

Markedsprofil Danmark

14 October 2025

VisitDenmark 

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

Indhold

1. Introduktion
2. Markedet i tal
3. Tilgængelighed
4. Prioriterede segmenter
5. Forventninger til markedet
6. Konkurrencesituation
7. Fokus for 2025

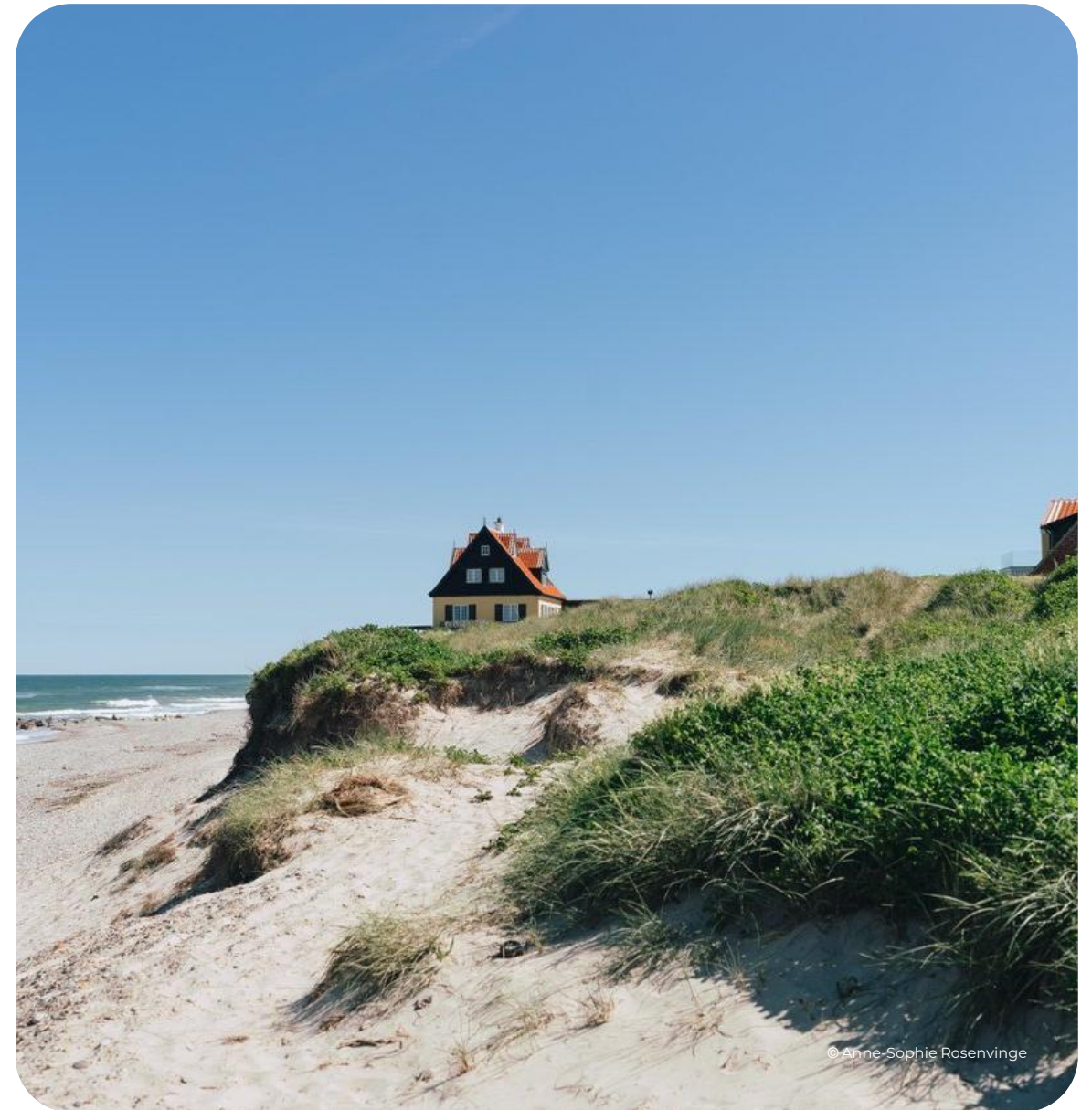
Udgivet af

VisitDenmark – oktober 2025.

Kontakt

Aline van Bedaf Sterner
aliste@visitdenmark.com
Charlotte Rømer Rassing
crr@visitdenmark.com

www.visitdenmark.dk/corporate/videncenter



© Anne-Sophie Rosenvinge

Perspektiver på det danske marked

Den indenlandske turisme spiller en stor rolle for dansk turisme. Danskerne udgør en stor og stabil gæstegruppe, som i høj grad er med til at sikre helårsturisme og økonomisk vækst i både by og land.

Blandt danskerne er der stor efterspørgsel på natur, lokal kultur, gastronomi og aktiviteter, hvor nærvær og fordybelse er i centrum.

Danskerne rejser gerne flere gange om året. Weekendture, miniferier og spontant planlagte ophold er populære.

Dette stiller krav til fleksible bookingmuligheder, synlig tilstedeværelse online og stærke fortællinger, der hurtigt kan fange interessen og inspirere til et besøg.

Mange danskere vælger deres feriedestination med omtanke og ønsker at støtte lokale aktører, spise lokalt produceret mad og passe på det område, de besøger.



Executive summary

Danskere på ferie i Danmark har interesse i det nære, autentiske og fleksible. Der er mange, der tager på korte ferier, hvor de prioriterer natur, ro, kvalitet og de lokale miljø.

Samtidig ser de gerne og forventer nem digital adgang og inspiration samt muligheden for spontane beslutninger og kort beslutningshorisont.

Fremadrettet ligger potentialiet i at fastholde danskernes lyst til at feriere i eget land gennem helårstilpassede oplevelser og målrettet kommunikation.

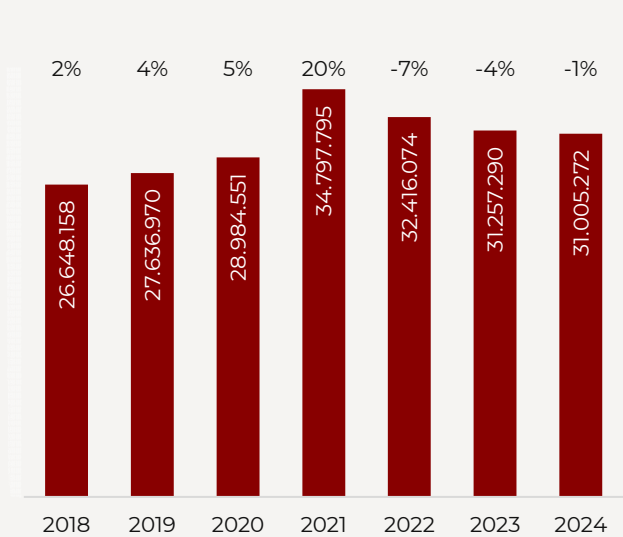
Det handler ikke om at skabe mere, men snarere om at markedsføre og udvikle og forny produkter og udbud.



Markedet i tal



Overnatninger i hele landet og udvikling ift. året før



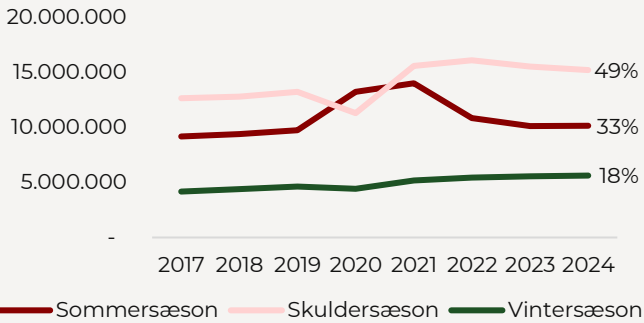
Overnatninger fordelt på overnatningsformer

	2024	Udv. 2023-2024	Andel
Alle typer	31.005.272	-1%	100%
Hoteller	11.452.199	-1%	37%
Camping	7.839.856	-2%	25%
Feriehuse	6.036.233	0%	19%
Feriecentre	3.500.686	2%	11%
Vandrerhjem	1.217.465	-6%	4%
Lystbådehavne	885.392	-2%	3%

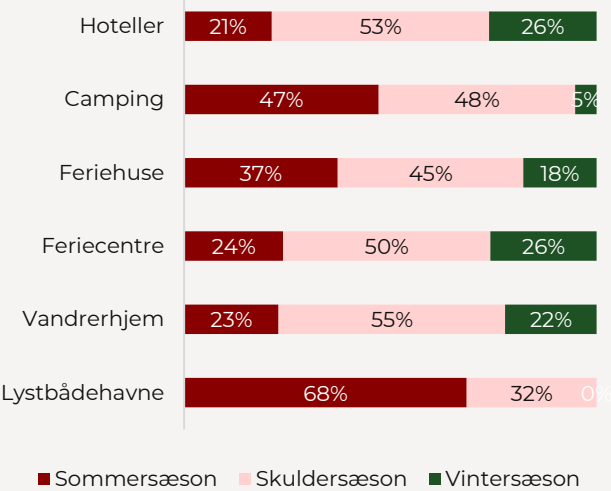
Overnatninger fordelt på destinationer

	2024	Udv. 2023-2024
Hele landet	31.005.272	-1%
Wonderful Copenhagen	5.854.813	-4%
Aarhusregionen	3.222.065	-1%
Destination Fyn	2.832.851	-1%
Destination NordVestkysten	2.666.836	3%
Destination Vesterhavet	2.058.398	-2%
Destination Trekantområdet	1.916.535	0%
Destination Sønderjylland	1.904.740	-2%
Destination Nord	1.701.628	2%
VisitLollandFalster	1.298.538	-1%
Destination Bornholm	989.578	0%
Destination Limfjorden	751.998	3%
Visit Sydsjælland og Møn	735.663	-6%
Visit Nordsjælland	731.829	4%
Destination Sjælland	710.207	7%
Destination Himmerland	675.820	2%
Destination Kystlandet	631.597	-3%
Destination Vadehavskysten	561.676	-1%
Destination Fjordlandet	330.343	-2%
Visit Herning	301.330	16%
Uden for destination	1.128.827	-1%

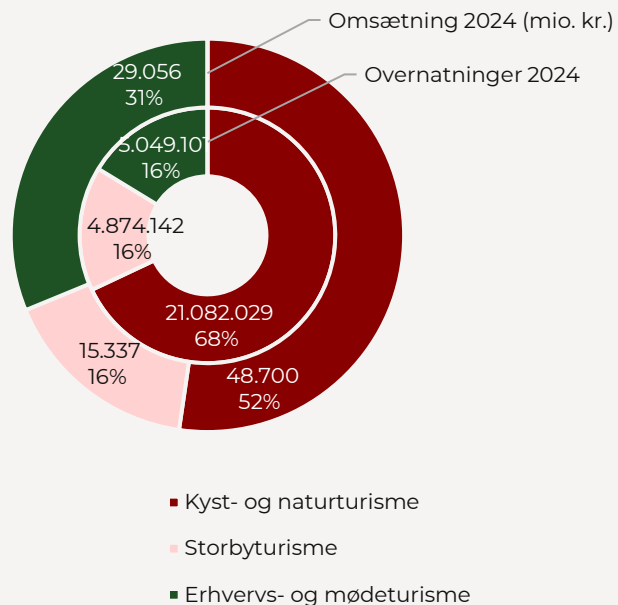
Udvikling i overnatninger fordelt på sæsonerne



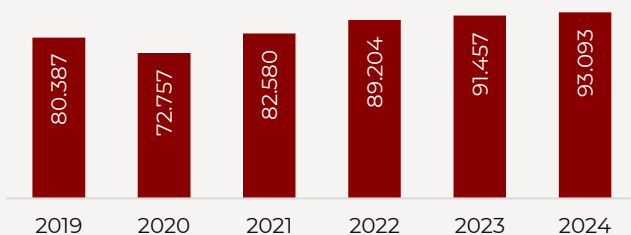
Overnatninger 2024 fordelt på sæson og overnatningsform



Forretningsområder



Turismeomsætning (mio. kr.)

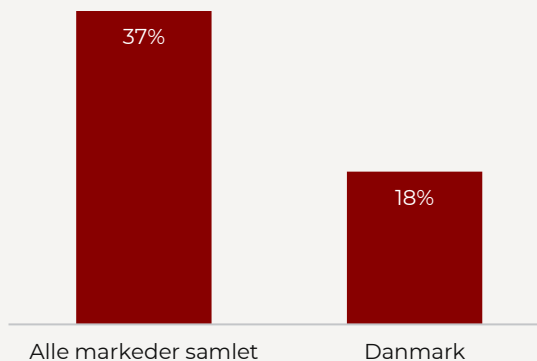


Døgnforbrug fra turister fra Danmark

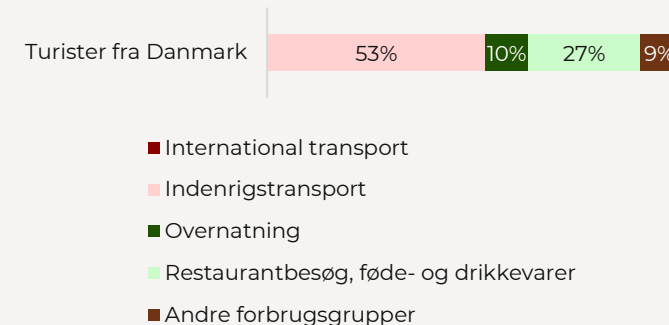
950 kr. i kyst- og naturdanmark
1.710 kr. i de danske storbyer

93% af turisterne fra Danmark har angivet at være tilfreds eller meget tilfreds med deres ophold i Danmark.

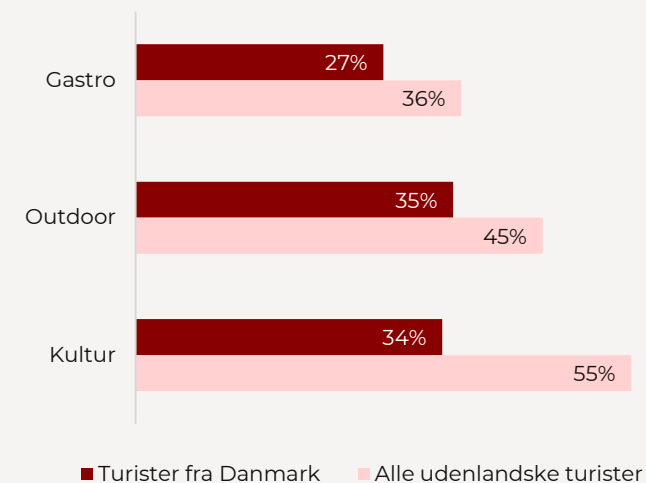
18 pct. af alle danske turister vil medtænke bæredygtighed på deres næste ferie. Det samme gælder 37 pct. af alle udenlandske turister på VisitDenmarks prioriterede markeder.



Fordelingen af klimaaftrykket 2022



VisitDenmarks tre temaer som rejsemotiver for turisterne på ferie i Danmark



Tilgængelighed

Feriekalender

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag	Uge
juli 2025		1	2	3	4	5	6	27
	7	8	9	10	11	12	13	28
	14	15	16	17	18	19	20	29
	21	22	23	24	25	26	27	30
	28	29	30	31	1	2	3	31
august 2025	4	5	6	7	8	9	10	32
	11	12	13	14	15	16	17	33
	18	19	20	21	22	23	24	34
	25	26	27	28	29	30	31	35
september 2025	1	2	3	4	5	6	7	36
	8	9	10	11	12	13	14	37
	15	16	17	18	19	20	21	38
	22	23	24	25	26	27	28	39
	29	30	1	2	3	4	5	40
oktober 2025	6	7	8	9	10	11	12	41
	13	14	15	16	17	18	19	42
	20	21	22	23	24	25	26	43
	27	28	29	30	31	1	2	44
november 2025	3	4	5	6	7	8	9	45
	10	11	12	13	14	15	16	46
	17	18	19	20	21	22	23	47
	24	25	26	27	28	29	30	48
december 2025	1	2	3	4	5	6	7	49
	8	9	10	11	12	13	14	50
	15	16	17	18	19	20	21	51
	22	23	24	25	26	27	28	52
januar 2026	29	30	31	1	2	3	4	1
	5	6	7	8	9	10	11	2
	12	13	14	15	16	17	18	3
	19	20	21	22	23	24	25	4
	26	27	28	29	30	31	1	5

Almindelig hverdag
(ingen skoleferier)

Skoleferie i 100 pct. af
markedet

Weekend

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag	Uge
februar 2026	2	3	4	5	6	7	8	6
	9	10	11	12	13	14	15	7
	16	17	18	19	20	21	22	8
	23	24	25	26	27	28	1	9
marts 2026	2	3	4	5	6	7	8	10
	9	10	11	12	13	14	15	11
	16	17	18	19	20	21	22	12
	23	24	25	26	27	28	29	13
	30	31	1	2	3	4	5	14
april 2026	6	7	8	9	10	11	12	15
	13	14	15	16	17	18	19	16
	20	21	22	23	24	25	26	17
	27	28	29	30	1	2	3	18
maj 2026	4	5	6	7	8	9	10	19
	11	12	13	14	15	16	17	20
	18	19	20	21	22	23	24	21
	25	26	27	28	29	30	31	22
juni 2026	1	2	3	4	5	6	7	23
	8	9	10	11	12	13	14	24
	15	16	17	18	19	20	21	25
	22	23	24	25	26	27	28	26
	29	30	1	2	3	4	5	27
juli 2026	6	7	8	9	10	11	12	28
	13	14	15	16	17	18	19	29
	20	21	22	23	24	25	26	30
	27	28	29	30	31	1	2	31
	3	4	5	6	7	8	9	32
august 2026	10	11	12	13	14	15	16	33
	17	18	19	20	21	22	23	34
	24	25	26	27	28	29	30	35
	31							36

Prioriterede segmenter



VisitDenmarks segmenter

Natur- og friluftsturisterne

Foretrækker oplevelser i naturen, vil gerne have nye og udfordrende oplevelser, og gerne vil have en tætpakket kalender, undgår helst andre turister, vægter miljøvenlighed højt og forsøger ligeledes at agere miljøvenligt på deres rejser. De rejser ofte som par uden børn.

De samvittighedsfulde familier

Tager hensyn til deres families behov før deres egne, når de rejser. De viser hensyn over for omverden, når de rejser og vægter miljøhensyn relativt højt. De går gerne efter børnevenlige attraktioner såsom forlystelsesparker mv.

Sol- og strandentusiasterne

Foretrækker at opholde sig på det samme sted under hele deres ferie. De foretrækker at rejse steder med sol og varme, hvor det vigtigste er at slappe af og lade op. De undgår at have for mange aktiviteter i kalenderen under deres rejse.

Storby- og kulturturisterne

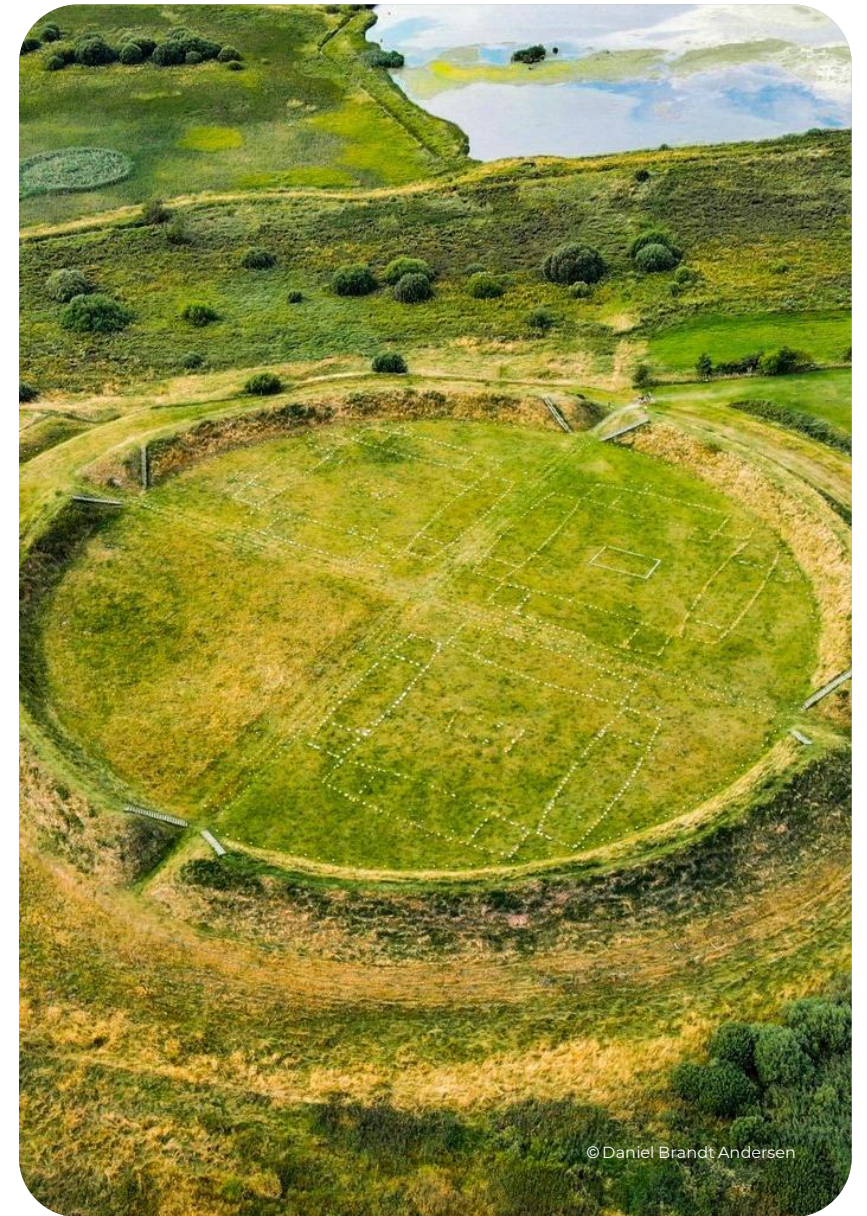
Søger i høj grad søger mod storbyer, når de rejser. Her er deres foretrukne oplevelser kulturelle såsom museer, udstillinger, arkitektur eller madoplevelser.

Livsnyderne

Lægger vægt på luksus og luksuriøse oplevelser, samt unikke oplevelser, når de rejser, som de ofte finder enten i storbyen eller ved havet – og gerne steder med sol og varme, hvor segmentet f.eks. opsøger madoplevelser, barer og diskoteker.

De globale turister

Vil opleve det hele på deres rejse, alt fra sportsaktiviteter til afslapning til kulturelle oplevelser. Det er personer, der skal have alt ud af deres ferie, når de endelig er afsted. De bærer derfor også præg af at kunne tage på mange forskellige typer af rejser.



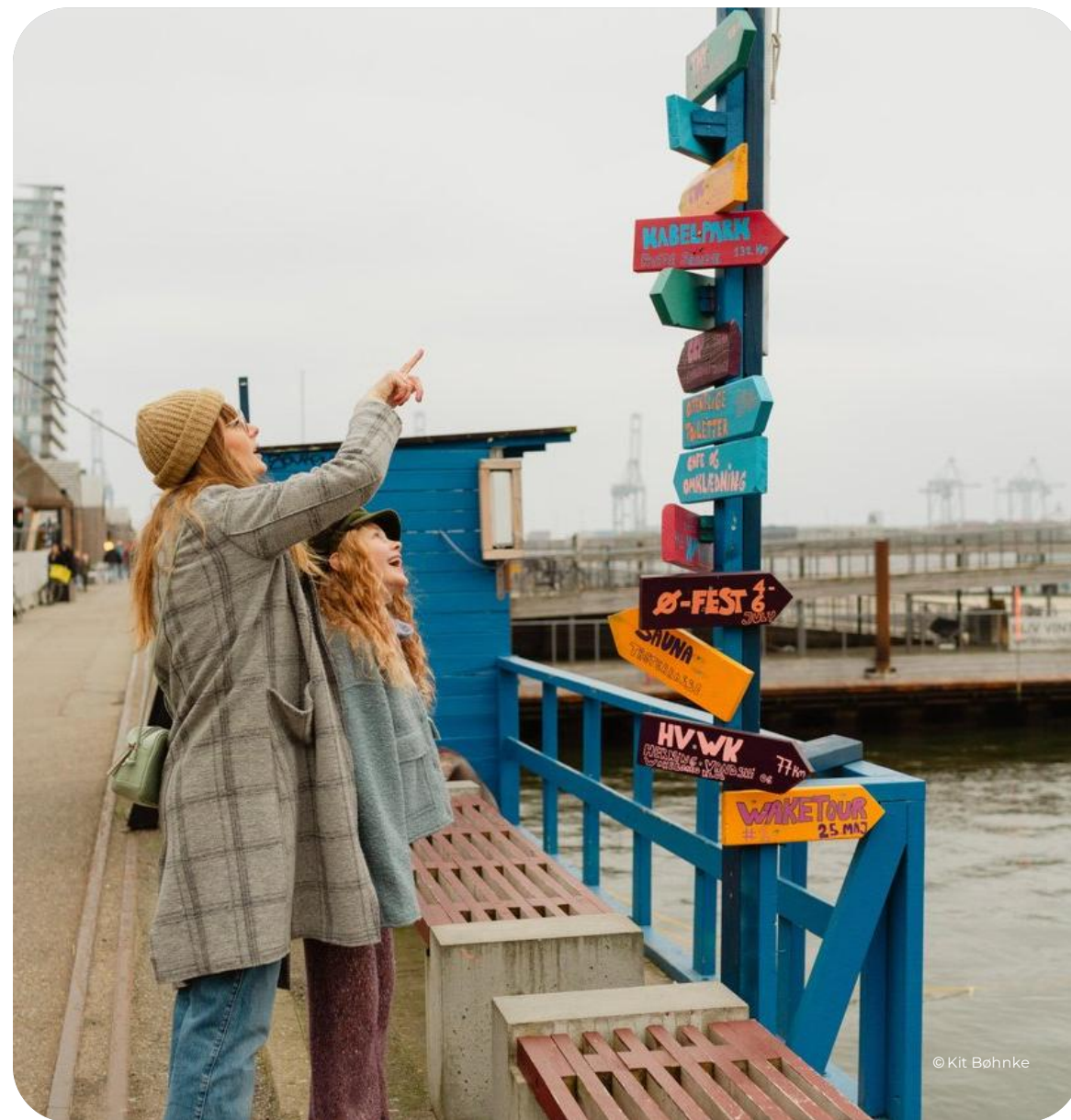
© Daniel Brandt Andersen

Prioriterede segmenter

Ud fra et bæredygtighedsperspektiv er det mest oplagt at fokusere på de danske Storby- og kulturturister samt Natur- og friluftsturister. Begge segmenter rejser i højere grad uden for højsæsonen, hvilket hjælper med at aflaste natur, byliv og infrastruktur.

Samtidig passer disse segmenter godt til det, Danmark har at byde på som feriedestination – nemlig mangfoldige kultur- og byoplevelser samt let tilgængelig og varieret natur.

Ved at fokusere på disse to segmenter kan Danmark fremme en mere bæredygtig turisme, sprede turismen over året og tilgodese både miljø og lokalsamfund.



Hovedindsigter

41 pct. (+/- en statistisk usikkerhed på 3 pct.) af de adspurgte danskere overvejer at holde ferie med overnatning i Danmark inden for de kommende 12 måneder.

Omregnet til antal danske turister giver det 1.839.006 - 2.134.461 danskere, som overvejer at holde ferie i Danmark i de kommende 12 måneder.

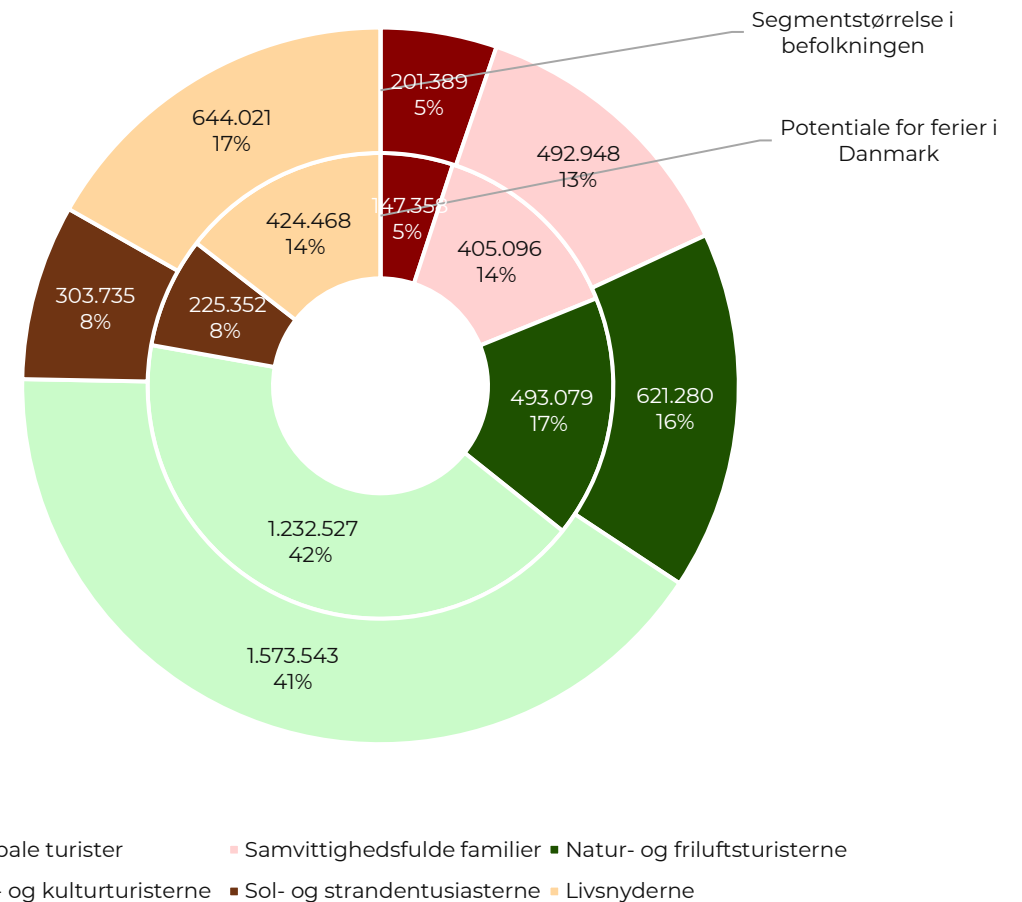
97 pct. af danskere kender noget eller meget til Danmark som feriedestination. Blandt disse er der 76 pct., der vurderer Danmark som en attraktiv feriedestination.

Alt i alt er der 74 pct. af de adspurgte, der har angivet både at kende noget eller meget til Danmark som feriedestination, og at Danmark er en attraktiv feriedestination.

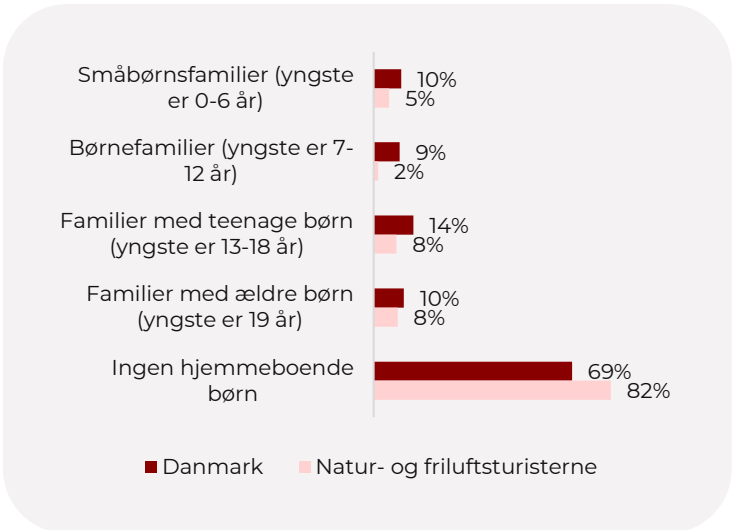
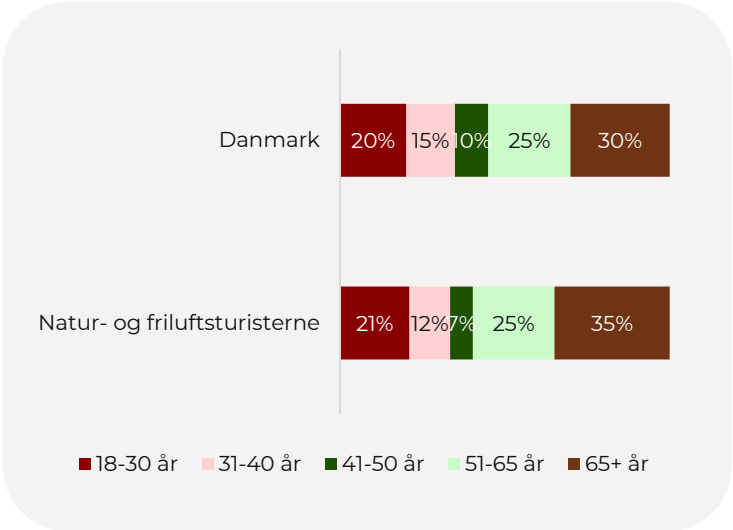
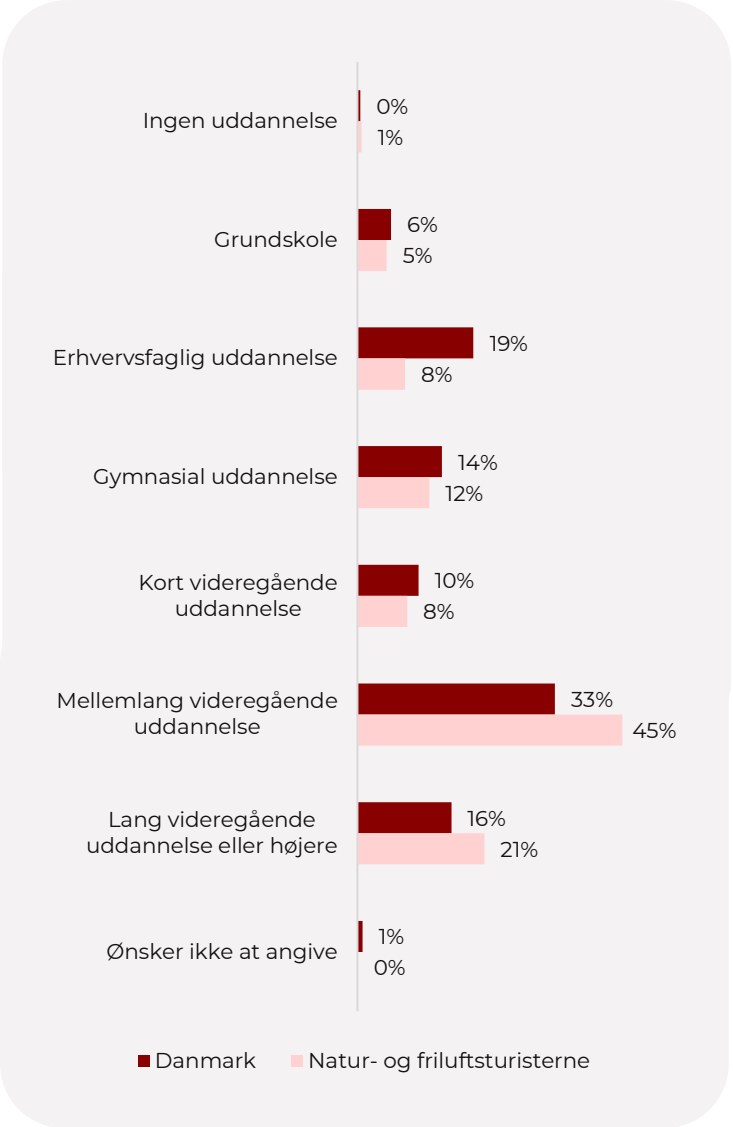
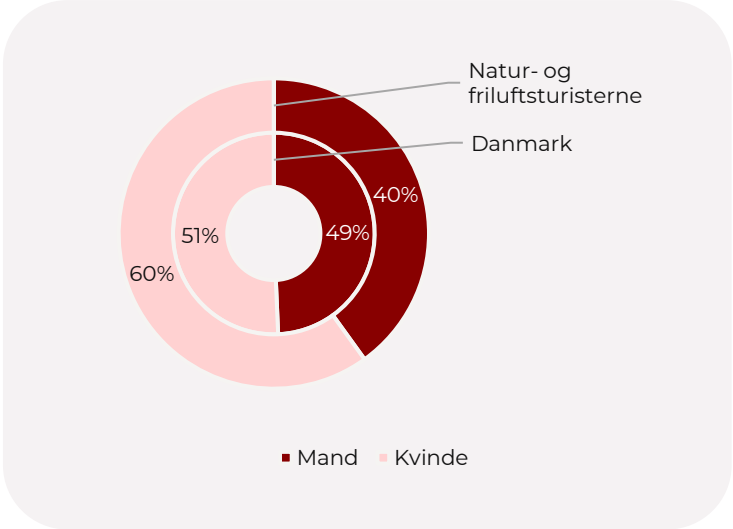
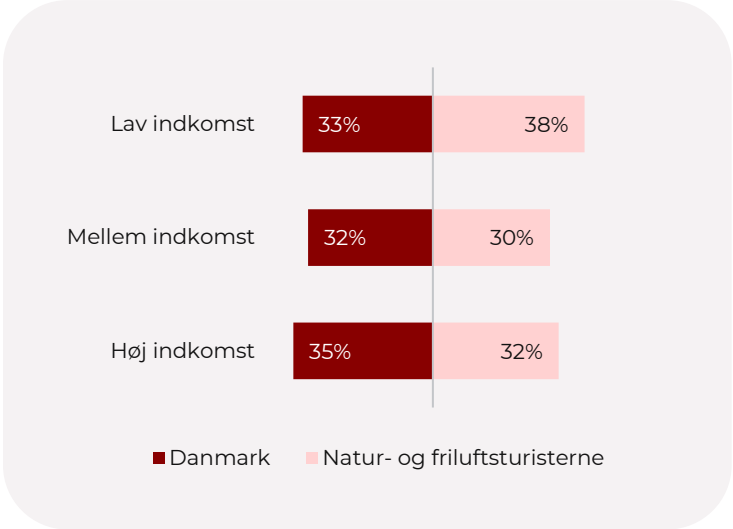
Dermed kommer det samlede danske potentiale for ferier i Danmark op på 3,6 mio. danskere (18+ år).

Fordelt på segmenterne, består det samlede potentiale for ferier i Danmark af 493.079 Natur- og friluftsturister og 1.232.527 Storby- og kulturturister.

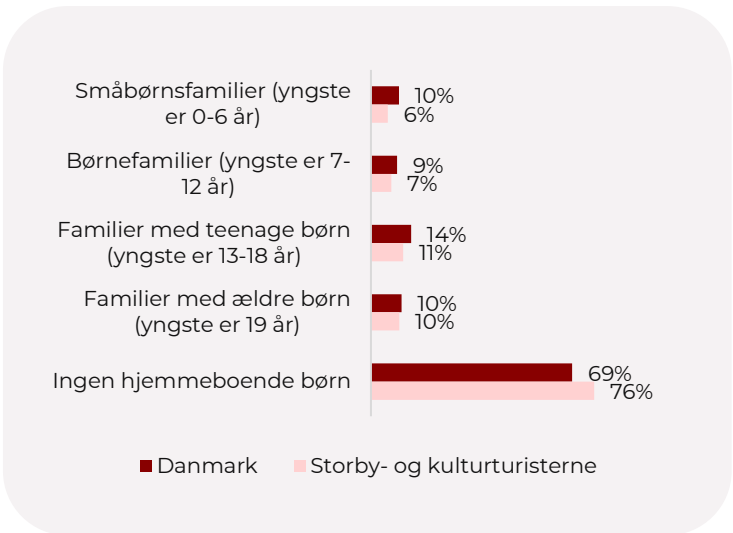
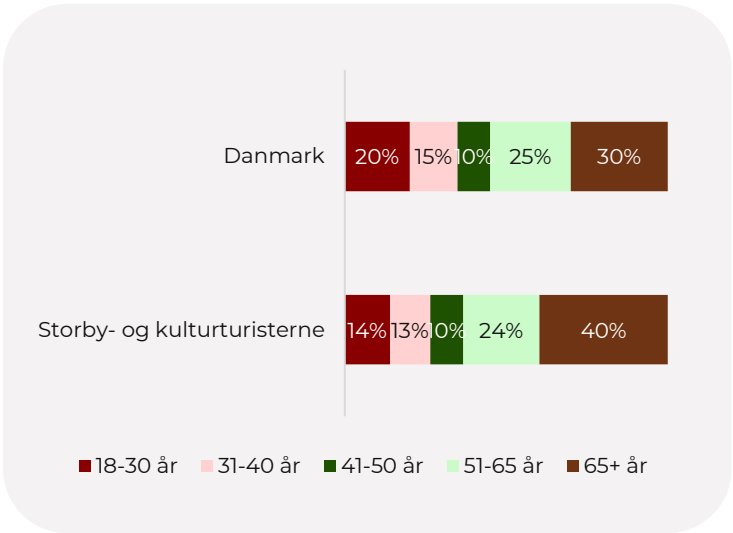
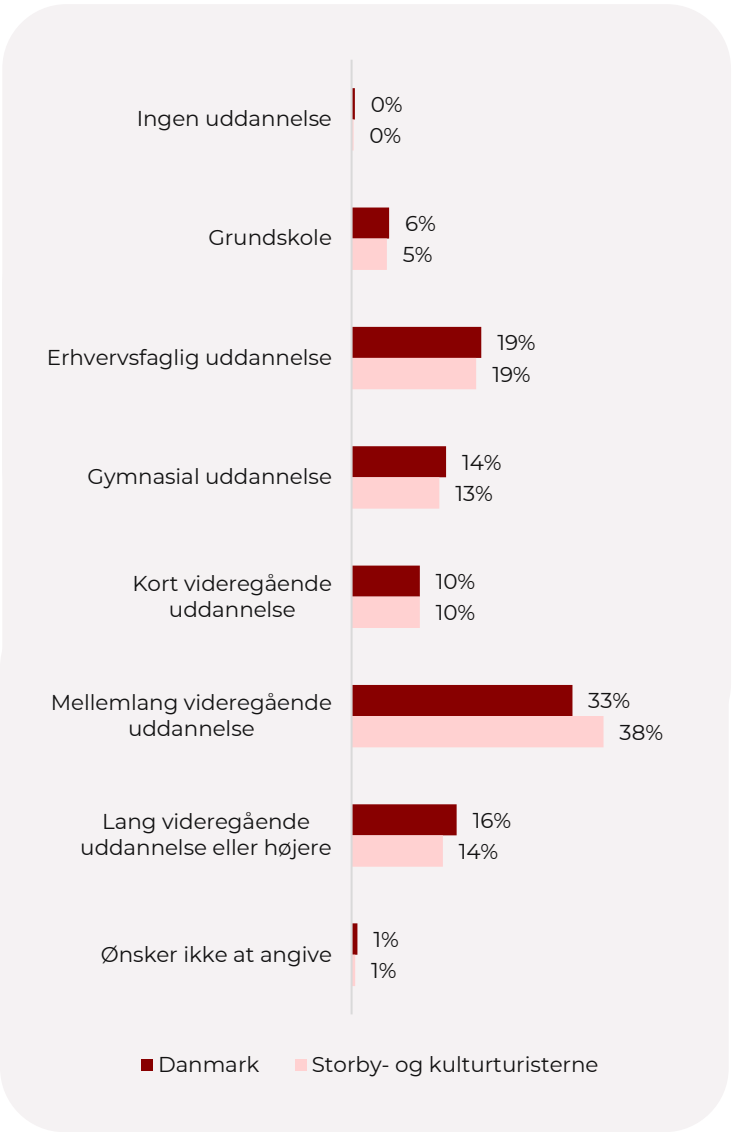
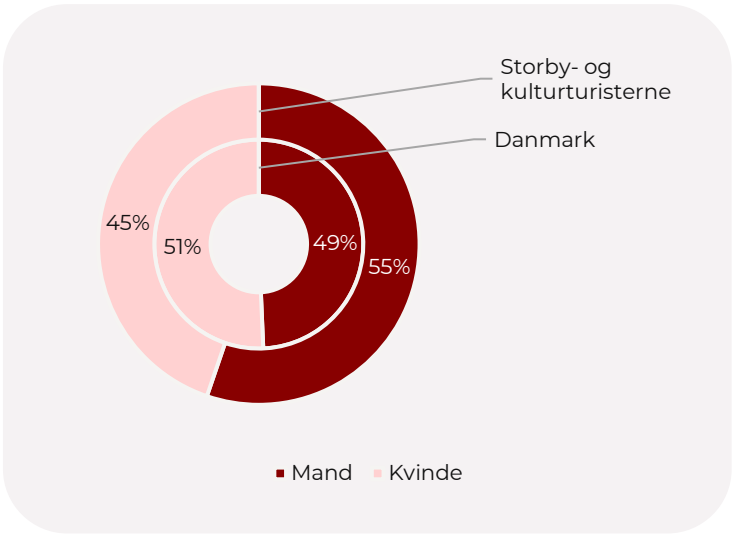
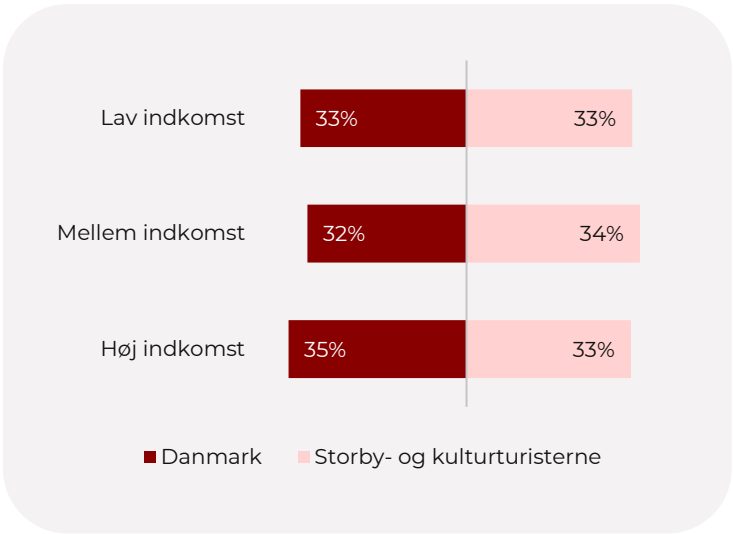
Segmentstørrelse i Danmark (indbyggere og andel)



Natur- og friluftsturisterne

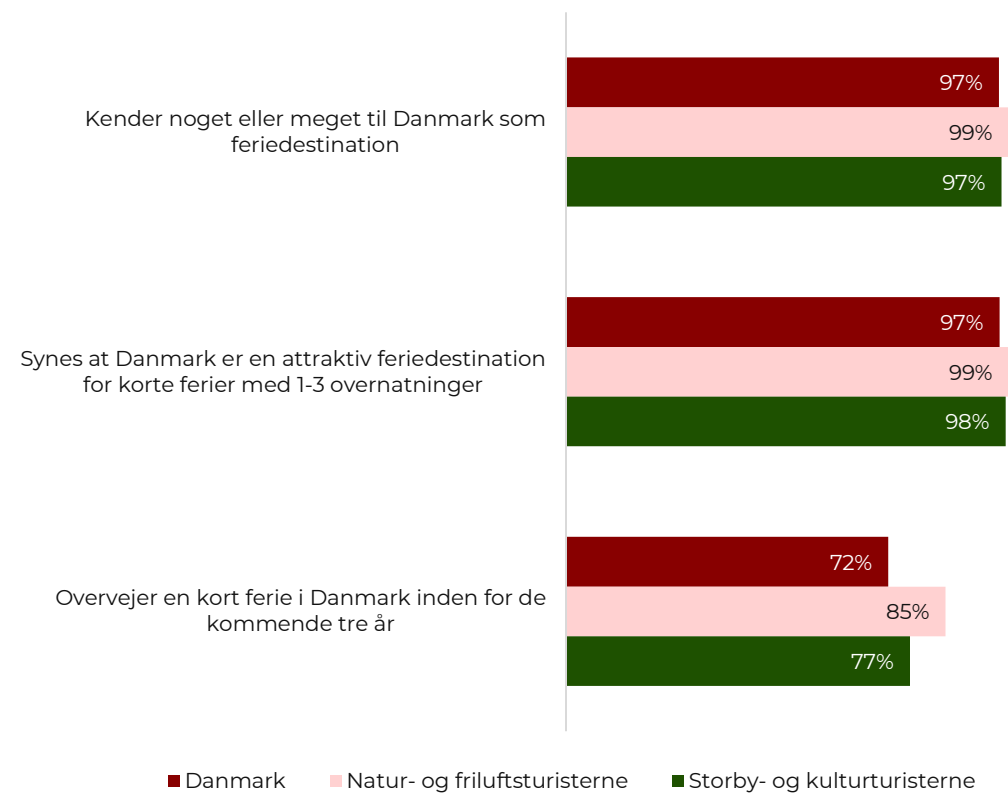


Storby- og kulturturisterne

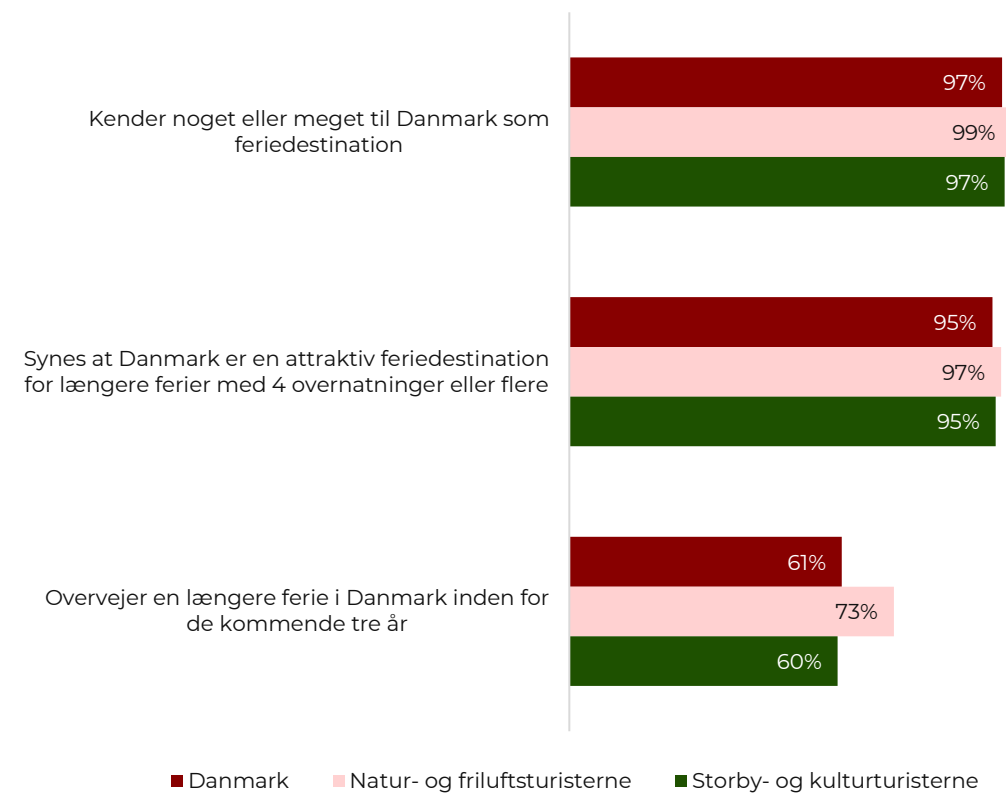


Hjemlandet er attraktivt for både korte og lange ferier, men bliver især overvejet til kortferier

Korte ferier med 1-3 overnatninger



Længere ferier med 4 overnatninger eller flere



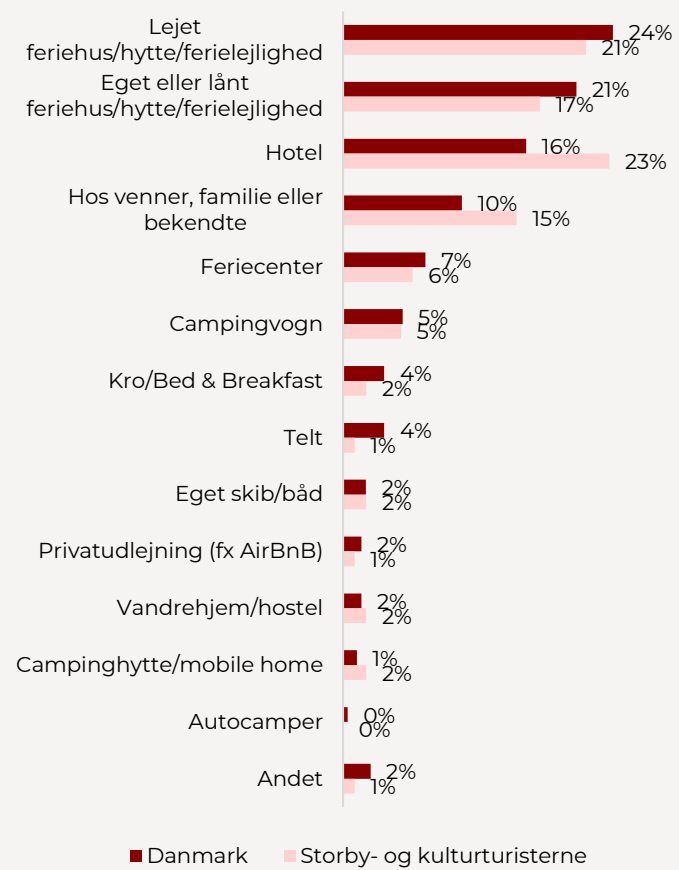
Kilde: VisitDenmarks Image og Potentialeanalyse 2025. Spørgsmål: "Hvor godt kender du hvert af følgende lande som feriedestinationer? – Danmark", "Hvor attraktiv bedømmer du hvert af følgende lande som feriedestination? – Danmark", "Overvejer du en kort eller længere ferie med overnatning i Danmark inden for de kommende tre år?"

Danskernes adfærd på ferie i Danmark

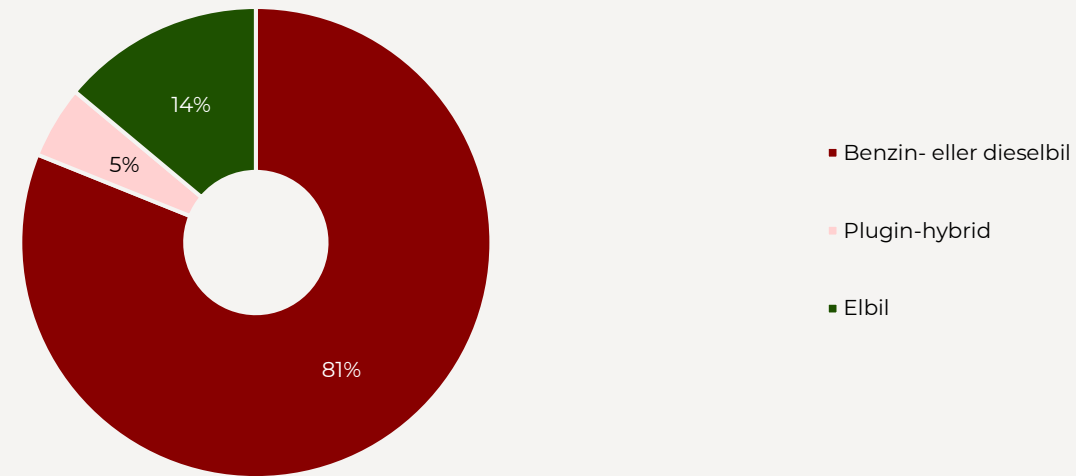
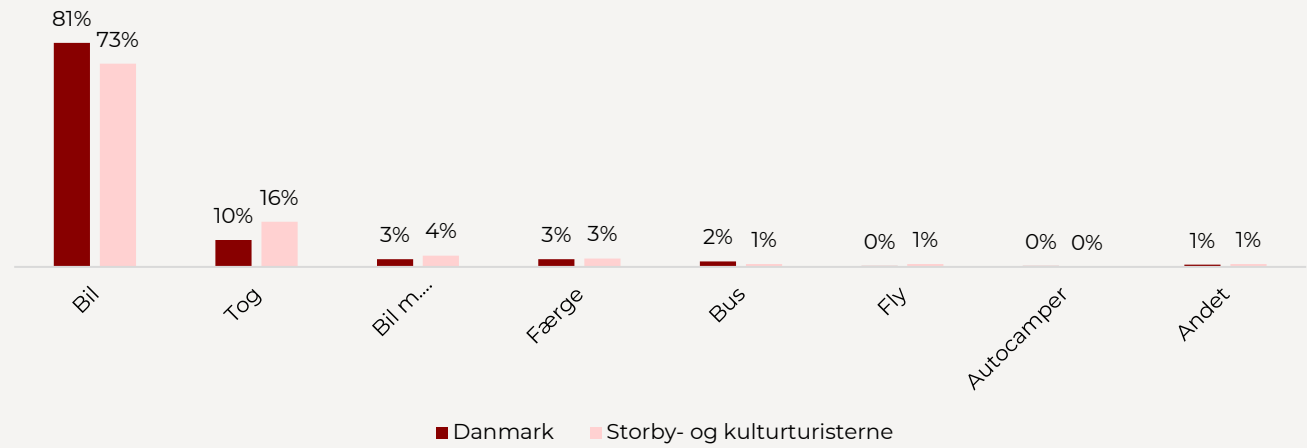
På grund af det lave antal Natur- og friluftsturister i datasættet, der holdt ferie i Danmark, er det ikke muligt på de efterfølgende sider at lave specifikke datakørsler for segmentet.

Feriehus hitter

Overnatningsform seneste ferie

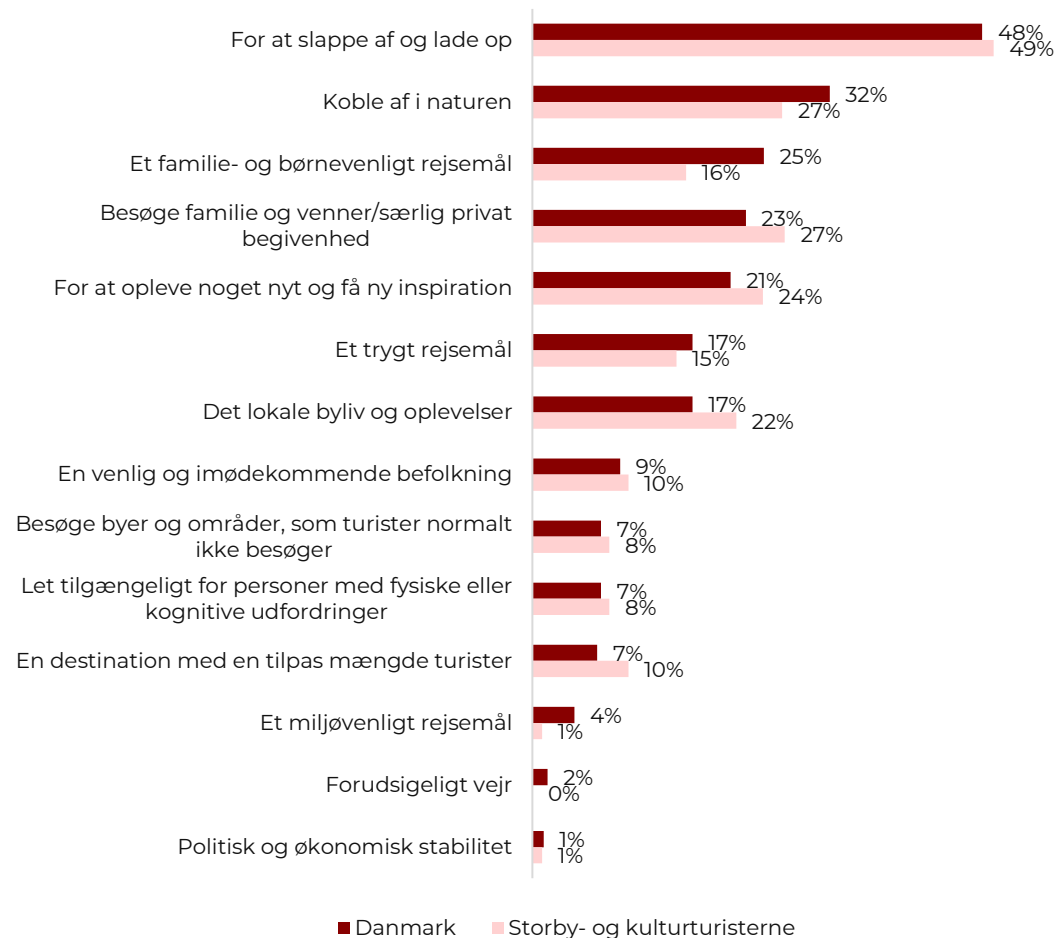


Transportmiddel til destinationen

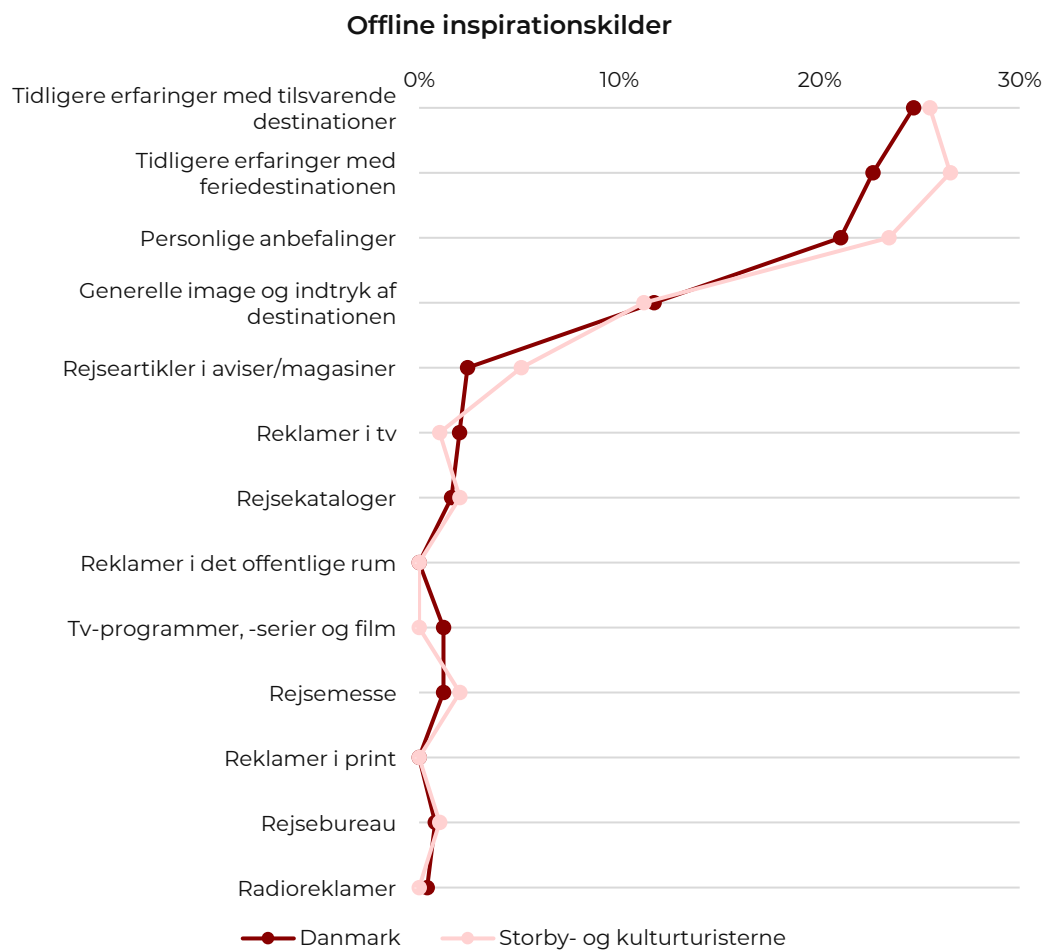
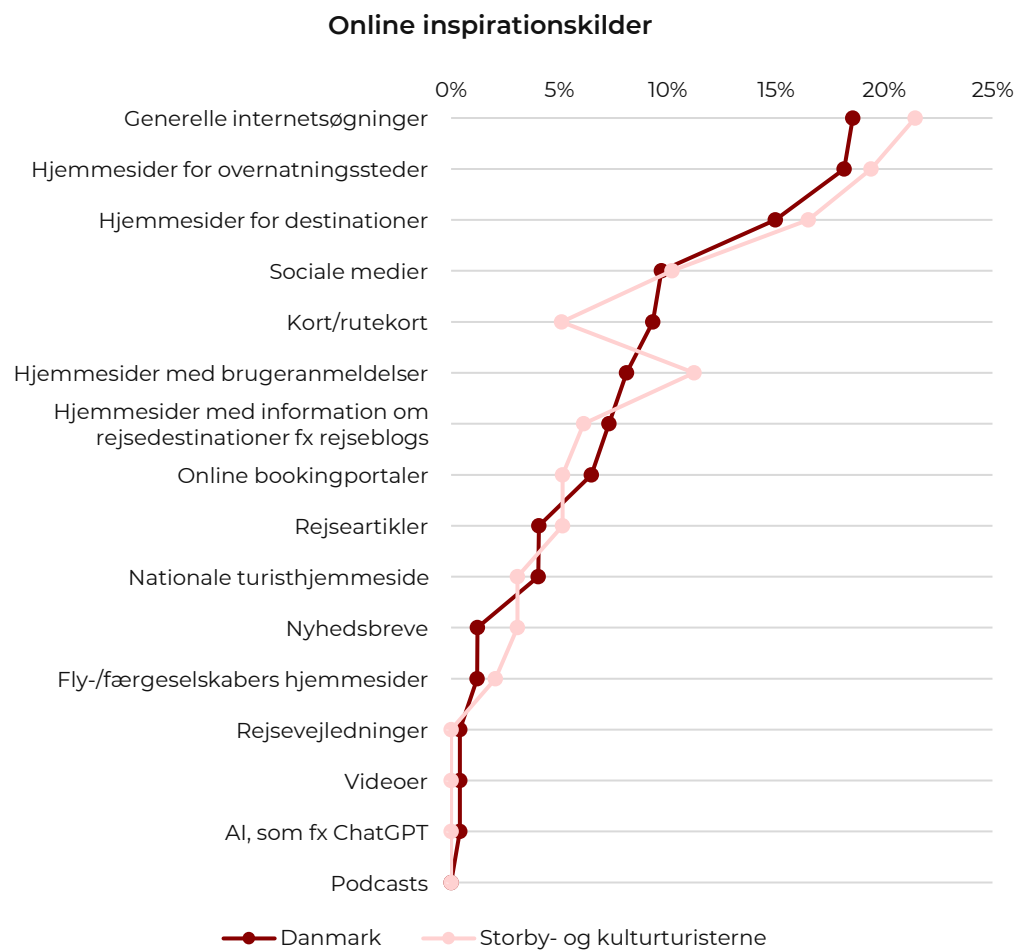


Kilde: VisitDenmarks Image og Potentialeanalyse 2025 Spørgsmål: "Hvordan overnattede du primært på din ferie i <destination>?", "Hvilket transportmiddel benyttede du primært for at komme til <destination>?"

Afslapning og naturen er vigtige grunde til at vælge en ferie i Danmark

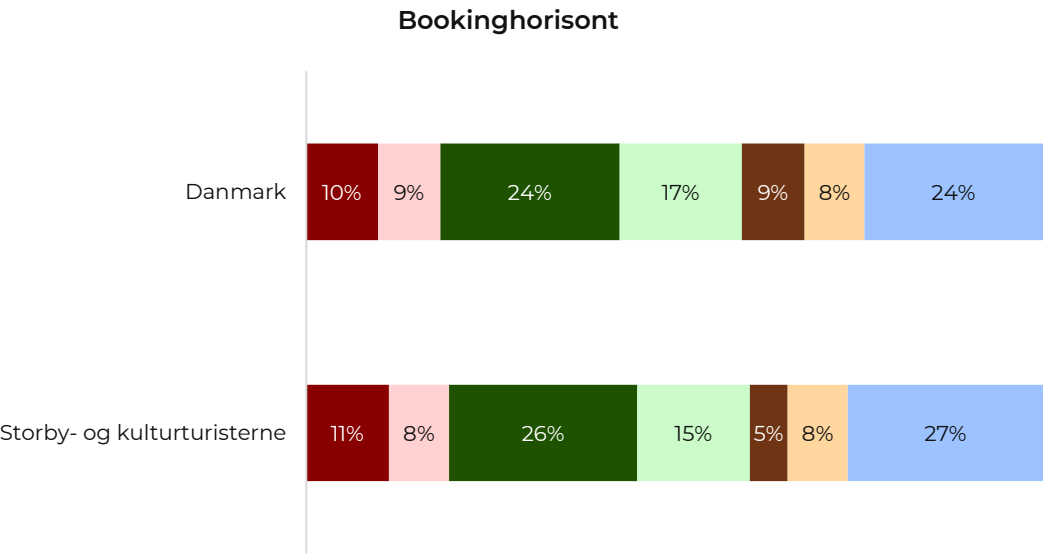


Personlige anbefalinger og tidligere erfaringer rangerer højt



Kilde: VisitDenmarks Image og Potentialeanalyse 2025 Spørgsmål: "Hvis du tænker tilbage på den ferie, du var på i <destination>, hvilke online inspirationskilder havde så indflydelse på dit valg af destination?", "Hvis du tænker tilbage på ferien i <destination>, hvilke andre inspirationskilder havde så indflydelse på dit valg af destination?"

Flere end hver tredje booker direkte hos udbyderen



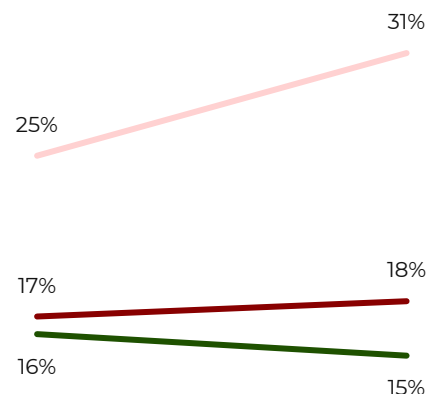
- Op til 2 uger før afrejse
- 1-2 måneder før afrejse
- 5-6 måneder før afrejse
- Ved ikke/ikke relevant
- 2-3 uger før afrejse
- 3-4 måneder før afrejse
- Mere end 6 måneder før afrejse

- Direkte hos udbyderen (fx direkte hos hotel, flyselskab eller rederi)
- Gennem et rejsebureau eller en turoperatør
- Gennem en bookingside eller anden online rejsearrangør (fx booking.com, Expedia mm.)
- En kombination af ovenstående muligheder
- Vi havde ikke bestilt noget på forhånd
- Andet
- Ved ikke

Kilde: VisitDenmarks Image og Potentialeanalyse 2025 Spørgsmål: "Hvor lang tid før denne ferie foretog du den første booking?", "Hvis du tænker tilbage på din ferie i <destination>, hvordan bestilte du så ferien?"

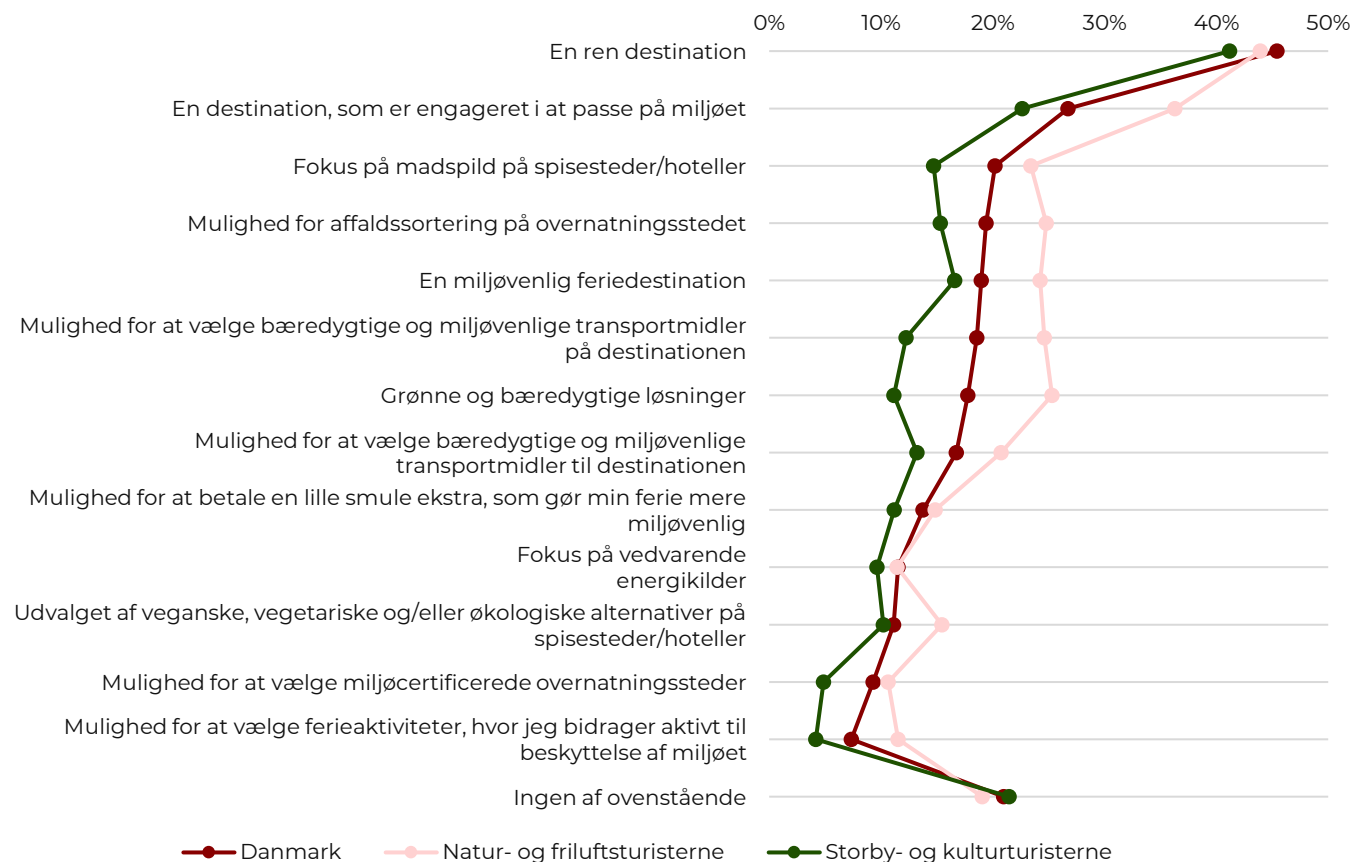
62 pct. af alle danskere vurderer Danmark som et miljøvenligt rejsemål

Andel der mener at bæredygtige og miljøvenlige hensyn vil påvirke deres rejsevalg 'i høj grad' eller 'i meget høj grad' fremadrettet



— Danmark — Natur- og friluftsturisterne — Storby- og kulturturisterne

Hvilke af følgende vil have betydning for dit valg af din næste feriedestination?



— Danmark — Natur- og friluftsturisterne — Storby- og kulturturisterne

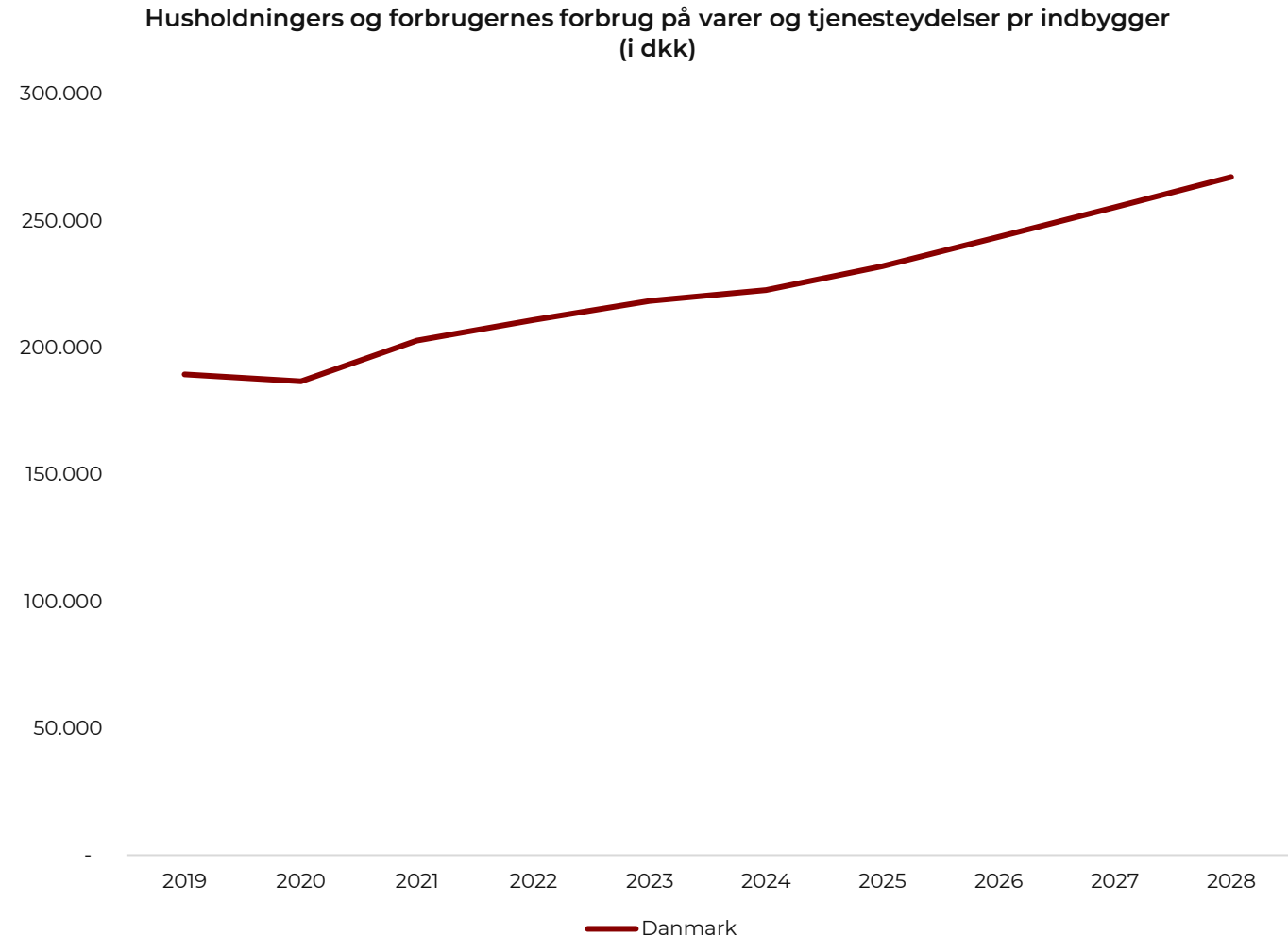
Forventninger til markedet



Stigende forbrug blandt danskerne

Husholdningers og forbrugernes forbrug på varer og tjenesteydelser pr indbygger omfatter den del af pengeforbruget, der går til personlig brug og fornøjelse, som f.eks. ferie.

Hvis forbruget ligger relativt lavt sammenlignet med Danmark, er der mindre sandsynlighed for, at borgere har råd til at tage på ferie i Danmark.



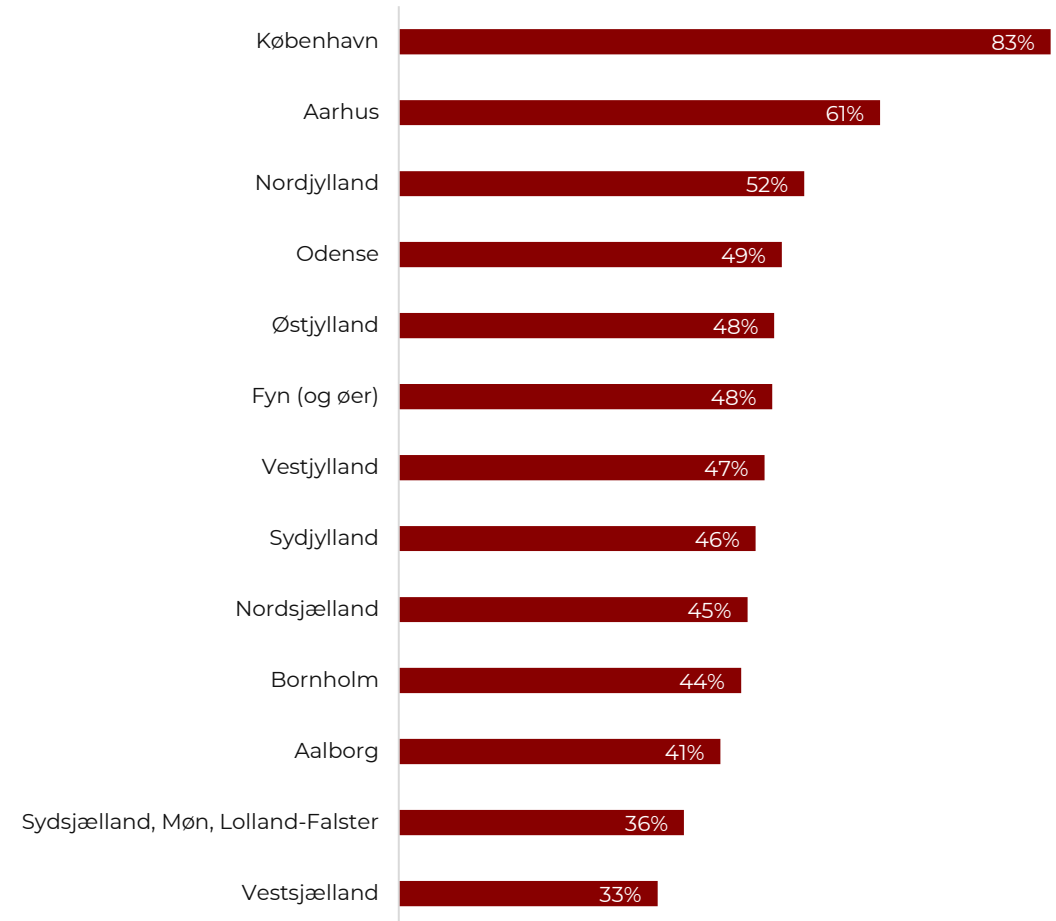
Konkurrent- situation

Ikke alle dele af Danmark er lige kendte

København er kendt som feriedestination blandt flere end otte ud af ti danskere, mens Sydsjælland og Vestsjælland er noget mindre kendte som feriedestinationer.

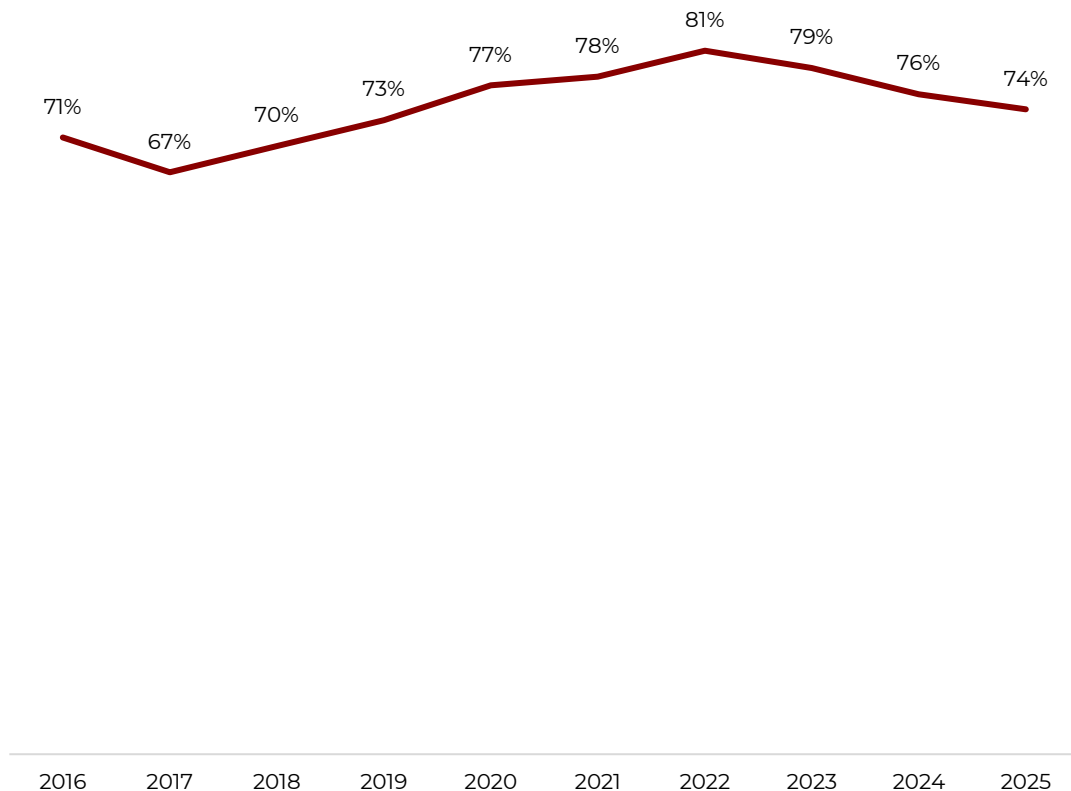
Kun hver anden dansker kender storbyerne Odense og Aalborg .

Hvor godt kender du hver af de følgende destinationer i Danmark?

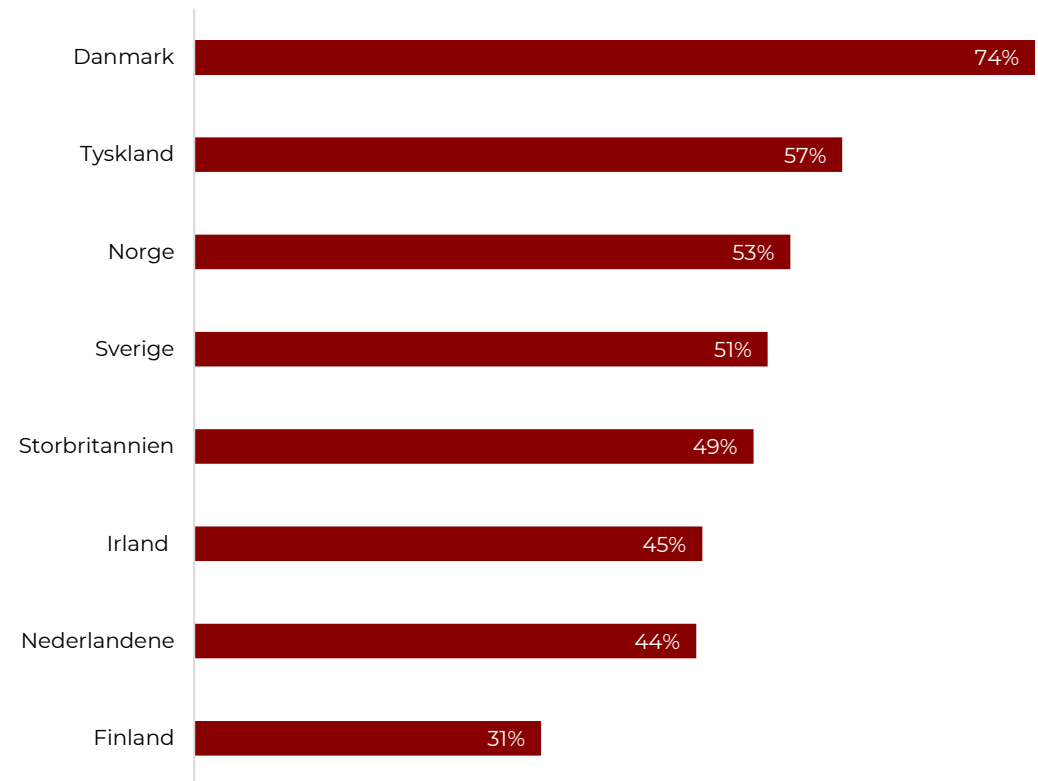


Tre ud af fire danskerne synes, at Danmark er et attraktivt rejsemål

Hvor attraktiv bedømmer du Danmark som feriedestination?
(Andel, som har svaret "4" eller "5 - Meget attraktiv" på en 5-punkts skala)

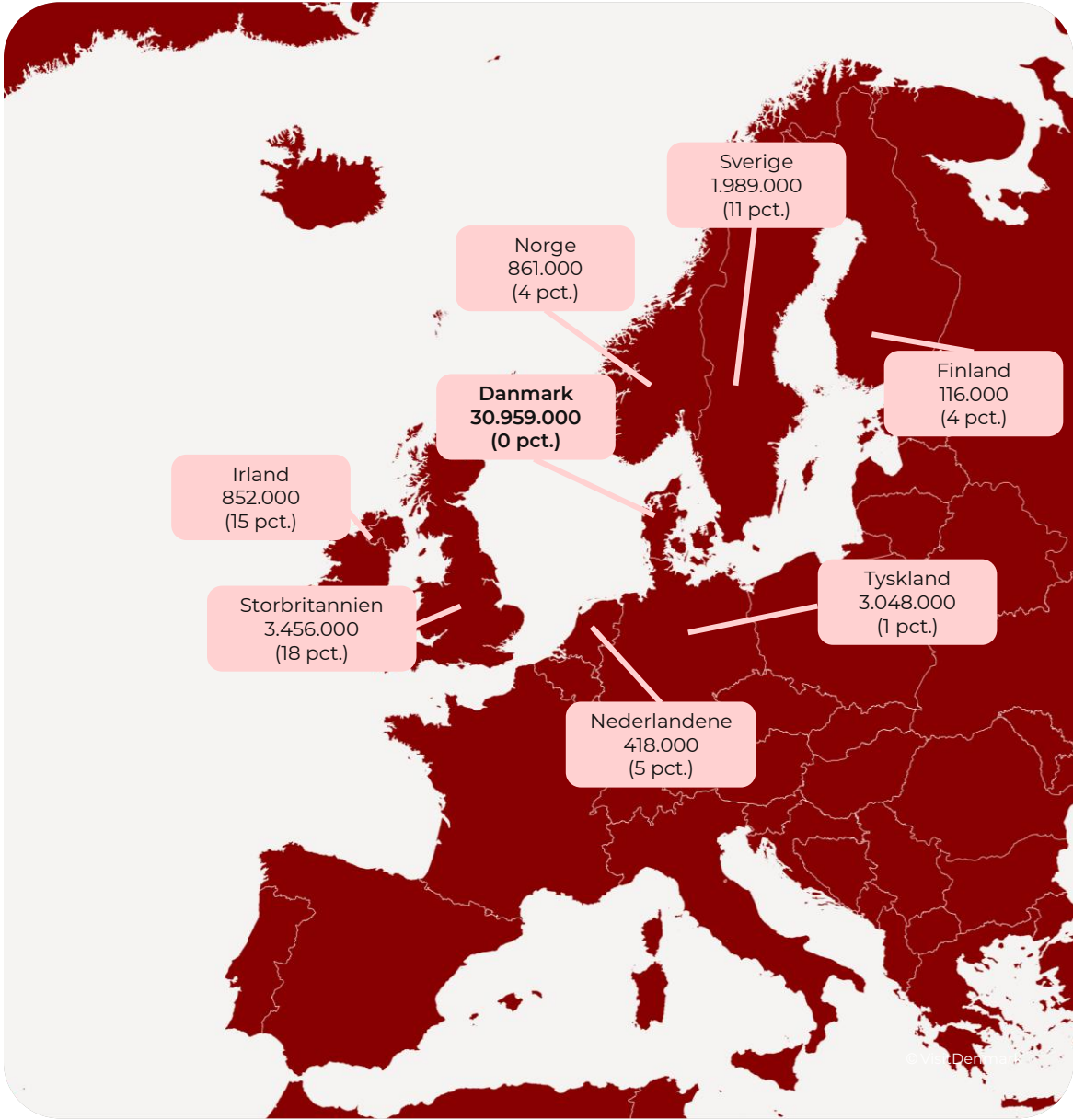


Hvor attraktiv bedømmer du hvert af følgende lande som feriedestination?
(Andel, som har svaret "4" eller "5 - Meget attraktiv" på en 5-punkts skala)



Uændret antal overnatninger i Danmark

		Overnatninger 2024	Udvikling ift. 2023
Samlet		72.507.000	5%
i hjemlandet		30.959.000	0%
i udlandet		41.548.000	9%
1	Spain	4.340.000	5%
2	Italy	4.327.000	15%
3	United Kingdom	3.456.000	18%
4	Germany	3.048.000	1%
5	Greece	3.034.000	14%
6	Thailand	2.409.000	20%
7	Sweden	1.989.000	11%
8	Austria	1.598.000	-4%
9	France	1.461.000	-3%
10	United States	1.177.000	0%
11	Norway	861.000	4%
12	Ireland	852.000	15%
13	Croatia	800.000	0%
14	Turkey	709.000	10%
15	China	677.000	80%



Fire ud af ti danskere vil holde ferie i hjemlandet

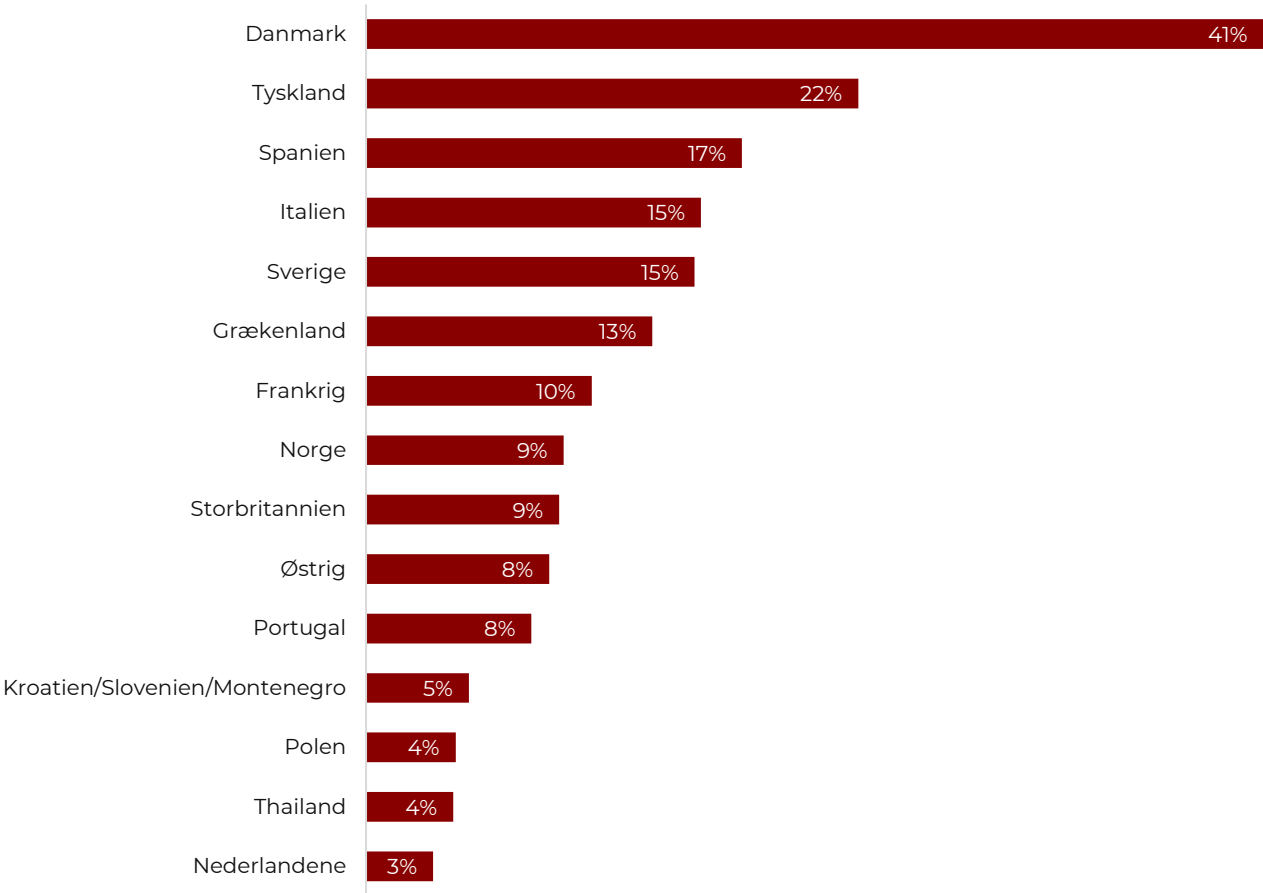
Danmark er den destination, som flest vil holde ferie i. Andelen har ligget på samme niveau de seneste par år.

Andelen af danskere, der har overvejet at holde ferie i Danmark igennem årene

2019	43 pct.
2020	60 pct.
2021	47 pct.
2022	53 pct.
2023	39 pct.
2024	42 pct.
2025	41 pct.

Rettes blikket mod udlandet, er det især Tyskland, der appellerer til danskerne

Hvilke(n) destination(er) overvejer eller påtænker du at besøge på en ferie med overnatning i de kommende 12 måneder?



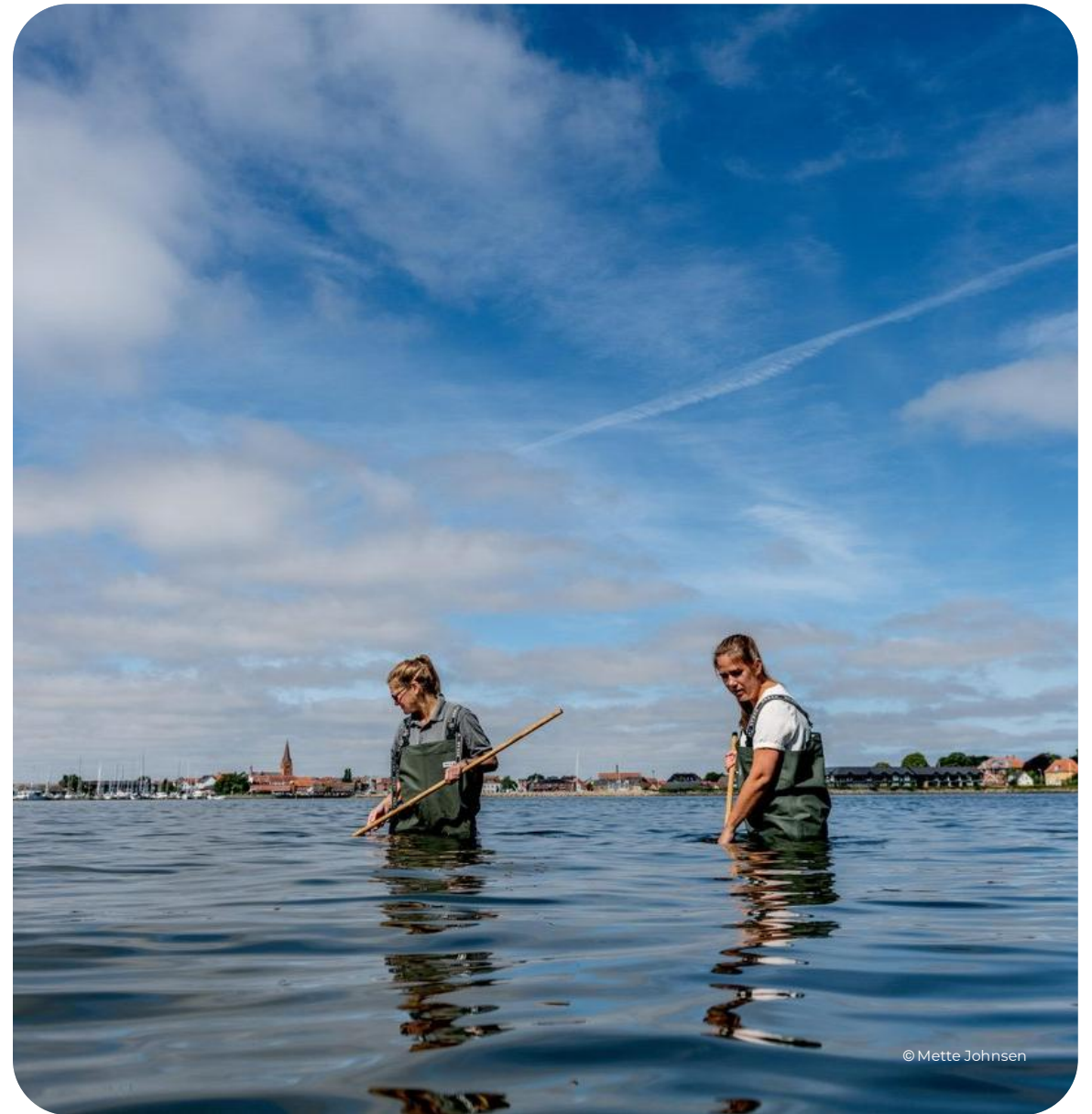
Trends

Danskerne har fået øjnene op for værdien af at feriere i eget land. "Staycation" og lokalferie er blevet attraktive alternativer til udlandsrejser - ikke mindst i lyset af klimabevidsthed og et ønske om afslapning og ro.

Der er stor efterspørgsel på natur- og friluftsoplevelser som fx vandring og cykling.

Danskerne forventer nem digital adgang til information, booking og inspiration. Sociale medier, anbefalinger fra venner og influencers spiller en stor rolle i ferieplanlægningen og dermed valg af destination. Rejsebeslutninger tages ofte i sidste øjeblik, og mobiloptimering, liveopdateringer og online tilstedeværelse kan være afgørende.

Med mulighed for fleksible arbejdspladser er det blevet lettere at tage på "workation" eller forlænge weekendophold med et par arbejdsdage. Dette åbner nye muligheder for overnatningssteder og destinationer hele året.





Fokus for 2025

Fokus

I 2026 arbejder vi med en indsats, der skal inspirere danskerne til at opleve og holde mere ferie i Danmark.

Indsatsen har fokus på at øge rejselysten i Danmark, øge helårsturismen samt sætte fokus på Danmark som et alternativ til udlandsrejse. Og frem for alt – at inspirere danskerne til nye oplevelser.

Målgruppevalget tænkes bredt, hvor vi skaber en stærk fortælling, der taler til alle danskerne på tværs af aldre, interesser, livssituation m.m.

Vi fokuserer også på at etablere nye samarbejder med både turisme- og non-turisme partnere, som kan være med til at øge synligheden i markedet.



Videncenter om turismen i Danmark

VisitDenmark 