



På ferie i Danmark

www.visitdenmark.com

VisitDenmark 

September 2010

På ferie i Danmark

– Turistundersøgelsen 2008

Udgivet af:

VisitDenmark
September 2010
ISBN: 87-87393-67-0

Adresse:

Analyse- og videnformidling
Islands Brygge 43, 3.
2300 København S
Tlf. +45 3288 9900
www.visitdenmark.com

Forfatter:

Kirstine Tolstrup Nielsen
E-mail: ktn@visitdenmark.com

Indhold

Bag om rapporten

Struktur	1
Dataindsamling	1

Hvem er turisterne i Danmark?

Turisternes nationalitet	2
Overnatningsformer	2
Overnatninger regionalt	3
Rejsegruppe	3
Rejsegruppestørrelse	4
Indkomst	4
Tidligere besøg i Danmark	5

Forberedelse til ferien

Baggrund for rejsetidspunktet	5
Turisternes motiver	6
Afgørende faktorer for valget af Danmark	7
Informationskilder	8
Booking før afrejsen	9

Ferien i Danmark

Transportmiddel	10
Opholdslængde	10
Døgnforbrug	11
Udflugter	11
Ferens aktiviteter	12
Motiv-målgrupper – overnatninger og omsætning	13

Efter ferien

Tilfredshed med opholdet	14
--------------------------	----

Tabeller

Tabel 1. Hvem er turisterne i Danmark?	15
Tabel 2. Forberedelse til ferien	16
Tabel 3. Ferien i Danmark	17-19
Tabel 4. Efter ferien	20

Bag om rapporten

Hvor kommer turisterne i Danmark fra? Hvad laver de under ferien i Danmark? Og hvorfor blev netop Danmark valgt som destination? – er blot et udpluk af de mange spørgsmål som denne VisitDenmark rapport giver svar på.

Via korte tekster og enkle illustrationer har denne rapport til hensigt at give læseren et bredt overblik over turismen i Danmark samt et unikt indblik i turisternes ferieophold og rejseplanlægning. Rapporten er således et supplement til VisitDenmarks opgørelse af turismens økonomiske betydning i Danmark.

Struktur

Rapporten omhandler udelukkende turister på ferie i Danmark, og beskriver i fire afsnit forskellige aspekter af turisternes ophold:

- Hvem er turisterne i Danmark?
- Forberedelse til ferien
- Ferien i Danmark
- Efter ferien

Rapporten beskriver den gennemsnitlige ferieturist i Danmark. Hvor der er store forskelle i adfærd, beskriver rapporten forskelle mellem turister på hotel, feriecenter, vandrerhjem, camping og lejede feriehus samt forskelle mellem danske og udenlandske ferieturister. Til sidst i rapporten foreligger en række tabeloversigter, der udspecificerer data for de primære turistmarkeder. Bliver man nysgerrig undervejs i rapporten for at vide mere om et specifikt turistmarked, kan man derfor med fordel slå op i tabeloversigterne.

Dataindsamling

Rapporten er udarbejdet på baggrund af VisitDenmarks landsdækkende turistundersøgelse, der blev gennemført i hele 2008. Turistundersøgelsen 2008 er baseret på personlige interviews med ca. 8.000 ferieturister under deres ferie i Danmark, og består af en lang række spørgsmål vedrørende opholdet i Danmark. På landsbasis er undersøgelsen repræsentativ for overnattende ferierelaterede turister på hoteller, feriecentre, campingpladser, lejede feriehus og vandrerhjem i 2008. Turistprofilen er derfor ikke gældende for turister på andre overnatningsformer end de nævnte, dvs. den er ikke gældende for f.eks. privat indkvarterede, endagsturister og erhvervsturister.

I de præsenterede tabeller og figurer er fordelingen vægtet efter overnatninger. Det betyder, at de viste resultater repræsenterer en andel af overnatninger og ikke f.eks. en andel af turister eller 'hoveder'. Alle tal henviser til året 2008. De tre første figurer i rapporten, der opsummerer de primære turistnationaliteter, overnatningsformer og regionale ophold, er dog dannet på baggrund af Danmarks Statistiks overnatningstal fra 2009.

Hvem er turisterne i Danmark?

Turisternes nationalitet

I alt var der rundt regnet 41 mio. registrerede overnatninger i Danmark i år 2009 på hoteller, feriecentre, vandrerhjem, campingpladser og i lejede feriehus. De danske og udenlandske turister står for hhv. 53 pct. og 47 pct. af overnatningerne.

Hvor de tyske turister har den næststørste andel samlet set (30 pct.), står de norske og svenske turister for hhv. 5 pct. og 3 pct. af overnatningerne. Af de udenlandske turister har nabolandsturisterne dermed den største andel af overnatningerne.

Turister fra Storbritannien, Frankrig, Spanien, Italien og Holland, har en samlet andel på 5 pct. af overnatningerne. Asiatiske og amerikanske turister står begge for en andel på 1 pct.



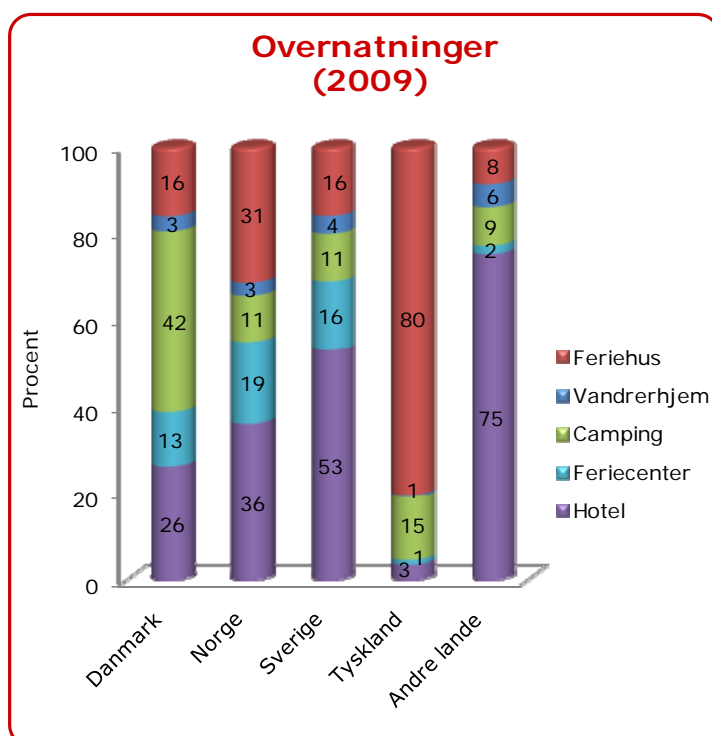
Kilde: Danmarks statistik (inkl. erhversovernatninger)

De foretrukne overnatningsformer

De danske turister har flest overnatninger på campingpladser (42 pct.), og færrest på vandrerhjem (3 pct.).

Blandt nabolandsturisterne har tyskerne hele 80 pct. af deres overnatninger i feriehus. Nordmænd og svenskere har flest overnatninger på hotel, men lejer også gerne feriehus og har relativt flere overnatninger på feriecentre end de andre nationaliteter.

For de udenlandske turister fra fjerne destinationer gælder det, at 75 pct. af deres overnatninger foregår på hotel. Til sammenligning har disse udenlandske turister endvidere den relativt højeste andel overnatninger på vandrerhjem.



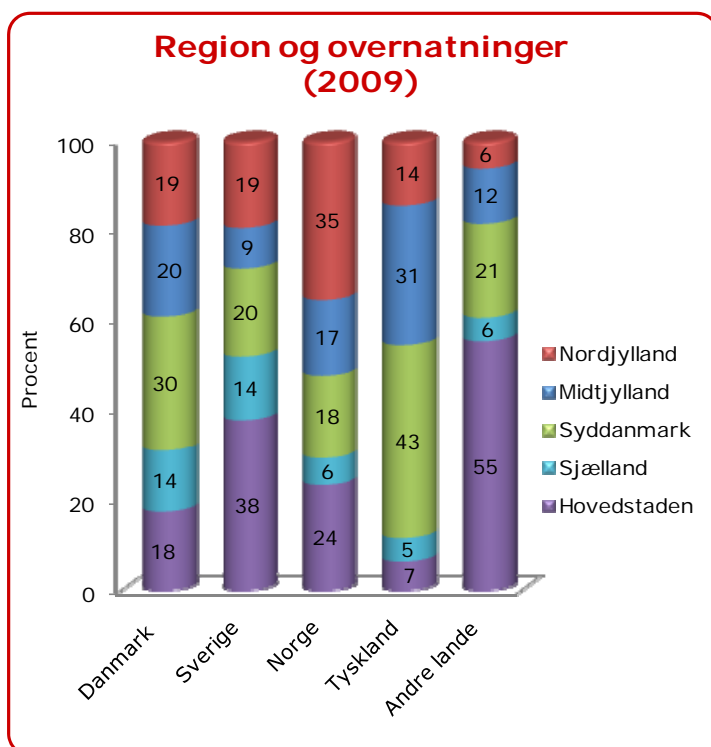
Kilde: Danmarks statistik (inkl. erhversovernatninger)

Turisterne regionalt set

Danmarks regioner er velbesøgt af en bred vifte af turister med forskellige nationaliteter.

De danske turister opholder sig stort set ligeligt i alle dele af landet. Blandt nabolandsturisterne har nordmændene flest overnatninger i Region Nordjylland (35 pct.), svenskere har flest overnatninger i Region Hovedstaden og størstedelen af de tyske overnatninger finder sted i Region Syddanmark (43 pct.). Korte afstande til de foretrukne danske regioner virker derfor til at være en vigtig faktor for nabolandsturisternes valg af feriested.

Halvdelen af turisterne fra andre landes overnatninger finder sted i Region Hovedstaden (55 pct.), mens den anden halvdel foregår i resten af landet.



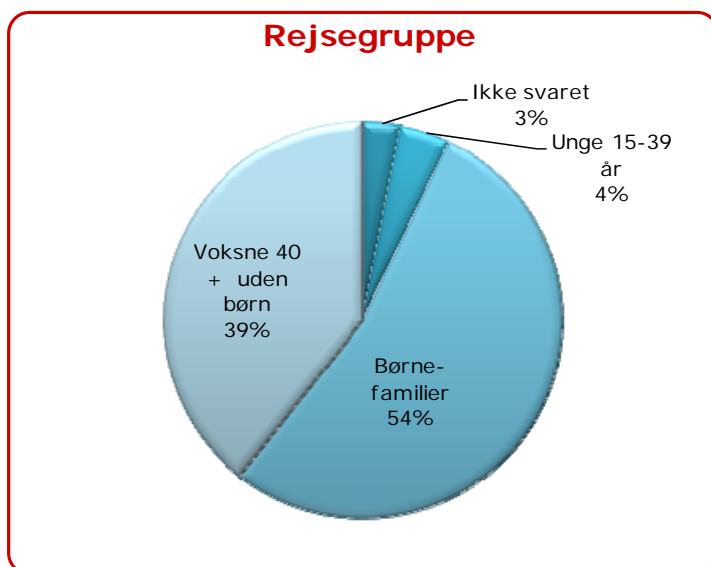
Kilde: Danmarks statistik (inkl. erhvers-overnatninger)
Note: overnatninger inkluderer her hotel, feriecenter, vandrerhjem, camping og lejet feriehus.

Flest på familieferie

Tæt på halvdelen af turisterne i Danmark er familier på ferie med børn. En andel på 39 pct. af turisterne er voksne over 40 år uden børn. Unge (uden børn) står for 4 pct. af turismen.

Rejsegruppefordelingen er nogenlunde jævnbyrdig når man sammenligner de danske og udenlandske turister.

Se også tabel 1 på side 15:
Rejsegruppe og nationalitet.



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Rejsegruppestørrelsen varierer

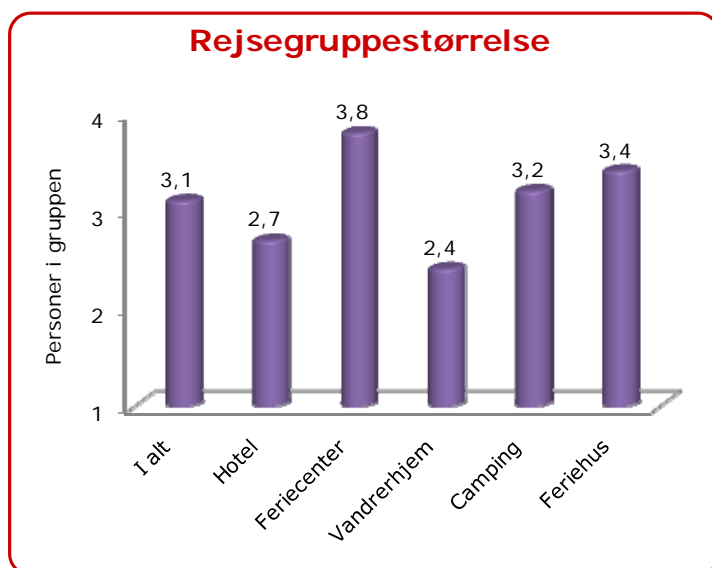
Gennemsnitlig rejsegruppestørrelse på tværs af overnatningsformer er 3 personer. Børnefamilierne præger dermed billedet.

Feriecentre har den største gennemsnitlige rejsegruppe på 3,8 personer. Vandrerhjem har den mindste rejsegruppe på i alt 2,4 gæster.

De danske og udenlandske turisters rejsegruppestørrelser fordelt på overnatningsformer fremstår relativt identiske.

Se også tabel 1 på side 15:

Rejsegruppestørrelse og nationalitet.



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Flertal med mellemindkomster

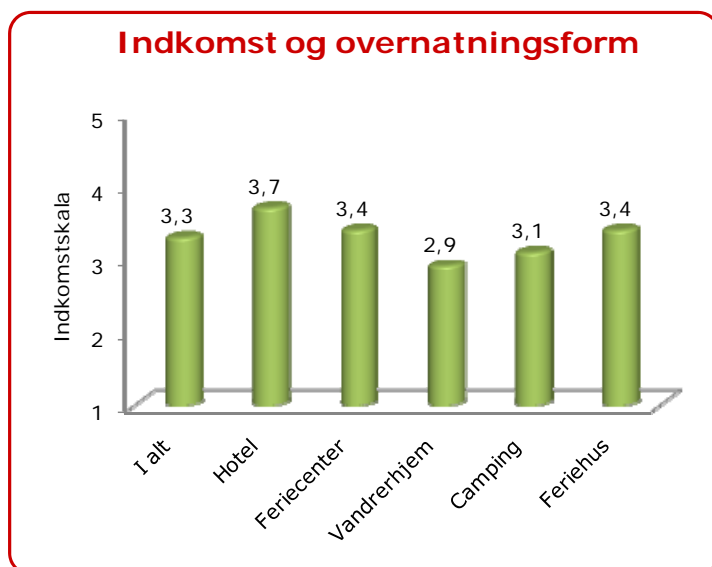
I undersøgelsen bliver respondenterne adspurgt om, hvordan de vil placere deres årlige indkomst på en skala fra 1-5, hvor 1 svarer til "den lave ende" og 5 svarer til "den høje ende".

I gennemsnit har både de danske og udenlandske turister vurderet deres indkomst til at ligge tæt på midten af indkomstskaalen.

Hotelgæster har placeret deres indkomst højest, på i snit 3,7. Vandrerhjem- og campinggæster er de to grupper, der har vurderet deres indkomst lavest (hhv. 2,9 og 3,1).

Se også tabel 1 på side 15:

Indkomst og nationalitet.



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

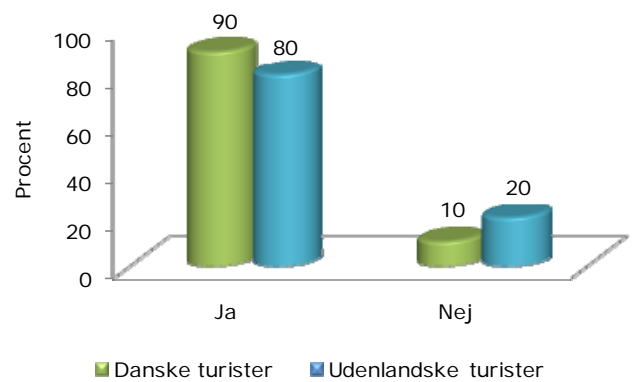
Danmark igen i år

Et overvejende flertal af såvel de danske som udenlandske turister har været på ferie i Danmark inden for de seneste fem år. Blot 10 pct. af de danske og 20 pct. af de udenlandske turister er førstegangsbesøgende.

Hele 78 pct. af danske og 46 pct. af udenlandske turister har været på besøg i Danmark fire gange eller derover inden for de seneste fem år. Samlet set viser det en solid præference for Danmark som en foretrukken feriedestination, der er utallige genbesøg værd.

*Se også tabel 1 på side 15:
Tidligere besøg fordelt på nationalitet.*

Tidligere besøg i Danmark



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Forberedelse til ferien

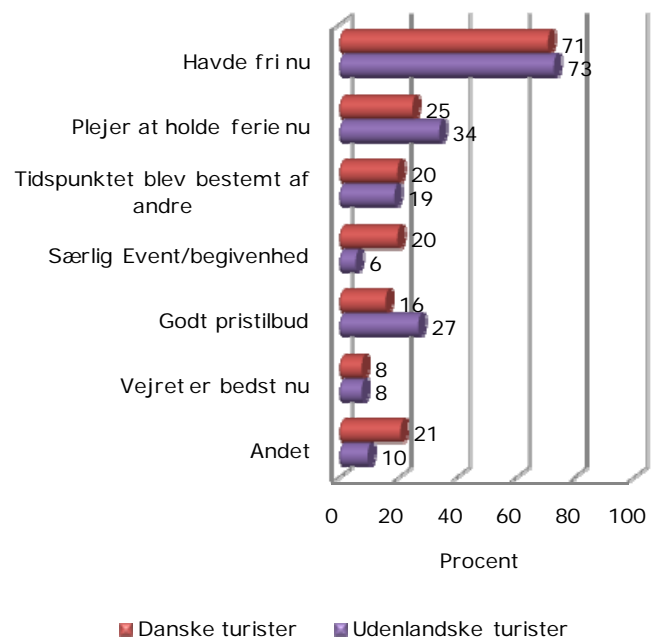
Fritid er lig med rejsetid

I undersøgelsen har respondenterne mulighed for at tilkendegive flere mulige svar på, hvad der har påvirket deres valg af rejsetidspunkt.

Størsteparten af turisterne vælger deres rejsetidspunkt ud fra, at de har fri eller plejer at holde fri på det pågældende tidspunkt.

En femtedel af de danske turister har valgt tidspunktet ud fra, at de ønsker at opleve en særlig begivenhed. Kun 6 pct. af de udenlandske turister angiver en særlig begivenhed som årsag for deres rejsetidspunkt. Et godt pristilbud kan især få de udenlandske turister til at slå til (27 pct.) i forhold til de danske turister (16 pct.).

Baggrund for rejsens tidspunkt



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

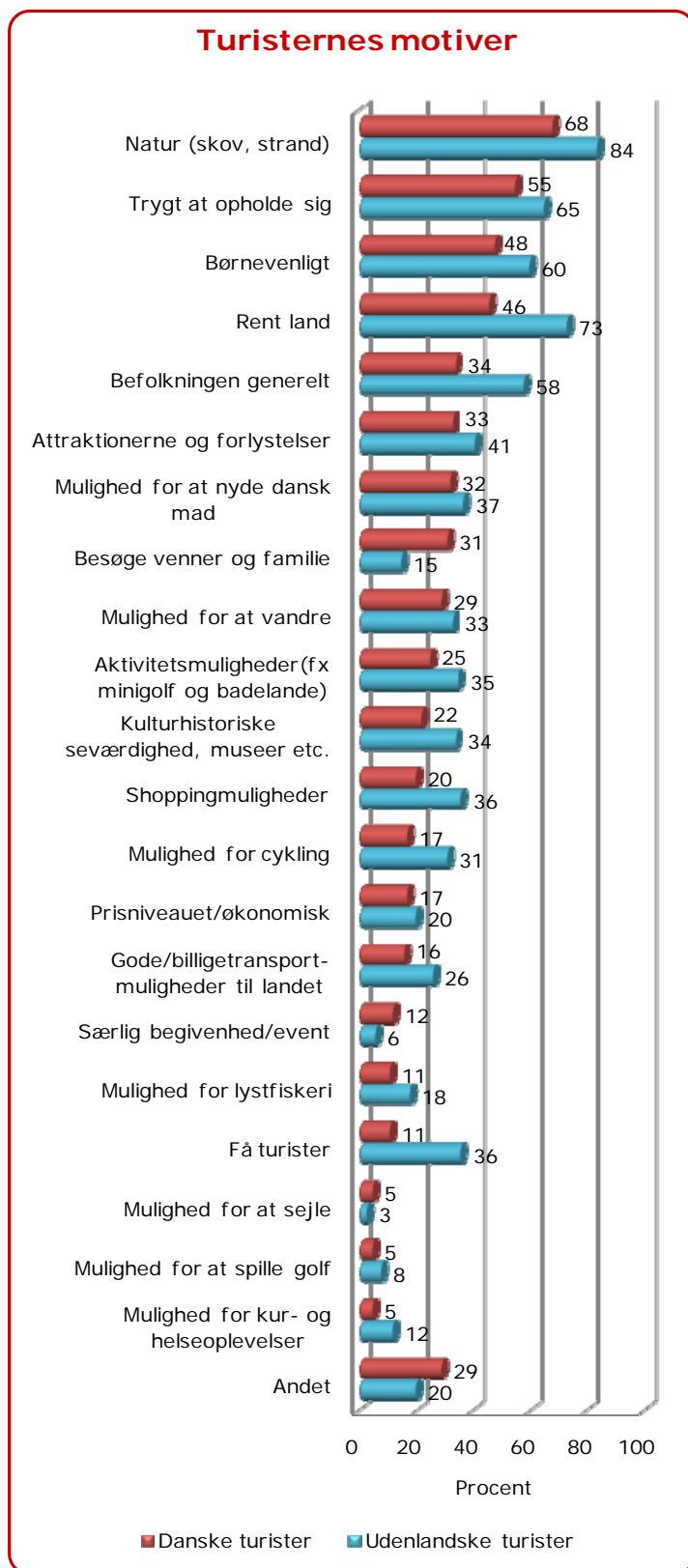
Natur, tryghed og børnevenlige rammer motiverer

Adspurgte om hvilke motivationsfaktorer, der har medvirket til valget af Danmark som feriedestination, fremhæver størstedelen af undersøgelsens respondenter: naturen, trygheden og de børnevenlige rammer.

De udenlandske turister motiveres i højere grad end de danske af befolkningen, rene omgivelser, shopping, aktiviteter og attraktioner. Endvidere værdsætter 36 pct. af de udenlandske besøgende, at der er få turister, hvorimod de danske turister finder dette til at være af langt mindre betydning (11 pct.).

31 pct. af de danske turister har besøg hos venner og familie som én af deres bevæggrunde for deres rejse, hvor dette kun er tilfældet for 15 pct. af de udenlandske turister.

*Se også tabel 2 på side 16:
Motiver fordelt på nationalitet.*



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Tidligere erfaring afgør valget af Danmark

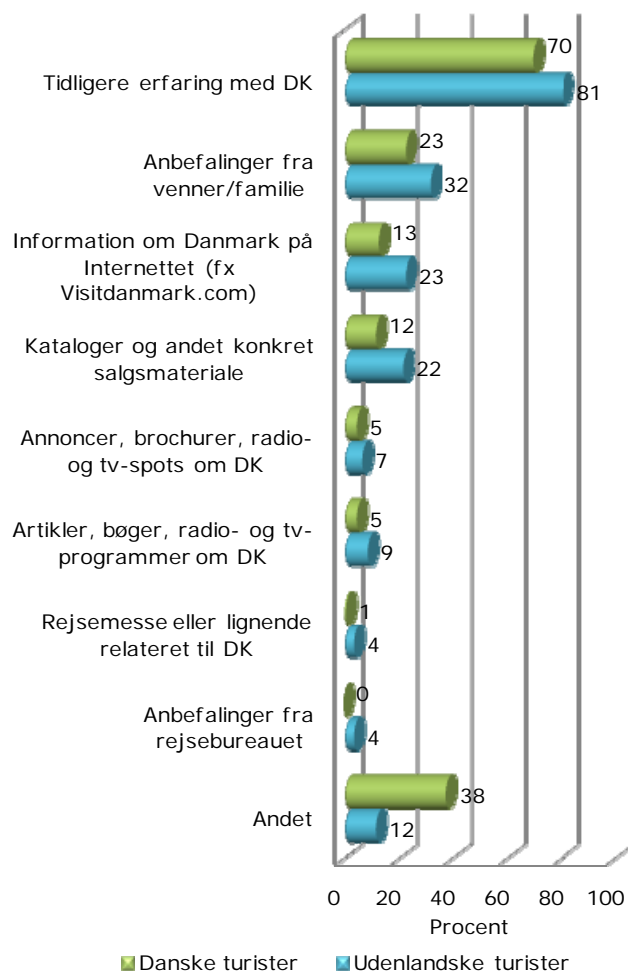
Den mest afgørende faktor for at tage på ferie i Danmark er afgjort turisternes tidligere erfaring med Danmark. Som vist tidligere, har nemlig langt størstedelen af såvel danske som udenlandske turister besøgt en destination i Danmark før.

Erfaringer og oplevelser som venner og familie har gjort sig spiller også en stor rolle i turistens valg. Knap en tredjedel (32 pct.) af de udenlandske turister og 23 pct. af de danske turister vurderer, at anbefalinger fra venner og familie har haft en afgørende indflydelse på deres beslutning.

Information om Danmark fra kataloger og internettet udgør en vigtigere beslutningsfaktor for udenlandske turister end for danske turister.

I undersøgelsen har respondenterne mulighed for at tilkendegive flere mulige svar på, hvad der har påvirket deres valg af Danmark som destination. En høj andel (38 pct.) af de danske turister giver dog udtryk for, at der ligger helt andre faktorer til grund for deres beslutning end de angivne i undersøgelsen. Det er derfor højst tænkeligt, som turisterne også giver udtryk for her, at valget af rejsedestination er resultatet af en kompleks beslutningsproces, hvor det kan være svært at sætte fingeren på én afgørende bevæggrund.

Afgørende faktorer for valget af Danmark



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

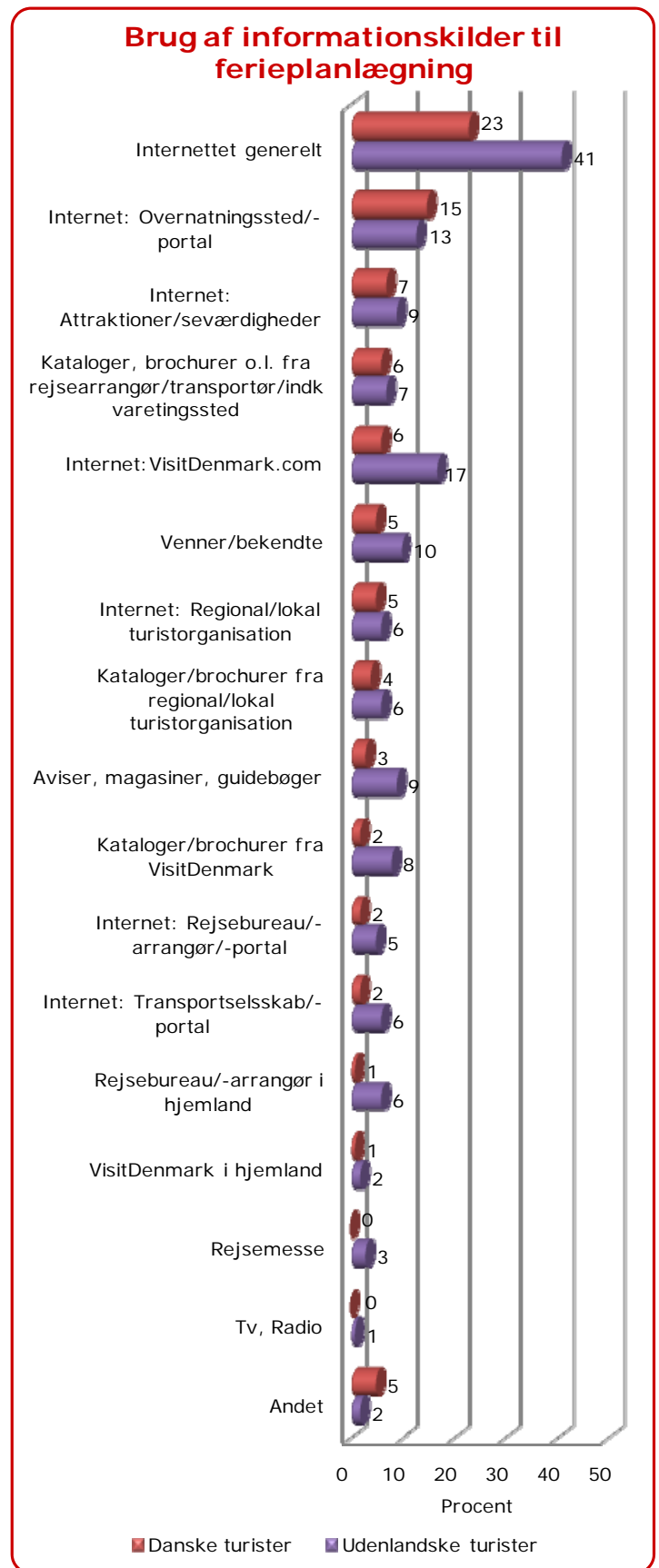
Informationen findes på internettet

Internettet er turisternes primære informationskilde forud for deres rejse til Danmark. Internettet bliver blandt andet benyttet til at finde information om overnatningssteder, transport, attraktioner og seværdigheder.

Langt størstedelen af turisterne søger generelt på nettet efter informationer, hhv. 41 pct. af udenlandske og 23 pct. af danske turister. Trykte medier som kataloger, magasiner og aviser bliver også benyttet af turisterne, men i en langt mindre grad.

Venner og bekendte kommer også med på råd hos hhv. 5 pct. af de danske og 10 pct. af de udenlandske turister. Til sammenligning peger turisterne dog på, at anbefalinger fra venner og familie spiller en større rolle i det endelige valg af Danmark som feriedestination, som vist på forrige side, hhv. 23 pct. og 32 pct. for danske og udenlandske turister. Turisterne bruger derfor i mindre grad venner og bekendte som informationskilder, men i højere grad som inspirationskilder.

Samlet set er der langt flere udenlandske end danske turister, der gør brug af de angivne informationskilder forud for ferien.



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Booking før afrejsen – indkvarteringen er på plads

Indkvartering under opholdet i Danmark er stort set den eneste booking turisterne foretager før afrejsen. Størstedelen af turisterne booker indkvartering (75 pct.), hhv. 41 pct. via internettet og 34 pct. telefonisk eller igennem rejsebureau o. lign.

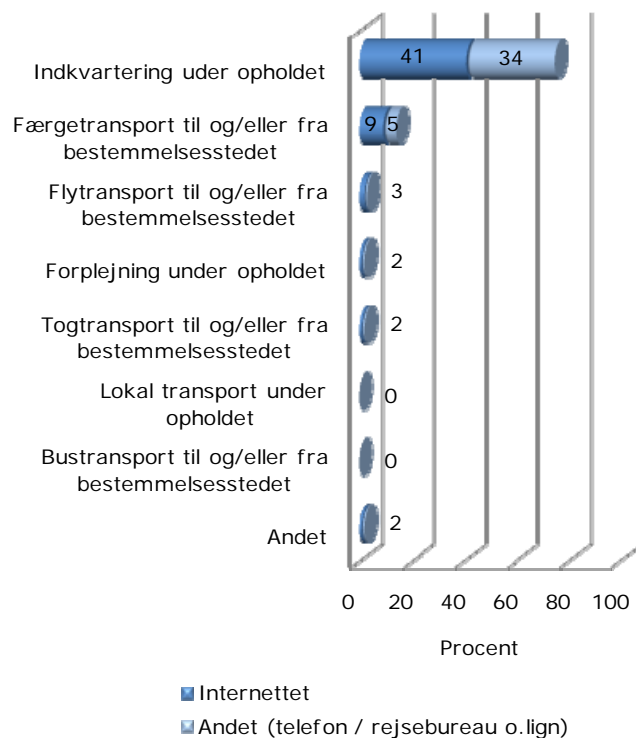
Ser man nærmere på bookingadfærden for danske og udenlandske turister, viser de udenlandske en stærk præference for at booke deres indkvartering online og de danske for at booke telefonisk eller på anden vis.

55 pct. af de udenlandske og 27 pct. af de danske turister booker via internettet. 42 pct. af de danske turister og 25 pct. af de udenlandske turister booker telefonisk eller på anden vis.

En vis andel af turisterne bestiller også transporten f.eks. fly, tog eller færgen på forhånd. Færgetransport er den transportform som flest turister forudbestiller, hhv. 9 pct. via internettet og 5 pct. vha. andre medier.

Bookingadfærden afspejler i høj grad, at langt de fleste af turisterne kører i deres egen bil til feriedestinationen og derfor ikke booker nogen form for transport. Endvidere skal det bemærkes, at turister der på forhånd har købt pakkerejser, ikke er inkluderet i undersøgelsen.

Booking før afrejsen



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Ferien i Danmark

Transport – på ferie i bil

Langt størsteparten af turisterne ankommer i bil (70 pct.). En andel på 19 pct. ankommer i bil i kombination med færge. Den høje andel af turister i bil afspejler især den samlet set store andel af danske turister såvel som nabolandsturister.

Andre transportmidler udgør 8 pct. og inkluderer transportmidler som tog, bus og sejlbåde blandt andet.

Turister, der benytter flytransport, udgør 3 pct. Det skal dog bemærkes, at den procentvise fordeling er vægtet i forhold til overnatninger. Da turister, der ankommer med fly generelt set har færre overnatninger end turister, der ankommer på anden vis, vægtes flyturisternes andel derfor mindre. Ser man udelukkende på ankomster med fly fra udlandet, uden at vægte efter overnatninger, udgør disse 13 pct.

Se også tabel 3 på side 17:
Transportmiddel og nationalitet.

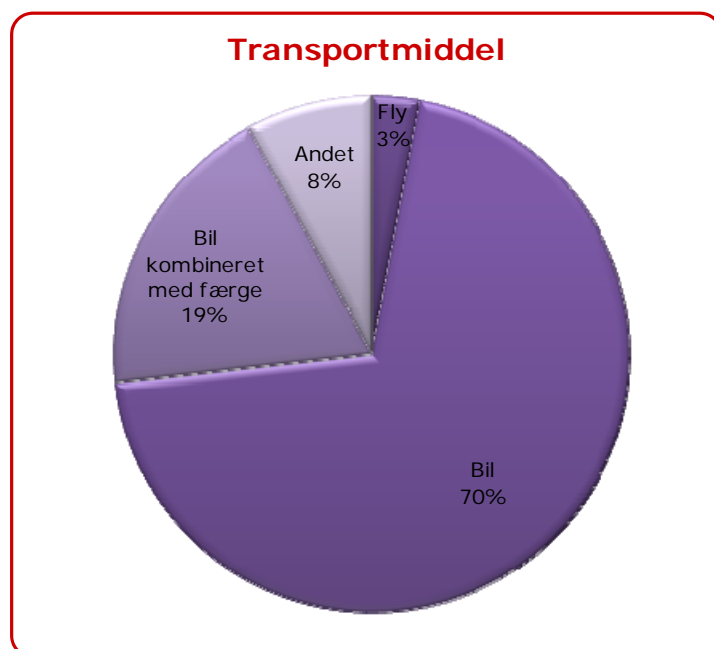
Længere ophold blandt de udenlandske turister

De danske og udenlandske turister har i gennemsnit et ophold på hhv. ca. 4 og 7 overnatninger

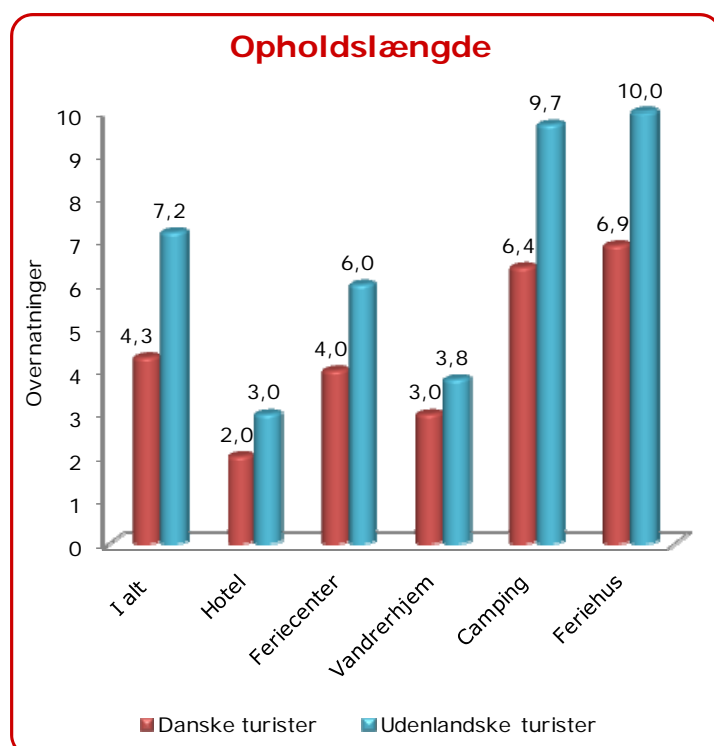
Hotelgæster har samlet set de korteste ophold. Turister i feriehus har de længste ophold.

Udenlandske turister har generelt set længere ophold end de danske turister. Hvor de danske turister sætter en uge af til at campere eller bo i feriehus, har de udenlandske turister et længere ophold på i snit 10 dage.

Se også tabel 3 på side 17:
Opholdslængde og nationalitet



Kilde: Turistundersøgelsen 2008



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Forbrug i ferien

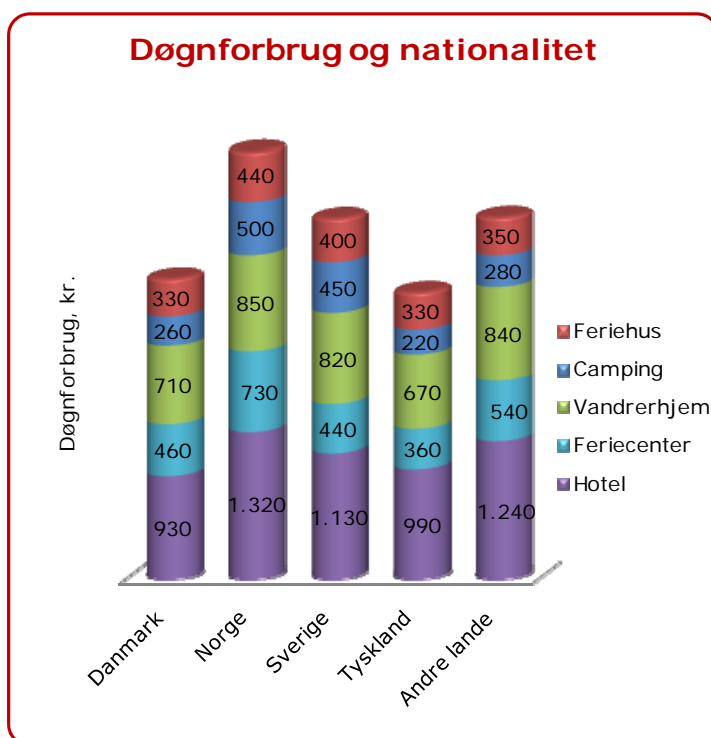
Turisternes gennemsnitlige døgnforbrug ser ud til i høj grad at afspejle den valgte overnatningsform.

Hotelgæsterne bruger flest penge, i gennemsnit 1050 kr., efterfulgt af vandrerhjemsgæsterne der dagligt bruger 750 kr. Campisterne bruger færrest penge, i snit 260 kr.

De norske turister har det højeste forbrug på de fem viste overnatningsformer, mens de tyske turister har det laveste forbrug samlet set. Ser man derimod på turisternes døgnforbrug gældende for samtlige overnatningsformer, er det japanerne og amerikanerne, der dagligt forbruger mest. Hvor en turist i snit bruger 440 kr. på en dag i Danmark, bruger den norske, svenske og tyske turist hhv. 540 kr., 630 kr. og 360 kr.

Se også tabel 3.2 på side 19:

Døgnforbrug fordelt på overnatningsform og nationalitet.



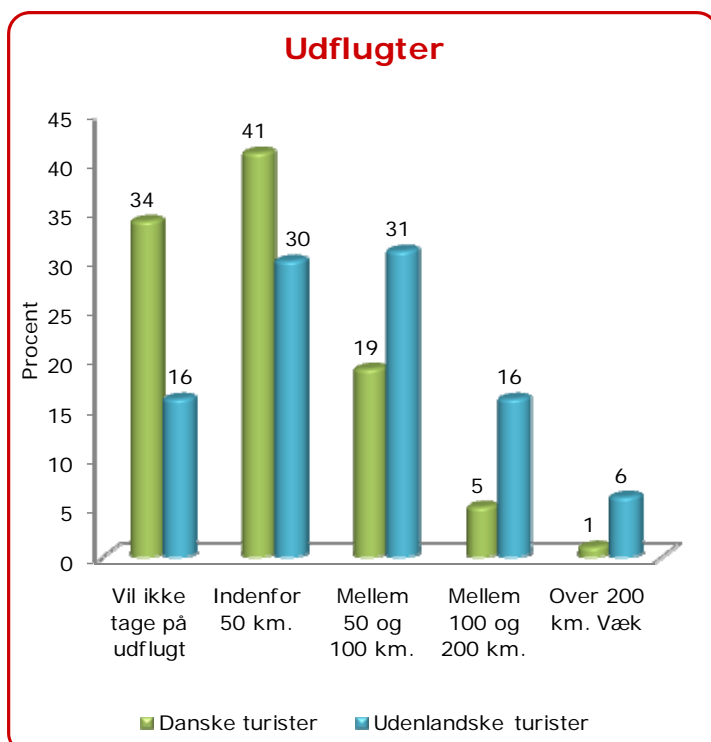
Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Udflugter foretrækkes af udenlandske turister

Langt de fleste af de danske og udenlandske turister planlægger at tage på udflugter til diverse besøgsmaal under deres ferie.

De udenlandske turister er langt mere villige til at tage på udflugter, og især de længere af slagsen. Når det gælder ture over 100 km væk er der derfor markant flere udenlandske end danske turister der foretager disse.

De danske turister er klart tilhængere af de kortere udflugter. 41 pct. af de danske turister svarer, at de planlægger at tage på en tur indenfor 50 km. En tredjedel af de danske turister planlægger sågar slet ikke at forlade stedet, hvor de holder ferie. Blandt de udenlandske turister er der kun 16 pct., der ikke agter at tage på udflugt.



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Hitlisten over feriens aktiviteter

Adspurgt om hvilke aktiviteter de foretager sig under deres ferie, svarede undersøgelsens respondenter ud fra en 1 til 5 skala der går fra 1 "aldrig" til 5 "meget ofte".

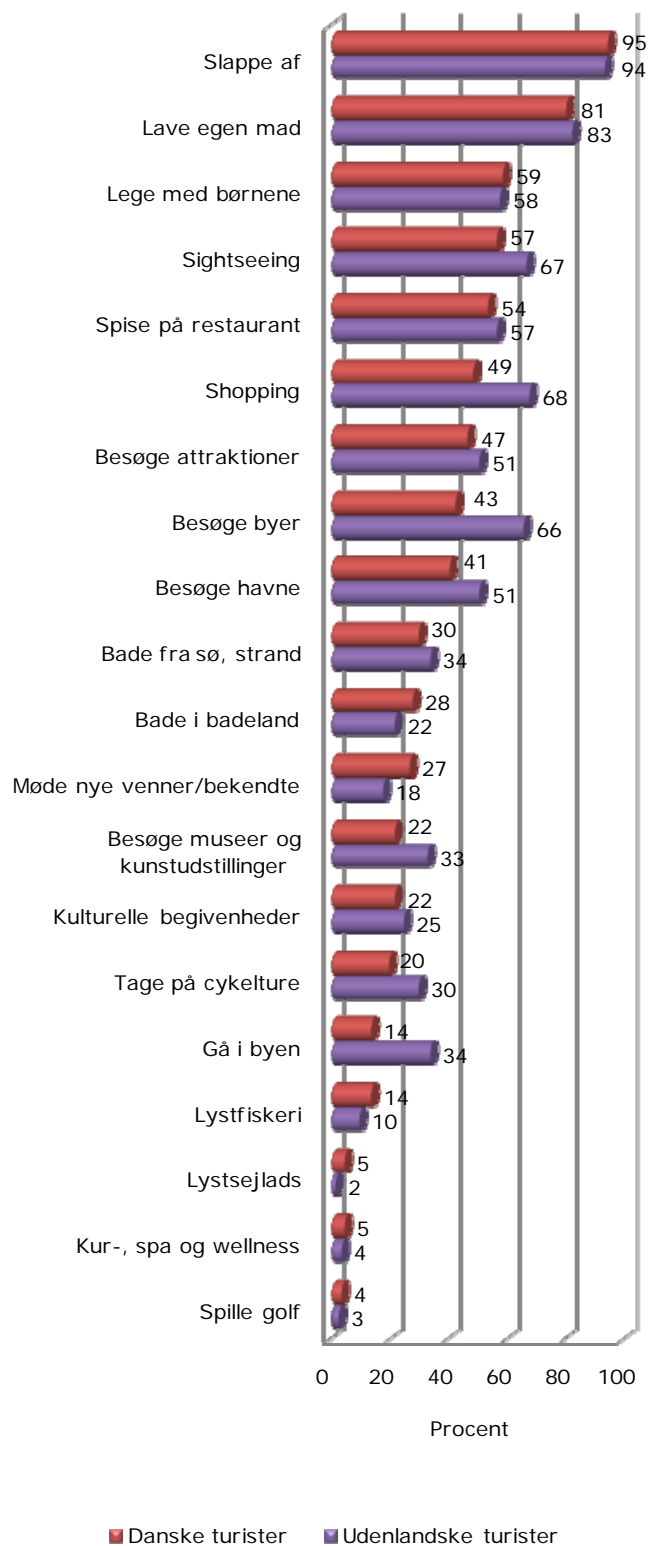
Figuren til højre viser den procentvise opgørelse af de aktiviteter som turisterne foretager ind i mellem, ofte og meget ofte (dvs. 3, 4 og 5). Ud fra figuren fremstår det tydeligt, at turisternes foretrukne aktivitet er at slappe af.

Turisterne nyder at lave mad eller spise på restaurant, tage på sightseeing og udflugter samt shoppingture. En stor del af turisterne er aktive og leger med børnene, cykler eller bader.

De udenlandske turister er samlet set en anelse mere "nysgerrige" end de danske og ynder i højere grad at shoppe, gå i byen, tage på sightseeing og besøger byer, havne, museer og kunstudstillinger.

Se også tabel 3.1 på side 18:
Aktiviteter fordelt på nationalitet

Aktiviteter (ind i mellem, ofte, meget ofte)



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Motiv-målgrupper

Kigger man nærmere på både de danske og udenlandske turisternes feriemotiver, fremstår der 6 klynger, der beskriver den type ferie, som turisten holder i Danmark.

Motivgruppen "Sjov, leg og læring" udgør den største andel af de samlede overnatninger på 28 pct., svarende til godt 12 mio. af de i alt godt 42 mio. registrerede overnatninger. Motivgruppen repræsenterer primært børnefamilier, der er til oplevelser og underholdning i deres ferie.

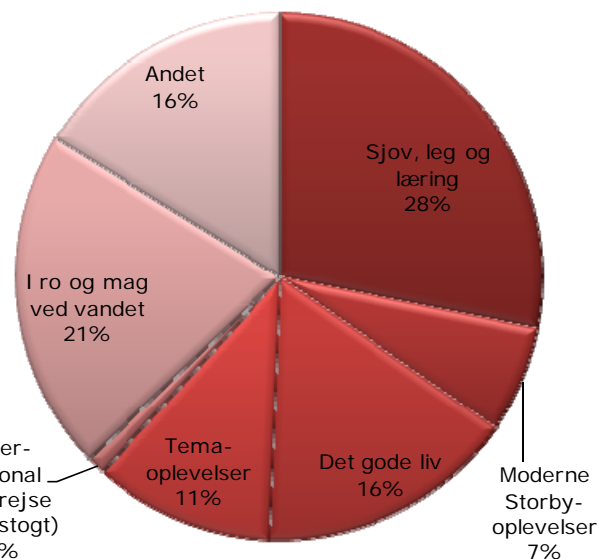
Gruppen "I ro og mag ved vandet" (21 pct. - 9 mio. overnat.) holder afslappet ferie ved kysten. Gruppen "Temaoplevelser" (11 pct. - 5 mio. overnat.) er til fysiske aktiviteter, som f.eks. cykel- og vandreture. Ferieturister, hvis motivsæt ikke kan placeres direkte indenfor de 6 motivgrupper, er samlet i kategorien "Andet" (16 pct. - 7 mio. overnat.).

Motiv-målgrupperne står for en turistomsætning på godt 19 mia. i 2008. Øvrig omsætning genereres blandt andet af erhvervs- og endagsturisme samt anden form for turisme.

Turisterne i motivgruppen "Moderne storbyoplevelser", der søger byliv, kultur og shopping, står for 7 pct. af overnatningerne, men udgør 13 pct. (2 mia.) af den totale omsætning. Turister i gruppen "Det gode liv", der ligeledes foretrækker shopping og kultur, men også natur og gastronomi, står for 15 pct. (3 mia.). Godt 2 pct. (400 mio.) af omsætningen stammer fra turister på "International rundrejse", herunder krydstogtturister der motiveres af sightseeing og kultur.

Se også tabel 3.2 på side 19:
Motiv-målgruppernes andel af markedets omsætning fordelt på nationalitet.

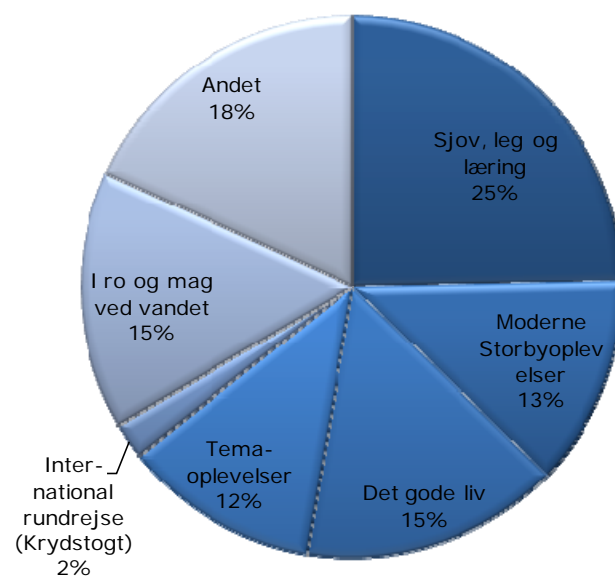
Overnatninger fordelt på motiv-målgrupper



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Note: registrerede overnatninger inkluderer her hotel, feriecenter, vandrerhjem, camping, feriehus, lystsejlere, krydstogt og festival.

Omsætning fordelt på motiv-målgrupper



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Note: registrerede overnatninger inkluderer her hotel, feriecenter, vandrerhjem, camping, feriehus, lystsejlere, krydstogt og festival.

Efter ferien

Stor tilfredshed over hele linjen

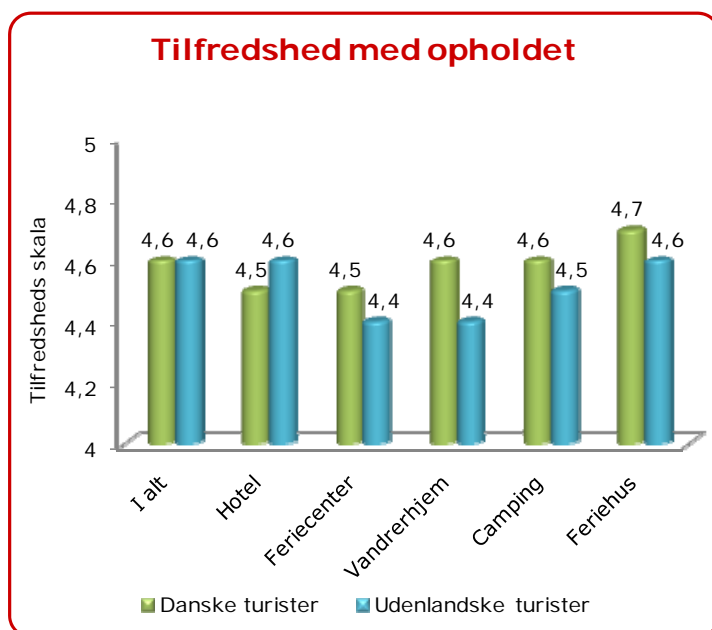
Turisterne tilkendegiver stor tilfredshed med deres ophold i Danmark fordelt på overnatningssteder. Undersøgelsens respondenter vurderer deres tilfredshed på en skala fra 1 til fem, hvor 1 betyder "meget utilfreds" og 5 "meget tilfreds".

Den samlede gennemsnitlige tilfredshed på 4,6 for både danske og udenlandske turister er derfor et udtryk for, at turisterne samlet set er meget tilfredse. De danske turister er dog med undtagelse af hotelgæsterne en anelse mere tilfredse end de udenlandske turister.

Den laveste tilfredshed ligger på gennemsnittet 4,4 og gør sig gældende for udenlandske turister der bor på feriecentre og vandrerhjem. Den højeste tilfredshed på 4,7 er noteret hos danske turister der holder ferie i feriehus.

Se også tabel 4 på side 20:

*Tilfredshed med opholdet fordelt på nationalitet.
Inkluderer endvidere turisternes forventninger om at komme tilbage til Danmark indenfor de næste 3 år.*



Kilde: Turistundersøgelsen 2008

Tabel 1: Hvem er turisterne i Danmark?

	Sverige	Norge	Tyskland	Storbritannien	Holland	Frankrig, Spanien & Italien	Øvrige Europa	USA	Asien
Rejsegruppe (pct.)									
<i>I alt</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Børnefamilie	55	70	52	38	66	40	62	19	46
Voksne 40 + uden børn	36	24	40	31	30	41	24	59	12
Unge 15-39 år	6	3	4	6	0	11	12	19	28
Ikke svaret	3	3	4	25	4	8	2	3	14
Rejsegruppestørrelse (gns.)									
<i>I alt</i>	2,9	3,1	3,1	2,2	2,8	2,5	2,8	2,5	3,1
Hotel	2,8	2,6	2,5	2,3	2,0	2,4	2,7	2,6	3,0
Feriecenter	4,4	4,0	3,3	3,2	3,8	3,4	3,2	3,0	1,0
Vandrerhjem	2,4	2,3	2,0	1,2	1,4	1,8	2,3	1,4	1,5
Camping	2,5	3,2	2,8	2,4	3,0	3,4	3,0	1,7	3,9
Feriehus	3,6	4,1	3,2	2,9	3,4	2,3	3,5	3,5	.
Indkomst (gns.) ¹									
<i>I alt</i>	3,5	3,6	3,4	3,4	3,4	3,6	3,5	4,0	4,5
Hotel	3,7	3,7	3,5	3,4	3,7	3,9	3,8	4,3	4,5
Feriecenter	3,5	3,6	3,2	3,9	3,6	3,7	3,9	5,0	4,9
Vandrerhjem	3,6	3,5	2,7	2,8	3,6	3,2	3,0	2,5	4,5
Camping	3,2	3,7	3,2	3,6	3,3	3,7	3,5	3,5	3,8
Feriehus	3,3	3,6	3,4	3,7	3,5	3,0	2,9	3,7	.
Tidligere besøg (pct.)									
<i>I alt</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Én eller flere besøg	82	90	85	69	52	39	62	46	64
Ingen	16	10	12	30	47	52	38	54	35

Kilde: Turistundersøgelsen 2008

1. Note: Respondenternes vurdering af årlig bruttoindkomst på en skala fra 1-5, hvor 1 svarer til "den lave ende" og 5 til "den høje ende".

Tabel 2: Forberedelse til ferien - Baggrund for valg af destination

	Sverige	Norge	Tyskland	Storbritannien	Holland	Frankrig, Spanien & Italien	Øvrige Europa	USA	Asien
Turisternes motiver (pct.)²									
Trygt at opholde sig	63	67	68	62	53	63	55	56	57
Natur (strand, skov)	61	61	95	38	87	59	54	18	24
Attraktionerne og forlystelser	60	61	33	59	52	51	59	42	42
Rent land	56	68	62	33	61	46	59	57	68
Børnevenligt	56	68	62	33	61	46	59	23	48
Befolkningen generelt	54	62	60	62	46	69	41	64	42
Mulighed for at nyde dansk mad	48	49	33	58	30	41	44	56	54
Shoppingmuligheder	35	51	36	17	27	23	29	37	39
Kulturhistorisk seværdighed, museer og udstillinger	31	26	36	57	24	47	34	42	38
Aktivitetmuligheder (fx minigolf og badelande)	31	37	38	29	32	15	22	7	3
Gode/billige transportmuligheder til landet	28	31	25	12	22	26	20	27	18
Mulighed for at vandre	23	27	39	9	24	12	15	6	3
Prisniveauet/økonomisk	13	30	19	39	12	19	21	7	2
Få turister	12	16	46	12	32	30	20	4	1
Besøge venner og familie	11	18	13	37	12	32	27	45	42
Særlig begivenhed/event	10	9	4	11	3	15	12	14	10
Mulighed for cykling	10	18	37	18	30	28	16	14	1
Mulighed for at spille golf	8	5	10	8	6	0	4	.	1
Mulighed for kur- og helseoplevelser	6	5	15	2	8	1	6	2	2
Mulighed for lystfiskeri	2	4	25	4	16	7	1	.	.
Mulighed for at sejle	1	3	0	3	0	2	.	.	16
Andet	27	22	18	21	17	29	32	26	61

Kilde: Turistundersøgelsen 2008

2. Note: Procentvise andele af respondenter der har svaret, at de pågældende motiver har påvirket deres valg af Danmark som rejsedestination.

Tabel 3: Ferien i Danmark

	Sverige	Norge	Tyskland	Storbritannien	Holland	Frankrig, Spanien & Italien	Øvrige Europa	USA	Asien
Transportmiddel (pct.)³									
<i>I alt</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Bil	38	20	86	7	88	28	32	0	7
Bil kombineret med færge	42	64	10	26	4	7	9	0	0
Fly	4	9	0	49	2	49	48	96	90
Andet	16	7	4	18	6	16	11	4	3
Opholdslængde (gns. overnatninger)									
<i>I alt</i>	3,3	5,2	9,7	5,2	9,3	5,3	4,8	3,6	2,3
Hotel	2,4	3,0	2,6	4,1	4,4	4,3	3,7	2,7	2,3
Feriecenter	4,1	5,4	7,0	7,9	9,5	8,9	8,6	8,0	7,0
Vandrerhjem	3,2	3,4	2,6	3,7	3,4	5,3	5,3	5,6	10
Camping	6,2	9,5	11,3	13,7	13,0	5,4	5,5	10,9	1,6
Feriehus	7,1	8,1	10,2	9,0	9,7	13,8	10,3	12,3	0,0

Kilde: Turistundersøgelsen 2008

3. Note: Den procentvise fordeling er vægtet i forhold til overnatninger og svarer derfor ikke til reelle ankomster. Andre transportmidler: tog, bus, mobilehome etc.

Tabel 3.1: Ferien i Danmark - Aktiviteter (procentvis angivelse som svarer til - ind i mellem, ofte og meget ofte)

	Sverige	Norge	Tyskland	Storbritannien	Holland	Frankrig, Spanien & Italien	Øvrige Europa	USA	Asien
Aktiviteter (pct.)⁴									
Spise på restaurant	79	82	46	81	64	76	79	92	74
Lege med børnene	57	69	57	62	66	41	60	19	50
Shopping	56	76	69	67	71	54	68	81	83
Besøge attraktioner	53	70	45	81	62	57	65	54	74
Besøge byer	39	62	67	58	70	77	72	60	63
Besøge havne	37	34	58	31	39	44	43	55	52
Gå i byen	33	39	38	16	14	22	19	32	15
Bade fra sø, strand	26	48	33	23	44	13	51	14	5
Besøge museer/kunstudstillinger	22	21	36	49	30	52	44	49	37
Kulturelle begivenheder	20	24	25	25	28	26	22	39	36
Bade i badeland	19	34	20	15	27	11	20	3	16
Tage på cykelture	9	19	35	25	31	34	19	18	3
Spille golf	6	4	3	6	2	2	3	0	0
Kur-, spa og wellness	5	4	4	6	1	3	4	8	0
Lystfiskeri	1	3	14	4	14	6	3	4	0
Lystsejls	0	1	2	0	2	3	0	0	16

Kilde: Turistundersøgelsen 2008

4. Note: Aktiviteter som respondenterne har foretaget eller planlægger at foretage under deres ferie på en skala fra 1-5, hvor 1 svarer til "aldrig" og 5 til "meget ofte". Tabellen opsummerer aktiviteterne i intervallet 3-5, svarende til: "ind imellem", "ofte" og "meget ofte".

Tabel 3.2: Ferien i Danmark - Forbrug og omsætning

	Danmark	Sverige	Norge	Tyskland	Storbritannien	Holland	Italien	USA	Japan	Alle (inkl. øvrige lande)
Døgnforbrug (gns. kr.) ⁵										
<i>Alle overnatningsformer</i>	410	630	540	360	680	490	580	720	1470	440
Hotel	930	1130	1320	990	1240	1320	1260	1370	1110	1050
Feriecenter	460	440	730	360	590	380	590	590	510	480
Vandrerhjem	710	820	850	670	850	850	680	890	850	750
Camping	260	450	500	220	280	280	280	280	280	260
Feriehus	330	400	440	330	.	360	.	.	.	340

Kilde: Turistundersøgelsen 2008

5. Note: "Alle overnatningsformer" dækker: hotel - ferie, hotel - forretning, feriecentre, vandrerhjem, campingpladser, lejet/ejet/lånt feriehus, festivaler, lystbådehavne, bondegårde, krydstogt og besøg hos familie/venner.

	Danmark	Sverige	Norge	Tyskland	Storbritannien	Holland	Italien	Øvrige europa	USA	Japan
Motiv-målgruppers andel af markedets omsætning (pct.) ⁶										
<i>I alt</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sjov, Leg og Læring	28	35	38	37	10	32	14	9	7	12
Temaoplevelser	18	10	14	11	2	9	2	1	1	3
Det gode liv	21	24	16	16	17	21	23	12	15	24
Moderne Storbyoplevelser	13	24	25	3	45	18	55	31	40	59
International rundrejse (krydstogt)	0	0	0	3	21	0	0	43	35	0
I ro og mag ved vandet	19	7	7	30	5	21	5	4	2	3

Kilde: Turistundersøgelsen 2008

6. Note: Markedets omsætning fordelt på ferie motiv-målgrupper (eksl. andre opholdstyper herunder ophold hos familie/venner, erhvervsrejser og ferieophold med 'andet' som motiv). Grundet afrunding, giver summen af de procentvise andele for markederne Danmark, Holland, Italien og Japan ikke eksakt 100 procent.

Tabel 4: Efter ferien

	Sverige	Norge	Tyskland	Storbritannien	Holland	Frankrig, Spanien & Italien	Øvrige Europa	USA	Asien
Tilfredshed med opholdet (gns.) ⁷									
<i>I alt</i>	4,5	4,5	4,6	4,4	4,4	4,6	4,5	4,6	4,7
Hotel	4,4	4,6	4,4	4,3	4,3	4,5	4,6	4,8	4,9
Feriecenter	4,7	4,5	4,5	4,5	4,2	5	4,3	.	4,0
Vandrerhjem	3,9	4,8	4,5	3,9	4,5	4,8	4,4	4,3	3,7
Camping	4,4	4,6	4,5	4,4	4,5	4,4	4,2	4,1	4,6
Feriehus	4,6	4,4	4,6	4,5	4,4	4,9	4,4	4,3	.
Foventninger om at komme tilbage igen til Danmark? (indenfor de næste 3 år) (pct.)									
<i>I alt</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Ja	76	82	90	73	54	67	64	55	74
Nej	7	2	1	7	8	23	13	20	9
Ved ikke	17	16	9	20	38	10	23	25	17

Kilde: Turistundersøgelsen 2008

7. Note: Respondenternes tilfredshed med deres ophold i Danmark på en skala fra 1-5, hvor 1 betyder "meget utilfreds" og 5 betyder "meget tilfreds".