

Kulturturisme i Danmark

Kyst- og naturturister & Storbyturister



Denne rapport er udarbejdet af VisitDenmark i forbindelse med Culture Plus projektet

Kirstine Tolstrup Nielsen, Analytiker, VisitDenmark

VisitDenmark
Januar 2016

ISBN: 978-87-93227-15-6
Forside: DenmarkMediaCenter

Adresse

Islands Brygge, 43, 3
2300 København S
Tlf. +45 32 88 99 00

www.visitdenmark.dk/analyse

Rapporten har fokus på internationale turister. I bilag er der også en del tal på danske turister

Bemærk
direkte links
til bilag

Indhold

Formål

Rapporten er lavet i tilknytning til Culture Plus projektet, et samarbejde mellem Kulturstyrelsen, VisitDenmark, Udvikling Fyn, VisitAalborg, VisitAarhus og Wonderful Copenhagen.

Rapporten danner et fælles videngrundlag om kulturturismen i Danmark. Hvordan kan kulturturisme defineres? Hvor mange turister rejser efter kultur? Hvor mange turister benytter kultur mens de er i Danmark?

Baggrund

Dette er en opdateret rapport med ny viden om kulturturisme i Danmark baseret på VisitDenmarks landsdækkende Turistundersøgelse 2014, som består af 12.000 personlige interviews. Se mere på side 31.

Rapporten har fokus på ferieturisme. Det skal dog bemærkes, at der inden for erhvervsturismen også er efterspørgsel efter kulturtilbud, der kan bidrage til inspirerende møder med en høj grad af involvering og engagement. Ligeledes kan kulturtilbud bidrage til, at forretningsrejsende forlænger deres ophold med en eller flere feriedage.

Indhold	Side
Executive summary	3
Anbefalinger	4-7
Hvad er kulturturisme?	8-11
Kyst- og naturturister	12-20
Storbyturister	21-29
Bilag	30-37

Executive summary

- ✓ Kulturturisme handler dybest set om, at turisterne i stigende grad gerne vil lære feriedestinationens historie og kultur bedre at kende. Dette er en del af en større trend, hvor turistene efterspørger autentiske og unikke oplevelser.
- ✓ Kultur bidrager til at tiltrække turister til Danmark. I alt har 43 pct. af alle udenlandske turister i Danmark historiske og/eller kulturelle oplevelser som én af deres mange motiver til at vælge Danmark.
- ✓ Kulturturisme er langt fra kun et storbyfænomen. En vis andel blandt kyst- og naturturisterne rejser hertil pga. kultur, mens det er et klart flertal i storbyerne.
- ✓ De færreste kyst- og naturturister har kultur som et vigtigt rejsemotiv, mens det er mere udbredt i storbyerne. På selve ferien er der dog en hel del, der har kultur som ferieaktivitet, uanset rejsemotiv.
- ✓ Turister som rejser efter og benytter kultur er altså ikke kun en lille eksklusiv skare med snævre interesser, men en stor gruppe, som er åben for oplevelser.
- ✓ Der er 14,5 mio. museumsbesøg i Danmark. Heraf står de udenlandske brugere for 26 pct. eller 3,8 mio. Med godt 23,2 mio. udenlandske overnatninger i Danmark er der dermed gode muligheder for at få flere til at benytte kulturtilbud mens de er på ferie*.



Anbefalinger til international markedsføring

- Tilpas kulturturismeindsatsen efter dansk turismes forretningsområder og de internationale temafortællinger, samtidig med, at der sikres synergi mellem by og land*.
- Markedsfør Danmarks særegne og unikke kulturtilbud til en bred gruppe, da disse netop har en bred relevans. At satse på en for snæver målgruppe giver ikke volumen nok.
- Fortsæt i storbyturismen med at tiltrække storbyturister i bred forstand, da kultur er en integreret del af storbyproduktet.
- Fokusér i kyst- og naturturismen på at øge antallet af turister, der benytter kulturtilbud mens de er på ferie. Markedsføring bør fortsat tage udgangspunkt i Kyst- og naturdanmarks etablerede styrker på de enkelte markeder.
- Styrk koblingen mellem kulturinstitutionernes formidling og turisterhvervets branding for at understøtte Danmarks troværdighed som rejsemål og skabe større gennemslagskraft.



Anbefalinger til kulturinstitutioner og destinationer

- Styrk samarbejdet mellem kultur- og turisme-aktører med det mål at få turister, der allerede er i Danmark til at benytte kulturtilbud, f.eks. via lokal markedsføring og tiltag hvor turisterne er.
- Identificér og øg kulturinstitutions værdibidrag til turistens ferieoplevelse: fx ny viden, samvær, aktivitet eller en inspirerende pause.
- Indtænk den lokale kultur i markedsføringen af feriedestinationens unikke ferieoplevelse, for at imødekomme efterspørgslen efter autentiske og unikke oplevelser.
- Bevar og understøt, som kommune og destination, de unikke kulturmiljøer, som sikrer autenticitet og skaber oplevelsesværdi i by og land. Sammentænk de lokale politikker omkring planlægning, turisme, befolkning og kultur.
- Sørg som feriedestination for at give turisterne "reasons to go again" under ferien. Inspirér dem til at rejse efter kultur næste gang.
- Øg fokus på at få turisterne til at anmelde deres oplevelser, og brug disse i lokal markedsføring.



Anbefalinger: Kyst- og naturturister i Danmark

Kyst- og naturturister

Kultur er ikke et rejsemotiv for flertallet af de udenlandske kystnaturturister. Kultur er blot én af mange oplevelser, som de har mulighed for at opsøge på ferien.



Fokusér på at få flere, der allerede er på kyst- og naturferie, til at benytte kulturtilbud. Dette kan bidrage til, at kultur fremover kan blive et element, der motiverer folk til at vælge Danmark.

Sverige og Norge:

- Fokusér på de autentiske oplevelser, det danske værtskab og de skjulte skatte i nærområdet, fx. lokalt design og kunst samt lokale specialiteter.
- Skab nyhedsværdi samtidig med at fastholde deres kærlighed til det hyggelige, imødekomende, og afslappede Danmark, med god mad og drikke.
- Fremhæv de korte afstande i Danmark. Vis at de danske kulturtilbud ligger som perler på en snor.

Tyskland og Holland:

- Knyt kulturtilbud til de aspekter som de elsker ved Danmark: de vidtstrakte strande og den frit tilgængelige natur. Fx bunkers, naturfænomener, det historiske kystliv og maritim kultur.
- Guide dem til de særlige danske oplevelser, da de ikke kender særligt meget til dansk kultur og historie.
- Sørg for at prisen står mål med kvaliteten. Fx skal skiltning være på tysk og guider være dygtige til tysk.
- Fremhæv de prisvenlige og bookbare oplevelser, da de på deres lange ferie i Danmark gerne vil mikse små og store oplevelser.

Anbefalinger: Storbyturister i Danmark



Storbyturister

Kultur er et rejsemotiv for flertallet af de udenlandske storbyturister, og er dermed en naturlig del af at tage på storbyferie.

Fasthold kultur som et centralt element i storbyferien, da storbyturisterne forventer, at de danske storbyer kan levere et spændende og let tilgængeligt kulturudbud.

Sverige og Norge:

- Få flere til at dele og anbefale deres oplevelser for at øge opmærksomheden omkring kulturtilbud.
- Brug events til at tiltrække sydsvenskerne, som ser København som deres nærmeste storby.
- Samarbejd med hoteller om at fremvise aktuelle kulturoplevelser (fx design, kunst og musik).

Europæiske markeder

- Samarbejd med hoteller og restauranter om at markedsføre kulturtilbud til turister i byen.
- Bind byen sammen og gør oplevelserne bookbare. Giv en kulturhistorisk vinkel på det de syntes er særligt "cool" og "skandinavisk", f.eks. arkitektur, design, shopping og madikoner.

Oversøiske markeder

- Imødekom deres ønske om at se højdepunkterne på rundrejsen i Europa.
- Giv dem særlige danske (og bookbare) oplevelser, fx vikinger, royal historie, skandinavisk livsstil og H.C. Andersen til kineserne, men overrask dem også med nye vinkler på Danmark, som giver "reasons-to-go-again".

Definition af kulturturisme

Rapportens definition af kulturturisme



At definere kulturturisme, er en udfordring. Kultur indgår i alle aspekter af samfundet, men det giver ikke mening at definere al turisme som kulturturisme, da ikke alle former for kultur bidrager med værdi til selve ferieoplevelsen.

Kulturturisme

En rejseform, hvor kulturoplevelser i bred forstand motiverer mennesker til at rejse til en bestemt destination.

VisitDenmarks definition af kulturturisme læner sig op af UNWTO's og ETC's tilgang til kulturturisme.

Kulturturisme kan blandt andet involvere:

- **Kulturarv:** historiske bygninger, miljøer og genstande, samt historiske kunstværker m.m.
- **Nutidig kunst og populærkultur:** musik, scenekunst, litteratur, arkitektur m.m.
- **Livsstil:** adfærd, værdier, traditioner, gastronomi m.m.
- **Kreative industrier:** mode, design, film, medier m.m.

Definitioner i datagrundlaget

Ud fra VisitDenmarks Turistundersøgelse kan "kulturturister" defineres til at være turisterne med kulturelle og/eller historiske oplevelser som ét af deres rejsemotiver*.

Kultur er langt fra det eneste motiv "kulturturisterne" har for at vælge Danmark som feriemål. Desuden varierer mængden og typen af kulturtilbud, som de efterspørger.

Der er mange af rejsemotiverne i VisitDenmarks Turistundersøgelse, som indeholder et kulturelt element. . At de to motiver "kulturelle oplevelser" og "historiske oplevelser" er udvalgt til definere "kulturturismen", skyldes, at de indfanger de turister, som bevidst vælger destinationen pga. historie eller kultur.

For turister med disse to motiver ses også en klar tendens til, at de i større grad benytter "kulturelle aktiviteter" på ferien, såsom:

- Besøge historiske attraktioner, bygninger og monumenter
- Besøge museer og udstillinger
- Overvære koncerter, festival og events.

Igennem rapporten vil der være fokus på disse 3 aktiviteter, da de repræsenterer nogle af de mest klassiske kulturtilbud indenfor turismen.

Kilde: I spørgeskemaet er angivet: "Kulturelle oplevelser, fx gallerier, koncerter m.m." og "Historiske oplevelser og miljøer, fx. Museer, vikinger, ruiner, slotte, kirker m.m. I den forrige udgave af Turistundersøgelsen (2001), var disse to motiver et samlet motiv. Resultaterne i denne rapport er derfor ikke direkte sammenlignelige med tidligere rapporter om emnet. ** Mindst én ud af følgende ferieaktiviteter: I) Besøge historiske attraktioner, bygninger og monumenter, II) besøge museer og udstillinger III) overvære koncerter, festival og events.

43% af alle udenlandske turister i Danmark har historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiver

62% af alle udenlandske turister i Danmark benytter kulturtilbud mens de er på ferie**



Kulturturismens relevans og efterspørgsel

Turisterne opfatter kultur på mange måder

Alle turister kommer i kontakt med noget kulturelt, når de er på ferie – af egen fri vilje eller helt tilfældigt. Figuren herunder viser en normalfordeling. Den består af tre idealtyper med hver sin forståelse af begrebet kultur.

De fleste mennesker vil kunne placeres i midten af kurven: de har en åben tilgang til kultur. Relativt færre vil kunne placeres i de to yderpunkter: de er enten ekstremt afvisende eller enormt interesserede i kultur.



Markedsføring af kultur til et bredt publikum

VisitDenmark anbefaler, at den internationale kultur-turismeindsats målrettes kulturforbrugerne og de relevante målgrupper herunder.

Sideløbende kan der via andre greb og nichemarkedsføring, såsom blogger- og pressebearbejdning, sikres synlighed og interesse blandt kultureksperterne, da kulturforbrugerne til en vis grad orienterer sig mod dem som trendsættere og anbefalere.

Kulturnægterne

- Har en snæver opfattelse af kultur
- Har et passivt eller ubevidst forbrug af kultur

På ferie...

- Kultur er ikke et rejsemotiv
- De bruger sjældent kulturtilbud
- De ønsker ikke at lære deres feriested nærmere af kende

Kulturforbrugerne

- Har en bred opfattelse af kultur.
- Har et aktivt og temmelig bevidst forbrug af kultur

På ferie...

- Kultur kan være et rejsemotiv
- De bruger kulturtilbud alt efter lyst og interesse
- De ønsker at lære deres feriested nærmere at kende

Kultureksperterne

- En passioneret tilgang til kultur.
- Har et aktivt og meget bevidst forbrug af kultur

På ferie...

- Kultur er et selvskrevet rejsemotiv
- De udvælger nøje deres kulturtilbud
- De fordyber sig i udvalgte kulturoplevelser på deres feriested

Kulturturisme & Kyst og naturturister



Konklusion: Udenlandske kyst og naturturister

- ✓ Kyst- og naturturister er først og fremmest motiveret af kystlivet, men 35 pct. er også motiveret af historiske og/eller kulturelle oplevelser. Denne andel kan derfor også betegnes som "kulturturister", men det betyder ikke, at kultur er deres eneste rejsemotiv.
- ✓ Kultur er dermed ikke et rejsemotiv for flertallet af de udenlandske kyst- og naturturister. Kultur er blot én af mange oplevelser og aktiviteter som de har mulighed for at opsøge på deres ferie.
- ✓ Hele 61 pct. besøger ikke museer på ferien. De mange millioner udenlandske overnatninger i kyst- og naturdanmark burde i større grad kunne omsættes til flere besøg på museer og udstillingssteder.
- ✓ Blandt dem, som besøger museer på ferien, bliver det ofte kun til et enkelt museumsbesøg. For langt de fleste er kulturtilbud en aktivitetsmulighed på lige fod med andre ferieaktiviteter. Et museum er dermed i større grad i konkurrence med en strandtur eller en aktivitet, fremfor et andet museum.



Fakta om de udenlandske kyst- og naturturister

- De udenlandske kyst- og naturturister foretager 17,0 mio. overnatninger*, og står dermed for 49 pct. af alle overnatninger i Kyst- og naturdanmark.
- De tyske turister står for 12, 4 mio. overnatninger. Dernæst er der flest fra Norge, Sverige og Holland.
- De foretager i gennemsnit 6,6 overnatninger og har et døgnforbrug på 470 kr. pr. person.
- De fleste bor i lejet feriehus eller på en campingplads. Hotel og feriecentre er især populære blandt de svenske og norske turister.
- 86 pct. har tidligere været på ferie i Danmark. De færreste er altså på ferie for første gang i Danmark.
- 58 pct. er på ferie uden børn, mod 42 pct. med børn.
- Der er i alt 2,3 mio. kyst- og naturturister i Danmark, viser VisitDenmarks beregninger ud fra antallet af overnatninger og den gennemsnitlige opholdslængde. Foruden disse er der også en del turister på endagsbesøg og turister på overnatningssteder, som ikke indberetter til Danmarks statistik, f.eks. privat indkvartering og besøg hos familie/venner.



Udenlandske kyst- og naturturisters overnatninger

Ferieturisme	Antal (afrundet)	Andel (pct.)
Syddjylland	6.637.800	39
Nordjylland	3.744.400	22
Vestjylland	3.744.400	22
Region Sjælland	1.191.400	7
Østjylland	510.600	3
Fyn	680.800	4
Nordsjælland	340.400	2
Bornholm	170.200	1
i alt	17.020.000	100

Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelsen 2014. Alle overnatningstal er fra Danmarks Statistik og gælder for år 2014.

*På overnatningsformer, som indberetter til Danmarks Statistik: hotel, feriehus, feriecenter, vandrerhjem, camping, lystbådehavne.

Rejsemotiver for kyst- og naturturister i Danmark

Mange årsager til at vælge Danmark

- Det er nemt og billigt at rejse på ferie i Danmark i bil, og der er kort transporttid mellem oplevelserne.
- Danmark er et trygt, rent og imødekommende land, med gode overnatningssteder tæt på kyst og natur.
- Danmark opleves som et særligt børnevenligt land, hvor aktiviteter og oplevelser er tilpasset til børn.

Kultur som rejsemotiv

- 33 pct. har historiske oplevelser som ét af deres rejsemotiver.
- 18 pct. har kulturelle oplevelser.
- Øvrige motiver, der involverer en større eller mindre grad af kultur er fx: lokalt liv og kultur, madoplevelser, sightseeing, dansk mode/design m.v.

Udenlandske kyst- og naturturisters rejsemotiver (pct.)

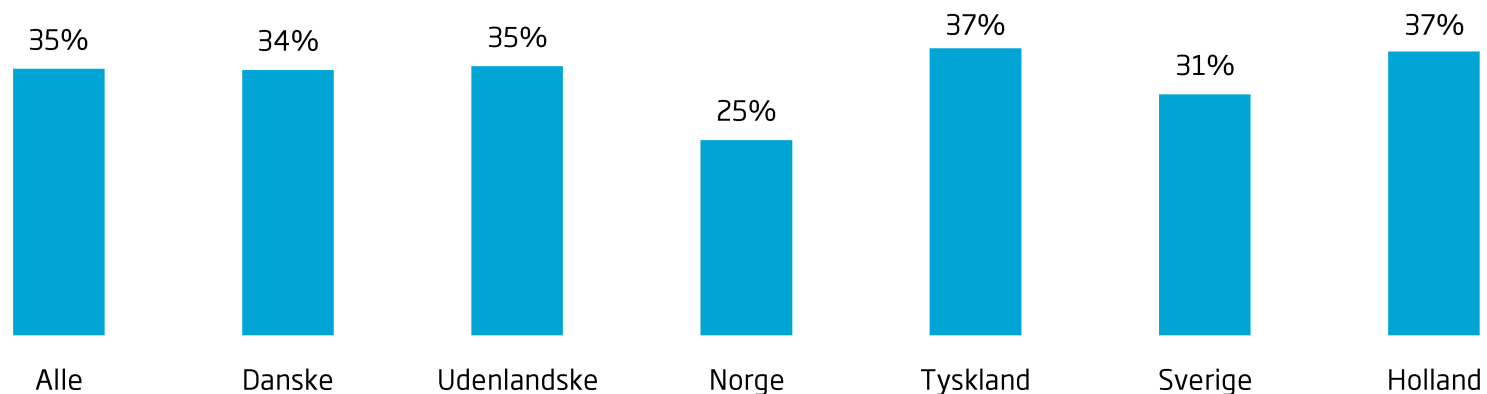
Strand, kyst og hav	75	Byliv med mange interessante oplevelser	31
Venlig og imødekommende befolkning	71	Lokale madoplevelser	29
Gode overnatningssteder	71	Forlystelsesparker, zoo o.lign.	27
Naturoplevelser	70	Besøg af familie eller venner	25
Trygt ophold	68	Cykle	25
Rent og miljøvenligt	62	Rundrejse i Danmark	24
Børnevenligt	49	Medbringe hund	23
Gode / billige transportmuligheder til DK	49	Dansk mode, design og arkitektur	22
Bade	49	Kur, spa og wellness	21
God service og betjening	48	Lystfiskeri	19
Fornuftigt prisniveau	45	Kulturelle oplevelser	18
Lokalt liv og kultur	43	Rundrejse med besøg i andre lande	10
Shopping	41	Festival eller event	10
Vandre	41	Aktiviteter på vandet	9
Gode spisesteder	39	Finere gastronomi	6
Sightseeing	33	Golf	5
Historiske oplevelser	33	Andet	23

Kultur som rejsemotiv blandt kyst- og naturturister

- Samlet set er der en andel på 35 pct. af de udenlandske kyst- og naturturister, som har historiske og/eller kulturelle oplevelser som rejsemotiv. Denne andel kan derfor også betegnes som "kulturturister", men det betyder ikke, at kultur er deres eneste rejsemotiv.
- Figuren herunder viser, hvor stor en andel af turisterne fra forskellige markeder, der har kulturelle og/eller historiske oplevelser som rejsemotiv.
- Særligt de tyske og hollandske turister har kultur som rejsemotiv. De er generelt mere nysgerrige på Danmark, og har derfor rigtig mange forskellige rejsemotiver.
- Kystliv og natur er dog det primære trækplaster for tyskere og hollændere, da Danmark her tilbyder en særlig oplevelser i forhold til deres hjemlande.

Se oversigt
i bilag

Andel blandt kyst- og naturturister i Danmark, som har "historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiver



Vigtige rejsemotiver for kyst- og naturturister

- **Kultur kommer i anden række i kyst- og naturferien**
- Blandt de udenlandske kyst- og naturturister har 35 pct. historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiv.
- Kyst- og naturisturerne indikerer også, hvilke af deres mange rejsemotiver, som er deres 3 vigtigste.
- Der er flest kyst- og naturturister, som indikerer at: naturoplevelser, strand, kyst og hav og gode/billige transportmuligheder til landet, er blandt de 3 vigtigste rejsemotiver.
- Desuden har 9 pct. af alle udenlandske kyst- og naturturister "historiske oplevelser" som ét af deres 3 vigtigste rejsemotiver.
- Mens kun 2 pct. har "kulturelle oplevelser" som ét af deres 3 vigtigste rejsemotiver.
- Kultur kommer dermed i anden række for langt de fleste kyst- og naturturister.

35%
har historiske og/eller kulturelle oplevelser
som ét af deres rejsemotiver

9%
har historiske oplevelser som
ét af deres 3 vigtigste rejsemotiver

2%
har kulturelle oplevelser som
ét af deres 3 vigtigste rejsemotiver

Kyst- og naturturister med kultur som rejsemotiv



Respondentprofil

- Lige andel mænd og kvinder
- Primært mellem 35-55 år
- Middel til over middel indkomst

Kendetegn for udenlandske kyst- og naturturister med kultur som rejsemotiv*

Lighedspunkter med de øvrige kyst- og naturturister

- De fleste bor i feriehus eller på camping
- De fleste har været på ferie i Danmark før
- De har stort set det samme døgnforbrug på rundt regnet 500 kr. pr. person på mad, overnatning, oplevelser m.v.
- På feriestedet foretager de mange af de samme aktiviteter som de øvrige turister: slapper af, nyder naturen og besøger de lokale byer, går ud og spiser og shopper lidt.

Forskelle i forhold til de øvrige kyst- og naturturister

- Flere rejser uden børn. 67 pct. mod 58 pct. generelt.
- Lidt længere opholdslængde: 7,7 overnatninger mod 6,6 generelt. Dette kan til delt skyldes, at hollænderne og tyskernes lange opholdslængde trækker gennemsnittet en smule op.
- I deres aktiviteter på feriestedet prioriterer de i lidt højere grad oplevelser, såsom museumsbesøg, historiske attraktioner, guidede ture og steder som turister normalt ikke oplever

Kultur som aktivitet blandt alle kyst- og naturturister

Kultur spiller en rolle som ferieaktivitet

Andelen af kyst- og naturturister, som bruger kulturtilbud, fx historiske attraktioner og museer, er lidt større end andelen, der er motiveret til at rejse efter kultur.

For langt de fleste kyst- og naturturister er kulturtilbud en aktivitetsmulighed på lige fod med andre ferieaktiviteter.

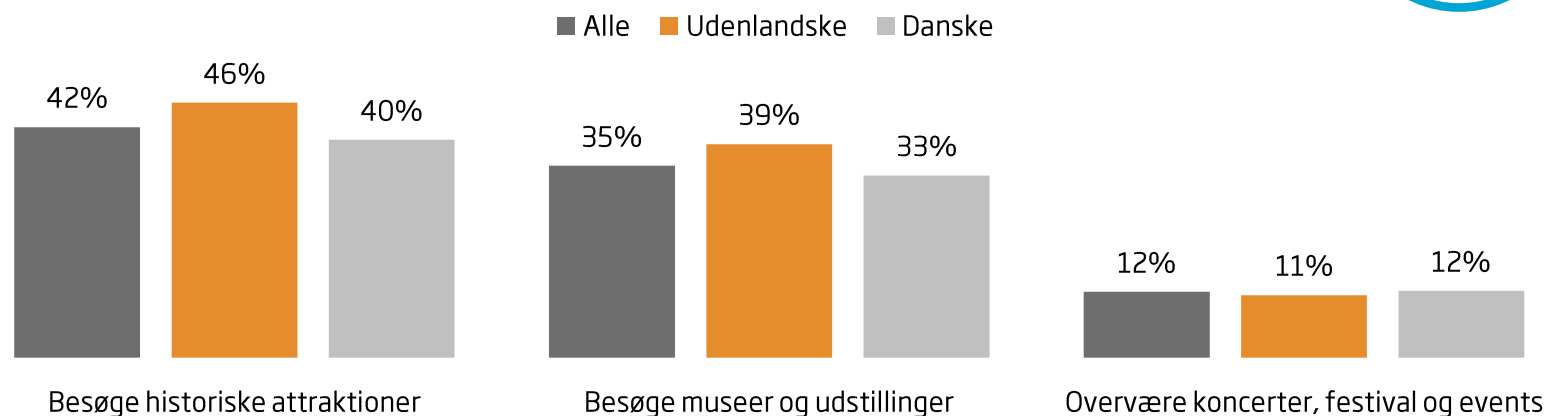
Turisterne vil vælge de aktiviteter, der matcher deres vekslende ønsker og behov i løbet af ferien.

Tæt på halvdelen af de udenlandske kyst- og naturturister besøger historiske attraktioner. Det kunne f.eks. være Rubjerg Knude, den tilsandede kirke, fyrtårne eller slotte. 2 ud af 5 går på museum eller udstilling.

Over 10 pct. går til koncert eller deltager i festival eller event.



Kyst- og naturturister i Danmark



Udenlandske Kyst- og naturturisters museumsbesøg

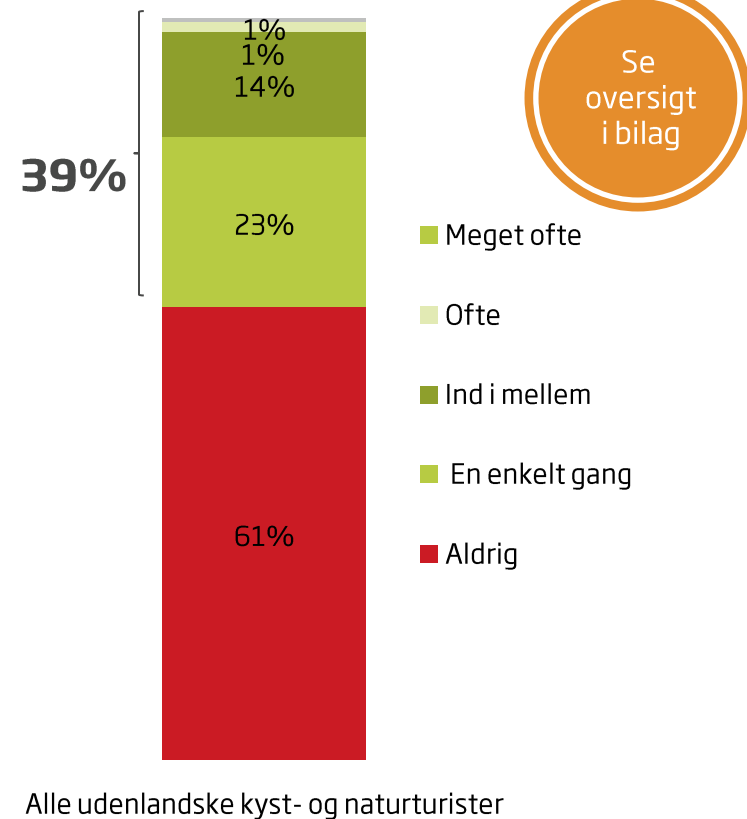
Flertallet af turisterne går ikke på museum

39 pct. af de udenlandske kyst- og naturturister besøger museer mens de er på ferie. Af de i alt 2,3 mio. udenlandske kyst- og naturturister svarer dette til 890.000 personer, hvoraf de fleste kun besøger ét museum på ferien.

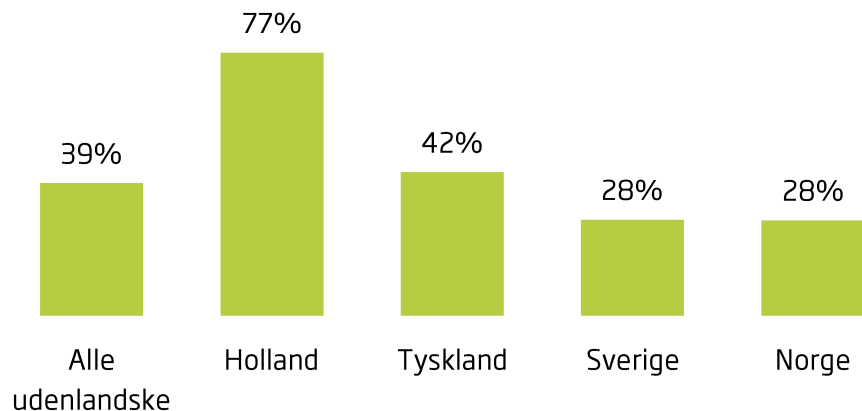
De udenlandske turister ser dermed umiddelbart ikke ud til at fylde meget på museerne udenfor storkøbenhavn, hvor der er i alt er godt 9 mio. danske og udenlandske besøg, ifølge Danmarks Statistik.

Det er især hollænderne og tyskerne, som går på museum (se mere i bilag 5). Dette stemmer godt overens med den nationale brugerundersøgelse, som viser, at museer i områder med mange tyske turister, har mange tyske brugere*.

Spørgsmål: Hvor ofte på denne rejse har du foretaget/planlægger du at besøge museer og udstillinger?



Andel kyst- og naturturister, som besøger museer og udstillinger



Kulturturisme & Storbyturister



Konklusion: udenlandske storbyturister

- ✓ Storbyturister er først og fremmest motiveret af at komme på storbyferie, med alt hvad det indebærer af oplevelser og sightseeing
- ✓ 58 pct. har historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiv. Denne andel kan derfor også betegnes som "kulturturister", men det betyder ikke, at kultur er deres eneste rejsemotiv.
- ✓ Kultur er dermed et rejsemotiv for flertallet af de udenlandske storbyturister, og fremstår dermed som en naturlig del af at tage på storbyferie.
- ✓ 62 pct. besøger museer og udstillinger mens de er på ferie. 38 pct. besøger ikke museer.
- ✓ Hver tredje storbyturist besøger museer og udstillinger "ind i mellem". Tæt på 1 ud af 10 vil ofte besøge museer.
- ✓ Museerne i storbyerne bør kunne tiltrække flere brugere under deres ferie, også fra oplandet, f.eks. kyst- og naturturister på endagsbesøg.



Fakta om de udenlandske storbyturister

- De udenlandske storbyturister foretager 3,5 mio. overnatninger*, og står dermed for en andel på 58 pct. af overnatningerne i de 4 danske storbyer. København er den største storbydestination.
- Tyskland, Norge, Sverige og UK står for 44 pct. af overnatningerne. Øvrige udland består af en række mindre markeder.
- De foretager i gennemsnit 2,7 overnatninger og har et døgnforbrug på 1.690 kr. pr. person.
- Stort set alle bor på hotel. Privat indkvartering, f.eks. AirBnb, er dog en stigende tendens.
- 47 pct. har ikke tidligere været på ferie i Danmark før.
- 89 pct. er på ferie uden børn, mod 11% med børn.
- Der er i alt 1,3 mio. storbyturister i Danmark, viser VisitDenmarks beregninger ud fra antallet af overnatninger og den gennemsnitlige opholdslængde. Foruden disse er der også en del turister på endagsbesøg og turister på overnatningssteder, som ikke indberetter til Danmarks statistik, f.eks. privat indkvartering og besøg hos familie/venner.



Udenlandske storbyturisters overnatninger

	De 4 storbyer	København by og omegn	Odense	Aalborg	Aarhus
I alt	3.536.657	3.244.835	53.270	122.388	116.164
Fordelt på nationaliteter					
Sverige	12%	13%	11%	11%	9%
Norge	12%	11%	10%	48%	18%
UK	10%	10%	7%	5%	7%
Tyskland	10%	9%	14%	11%	16%
USA	7%	8%	4%	1%	4%
Italien	4%	5%	4%	1%	2%
Holland	4%	3%	7%	4%	11%
Frankrig	3%	3%	3%	1%	2%
Kina	2%	2%	1%	1%	1%
Øvrige udland	35%	36%	39%	15%	29%

Kilde: VisitDenmarks Turistundersøgelsen 2014. Alle overnatningstal er fra Danmarks Statistik og gælder for år 2014.

*På overnatningsformer, som indberetter til Danmarks Statistik: hotel, feriehus, feriecenter, vandrerhjem, camping, lystbådehavne.

Rejsemotiver for storbyturister i Danmark

Mange årsager til at vælge Danmark

- De danske storbyer har et attraktivt miks af moderne og historiske oplevelser, hyggelige miljøer, lokalt liv og kultur, gode spisesteder og shopping.
- Byerne er rene, trygge og af en overskuelig størrelse
- Der er gode flyforbindelser til Danmark, og storbyturisterne går gerne efter et godt tilbud på en rejse.

Kultur som rejsemotiv

- 49 pct. har kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiver.
- 48 pct. har historiske oplevelser.
- Øvrige motiver, der involverer en større eller mindre grad af kultur er fx: lokalt liv og kultur, madoplevelser, sightseeing, dansk mode/design m.v.

Udenlandske storbyturisters rejsemotiver (pct.)

Byliv med mange interessante oplevelser	77	Lokale madoplevelser	21
En venlig og imødekommende befolkning	74	Festival eller event	18
Lokalt liv og kultur	72	Besøg af familie eller venner	16
Trygt ophold	70	Naturoplevelser	14
Sightseeing	61	Børnevenligt	13
Gode/ billige transportmuligheder til DK	58	Finere gastronomi	11
Rent og miljøvenligt	54	Strand, kyst og hav	11
Kulturelle oplevelser	49	Vandre	9
Historiske oplevelser	48	Rundrejse i Danmark	9
Gode spisesteder	48	Cykle	5
Gode overnatningssteder	47	Bade	2
God service og betjening	44	Kur, spa og wellness	2
Shopping	43	Aktiviteter på vandet	1
Dansk mode, design og arkitektur	36	Lystfiskeri	1
Fornuftigt prisniveau	31	Golf	0
Forlystelsesparker, zoo o.lign.	29	Medbringe hund	0
Rundrejse med besøg i andre lande	21	Andet	19

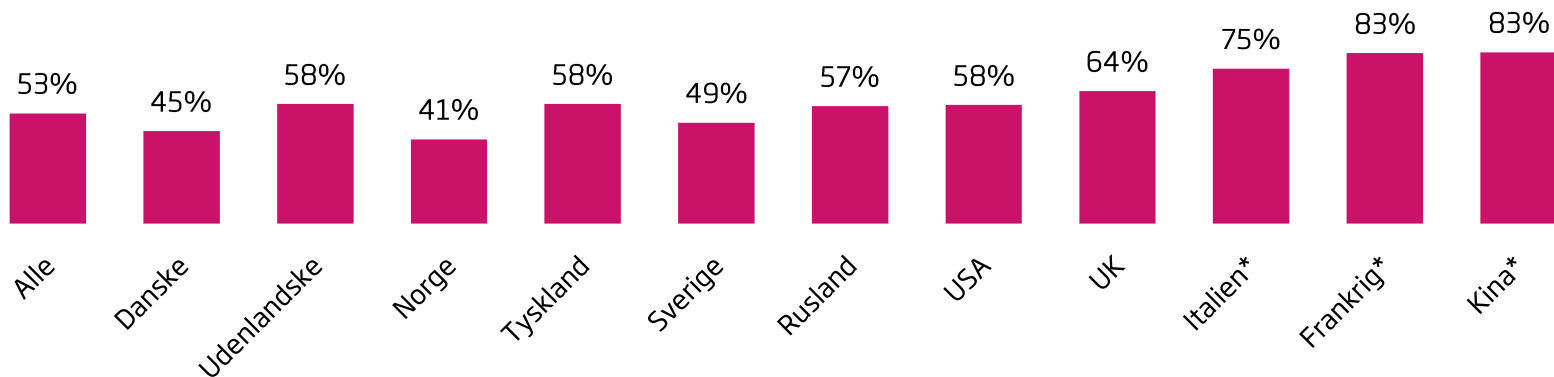
Kultur som rejsemotiv blandt storbyturister

- Samlet set er der en andel på 58 pct. af de udenlandske storbyturister, som har historiske og/eller kulturelle oplevelser som rejsemotiv. Denne andel kan derfor også betegnes som "kulturturister", men det betyder ikke, at kultur er deres eneste rejsemotiv.
- Figuren herunder viser, hvor stor en andel af turisterne fra forskellige markeder, der har kulturelle og/eller historiske oplevelser som rejsemotiv.

Den relativt største andel, der har kultur som rejsemotiv, er blandt turisterne fra USA, UK, Sydeuropa og de fjerne markeder. De opholder sig primært i København.

Målt i antal overnatninger udgør turisterne fra Danmarks nære og europæiske markeder dog samlet set mest, som vist på side 23.

Andel blandt storbyturister i Danmark, som har "historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiver



Se oversigt
i bilag

Vigtige rejsemotiver for storbyturister

Kultur er en essentiel del af storbyferien

- Blandt de udenlandske storbyturister har 58 pct. historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiv.
- Storbyturisterne indikerer også, hvilke af deres mange rejsemotiver, som er deres 3 vigtigste.
- Der er flest storbyturister, som indikerer at: byliv med mange interessante oplevelser, opleve det lokale liv og kultur samt en venlig og imødekommende befolkning, er blandt de 3 vigtigste rejsemotiver.
- Desuden har 26 pct. af alle udenlandske storbyturister "kulturelle oplevelser" som ét af deres 3 vigtigste rejsemotiver.
- 13 pct. af har "historiske oplevelser" som ét af deres 3 vigtigste rejsemotiver.
- Da en betydelig andel prioriterer og rejser efter kultur, fremstår kultur som en naturlig del af at tage på storbyferie.



Storbyturister med kultur som rejsemotiv



Respondentprofil

- Lige andel mænd og kvinder
- Primært mellem 35-55 år
- Middel til over middel indkomst

Kendetegn for udenlandske storbyturister med kultur som rejsemotiv*

Lighedspunkter med de øvrige storbyturister

- De fleste er på storbyferie uden børn.
- Alle bor stort set på hotel.
- De er på city-break, dvs. et kort ophold på i gennemsnit 3 overnatninger.
- De har stort set det samme døgnforbrug på rundt regnet 1.700 kr. pr. person på mad, overnatning, oplevelser m.v.
- De foretager mange af de samme aktiviteter som de øvrige turister: udforsker byen, tager på sightseeing, besøger spændende attraktioner, shopper og spiser ude.

Forskelle i forhold til de øvrige kyst- og naturturister

- En lidt større andel er på ferie i Danmark for første gang, 55 pct. mod 47 pct. blandt storbyturisterne generelt.
- Lidt flere vil foretage sig noget kulturelt. En større andel besøger historiske attraktioner, museer og udstillinger og ønsker at opleve steder som turister normalt ikke oplever.

Kultur som aktivitet blandt alle storbyturister

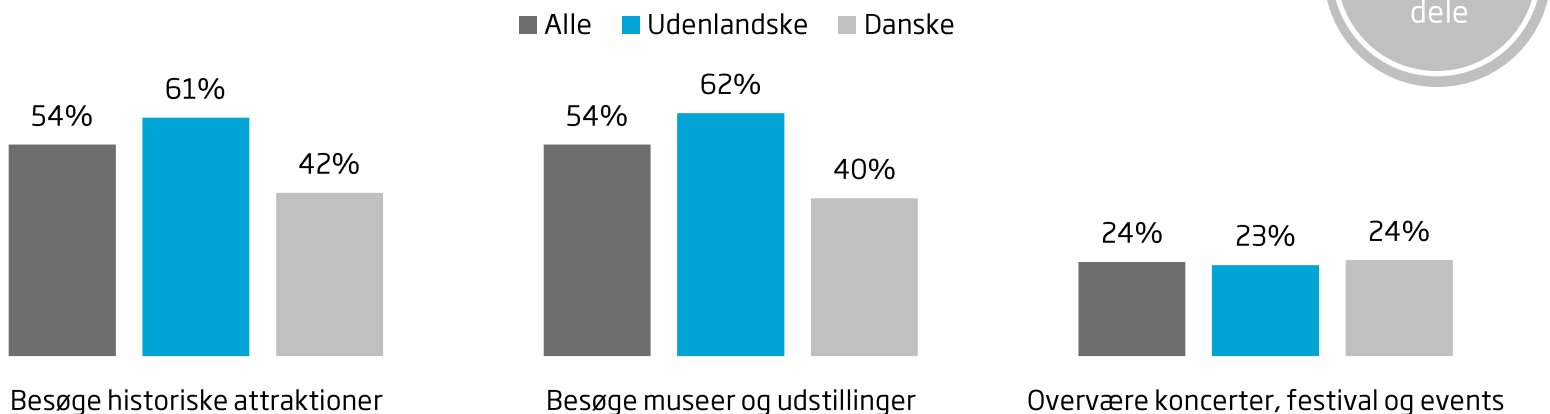
Internationale storbyturister går efter kulturtilbud

Flertallet af de udenlandske storbyturister besøger historiske attraktioner og museer, mens det gælder for under halvdelen af de danske storbyturister.

De udenlandske storbyturister benytter i lidt højere grad kulturtilbud end de danske. Særligt når det gælder besøg af museer og besøg af historiske attraktioner.

Tæt på hver fjerde storbyturist går til koncert eller deltager i festival eller events.

Storbyturister i Danmark



Udenlandske storbyturisters museumsbesøg

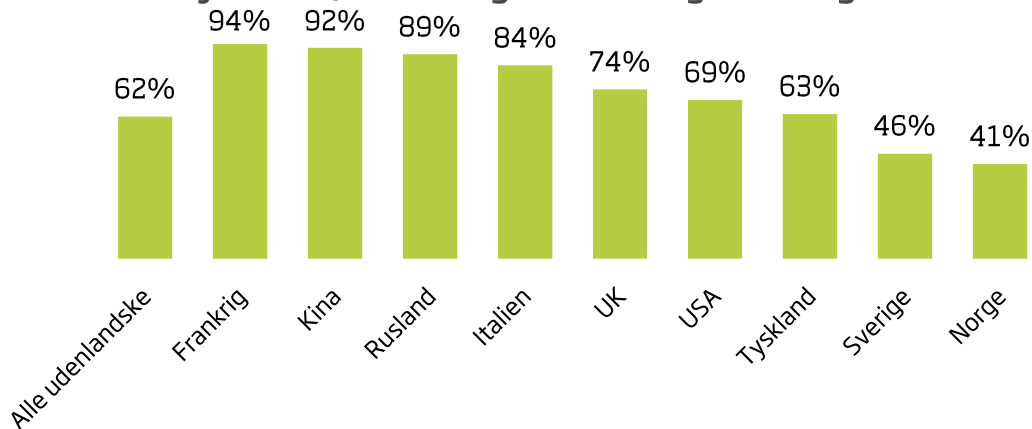
Flertallet af storbyturisterne går på museum

62 pct. af de af de udenlandske storbyturister besøger museer og udstillinger mens de er på ferie. Af de i alt 1,3 mio. storbyturister, hvoraf de fleste opholder sig i Storkøbenhavn, svarer dette til godt 760.000 personer, som tilmed besøger museerne indimellem eller ofte på ferien.

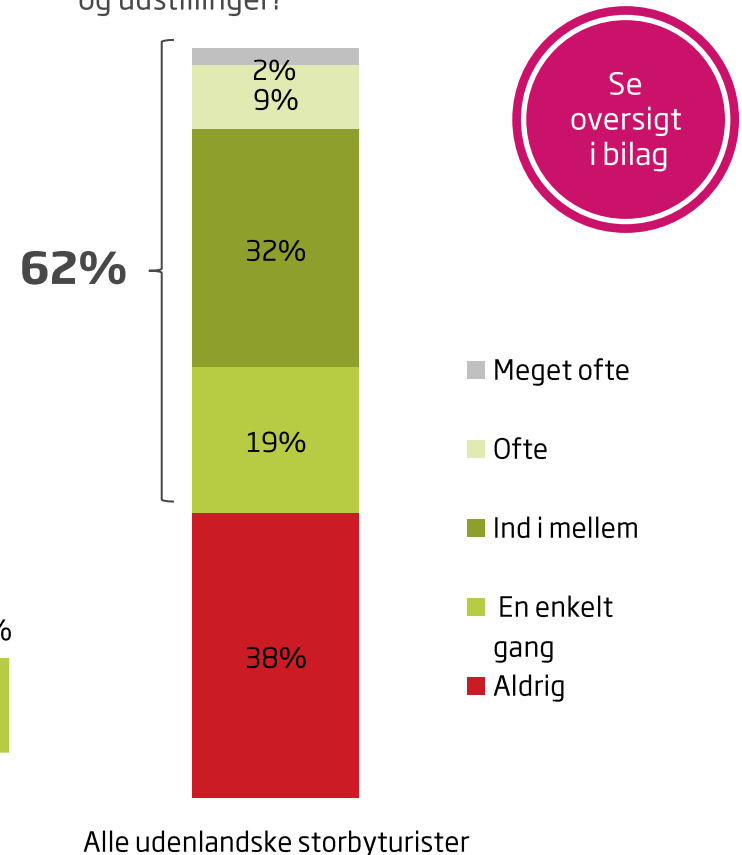
Alene i Storkøbenhavn er der i alt 5,2 mio. danske og udenlandske besøg på museerne, ifølge Danmarks Statistiks Museumsstatistik.

Det er især turisterne fra de europæiske og fjerne markeder, som går på museer, da de gerne vil lære Danmark bedre at kende (se mere i bilag 6). De norske og svenske turister har været i Danmark før, og værdsætter dermed den danske kultur på en lidt anden måde - de rejser efter byernes hygge, atmosfære, god mad og shopping.

Andel storbyturister, som besøger museer og udstillinger



Spørgsmål: Hvor ofte på denne rejse har du foretaget/planlægger du at besøge museer og udstillinger?



Datagrundlag og bilag

Datagrundlag

Landsdækkende og repræsentativ undersøgelse

Rapportens data er fra VisitDenmarks Turistundersøgelse, som er gennemført af SFI Survey i hele 2014 og i hele landet.

Undersøgelsen består af godt 12.000 personlige interviews, som er indsamlet på kommercielle overnatningssteder* efter en kvoteplan udviklet af Danmarks Statistik, i henhold til turisternes registrerede overnatninger i Danmark.

Al data er indsamlet og vægtet således, at undersøgelsen er repræsentativ på landsplan for danske og udenlandske ferie- og erhvervsturister.

På landsdelsniveau er data vægtet, for at afspejle antallet af hhv. danske og udenlandske turister. Interviewpersoner er rekrutteret på frivillig basis. Visse resultater for landsdelene vil derfor ikke være fuldt repræsentative, men vil kunne give et kvalificeret overblik baseret på solide stikprøver.

Antal interviews med ferieturister

	Alle	Danske	Udenlandske
København by og omegn	2.233	176	2.057
Bornholm	198	119	79
Region Sjælland + Nordsjælland	740	361	379
Fyn	475	185	290
Sydjylland	2.690	651	2.039
Østjylland	595	280	315
Vestjylland	1.145	225	920
Nordjylland	1.370	358	1.012

Antal interviews med ferieturister i Danmark fra udvalgte markeder

	Alle turister	Danske	Udenlandske	Tyskland	Norge	Sverige	Holland	Rusland	UK	USA	Italien	Frankrig	Kina
Hele landet	9.446	2.355	7.091	2.793	942	800	606	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Kyst- og naturdanmark	6.977	2.096	4.881	2.562	690	531	556	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
De 4 storbyer	2.469	259	2.210	231	252	269	N/A	319**	186	130**	87**	81**	61**

Bilag I Kultur som ét af rejsemotiverne

Spørgsmål: Hvad er årsagerne til, at du valgte at holde ferie i Danmark? Flere svar mulige

Andel, som har historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiver

	Alle ferieturister	Kyst - og naturturister	Storbyturister
I alt	39	35	53
Danske	36	34	45
Udenlandske	43	35	58
Norge	32	25	41
Tyskland	39	37	58
Sverige	40	31	49
Holland	N/A	37	N/A
USA	N/A	N/A	58
UK	N/A	N/A	64
Italien*	N/A	N/A	75
Kina*	N/A	N/A	83
Frankrig*	N/A	N/A	83

Bilag II Udenlandske turisters ferieaktiviteter

Udenlandske kyst- og naturturister i Danmark (pct.)

	Alle
Slappe af på overnatningsstedet	97
Korte gåture og sightseeing til fods	88
Udflugter i naturen	76
Lave egen mad	85
Gå på restaurant, café el. lign.	80
Opleve det lokale bymiljø	74
Shopping	76
Besøge historiske attraktioner	46
Møde lokalbefolkningen	57
Besøge museer og udstillinger	39
Oplevesteder som turister normalt ikke oplever	36
Dyrke sport og motion	40
Bade i badeland	39
Bade i hav eller sø	34
Være aktiv sammen med / lege med børnene	45
Kur, spa og wellenss	22
Længere vandreture over 5 km	31
Besøge dyreparker, akvarier og zoologiske haver	28
Besøge forlystelsesparker og oplevelsescentre	27
Korte cykelture	22
Lystfiskeri	18
Længere cykelture over 10 km	18
Guidede ture	9
Overvære koncerter, festival og events	11
Spille golf	6
Gå i byen (nattelliv)	5
Sejle i kano eller kajak	4
Ridning	4
Lystsejlad	2
Surfing	3
Dykning	1

Udenlandske storbyturister i Danmark (pct.)

	Alle
Gå på restaurant, café el. lign.	96
Korte gåture og sightseeing til fods	95
Opleve det lokale bymiljø	90
Besøge museer og udstillinger	62
Shopping	79
Besøge historiske attraktioner	61
Møde lokalbefolkningen	73
Opleve steder som turister normalt ikke oplever	59
Længere vandreture over 5 km	51
Gå i byen (nattelliv)	50
Slappe af på overnatningsstedet	60
Guidede ture	30
Besøge forlystelsesparker og oplevelsescentre	35
Overvære koncerter, festival og events	23
Udflugter i naturen	19
Besøge dyreparker, akvarier og zoologiske haver	16
Være aktiv sammen med / lege med børnene	13
Dyrke sport og motion	9
Korte cykelture	8
Lave egen mad	8
Længere cykelture over 10 km	6
Bade i hav eller sø	4
Lystsejlad	4
Kur, spa og wellenss	3
Bade i badeland	3
Lystfiskeri	2
Spille golf	1
Sejle i kano eller kajak	1
Ridning	1
Dykning	1
Surfing	1

Bilag III Brug af kulturtilbud på landsdele

Spørgsmål: Har du foretaget/planlægger du at foretage følgende aktiviteter på denne rejse?

Alle ferieturister i Danmark (pct.)

	København by og omegn	Region Sjælland og Nordsjælland	Bornholm	Fyn	Syddjylland	Vestjylland	Østjylland	Nordjylland
Besøge historiske attraktioner	55	37	90	51	40	22	41	54
Besøge museer og udstillinger	55	26	69	43	35	36	40	37
Overvære koncerter, festival og events	23	12	32	11	6	14	20	17

Alle ferieturister (pct.) - hhv. danske (DK) og udenlandske (UDL)

	København by og omegn		Region Sjælland og Nordsjælland		Bornholm		Fyn		Syddjylland		Vestjylland		Østjylland		Nordjylland	
	DK	UDL	DK	UDL	DK	UDL*	DK	UDL	DK	UDL	DK	UDL	DK	UDL	DK	UDL
Besøge historiske attraktioner	33	64	35	44	91		49	54	35	46	6	37	40	50	59	47
Besøge museer og udstillinger	23	66	25	31	69		44	42	32	40	18	52	38	50	47	23
Overvære koncerter, festival og events	24	23	14	5	33		11	12	5	7	9	19	16	45	22	12

Bilag IV Graden kulturtilbud benyttes

	Andel som benytter kulturtilbud ("meget ofte" til "en enkelt gang")	Meget ofte	Ofte	Ind i mellem	En enkelt gang	Aldrig
Alle udenlandske kyst- og naturturister i Danmark						
Besøge historiske attraktioner	46	1	2	16	28	54
Besøge museer og udstillinger	39	1	1	14	23	61
Overvære koncerter, festival og events	11	0	1	2	7	89
Udenlandske Kyst- og naturturister, som har historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiver						
Besøge historiske attraktioner	81	2	5	33	41	19
Besøge museer og udstillinger	73	1	3	31	39	27
Overvære koncerter, festival og events	11	0	1	4	6	89

	Andel som benytter kulturtilbud ("meget ofte" til "en enkelt gang")	Meget ofte	Ofte	Ind i mellem	En enkelt gang	Aldrig
Alle udenlandske storbyturister i Danmark						
Besøge historiske attraktioner	61	3	9	31	18	39
Besøge museer og udstillinger	62	2	9	32	19	38
Overvære koncerter, festival og events	23	2	2	8	11	77
Udenlandske storbyturister, som har historiske og/eller kulturelle oplevelser som ét af deres rejsemotiver						
Besøge historiske attraktioner	82	4	13	44	20	18
Besøge museer og udstillinger	86	3	13	47	23	14
Overvære koncerter, festival og events	28	1	3	11	13	72

Bilag V Kyst- og naturturisters brug af kulturtilbud

Spørgsmål: Har du foretaget/planlægger du at foretage følgende aktiviteter på denne rejse?

Kyst - og naturturister i Danmark (pct.) - de primære markeder

	Alle	Danmark	Udenlandske	Norge	Tyskland	Sverige	Holland
Besøge historiske attraktioner	42	40	46	39	47	34	79
Besøge museer og udstillinger	35	33	39	28	42	28	77
Overvære koncerter, festival og events	12	12	11	12	10	19	11

Bilag VI Storbyturisters brug af kulturtilbud

Spørgsmål: Har du foretaget/planlægger du at foretage følgende aktiviteter på denne rejse?

Storbyturister i Danmark (pct.) - udvalgte markeder*

	Alle	Danske	Udenlandske	Norge	Tyskland	Sverige	USA	UK	Frankrig	Italien	Rusland	Kina**
Besøge historiske attraktioner	54	42	61	44	65	48	70	63	88	85	81	80
Besøge museer og udstillinger	24	40	62	41	63	46	69	74	94	84	89	92
Overvære koncerter, festival og events	36	24	23	16	22	26	25	22	25	31	12	46

Mere viden om turisterne i Danmark

Nøgletal om turisterne

På VisitDenmarks hjemmeside kan du få mange flere oplysninger og nøgletal om turisterne og turismen i Danmark.

Hvem er vi?

VisitDenmarks analyseafdeling, Viden & Analyse, indsamler viden og udarbejder analyser om turisterne til brug i den internationale markeds-føring af Danmark.

Kontakt os

analyse@visitdenmark.com



VisitDenmark.dk/analyse
- Vidensbank for turismen i Danmark