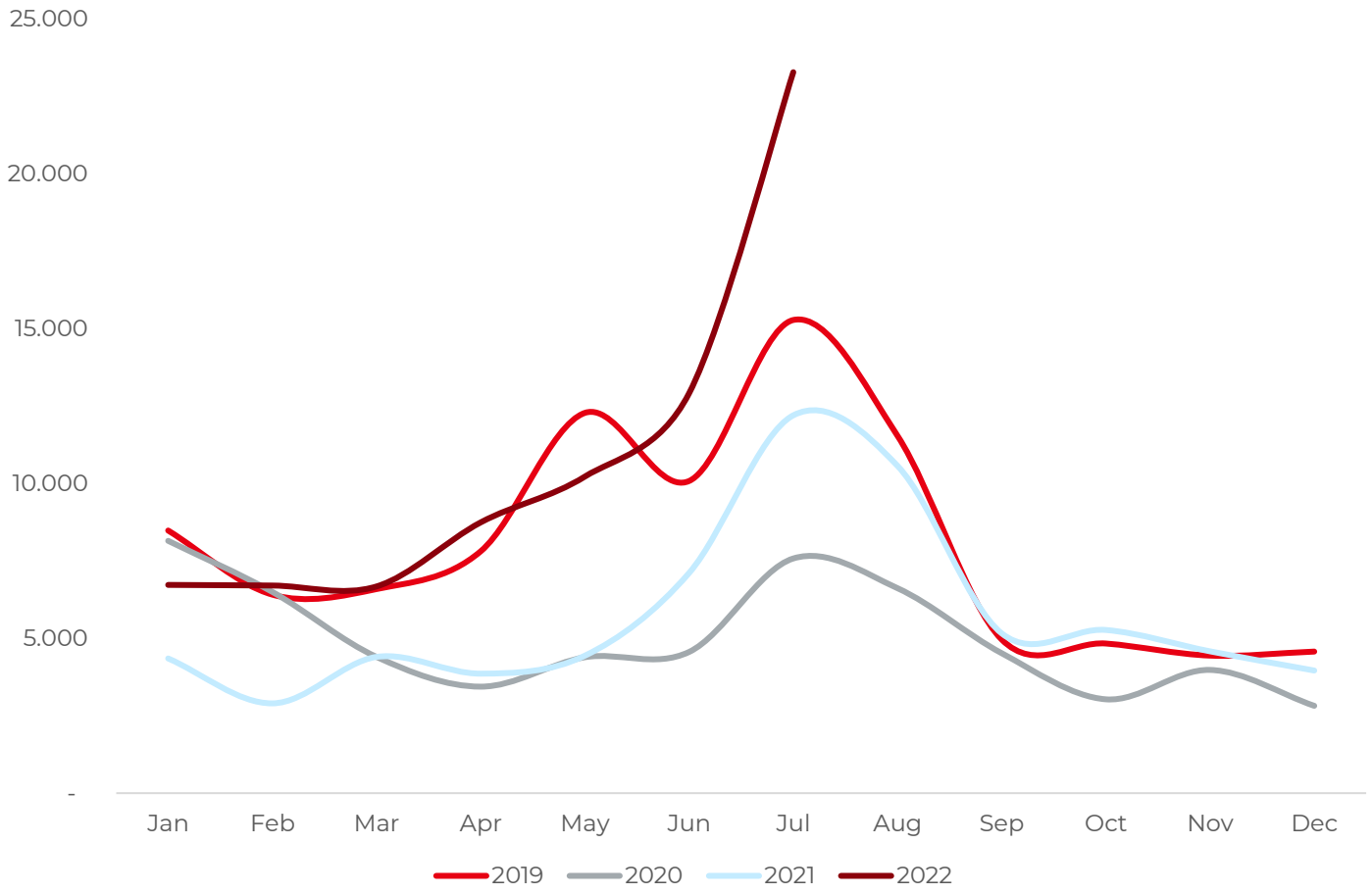
Hollænderne søger især efter kort over Danmark i månederne juli og august.

I januar til juni 2022 er der foretaget flere søgninger end i samme periode i 2019, 2020 og 2021.

Søgevolumen pr. år og halvår for kort og lokationer over Danmark



Gns. månedlig søgevolumen for søgninger efter kort og lokationer over Danmark

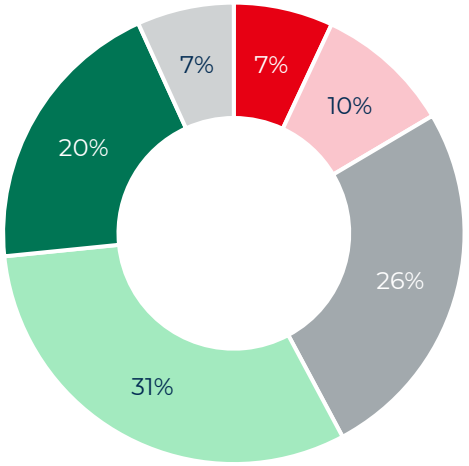


 Kilde: Google Ads Keyword Planner. Filtre: Land: Holland, Sprog: Hollandsk. Periode: Januar 2019 – juli 2022.

DANMARK ER EN ATTRAKTIV FERIEDESTINATION

Hvor attraktiv vil du bedømme Danmark som feriedestination?

Den hollandske befolkning



Danmarks attraktivitet blandt hollænderne

Godt hver anden (51 pct.) hollænder oplever Danmark som et attraktivt rejsemål.

Glade gæster er forudsætningen for, at Danmark bliver anbefalet under og efter opholdet. Personlige anbefalinger spiller en rolle for mange hollændere, når de skal vælge feriedestination. Dette fremgår af s. 22.

 Kilde: VisitDenmarks internationale Image- og Potentialeanalyse 2022. N=1504 .

AFSLAPNING OG MULIGHED FOR AT LADE OP ER VIGTIGT FOR SEKS UD AF 10 HOLLÆNDERE PÅ EN FERIE

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

Rejsemotiver: generelle, emotionelle, oplevelser og mad & gastronomi

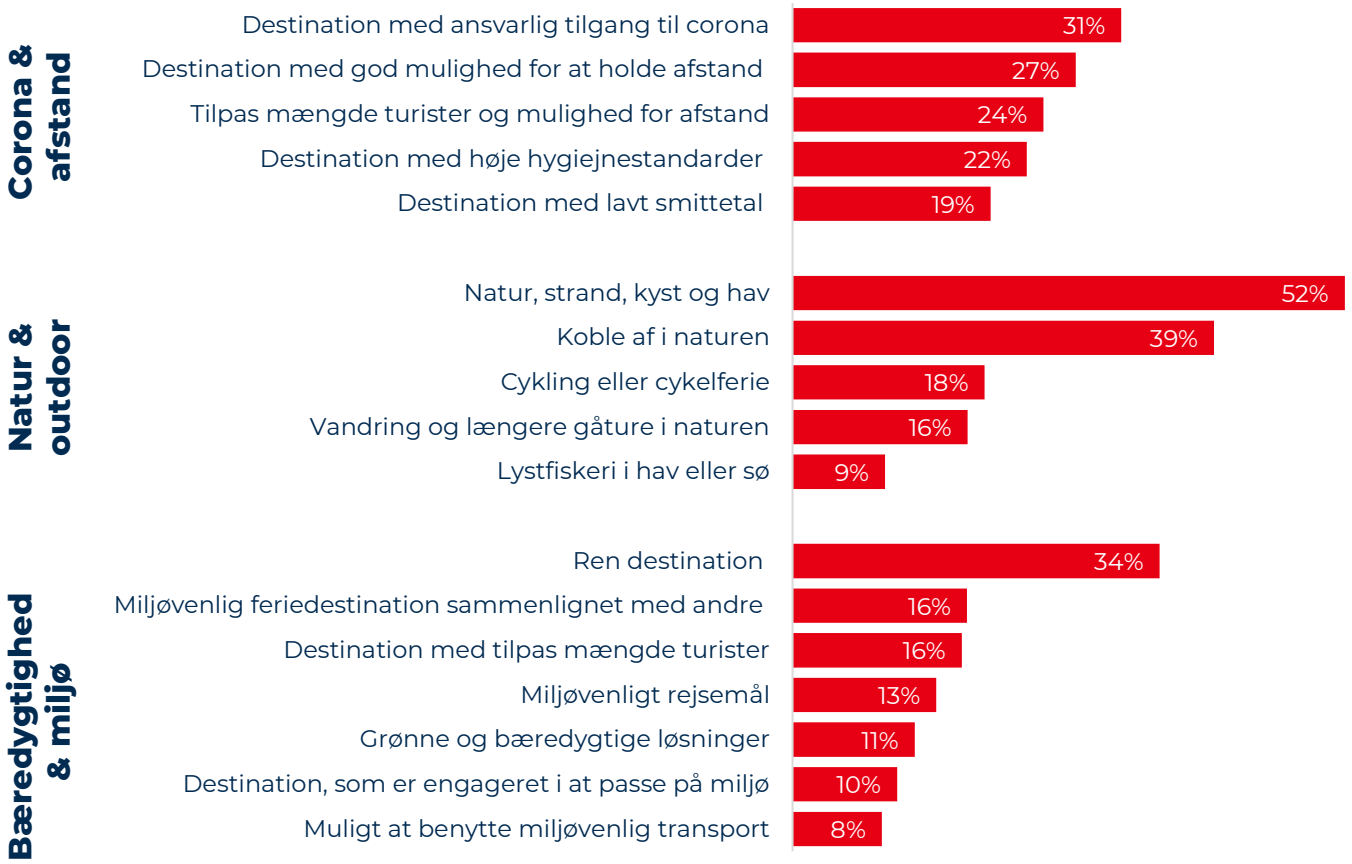
Knap seks ud af 10 hollændere fremhæver, at det at slappe af og lade op er vigtigt på en ferie.

Også det at spise ude på cafe/restaurant er vigtigt for mange.

Kilde. VisitDenmarks internationale Image- og Potentialeanalyse.
N. Holland= 1176

ADGANG TIL NATUR ER VIGTIGT, OG OGSÅ EN REN DESTINATION SPILLER EN AFGØRENDE ROLLE

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



Rejsemotiver: corona & afstand, natur & outdoor, bæredygtig & miljø

Flere end hver anden hollænder prioriterer natur, strand, kyst og hav ved valg af feriedestination.

Flere end tre ud af 10 lægger vægt på, at de kan koble af i naturen, at destinationen har en ansvarlig håndtering af corona og/eller, at destinationen er ren (ingen skrald, rent vand, ren luft).

Kilde. VisitDenmarks internationale Image- og Potentialeanalyse.
N. Holland= 1176

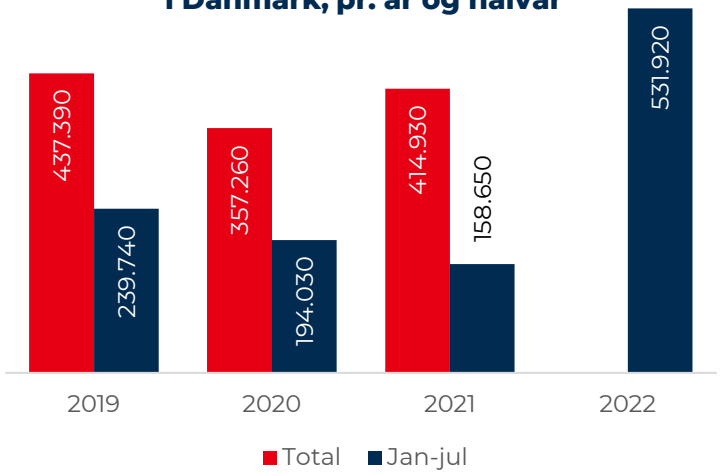
FLERE SØGNINGER EFTER OUTDOOR-TERMER

Hollænderne viser især interesse for camping i Danmark, fisketure i Danmark og den danske natur.

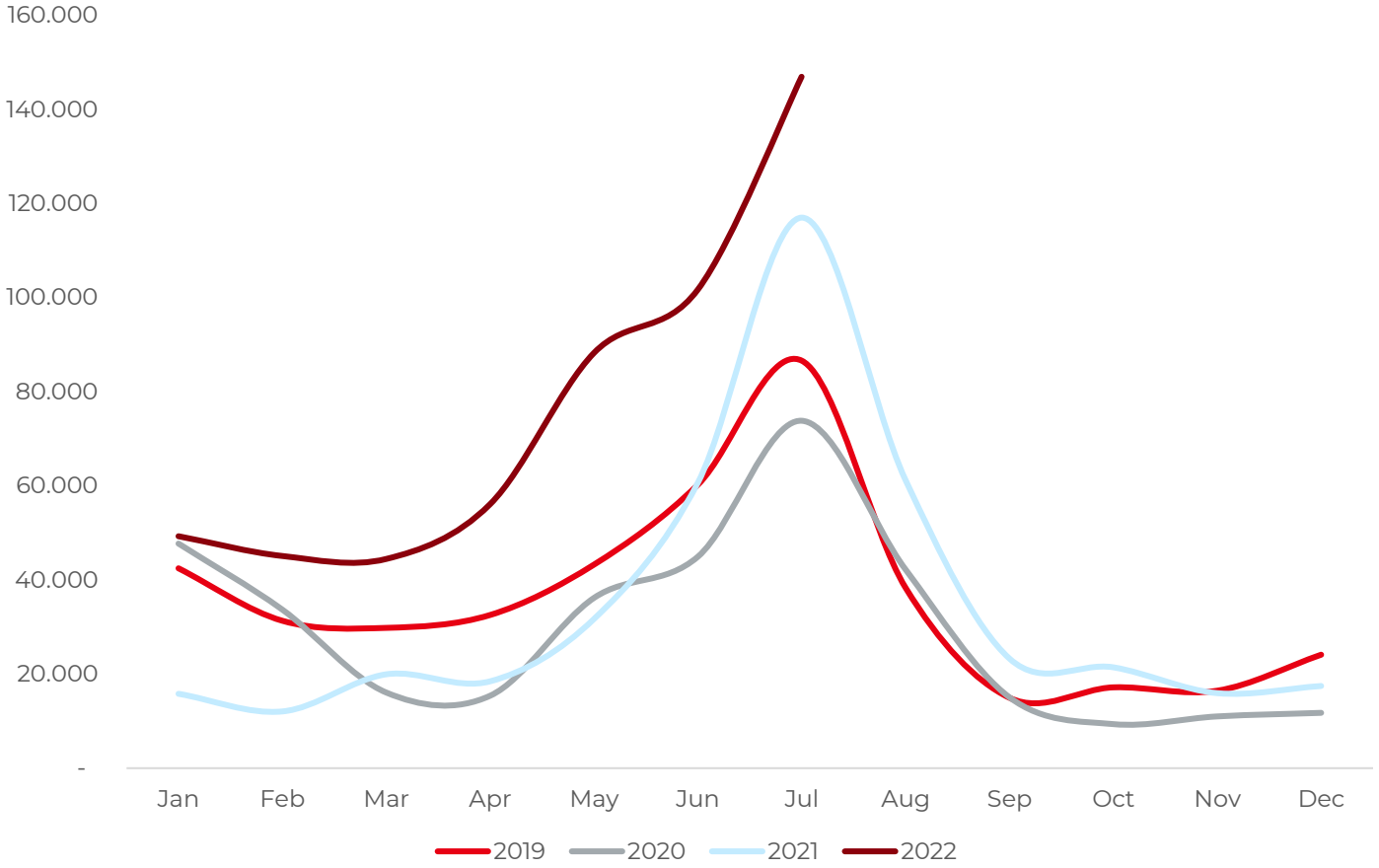
Søgningerne topper i sommermånederne.

Søgevolumen er en summering af forskellige termer omhandlende outdoor-oplevelser i Danmark som f.eks. "camping denemarken", "visvakantie denemarken", "kamperen in denemarken" mm.

Søgevolumen for outdoor-relaterede søgninger i Danmark, pr. år og halvår



Gns. månedlig søgevolumen for outdoor-relaterede søgetermer om Danmark



 Kilde: Google Ads Keyword Planner. Filtre: Land: Holland, Sprog: Hollandsk. Periode: Januar 2019 – juli 2022.

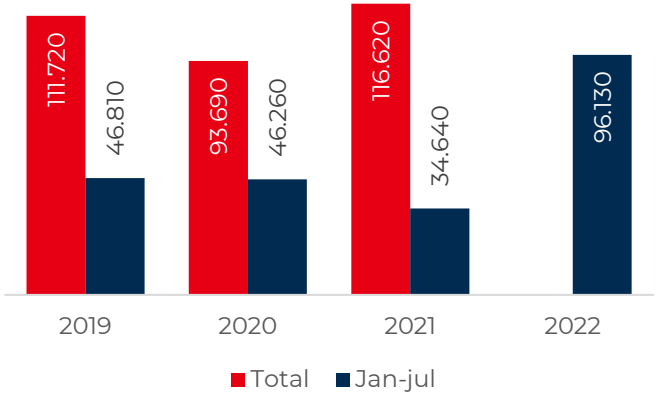
HOLLÆNDERNE SØGER EFTER NOMA OG SMØRREBRØD

Hollænderne søger mindre efter dansk gastronomi sammenlignet med outdoor aktiviteter i Danmark.

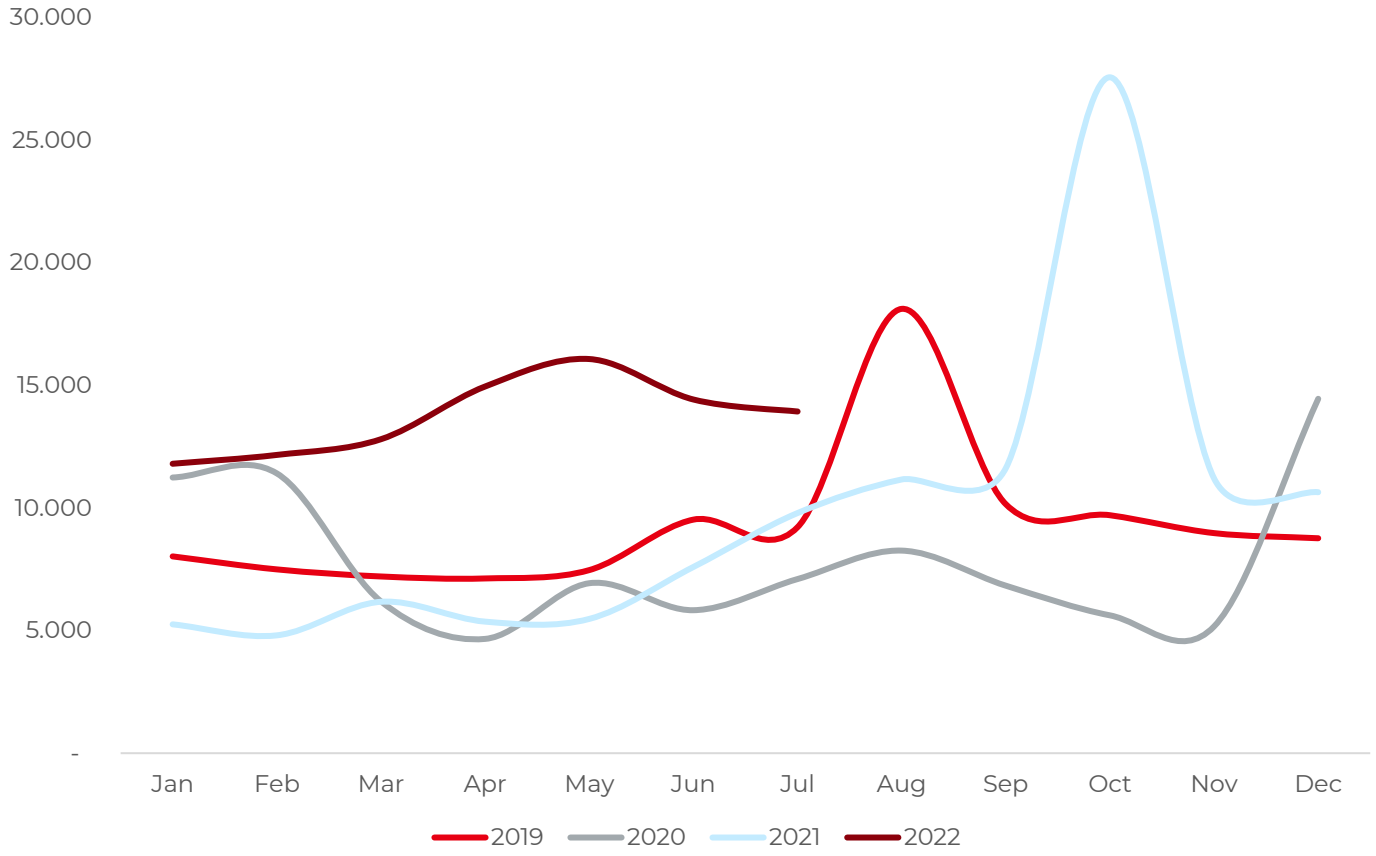
Når det gælder gastro-relaterede søgninger. De søgetermer hollænderne anvender drejer sig især om Noma og Smørrebrød.

Søgevolumen er en summering af forskellige termer omhandlende dansk gastronomi som f.eks. "smørrebrød", "restaurant kopenhagen", "noma", "eten in denemarken" mm.

Søgevolumen pr. år og halvår efter dansk gastronomi



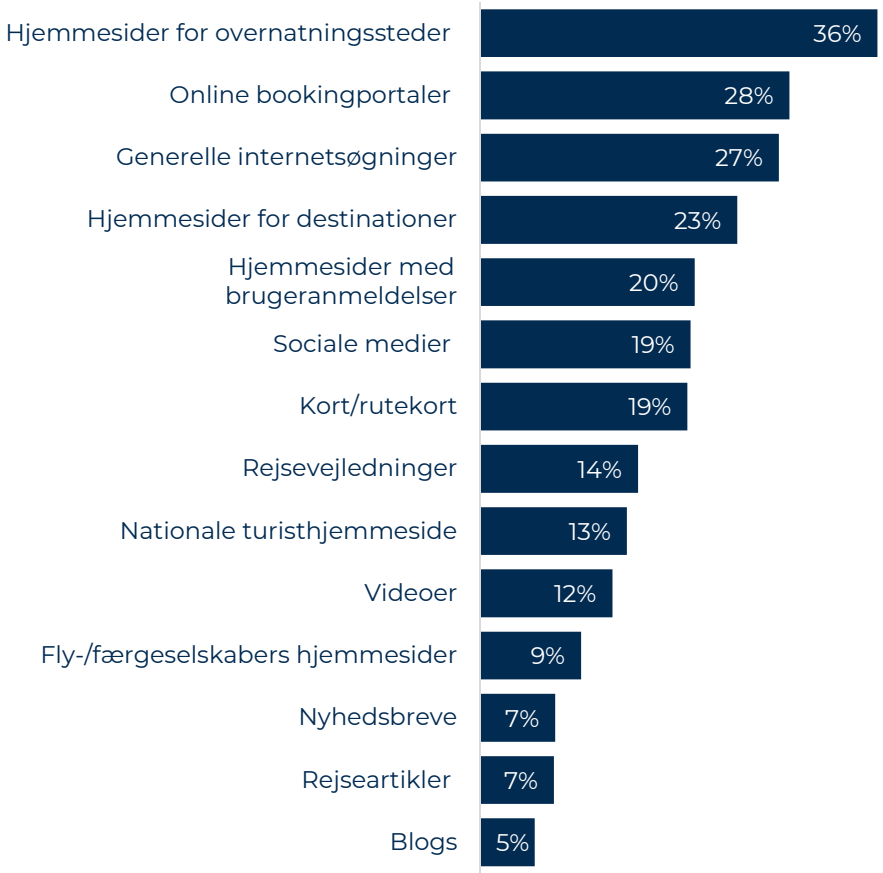
Gns. månedlig søgevolumen efter søgetermer omhandlende dansk gastronomi



 Kilde: Google Ads Keyword Planner. Filtre: Land: Holland, Sprog: Hollandsk. Periode: Januar 2019 – juli 2022.

HJEMMESIDER FOR OVERNATNINGSSTEDER TOPPER LISTEN OVER INSPIRATIONSKILDER

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



Online inspirationskilder

Næsten ni ud af 10 hollænderne siger, at online inspirationskilder har haft indflydelse på deres valg af feriedestination.

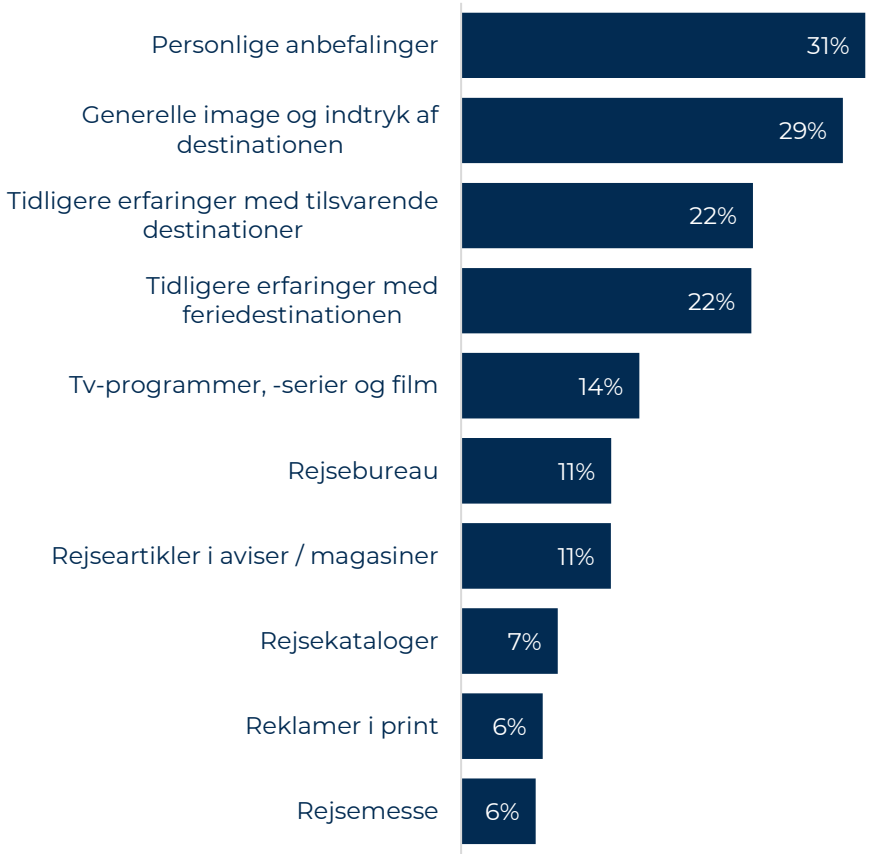
Flere end hver tredje var på internettet på hjemmesider for overnatningssteder for at indhente inspiration til den kommende ferierejse. Knap hver femte (19 pct.) har hentet inspiration gennem sociale medier som Facebook, snapchat, instagram o.lign.

Andelen, der benytter sociale medier som kilde til ferieinspiration, er steget sammenlignet med i 2021, hvor den lå på 14 pct. Også brugen af videoer (fx YouTube) og hjemmesider med brugeranmeldelser er steget det seneste år

Kilde. VisitDenmarks internationale Image- og Potentialeanalyse.
N. Holland= 1176

PERSONLIGE ANBEFALINGER HAR BETYDNING FOR FLERE END TRE UD AF 10

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



Øvrige inspirationskilder

11 pct. af hollænderne siger, at ingen af de listede inspirationskilder havde indflydelse på valg af feriedestination i forbindelse med den seneste ferie.

Godt tre ud af 10 fremhæver, at personlige anbefalinger fra venner og familie havde indflydelse på valg af destination.

Nederst på listen ligger rejsemesser og reklamer i print med andele på hver 6 pct.

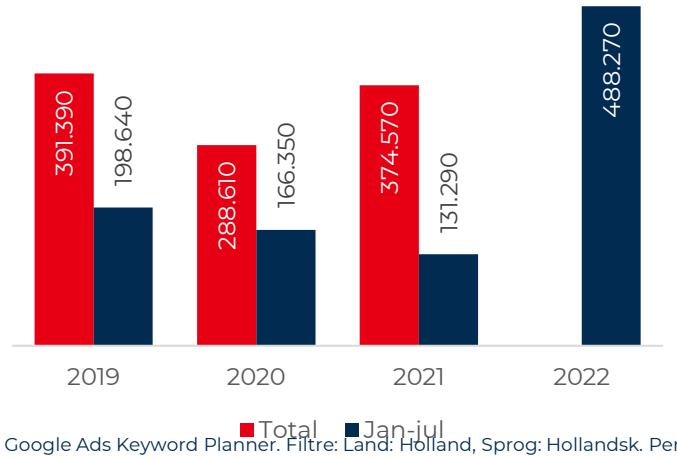
Kilde. VisitDenmarks internationale Image- og Potentialeanalyse.
N. Holland= 1176

HOLLÆNDERNE SØGER ISÆR EFTER TIVOLI, LEGOLAND OG LALANDIA

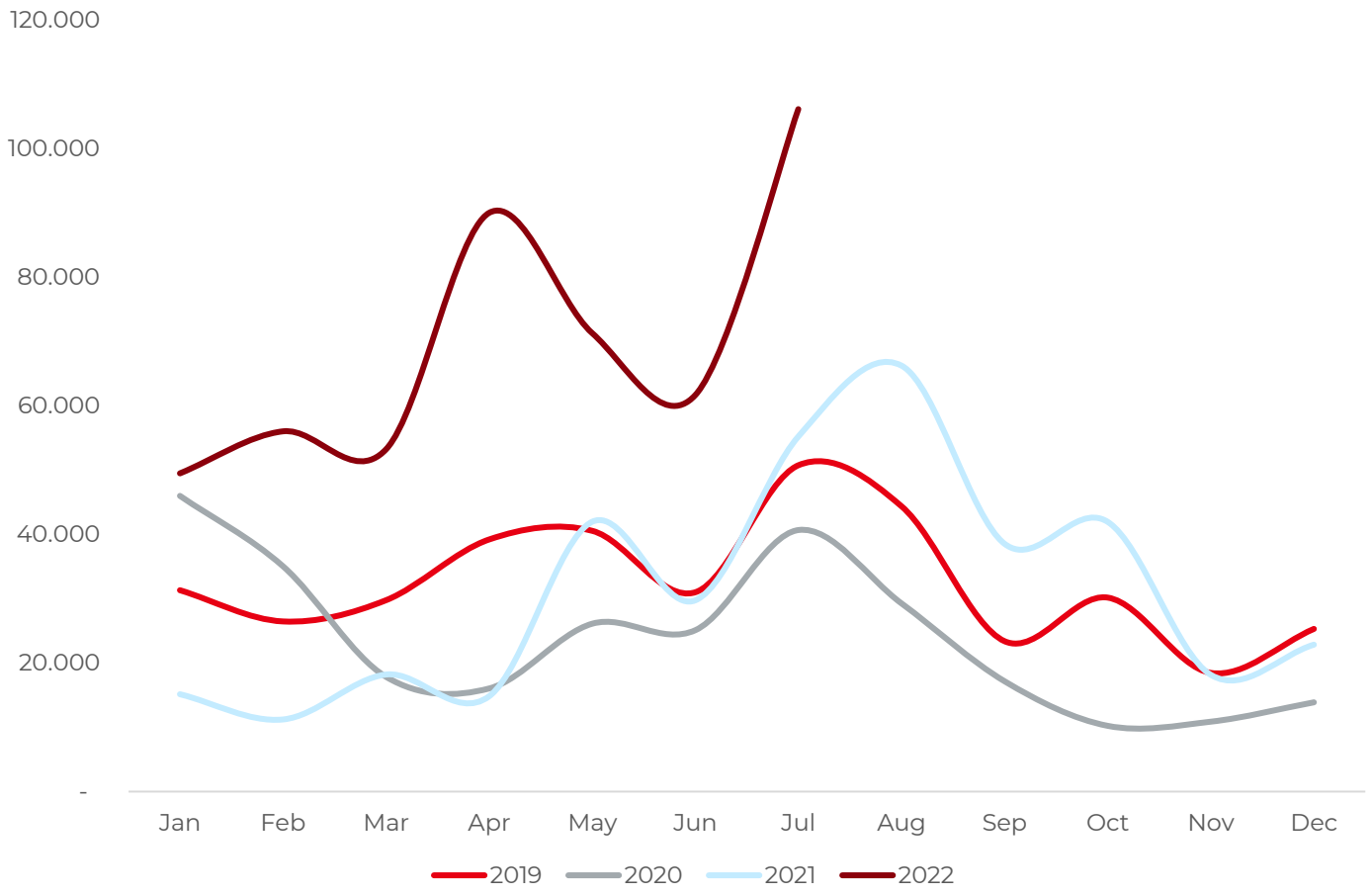
Hollænderne viser stigende interesse for attraktionerne i Danmark. De søger især efter attraktioner som Legoland, Tivoli og Lalandia.

I perioden januar til juni 2022 er der allerede foretaget flere søgninger efter attraktioner i Danmark, end der blev i hele 2021.

Søgevolumen pr. år og halvår for attraktioner i Danmark



Gns. månedlig søgevolumen for attraktioner i Danmark



Kilde: Google Ads Keyword Planner. Filtre: Land: Holland, Sprog: Hollandsk. Periode: Januar 2019 – juli 2022. Afgrænsning: generelle søgninger efter attraktioner i Danmark og efter top 10 attraktioner på VisitDenmarks Attraktionsliste 2021 (inkl. Legoland).

DANMARK SOM FERIEDESTINATION

TISVILDELEJE STRAND

© DANIEL OVERBECK

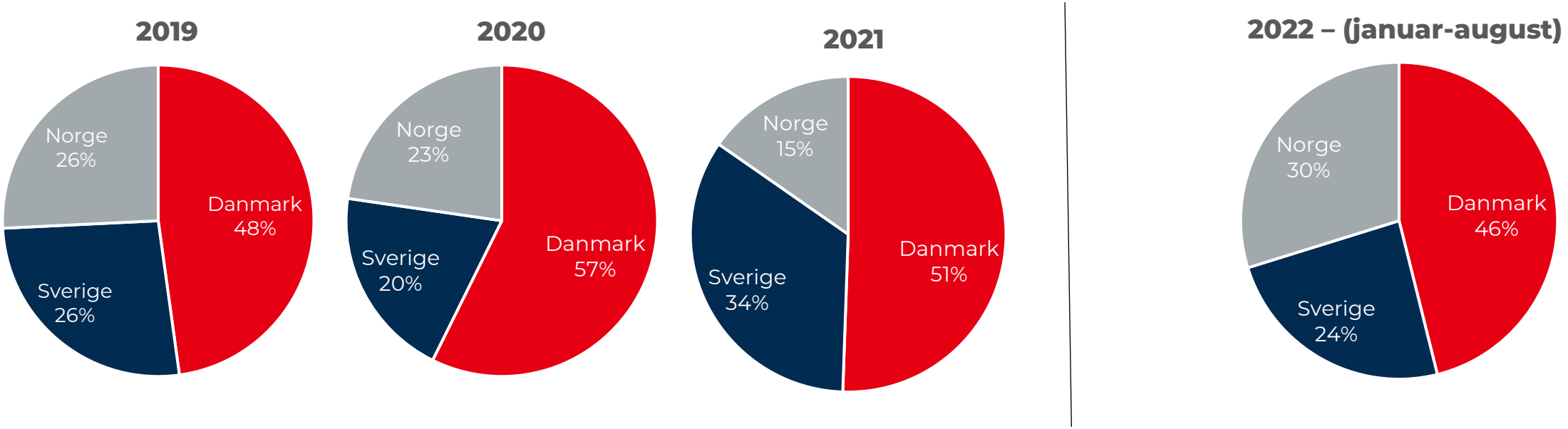
KAPITLET INDE-HOLDER BL.A. DATA OM

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

©TINE UFFELMANN

DANMARK ER HOLLÆNDERNES FORETRUKNE FERIELAND I SKANDINAVIEN

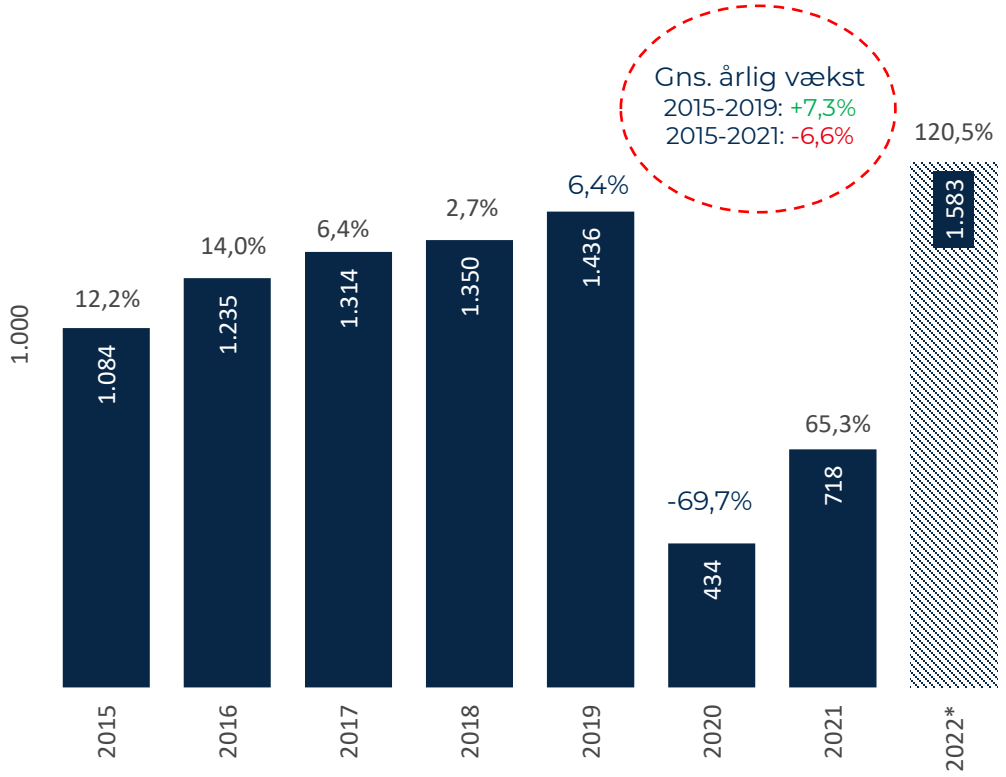
Andelen af hollandske overnatninger



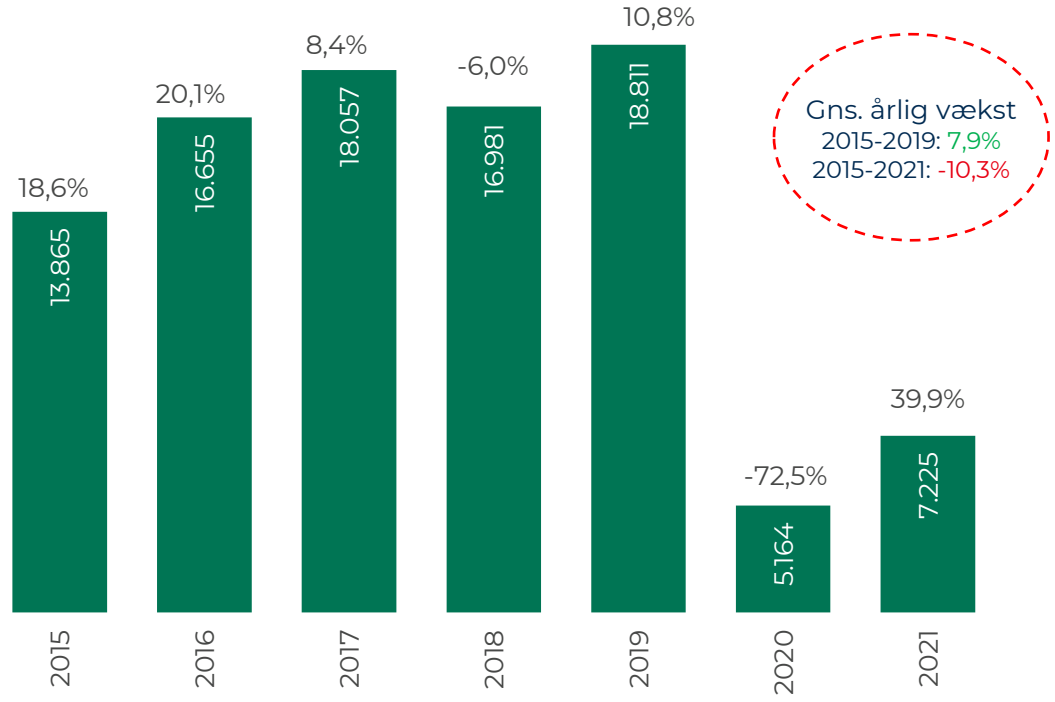
Kilde: Tourism Economics og nationale statistikbanker.

ANTAL OVERNATNINGER I 2022 FORVENTES AT OVERSTIGE 2019-NIVEAUET

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



Udlejede feriehusuger til hollandske turister i Danmark
Antal og udvikling ift. året før



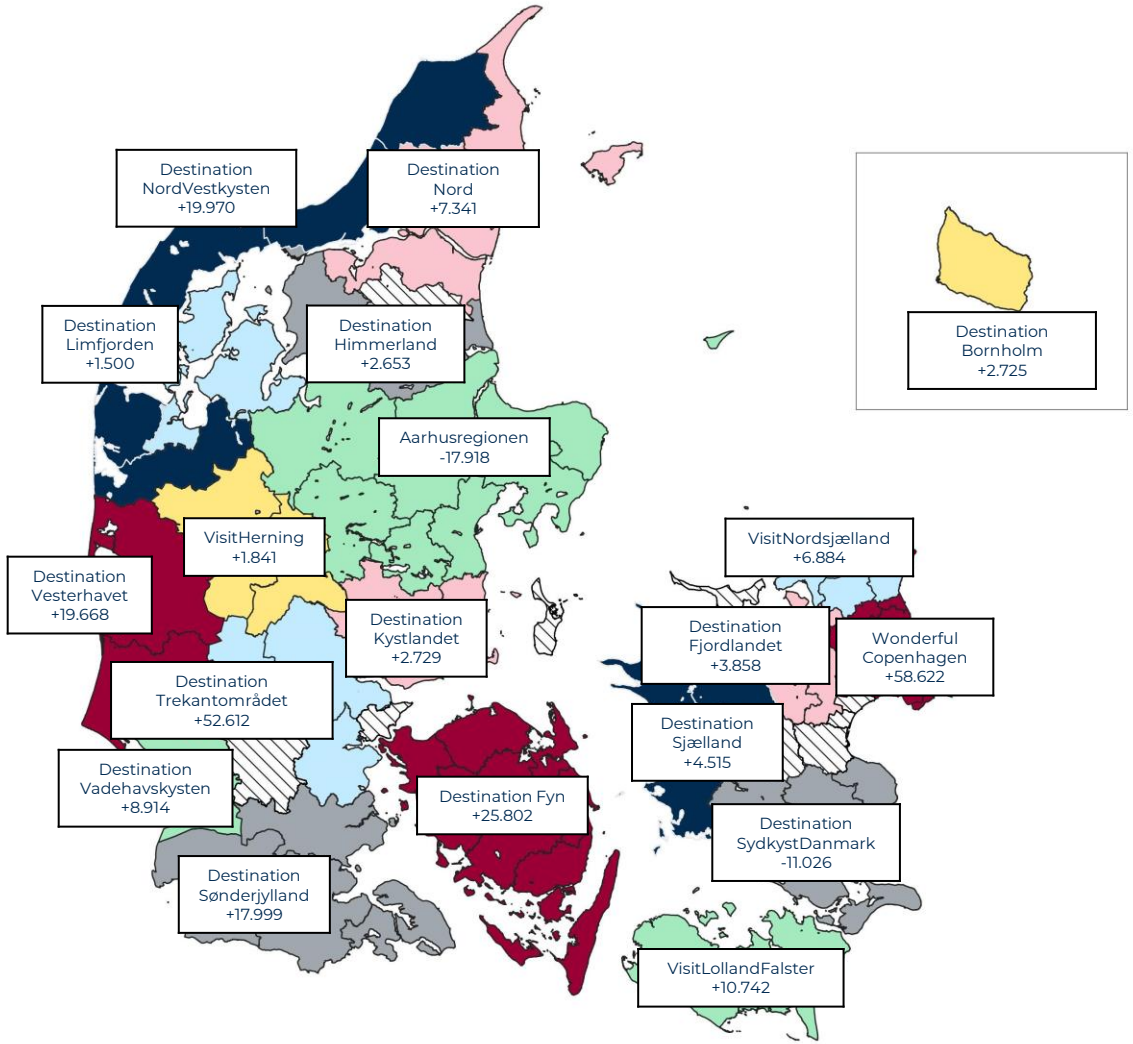
Kilde: Danmarks Statistik
Anm.: * prognose pr. oktober 2022

FLERE OVERNATNINGER I ALLE DE 19 DANSKE DESTINATIONSSELSKABER

Hollandske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

	Antal overnatninger 2021	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2020
Wonderful Copenhagen	125.792	-43,4%	87,3%
Destination Trekantområdet	92.879	-38,6%	130,7%
Destination Fyn	76.409	-47,3%	51,0%
Destination Vesterhavet	68.010	-67,1%	40,7%
Aarhusregionen	59.725	-57,3%	42,9%
Destination Sønderjylland	56.578	-54,7%	46,7%
Destination NordVestkysten	54.232	-51,0%	58,3%
Destination SydkystDanmark	27.812	-40,1%	65,7%
VisitLollandFalster	22.132	-32,6%	94,3%
Destination Nord	22.076	-35,6%	49,8%
Destination Vadehavskysten	19.255	-51,5%	86,3%
Destination Sjælland	14.801	-27,0%	43,9%
VisitNordsjælland	14.525	-51,8%	90,1%
Destination Kystlandet	10.376	-60,3%	35,7%
Destination Himmerland	10.036	-46,2%	35,9%
Destination Limfjorden	8.008	-50,1%	23,0%
Destination Fjordlandet	7.996	-42,8%	93,2%
Destination Bornholm	5.324	-44,6%	104,8%
VisitHerning	4.658	-42,5%	65,4%

Udvikling i antal hollandske overnatninger fra 2020 til 2021



 Kilde: Danmarks Statistik

FLERE OVERNATNINGER I ALLE DE 19 DANSKE DESTINATIONSSELSKABER

Hollandske overnatninger fordelt på destinationsselskaber

ÅTD (januar-august)	Antal overnatninger 2022	Udvikling ift. 2019	Udvikling ift. 2021
Wonderful Copenhagen	229.422	46,9%	267,5%
Destination Trekantområdet	196.017	47,1%	189,2%
Destination Vesterhavet	184.551	2,6%	282,6%
Destination Fyn	141.525	9,9%	157,6%
Destination Sønderjylland	119.664	11,0%	199,2%
Aarhusregionen	118.986	-2,2%	184,4%
Destination NordVestkysten	108.107	8,1%	162,2%
Destination SydkystDanmark	50.794	18,4%	120,3%
VisitLollandFalster	45.849	52,9%	210,2%
Destination Vadehavskysten	39.272	8,2%	167,5%
Destination Nord	31.695	8,8%	110,4%
Destination Kystlandet	28.773	21,3%	283,5%
VisitNordsjælland	25.789	-1,5%	143,2%
Destination Himmerland	19.201	22,7%	144,3%
Destination Limfjorden	17.525	24,0%	214,3%
Destination Sjælland	16.690	-5,3%	45,9%
Destination Fjordlandet	14.610	22,6%	131,7%
Destination Bornholm	9.424	4,8%	111,3%
VisitHerning	6.354	9,1%	112,7%

ÅTD: Hollandske overnatninger fordelt på destinationer

Sammenlignes de første otte måneder af 2022 med den tilsvarende periode i 2019 er antallet af overnatninger steget på en række destinationer. (16 ud af 19).

Det er især Wonderful Copenhagen, Destination trekantområdet og Visit Lolland-Falster, der – relativt set – har haft flere hollandske overnatninger i januar-august 2022 sammenlignet med januar-august 2019.

 Kilde: Danmarks Statistik

FLERE HOLLANDSKE OVERNATNINGER I 2021 END I 2020, MEN UNDER 2019-NIVEAUET

	Hollandske overnatninger 2021 (1.000)	Udvikling fra 2019 til 2021	Udvikling fra 2020 til 2021
Holland	**66.755**	**-8,7%**	**23,5%**
Europa	**54.404**	**-55,0%**	**13,6%**
Øvrige udland	**9.295**	**-79,0%**	**-3,9%**
I alt	**130.454**	**-45,2%**	**16,9%**
1. Frankrig	16.498	-52,9%	-10,4%
2. Spanien	9.051	-44,8%	121,4%
3. Tyskland	4.742	-59,4%	-19,1%
4. Italien	4.328	-58,1%	1,7%
5. Østrig	4.286	-58,6%	-12,5%
6. Grækenland	2.883	-31,8%	121,2%
7. Kroatien	2.154	-25,3%	281,9%
8. Belgien	1.917	-64,8%	20,9%
9. Storbritannien	1.488	-82,8%	-36,8%
10. Tyrkiet	1.385	-42,2%	137,8%
11. Portugal	1.266	-52,1%	39,7%
12. Danmark	**718**	**-50,0%**	**65,5%**
13. Luxembourg	589	-26,2%	46,3%
14. Sverige	487	-38,5%	222,5%
15. Schweiz	397	-38,7%	2,4%
16. Slovenien	316	-45,9%	102,5%
17. Tjekkiet	309	-60,2%	22,0%
18. Ireland	254	-83,2%	-40,0%
19. Norge	218	-71,9%	26,6%
20. Malta	169	-61,0%	69,4%

Danmark ligger #12 på listen over hollændernes mest besøgte rejsemål

 Kilde: Tourism Economics

DANMARK ER I KONKURRENCE MED EN RÆKKE SYDEUROPÆISKE LANDE

Konkurrentfeltet

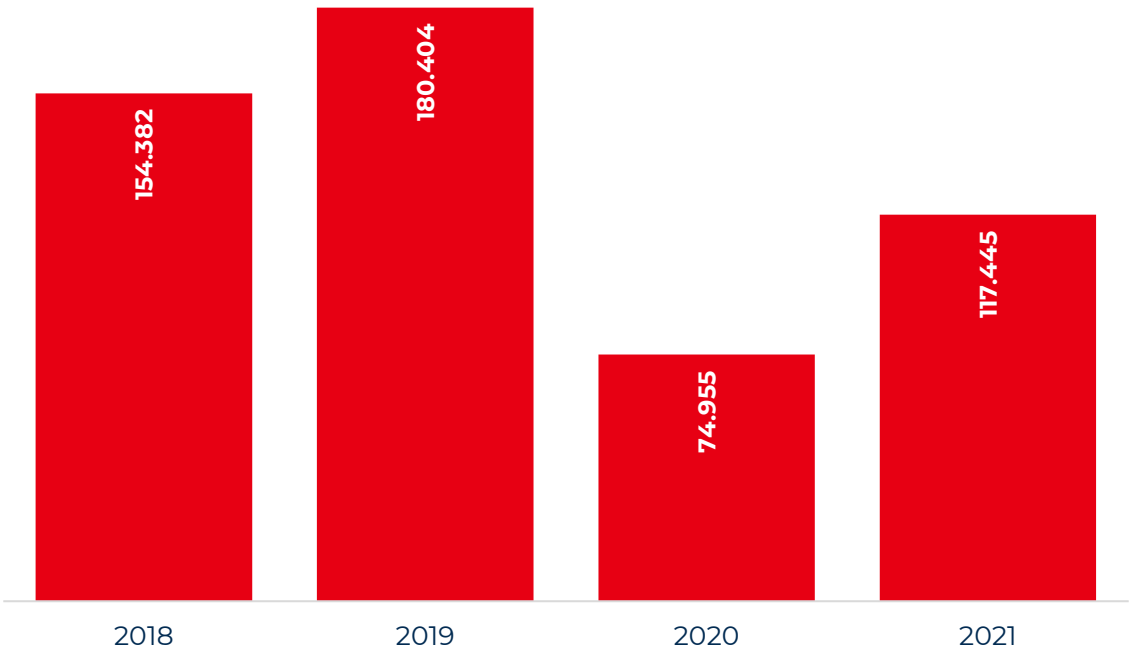
Danmarks andel af europæiske overnatninger ligger i 2021 højere end i både 2019 og 2020. Det tilsvarende mønster ses for fx Sverige.

	Andel af europæiske overnatninger 2019	Andel af europæiske overnatninger 2020	Andel af europæiske overnatninger 2021
1. Frankrig	29,0%	38,5%	30,3%
2. Spanien	13,6%	8,5%	16,6%
3. Tyskland	9,7%	12,2%	8,7%
4. Italien	8,5%	8,9%	8,0%
5. Østrig	8,6%	10,2%	7,9%
6. Grækenland	3,5%	2,7%	5,3%
7. Kroatien	2,4%	1,2%	4,0%
8. Belgien	4,5%	3,3%	3,5%
9. Storbritannien	7,1%	4,9%	2,7%
10. Tyrkiet	2,0%	1,2%	2,5%
11. Portugal	2,2%	1,9%	2,3%
12. Danmark	**1,2%**	**0,9%**	**1,3%**
13. Luxembourg	0,7%	0,8%	1,1%
14. Sverige	0,7%	0,3%	0,9%
15. Schweiz	0,5%	0,8%	0,7%
16. Slovenien	0,5%	0,3%	0,6%
17. Tjekkiet	0,6%	0,5%	0,6%
18. Ireland	1,2%	0,9%	0,5%
19. Norge	0,6%	0,4%	0,4%
20. Malta	0,4%	0,2%	0,3%

Kilde: Tourism Economics.
Anm.: Listen er sorteret efter lande med flest overnatninger.

FLERE HOLLANDSKE OVERNATNINGER VIA BOOKINGPLATFORME I 2021 END I 2020

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



Hollandske overnatninger via bookingplatforme

Antallet af overnatninger booket via online bookingplatforme steg fra 2018 til 2019. I 2019 lå antallet af hollandske overnatninger booket gennem bookingplatforme på godt 180.000.

Udviklingen fra 2019 til 2021 viser et faldt på 34,9 pct. i antallet af overnatninger booket gennem bookingplatforme. Fra 2020 til 2021 er der tale om en stigning på 56,7 pct. En lignende udvikling ses i de overordnende overnatningstal for de kommercielle indkvarteringsformer.

Ses på andelen af overnatninger booket via online bookingplatforme i forhold til det samlede[1] antal overnatninger i Danmark, er andelen steget fra 11 pct. i 2019 til 14-15 pct. i 2020 og 2021.

En forklaring kan være, at corona har gjort, at mange har valgt at booke gennem turoperatører i stedet, fordi man her var bedre forsikret hvis destinationen skulle risikere at lukke ned.

Kilde: Eurostat

1. Beregnet som antal overnatninger på kommercielle indkvarteringssteder (tal fra Danmarks Statistik) + tallene fra Eurostat for overnatninger booket via online bookingplatforme.

FLEST HOLLANDSKE OVERNATNINGER I AUGUST

Hollandske overnatninger fordelt over året

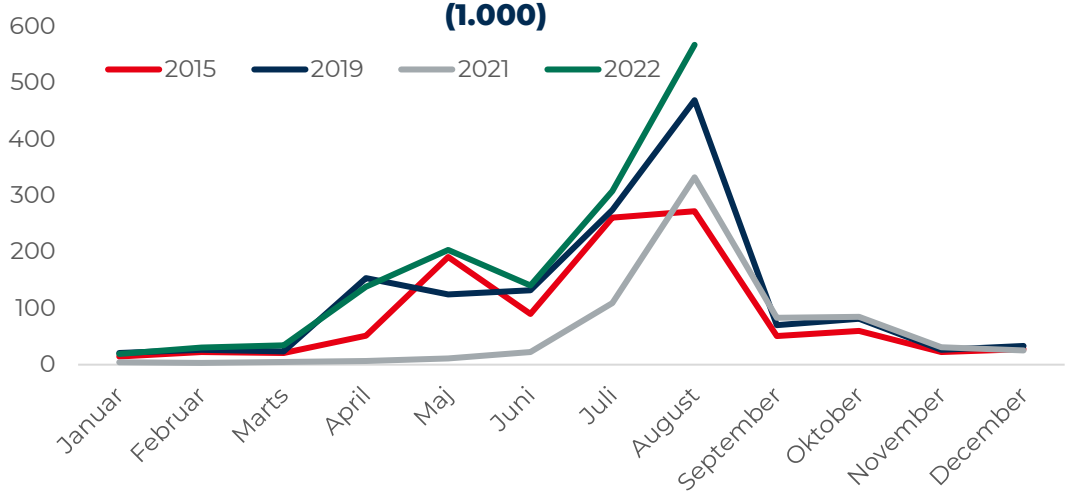
Fra 2015 til 2019 steg antallet af hollandske overnatninger i Danmark. med godt 32 pct. Stigningen fandt især sted i højsæsonen.

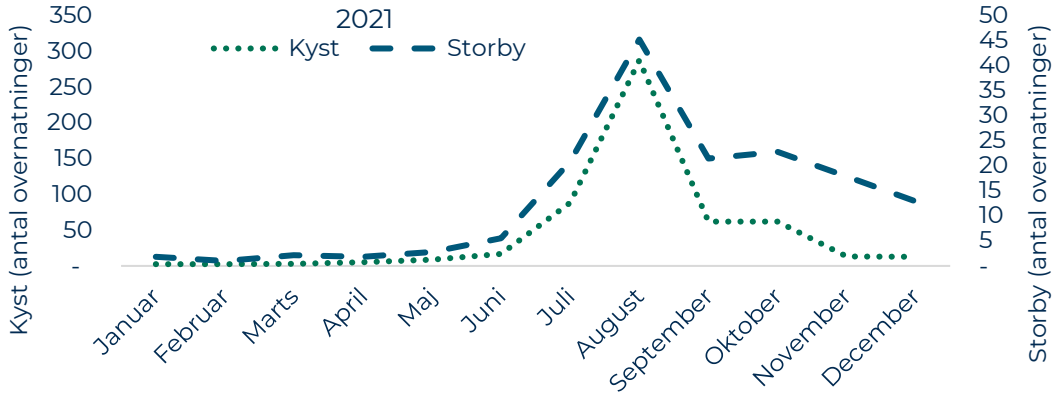
Fra 2019 til 2021 er antallet af hollandske overnatninger halveret trods en stigning på 66 pct. fra 2020 til 2021. I både 2020 og 2021 mistede Danmark rigtige mange hollandske overnatninger, som ellers normalt finder sted i majferien.

	2015	2019	2021	2015	2019	2021
	Antal (1.000)			Indeks (2019=100)		
Høj	533	742	441	72	100	59
Skulder	464	586	213	79	100	36
Vinter	87	107	64	81	100	60
I alt	**1.084**	**1.436**	**718**	**75**	**100**	**50**

Overnatningsmønsteret blandt hollændere på storbyferie i Danmark følger i store træk mønstret blandt hollændere på kyst- og naturferie, hvor der dog er færre overnatninger i efterårs-/vintermånederne.

Hollandske overnatninger i Danmark fordelt på måneder (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.

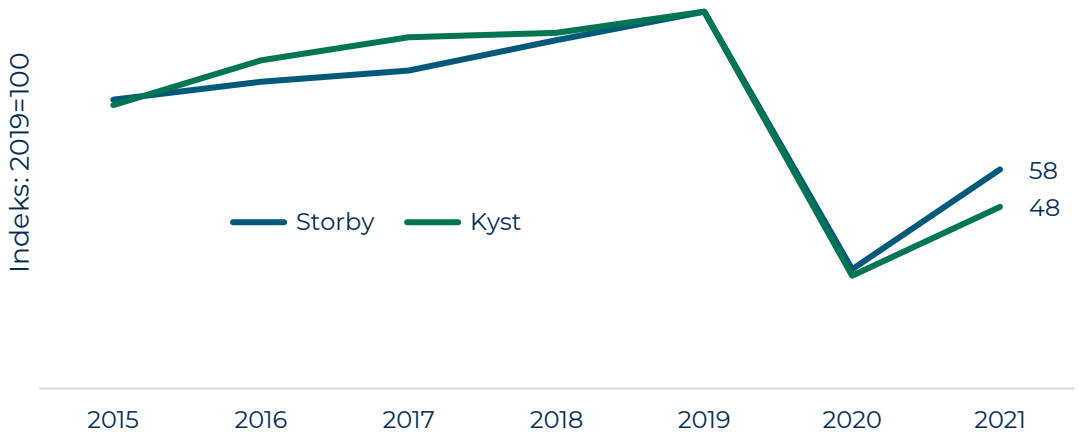
FREMGANG I HOLLANDSKE OVERNATNINGER I STORBY OG KYST

Hollandske overnatninger i Kyst- & naturdanmark samt de fire storbyer

	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2020	2021	2019-2020	2020-2021
Kyst-/naturdanmark*	1.168	349	562	-70,1%	+60,8%
De fire storbyer*	268	85	156	-68,4%	+83,6%
I alt*	**1.436**	**434**	**718**	**-69,7%**	**+65,3%**

År-til-dato (januar-august)	Antal overnatninger (1.000)			Udvikling	
	2019	2021	2022	2019-2022	2021-2022
Kyst-/natur-danmark*	1.032	413	1.172	+13,6%	+184,0%
De fire storbyer*	193	81	269	+39,5%	+232,0%
I alt*	**1.225**	**494**	**1.441**	**+17,6%**	**+191,8%**

Udvikling i hollandske 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.

DE FLESTE HOLLANDSKE OVERNATNINGER I STORBY FINDER STED I KØBENHAVN

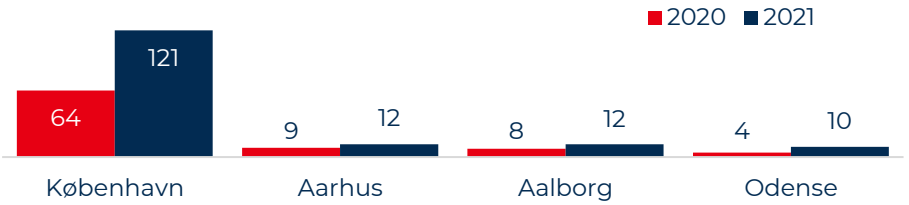
Overnatninger i alt i de fire storbyer*

	Overnatninger (1.000)	Andel af total	Andel af udenlandske overnatninger
Danmark	5.585	68%	
Udlandet	2.611	32%	
Tyskland	553	7%	21%
Sverige	304	4%	12%
Norge	187	2%	7%
USA	159	2%	6%
Holland	**156**	**2%**	**6%**
Storbritannien	145	2%	6%
Frankrig	134	2%	5%
Italien	129	2%	5%
Indien	15	0%	1%
Kina	13	0%	1%
Udlandet i øvrigt	815	10%	31%
I alt	8.196	100%	100%

Overnatninger (1.000)

	København	Aarhus	Aalborg	Odense
Danmark	3.612	950	683	340
Udlandet	2.161	149	231	69
Tyskland	365	51	124	12
Sverige	274	12	11	7
USA	148	6	2	3
Norge	135	12	36	4
Storbritannien	127	8	6	4
Frankrig	124	5	3	2
Holland	**121**	**12**	**12**	**10**
Italien	119	4	3	4
Indien	13	1	0	0
Kina	12	0	0	0
Øvrige udland	723	37	33	22
I alt	5.774	1.099	915	409

Udvikling i hollandske storbyovernatninger (1.000)

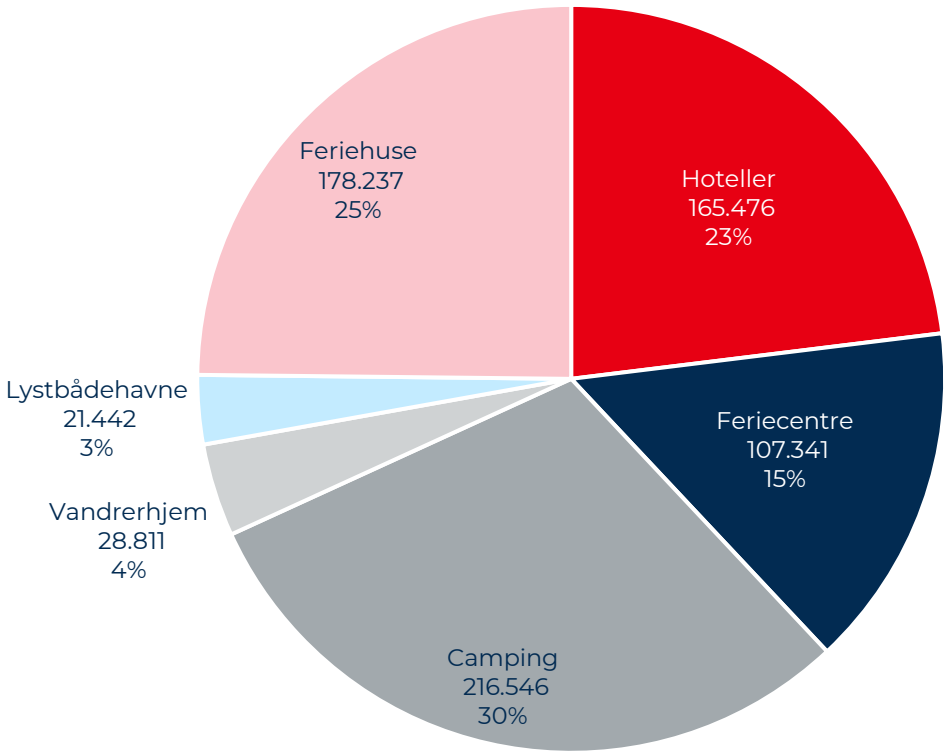


 Kilde: Danmarks Statistik.* Omfatter både ferie- og forretningsturisme.

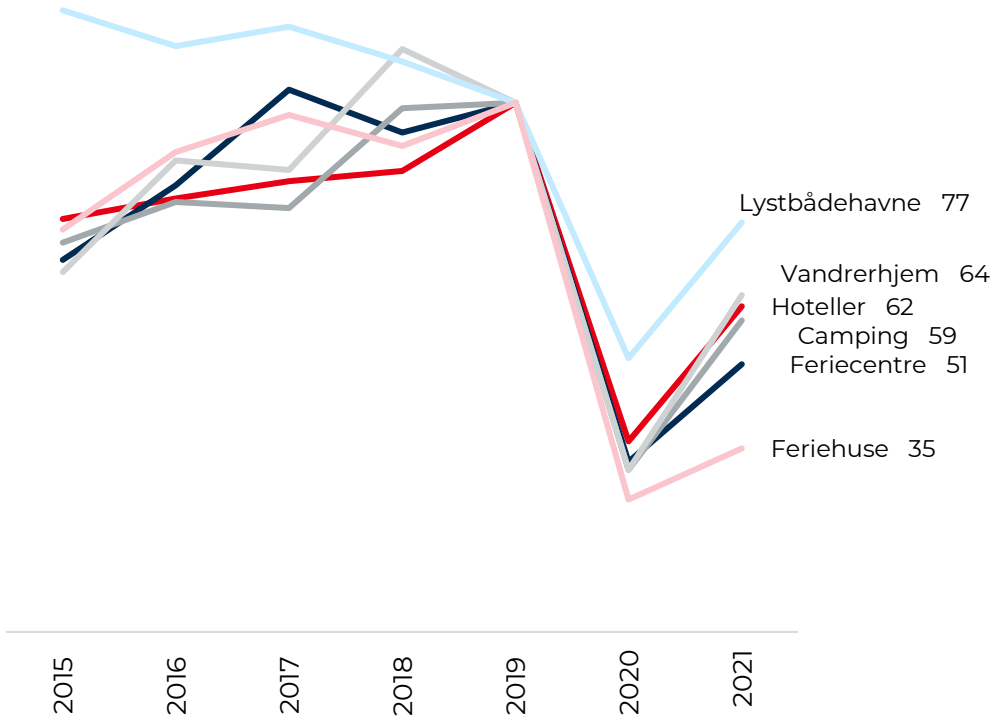
HOLLÆNDERNE OVERNATTER PÅ CAMPING

I perioden januar-august 2022 er 33 pct. af de hollandske overnatning i Danmark foretaget på en campingplads. I 2019 var andelen på 29 pct. Antallet af campingovernatninger i januar-august 2022 ligger 36 pct. over niveauet i samme periode i 2019.

Holland overnatninger i Danmark 2021



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



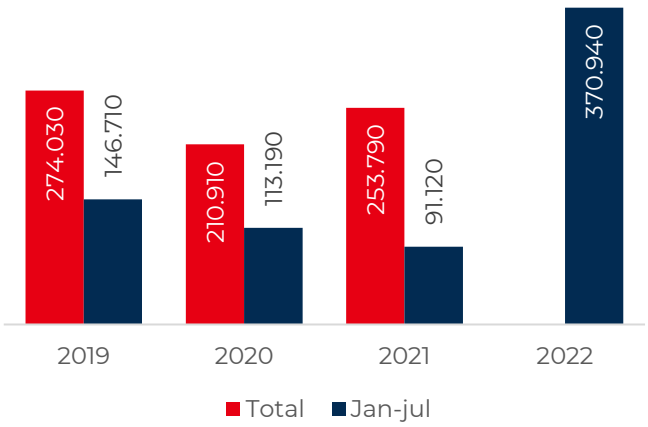
 Kilde: Danmarks Statistik.

STOR INTERESSE FOR CAMPING I SOMMERMÅNEDERNE

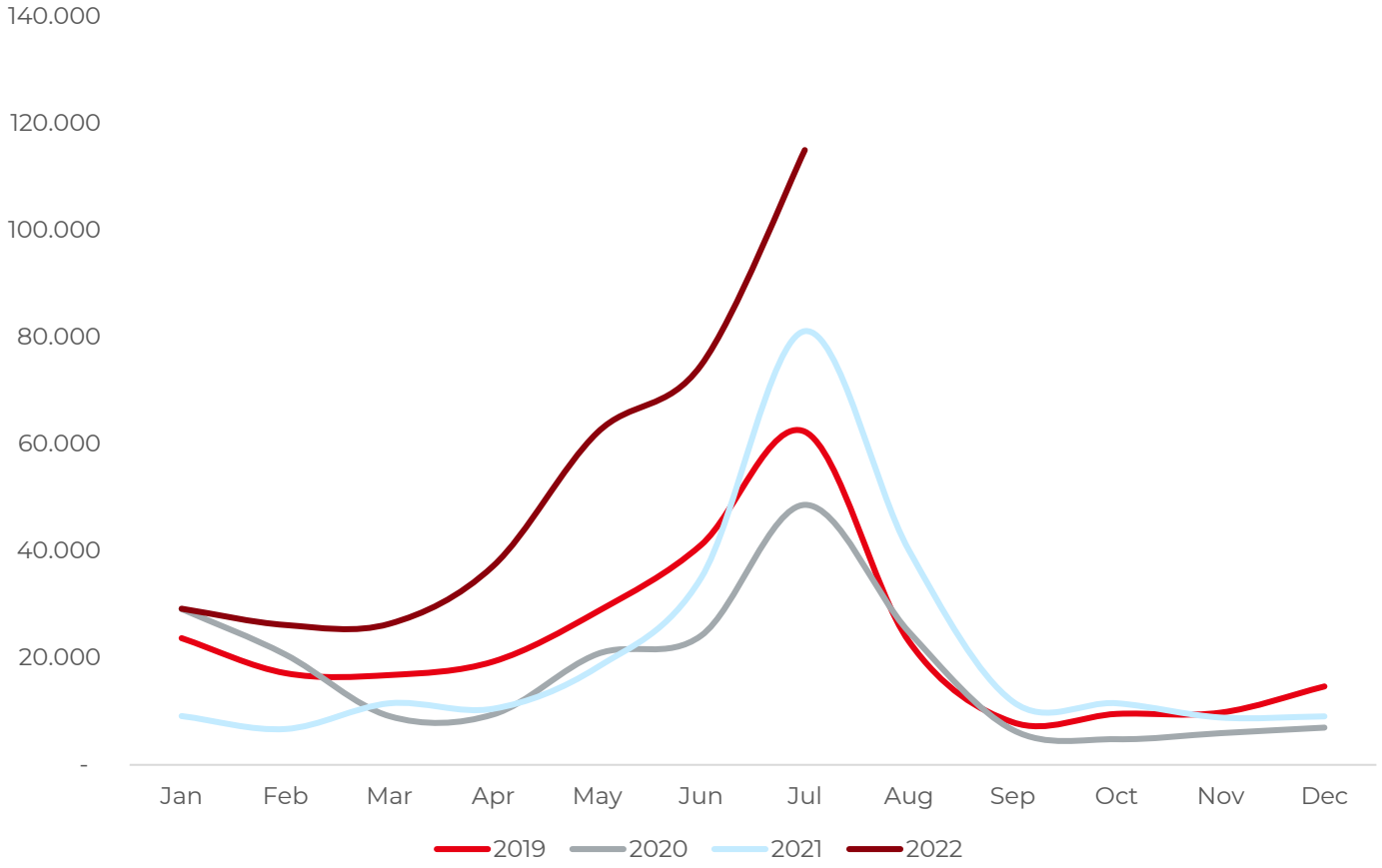
Hollændernes foretrukne overnatningsform i Danmark er camping. De søger især efter camping i Danmark i juli måned.

Søgevolumen har været stigende de seneste par år og især i de første 6 måneder af 2022, er der sket en stor stigning i søgevolumen for camping-relaterede søgetermer sammenlignet med 2019, 2020 og 2021.

Søgevolumen pr. år og halvår efter camping i Danmark



Månedlig søgevolumen efter camping i Danmark



 Kilde: Google Ads Keyword Planner. Filtre: Land: Holland, Sprog: Hollandsk. Periode: Januar 2019 – juli 2022. Søgevolumen indeholder alle termer hvor "camping" + "denemarken" indgår

10 PCT. AF DEN UDENLANDSKE TURISMEOMSÆTNING I 2020 KOM FRA HOLLANDSKE TURISTER

Marked	Turisme-omsætning 2019 (mio. kr.)	Turisme-omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2019	Andel af udenlandsk turisme-omsætning 2020
I alt	139.174	103.735		
Danmark	77.691	76.734		
Udland	61.483	27.001		
Tyskland	17.093	12.525	28%	46%
Sverige	7.477	3.033	12%	11%
Norge	8.373	2.670	14%	10%
Storbritannien	3.587	1.122	6%	4%
USA	4.353	855	7%	3%
Holland	**2.169**	**766**	**4%**	**3%**
Frankrig	1.696	500	3%	2%
Italien	1.155	313	2%	1%
Polen	621	312	1%	1%
Australien	721	291	1%	1%
Schweiz	848	275	1%	1%
Spanien	834	210	1%	1%
Belgien og Luxembourg	669	179	1%	1%
Kina	1.117	126	2%	0%
Østrig	247	111	0%	0%
Finland	610	110	1%	0%
Rusland	322	97	1%	0%
Indien	347	78	1%	0%
Irland	247	76	0%	0%
Grækenland	187	62	0%	0%
Canada	384	47	1%	0%
Portugal	254	45	0%	0%
Japan	426	42	1%	0%
Brasilien	257	34	0%	0%
Sydkorea	189	21	0%	0%
Øvrige lande	7.503	3.099	12%	11%

Holland	Omsætning 2019 (mio. kr.)	Omsætning 2020 (mio. kr.)	Andel 2019	Andel 2020
Besøg m. betalt overnatning				
Hotel – ferie	404	149	19%	19%
Hotel – forretning	322	141	15%	18%
Feriecenter	104	34	5%	4%
Camping	271	96	12%	13%
Vandrerhjem	35	11	2%	1%
Lejet feriehus	444	115	20%	15%
Lystbåd	8	4	0%	1%
Lejet helårsbolig	264	100	12%	13%
Andre	5	-	0%	0%
I alt	*1.859*	650	86%	85%
Besøg u. betalt overnatning				
I alt	*311*	*115*	*14%*	*15%*

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

Kilde: Danmarks Statistik og Turismens Økonomiske betydning i Danmark 2020

HAMMERSHUS CASTLE RUINS

VIDENCENTER OM TURISMEN I DANMARK

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter

Følg os på LinkedIn – VisitDenmarks Videncenter

VisitDenmark

© STEFAN ASP