



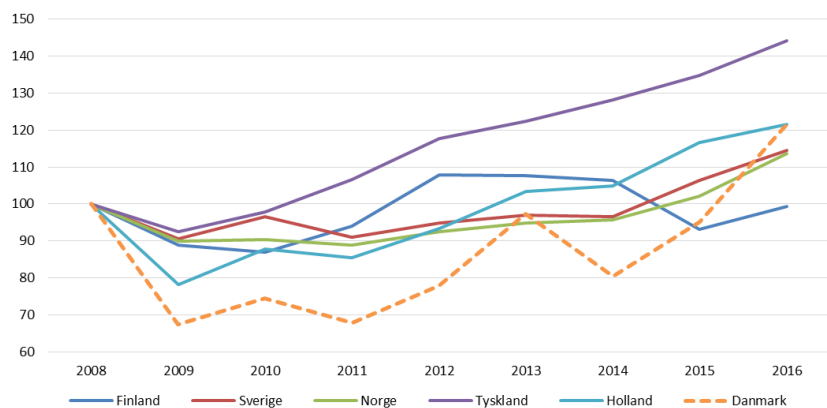
Markant stigning takket været tidlig påske

De foreløbige overnatningstal for januar-marts 2016 viser en stigning på mere end 25 pct. i udenlandske overnatninger i Danmark i forhold til sidste år. Den markante stigning skyldes, at påskens faldt tidligt i år.

Størst vækst i Danmark, Norge og Sverige

I løbet af årets første 3 måneder har det danske turisterhverv oplevet en stigning på 27 pct. i udenlandske overnatninger i forhold til samme periode sidste år. Nominelt er det næsten 600.000 flere udenlandske overnatninger. Stigningen betyder, at Danmark i de første 3 måneder af året har formået at genvinde markedsandele. I perioden ligger Norge og Sveriges vækstrater lavere end den danske, men væksten i Norge og Sverige har været relativt stabil de seneste år i vintermånederne, hvilket skyldes skisæsonen.

Udviklingen i udenlandske overnatninger



Note: Dækker perioden januar - marts 2016. Overnatningstallet for Holland er ikke kommet, og er derfor sat til samme som sidste år.

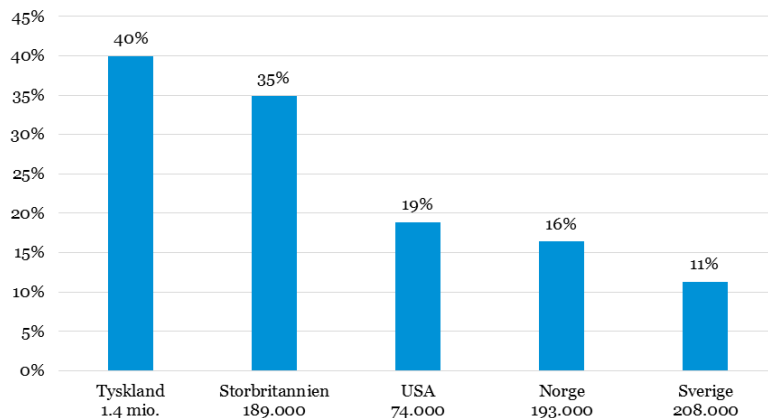
Kilde: De nationale statistikbureauer.

Stigningen i antallet af overnatninger i Danmark skyldes i høj grad påsken, så der er stadig behov for at arbejde med at styrke skuldærsæsonerne i dansk turisme.

Markant vækst i tyske turister

Væksten i udenlandske overnatninger i Danmark kan i høj grad tilskrives væksten i tyske turister.

Udvikling i Danmarks fem største markeder



Note: Udvikling januar til marts 2015-2016

Kilde: Danmarks Statistik, 2016

Overnatninger foretaget af tyskere er steget med 40 pct. sammenlignet med sidste år, og udgør over halvdelen af de i alt 2,7 mio. udenlandske overnatninger foretaget i årets første tre måneder. Det er især tyskernes valfarten til Danmarks kyster, som kan mærkes, hvilket skyldes, at camping- og sommerhussæsonen er skudt i gang tidligere i år.

Den høj vækst fra det britiske marked gør, at Storbritannien er ved at hale ind på Norge, som ellers

er det land, der er udgør den tredje største turistgruppe i Danmark.

Udviklingen i top 5 vækstmarkeder

I årets første tre måneder oplevede Danmark en høj vækst i antallet af spanske turister, som er steget 101 pct. sammenlignet med sidste år. Italien har med sine 57.000 overnatninger i årets første tre måneder også overrasket positivt. Samtidig betyder det, at nærmarkederne bliver vigtigere for Danmark, idet Spanien og Italien tilsammen har bidraget med omkring 25.000 flere overnatninger end amerikanske turister i samme periode. I forhold til de danske skuldersæsonener kan det derfor være fordelagtigt at fokusere på disse markeder frem for de traditionelle vækstmarkeder. De mere traditionelle vækstmarkeder som Indien og Kina viser ikke interesse for Danmark i årets vintermåneder, og med knap 24.000 overnatninger, indgår Kina ikke i top 5 væksttabellen, idet markedet på denne tid af året endnu er forholdsvist lille.

Top 5 vækstmarkeder

	Vækst i 2016
Spanien	101 pct.
Italien	42 pct.
Tyskland	40 pct.
Storbritannien	35 pct.
USA	19 pct.

Note: Udvikling i antallet af overnatninger fra lande med mere end 40.000 overnatninger i perioden januar – marts, 2015-2016.

Kilde: Danmarks Statistik

AJOUR om turisme udkommer op til 10 gange om året, og rapporten vil give en kort status på udviklingen i dansk turisme.

Dansk Industri (DI) repræsenterer et bredt udsnit af virksomhederne inden for turisterhvervet. Både de virksomheder, som er i direkte kontakt med turisterne og de forretningsrejsende, såsom attraktioner, forlystelsesparker, flyselskaber, lufthavnene og konferencecentre. Og de virksomheder, som leverer services og produkter til de førstnævnte.