NOVEMBER 2026



Turismepolitisk Redegørelse

2026

Regeringen

Indhold

Forord 5

Grundlag og retning for dansk turisme 6

Opfølgning på pejlemærker 10

Tendenser, udfordringer og muligheder 14

Turismens økonomiske betydning for hele Danmark 18

Danskernes tilfredshed med turismen 28

Forord

Dansk turisme står et solidt sted. Det er positivt, for turismeerhvervet skaber arbejdspladser i hele landet og bidrager til bosætning i landdistrikterne. Turismeerhvervet er derfor med til at skabe balance mellem land og by.

Det er godt, at Danmark er et attraktivt rejsemål for danskere og for udenlandske gæster. Samtidig er det vigtigt, at turismeudviklingen er i balance med lokalsamfundene. De fleste steder er der tilfredshed og stolthed over de udenlandske gæsters besøg, men nogle steder oplever borgerne, at turismen i perioder fylder for meget. Med regeringsgrundlaget ønsker regeringen at skabe bedre rammer for helårsturisme i hele landet, så der bliver en bedre spredning af turismen over hele året. Samtidig ønsker regeringen at sætte fokus på udfordringerne med ulovlig korttidsudlejning, som både har en betydning for oplevelsen af turismen og for boligsituationen i de største byer.

Regeringen ønsker fortsat, at der skal være gode muligheder for at udvikle turismen i alle dele af Danmark, når det gælder den fysiske planlægning. Dette sker bl.a. inden for rammerne af planloven. Derudover er det regeringens ambition at få flere cykel- og vandreturister ud og opleve Danmark. Derfor skal den rekreative infrastruktur fortsat udvikles, så der er god sammenhæng mellem transportmuligheder, overnatningssteder, kulturoplevelser og madoplevelser.

Det sociale aspekt af turismen er vigtigt, for turismen er med til at skabe arbejdspladser for mange forskellige mennesker på tværs af alder, uddannelse, erfaring og nationalitet. Når regeringen ønsker at udvikle turismen i Danmark, er det i høj grad med det sociale aspekt for øje.

Regeringen fastholder gennemførelsen af den nationale turismestrategi, *Veje til bæredygtig turismevækst,* så dansk turisme kan indfri de nationale mål om social, miljømæssig og økonomisk bæredygtighed.

Det skal ses i lyset af, at regeringen løbende arbejder for en bæredygtige udvikling i dansk turisme, som er til gavn for hele landet.

Karina Lorentzen Dehnhardt
By-, land- og transportminister



Grundlag og retning for dansk turisme

Denne turismepolitiske redegørelse har til formål at give en status på dansk turisme med udgangspunkt i den nationale turismestrategi, *Veje til bæredygtig turismevækst*, samt de mest centrale initiativer. Derudover indeholder redegørelsen en gennemgang af de væsentligste tal og statistikker om turismes økonomiske betydning samt borgernes opbakning til turismen.

Den nationale turismestrategi
Turisme er fortsat en dansk styrkeposition, der bidrager til udvikling i hele landet. Turismen er med til at skabe grundlaget for mange lokale detailbutikker, kulturtilbud samt natur- og madoplevelser, som udover at komme turisterne til gode også skaber liv lokalt hele året, understøtter arbejdspladser og giver basis for investering og udvikling. Dermed bidrager turismen til at gøre lokalsamfundene attraktive at bo i og besøge og skaber værdi for samfundet som helhed. Der skal også i fremtiden være attraktive tilbud, hvis Danmark fortsat skal kunne tiltrække udenlandske turister. Det nuværende solide ståsted skyldes bl.a. et vedholdende fokus på at skabe kendskab til Danmark som rejsemål internationalt gennem en koordineret og sammenhængende markedsføring samt en styrkelse af turismeprodukter i hele landet. Dansk turisme har desuden et godt samarbejde mellem private turismevirksomheder- og organisationer samt offentlige turismefremmeaktører på nationalt og lokalt plan, som er med til at sikre en positiv udvikling.

Den nationale turismestrategi udgør den nationale strategiske ramme for udviklingen af turismen i Danmark. Strategien blev den 18. november 2024 fulgt op med *Aftale om Veje til bæredygtig turismevækst*, mellem Socialdemokratiet, Venstre, Moderaterne, Danmarksdemokraterne, Socialistisk Folkeparti, Det Konservative Folkeparti, Dansk Folkeparti, Radikale Venstre og Alternativet.

Aftaleparterne bekræftede, at dansk turisme skal være social, klima- og miljømæssig samt økonomisk bæredygtig. Strategien har fokus på at udvikle forretningsområderne:

- Kyst- og naturturisme
- Storbyturisme
- Erhvervs- og mødeturisme

Ekstraordinære midler til turismen
Der er i løbet af de seneste år igangsat en række initiativer med afsæt i strategien, som skal understøtte bæredygtig udvikling i dansk turisme.

Med den nationale turismestrategi fulgte samlet 100 mio. kr. (25 mio. kr. årligt i 2024-2027) på finansloven for 2024 til turismeinitiativer. Midlerne fra strategien blev afsat til styrket international markedsføring med fokus på at tiltrække turister uden for højsæsonen, styrket markedsføring rettet mod danske turister i partnerskab med de lokale destinationer, en styrket erhvervs- og mødeturisme i hele landet, udvikling af ikoniske nationale ruter til outdoorturisterne samt udvikling af turismens datainfrastruktur, VisitData. Initiativerne i strategien står på ryggen af tidligere indsatser og det generelle arbejde med turismefremme.

Derudover er der på finansloven i 2025 afsat en reserve, som skal bidrage til at styrke helårsturismen på tværs af hele landet inden for fire overordnede temaer:

- Mad- og gastroturisme
- Kultur og oplevelser
- Events, kongresser og møder
- Bæredygtig udvikling

Reserven understøtter mål og pejlemærker i den nationale turismestrategi. Derved sikres der med reserven fra 2025 en hensigtsmæssig kobling til initiativerne i strategien samt til strategiens 100 mio. kr., der blev afsat på finansloven for 2024. Reserven skal komme hele landet til gode og bl.a. sikre helårsturisme og derved jobskabelse, bosætning og udvikling i landdistrikter og byer.



Midler til lokal turismeudvikling
Under Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse er der afsat ca. 57 mio. kr. årligt til *Pulje for lokale og tværgående turismeprojekter*. Puljen skal understøtte lokal og tværgående turismeudvikling og en mere miljømæssig, økonomisk og social bæredygtig vækst i dansk turisme frem mod 2030 inden for rammerne af den nationale turismestrategi. 80 pct. af puljen anvendes til en destinationsudviklingspulje, der kun kan ansøges af de tværkommunale destinationsselskaber. De resterende 20 pct. af midlerne kan anvendes til øvrige lokale og tværgående turismeprojekter, herunder destinationsudvikling i ø-kommuner. Projekterne skal bidrage til destinationsudvikling og virksomhedsudvikling, så det kommer hele eller flere destinationer på tværs af landet til gavn. I 2025 modtog Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse 24 ansøgninger, og der blev tildelt midler til 15 forskellige projekter i blandt andet Limfjorden, Vadehavet, Fyn, Aarhus, Lolland-Falster og København.

Derudover blev der afsat i alt 192 mio. kr. til turismeinfrastrukturprojekter fordelt på to ansøgningsrunder i 2023 og 2024. Midlerne er afsat dels fra EU's Regionalfond og dels en mindre andel fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Med midlerne er der foretaget offentlige investeringer i turismeinfrastruktur og områdefornyelse, så områderne bliver mere attraktive og skaber grundlag for at tiltrække nye private investeringer. I 2023 blev der tildelt henholdsvis omkring 110 mio. kr. til fire projekter i henholdsvis Thyborøn, Naturpark Lillebælt, Juelsminde og Nakskov med etablering af faciliteter og anlæg som havnebade, maritime legepladser, rekreative spots, forbedrede adgangsforhold, forbindelser mellem havn og by samt bedre skiltning og kulturformidling. I 2024 blev der udmøntet 82 mio. kr. til fem projekter i Hvide Sande, Ebeltoft, Kerteminde, Gedser og Klintholm. Der etableres faciliteter og anlæg som autocamperpladser, havnebad, svingbro, aktivitets- og facilitetsbygninger, havnebroer, solnedgangsplatform, legepladser, promenader samt rekreative forbindelser, byrum og opholdspladser.

Kort 1

Turismeinfrastrukturprojekter 2023-2024

Kilde: Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse



Organisering og rollefordeling i dansk turisme
Der er gennem de seneste år opbygget et solidt samarbejde i dansk turisme. Dette er medvirkende til at sikre effektiv brug af offentlige midler samt drift og udvikling af turismen. Det tilstræbes, at aktørerne i den offentlige turismefremmeindsats på decentralt og nationalt niveau indgår i tæt koordination, så overlap i opgaveløsningen undgås.

Det decentrale niveau med de 19 destinationsselskaber har en stærk lokal og kommunal forankring med det overordnede ansvar for destinationsudviklingen. Destinationsselskaberne finansieres af kommunerne, og deres opgavevaretagelse fastlægges lokalt og omfatter for eksempel strategisk destinationsudvikling, produkt- og forretningsudvikling samt markedsføring og gæsteservice. Den internationale markedsføring af destinationerne foregår via VisitDenmark, således at det sikres, at den internationale markedsføring er sammenhængende, og destinationerne ikke konkurrerer mod hinanden.

På det nationale niveau har det Nationale Turismeforum til formål at styre og koordinere den offentlige turismefremmeindsats i Danmark, herunder arbejde for at der er sammenhæng i den offentlige turismefremmeindsats, og at der ikke etableres overlappende turismefremmeindsatser, jævnfør *Lov om dansk turisme*. Dansk Turismes Advisoryboard har fortsat til opgave at rådgive Det Nationale Turismeforum. Begge fora består af repræsentanter fra den offentlige turismefremmeindsats samt repræsentanter fra turismeerhvervet.

VisitDenmark har som Danmarks nationale turismeorganisation til opgave at varetage den internationale branding og markedsføring af Danmark samt indsamle viden og udarbejde analyser, jævnfør *Lov om Visitdenmark*. Dansk Kyst- og Naturturisme, MeetDenmark og Dansk Storbyturisme (Wonderful Copenhagen) har til opgave at varetage udvikling af de tre forretningsområder i dansk turisme, henholdsvis kyst- og naturturismen, erhvervs- og mødeturismen samt storbyturismen.



Opfølgning på pejlemærker

Regeringen ønsker at videreføre den nationale turismestrategis overordnede vision om, at turismen skal styrke dansk økonomi og det danske samfund gennem en miljømæssig, økonomisk og socialt bæredygtig vækst, der skaber værdi for borgere, turister og lokalsamfund. Strategien sigter efter at balancere tre dimensioner af bæredygtighed:

- Økonomisk bæredygtig turisme
- Socialt bæredygtig turisme
- Miljømæssig bæredygtig turisme

Herunder indeholder turismestrategien et pejlemærke for hver bæredygtighedsdimension:

- Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark
- Tilfredse turister, borgere og medarbejdere
- Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaftryk

Pejlemærker	Indikatorer
Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark.	• Turismeomsætningen i Danmark skal nå 200 mia. kr. • Dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger. • Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 70 pct. af overnatninger i 2030.
Tilfredse turister, borgere og medarbejdere.	• Danmark skal ligge i top 3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisters overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet. • 80 pct. af danskerne skal opfatte turismens betydning som positiv for det danske samfund. • Mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed.
Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaftryk.	• Alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificeret. • 70 pct. af alle overnatningssteder og forlystelsesparker i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede • Danmark skal ligge nummer 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål.

For hvert pejlemærke er der tre målbare indikatorer, som skal vise udviklingen i dansk turisme. Der følges op på pejlemærkerne i den årlige *Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne,* som jævnfør *Lov om dansk turisme* udarbejdes årligt af VisitDenmark for Det Nationale Turismeforum.

Den seneste opgørelse af indikatorerne fremgår af oversigten side 12-13 og viser, at de tre indikatorer for pejlemærke 1, *Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark*, ligger på vækstkurven ift. 2030-målet. Det er især målet om sæsonspredning, hvor der er udviklingspotentiale, da sæsonspredning bidrager til at skabe en mere balanceret turisme samt øget helårsbeskæftigelse.

Pejlemærke 2, *Tilfredse turister, borgere og medarbejdere*, viser, at borgernes opfattelse af, at turismens betydning som positiv for det danske samfund har været faldende i de seneste år. I tillæg hertil fremgår det, at der er sat et mål om, at mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed. Indikatoren viser, at 69 pct. af medarbejdere i turismeerhvervet var tilfredse med deres job som helhed i seneste opgørelse fra 2025.

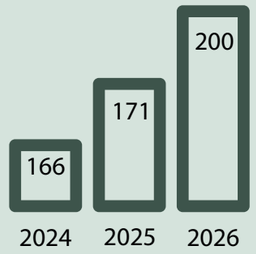
For pejlemærke 3, *Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk* er det vedrørende mål om certificeringer særligt for overnatningssteder og forlystelsesparker, at der er et udviklingspotentiale. I forhold til målet på 70 pct. er det på nuværende tidspunkt kun 27 pct. af overnatningsstederne i Danmark, som er certificerede, og 50 pct. af de danske forlystelsesparker der er Green Attraction-certificerede. Der har således ikke har været den udvikling, det kræver for at nå målet i 2030. Hvad angår målet om, at Danmark skal ligge nr. 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål, befinder Danmark sig aktuelt på en tredjeplads.



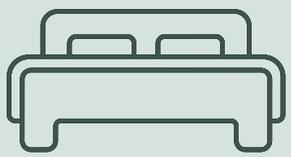
Opfølgning på pejlemærker

Kilde: VisitDenmark

1. Flere turister med et større turismeforbrug i Danmark



Turismeomsætningen i Danmark skal nå 200 mia. kr.
171 mia. i 2025 (166 mia. kr. i 2024)



Dansk turisme skal runde 74 mio. overnatninger.
66,6 mio. i 2025 (65,3 mio. i 2024)



Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli og august) skal udgøre 70 pct. af overnatningerne i 2030.
65 pct. af overnatninger var uden for højsæsonen i 2025. I 2024 lå andelen på 66 pct.

2. Tilfredse turister, borgere og medarbejdere



Danmark skal ligge i top-3 blandt landene i Nordeuropa, når det gælder de udenlandske turisters overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen i landet.
Danmark lå på en fjerdeplads i 2026 (uændret position siden 2022).



80 pct. af danskerne skal opfatte turismens betydning som positiv for det danske samfund.
69 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet var tilfredse med deres job som helhed i 2025. I 2023 lå andelen på 70 pct



Mindst 80 pct. af medarbejderne i turismeerhvervet skal være tilfredse med deres job som helhed.
70 pct. af medarbejdere i turismeerhvervet var tilfredse med deres job som helhed i 2023. I 2021 lå andelen på 74 pct.

3. Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk



Alle offentlige turismeorganisationer skal være bæredygtighedscertificerede.
Alle fire nationale turismeorganisationer og 11 ud af 19 destinationsselskaber er pr. august 2026 GTO-certificerede, mens seks er i gang med at blive certificeret og to fortsat mangler.



70 pct. af alle overnatningssteder og forlystelsesparker i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede.
25 pct. pr. oktober 2026 af overnatningsstederne i Danmark er certificerede, og 50 pct. af de danske forlystelsesparker er Green Attraction-certificerede.



Danmark skal ligge nr. 1 blandt landene i Nordeuropa i forhold til turisternes vurdering af landet som et miljøvenligt rejsemål.
Danmark ligger i 2026 på en tredjeplads. Niveauet har været uændret siden 2020.

Tendenser, udfordringer og muligheder



Det samlede udfordrings- og mulighedsbillede i den nationale turismestrategi er fortsat gældende. Desuden er der en stigende efterspørgsel på at skabe balanceret helårsturisme på tværs af landet samt en geopolitisk og digital udvikling, for eksempel inden for kunstig intelligens, som har betydning.

Turismestrategien er struktureret på baggrund af udfordrings- og mulighedsbilledet og består af følgende temaer:

- En fælles dansk fortælling: Sammenhængende branding og markedsføring skal bidrage til vækst hele året.
- Investeringer i hele landet: Flere private investeringer skal styrke turismeudvikling uden for de store byer.
- En bred vifte af turismetilbud: Kultur-, events-, outdoor- og mødeturisme skal styrke det danske turismeprodukt.
- Mod en grønnere rejse: Turismen skal være en del af den grønne omstilling.
- Et fundament af viden og data: Iværksætteri, digitalisering og data skal drive turismens innovation.
- Mennesker i midten: Turismen skal styrkes i samspil med samfundet og understøtte social inklusion.

Under hver af de seks temaer indgår en række konkrete initiativer. Nedenfor fremhæves udvalgte initiativer fra turismestrategien med en kort status.

Styrket international markedsføring med fokus på at tiltrække turister uden for højsæsonen
Med strategien blev der udmøntet 44 mio. kr. til ekstraordinær international markedsføring uden for højsæsonen for at understøtte fremgangen i turismeerhvervet på tværs af hele landet. VisitDenmark er i samarbejde med turismeaktører i gang med at gennemføre kampagneindsatser på de prioriterede otte markeder og seks nye udviklingsmarkeder. Hovedmarkederne er Tyskland, Storbritannien, Norge, USA, Nederlandene, Sverige, Frankrig og Italien. Derudover er udviklingsmarkederne Schweiz, Spanien, Belgien, Polen, Østrig og Indien.

Styrket markedsføring rettet mod danske turister i partnerskab med de lokale destinationer
På baggrund af erfaringerne med *Meget mere end bare Danmark*-kampagnen fra 2020-2022 er der afsat 10 mio. kr. til et partnerskab mellem VisitDenmark og de 19 destinationsselskaber om en langsigtet national markedsføring af Danmark. Initiativet er rettet mod danske turister og er et supplerende tiltag i strategien. VisitDenmark har i samarbejde med destinationsselskaberne udviklet en fælles kampagne og gennemfører den med henblik på at øge rejselysten i Danmark, øge helårsturismen og sætte fokus på Danmark som et alternativ til udlandsrejser.

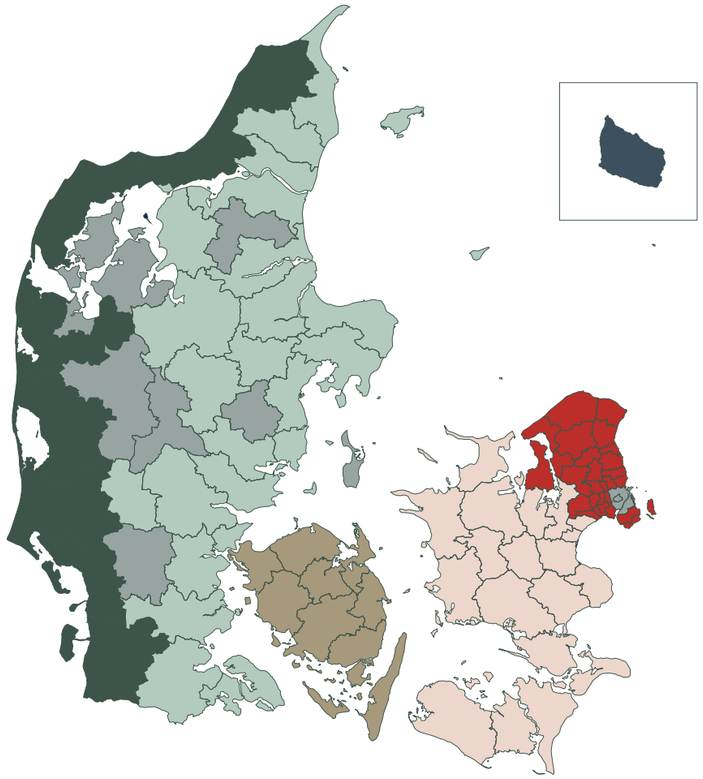
Bedre rammer for turismeudvikling i hele landet
Der er de seneste år lanceret en række tiltag, der skal understøtte og styrke rammerne for kyst- og naturturismen både i og uden for højsæsonen. Formålet med tiltagene er bl.a. at skabe bedre muligheder for at tiltrække turismeinvesteringer til landdistrikterne med nye forsøgstilladelser, udvide mulighederne for brug af overflødiggjorte bygninger og udlæg af 2500 nye sommerhusgrunde. Initiativerne er igangsat i forskellige spor og skal samlet understøtte strategiens tema om at skabe grundlag for flere private investeringer, som skal styrke turismeudviklingen uden for de store byer.

Udviklingsplaner som centralt tiltag i strategisk og bæredygtig destinationsudvikling
For at fremme flere offentlige og private investeringer i kyst- og naturturismen er der afsat 21 mio. kr. over de kommende år med henblik på at understøtte realiseringen af de langsigtede turismeudviklingsplaner, der er udarbejdet på tværs af landet. I tillæg hertil blev der afsat yderligere 43 mio. kr. fra turismereserven på finansloven for 2025. Initiativet er et centralt tiltag i strategiens fokus på at styrke turismeudviklingen uden for de store byer. Der er p.t. udarbejdet følgende udviklingsplaner:

- Udviklingsplan for Vestkysten
- Udviklingsplan for Jyllands Østkyst
- Udviklingsplan for Fyn og øerne
- Udviklingsplan for Sjælland og øerne
- Udviklingsplan for Hovedstadsregionen
- Udviklingsplan for Bornholm

Kort 2

Kort over tværkommunale turismeudviklingsplaner i Danmark



Kilde: Dansk Kyst- og Naturturisme

En styrket erhvervs- og mødeturisme i hele landet
Med initiativet blev der afsat 12 mio. kr. til at styrke erhvervs- og mødeturismen i hele landet. Initiativet indgår i strategiens tema om en bred vifte af turismetilbud og skal understøtte kultur-, events-, outdoor- og mødeturisme som en del af det danske turismeprodukt. Initiativet skal blandt andet styrke helårsturismen, idet møder og kongresser kan foregå uden for højsæsonen og desuden via erhvervs- og mødeturisterne bidrager til et højt døgnforbrug. Der er i tæt samarbejde med destinationsselskaberne udarbejdet markeds- og potentialeanalyser, kompetenceudviklingsforløb samt igangsat et spor om international markedsføring.

Ekspertgruppe for kulturturisme skal understøtte tiltrækning af internationale kulturturister
Der er potentiale for, at Danmarks kulturtilbud kan bidrage til at tiltrække flere internationale turister. Med dette udgangspunkt har *Ekspertgruppe for kulturturisme* afgivet sine anbefalinger til, hvordan området kan styrkes. Anbefalingerne bidrager til at understøtte strategiens tema om at gøre udbuddet af turismetilbud bredere, så helårsturismen styrkes. Ekspertgruppens anbefalinger omhandler:

- Styrket vidensgrundlag og vidensdeling
- Handlingsplaner for kulturturisme
- International markedsføring af kulturturisme uden for højsæsonen

Nulpunktsmåling af bæredygtighedscertificeringer i det danske overnatningsprodukt
Med initiativet om en nulpunktsmåling af bæredygtighedscertificeringer i det danske overnatningsprodukt stilles der skarpt på turismen som en del af den generelle grønne omstilling af samfundet. Målingen danner grundlag for indikatoren om, at 70 pct. af alle overnatningssteder og forlystelsesparker i Danmark skal være bæredygtighedscertificerede, jævnfør pejlemærke 3 i strategien. VisitDenmark har i regi af *Partnerskab for bæredygtig turismeudvikling* drevet og gennemført initiativet i samarbejde med relevante turismeaktører, og målingen blev offentliggjort den 7. juli 2025.

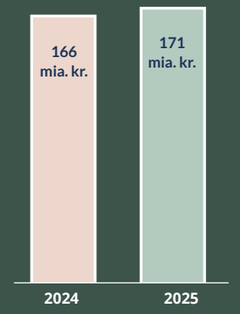
Udvikling af turismens datainfrastruktur – VisitData
Initiativet om VisitData er hovedtiltaget i strategiens tema om styrkelse af viden og data i turismeerhvervet med henblik på at styrke iværksætteri, digitalisering og innovation i turismebranchen. VisitDenmark har ansvar for platformen, VisitData, og midlerne går til udvikling af platformen samt uddannelse og understøttelse af destinationerne i at anvende og udnytte platformen. Der er afsat 24 mio. kr. til initiativet.

Indslusning af unge uden job eller uddannelse i turismeerhvervet
Turismeerhvervet, herunder særligt hotel- og restaurationsbranchen, oplever mangel på arbejdskraft. Samtidig bidrager turismeerhvervet med at skabe arbejdspladser for borgere med forskellige baggrunde på tværs af hele landet. Initiativet er igangsat som led i strategiens tema om mennesker i midten, hvor turismen styrkes i samspil med samfundet og understøtter social inklusion.

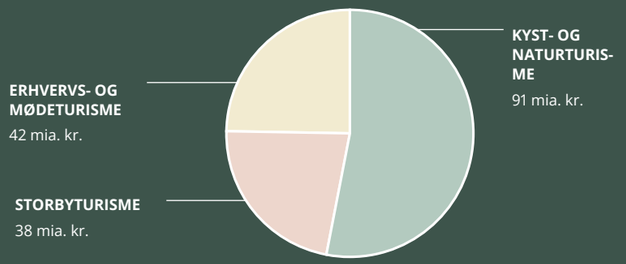
Turismens økonomiske betydning for hele Danmark



Nøgletal for turismen i Danmark*



I 2025 havde turisterne et forbrug på ca. 171 mia. kr. i Danmark**
Det var 3 pct. højere end 2024.



Forbruget er størst i kyst- og natur-turismen, men i storbyturismen samt erhvervs- og mødeturismen forbruger den enkelte turist mere i døgnet.



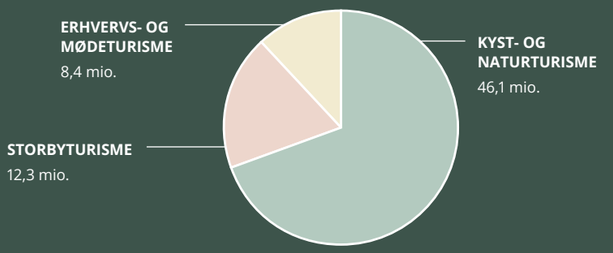
Turismen skabte i 2024 ca. 157.000 jobs, hvoraf ca. 57 pct. er jobs i landdistriktskommuner.***



I 20 kommuner udgør turismen 10 pct. eller mere af den samlede beskæftigelse.



I 2025 var der 66,6 mio. overnatninger i Danmark, og dette var en stigning i 2,0 pct. ift. 2024.



Der er flest overnatninger i kyst- og naturturismen efterfulgt af storbyturismen og erhvervs- og mødeturismen.

** De økonomiske tal er baseret på udregninger fra VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning. Overnatningstallene er fra Danmarks Statistik.*
*** Tal for 2025 er baseret på foreløbige estimater fra VisitDenmark.*
****Landdistriktskommuner er baseret på By-, Land-, og Transportministeriet klassificering af kommuner, og indeholder alle kommuner klassificeret som "Kommuner tæt på en større by" og "Kommuner længere væk fra en større by."*

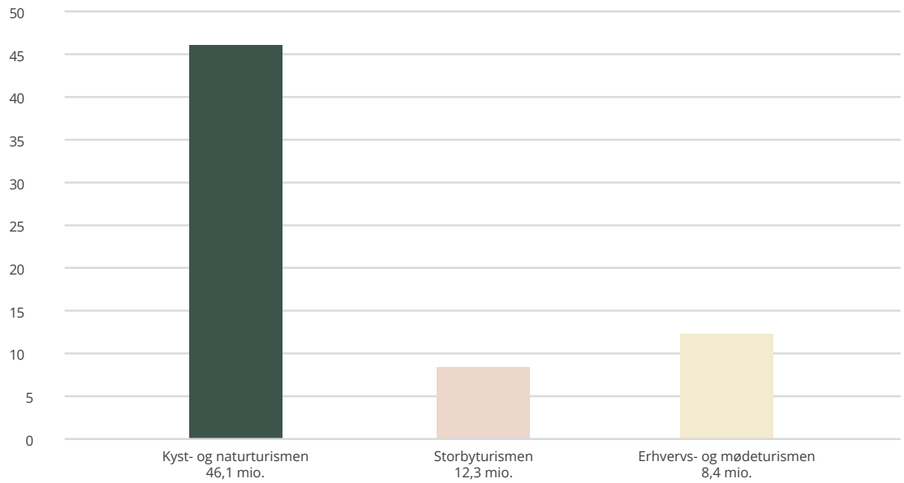
Turismen har en væsentlig økonomisk betydning og medfører en bred værdiskabelse i samfundet. Turismeforbrug skaber ikke kun omsætning og arbejdspladser i de klassiske turismeerhverv, men for mange andre brancher, blandt andet detailhandel, restauranter, sommerhusudlejning, biludlejning og transport. Derudover forudsætter turismeerhvervet i høj grad en stedbundenhed, der gør, at arbejdspladserne i turismeerhvervet er spredt udover hele landet.

Overnatninger i dansk turisme
I 2025 var der 66,6 mio. overnatninger i Danmark, og dette var en stigning på 2,0 pct. i forhold til 2024. Fremgangen drives af de udenlandske gæsters overnatninger. Antallet af danske overnatninger faldt med 0,2 pct., hvor antallet af udenlandske overnatninger steg med 3,9 pct. ift. året før. Fordelt på forretningsområderne fremgår det, at i kyst- og naturturismen var der 46,1 mio. overnatninger, i storbyturismen var der 12,3 mio. overnatninger

Figur 2

Antal overnatniger fordelt på forretnings-områderne

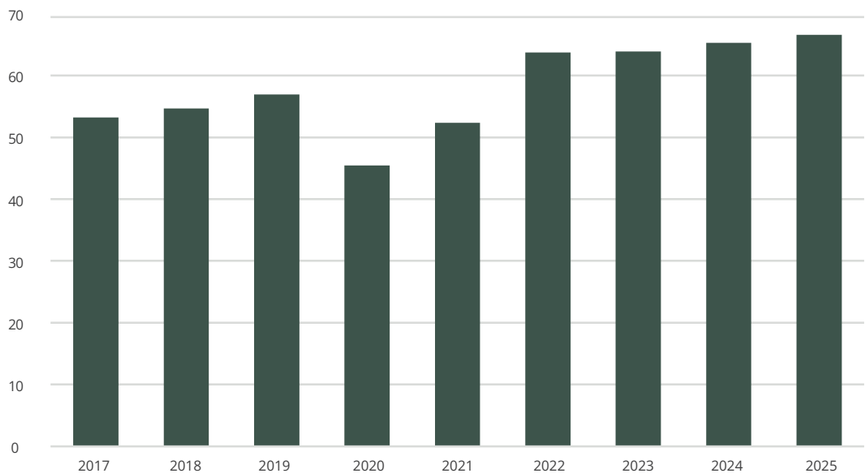
Kilde: Danmarks Statistik



Figur 3

Antal overnatniger i Danmark, 2017-2025 (mio.)

Kilde: Danmarks Statistik



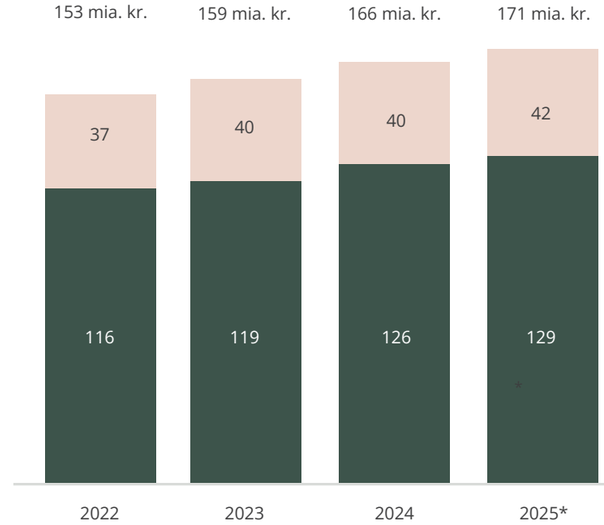
og i erhvervs- og mødeturismen var der 8,4 mio. overnatninger.

Turisternes forbrug
De foreløbige tal fra VisitDenmarks, *Turismens Økonomiske Betydning*, fra 2026 viser, at turisternes samlede forbrug steg til 171 mia. kr. Det var 3 pct. højere end i 2024. Væksten er dog i høj grad drevet af prisstigninger. De udenlandske turister brugte næsten 75 mia. kr. fordelt på forretningsområderne fremgår det, at kyst- og naturturisterne havde et forbrug på 91 mia. kr., storbyturisterne havde et forbrug på 38 mia. kr. og erhvervs- og mødeturisterne havde et forbrug på 42 mia. kr.

Figur 4

Forbrug fordelt på ferie og forretning 2022-2025

Kilde: VisitDenmark

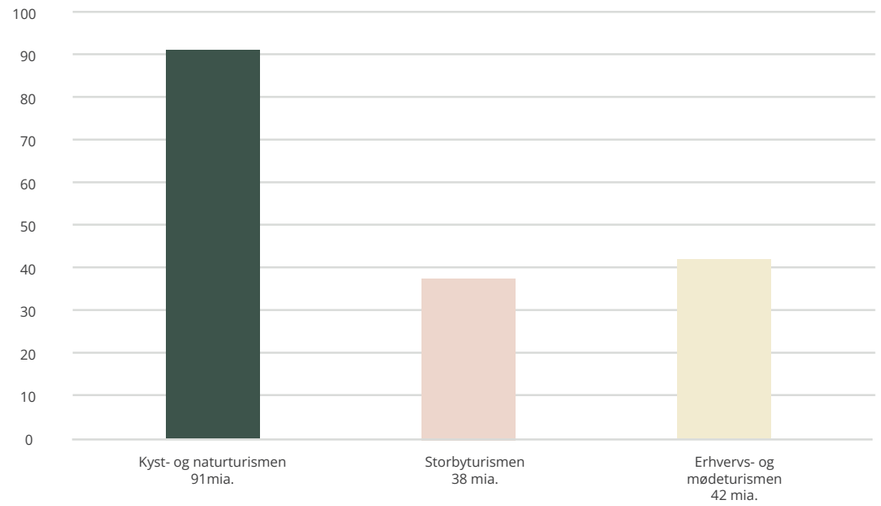


*Foreløbig opgørelse 2025

Figur 5

Forbrug i 2025 fordelt på forretningsområder i 2025

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning



De udenlandske turisters forbrug i Danmark skaber valutaindtægter og bidrager til Danmarks samlede eksport. Af VisitDenmarks, *Turismens Økonomiske Betydning*, fra 2026 opgøres turismeerhvervet til at være Danmarks fjerdestørste eksporterhverv. Turisternes forbrug varierer betydeligt på tværs af markeder, rejseformål og overnatningsformer. Erhvervsturister og hotelgæster har generelt et højere forbrug pr. døgn end eksempelvis feriehusgæster. Det samlede turismeforbrug afhænger imidlertid både af døgnforbruget og af turismens omfang. Et højt døgnforbrug er derfor ikke nødvendigvis ensbetydende med et højt samlet turismeforbrug.

Turismeforbruget er geografisk bredt fordelt og har stor betydning i landdistriktskommunerne. I 2025 blev 97 mia. kr., svarende til 57 pct. af den samlede turismeomsætning, skabt i landdistriktskommunerne. Flere kommuner uden for de største byområder oplevede samtidig betydelig vækst i turismeomsætningen fra 2024 til 2025, herunder blandt andet Ringkøbing-Skjern, Holstebro og Bornholm.

Kort 3

Turismeforbruget fordelt på kommuner i Danmark

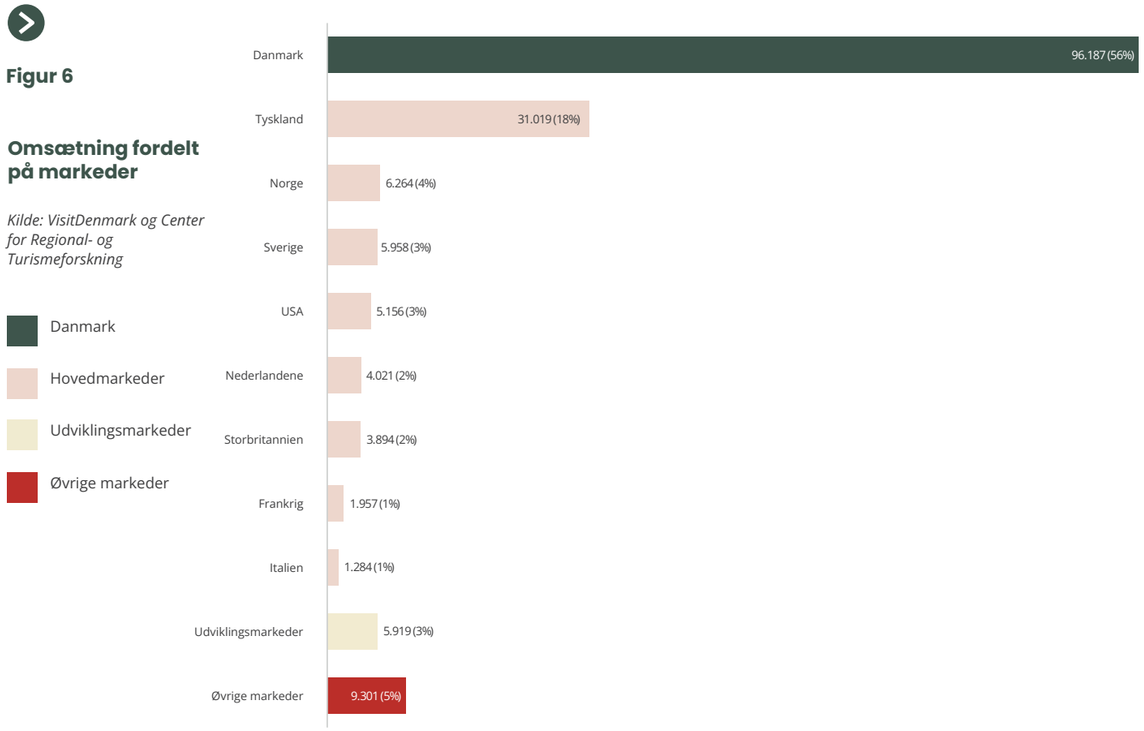


Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning

Figur 6

Omsætning fordelt på markeder

Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning



Ses der på de udenlandske gæster, er Tyskland fortsat det klart største udenlandske marked for dansk turisme målt på turismeforbrug. I 2025 brugte tyske turister 31 mia. kr. i Danmark, svarende til 41 pct. af det samlede udenlandske turismeforbrug. Herefter fulgte Norge, Sverige og USA med et turismeforbrug på henholdsvis 6,3 mia. kr., 6,0 mia. kr. og 5,2 mia. kr. I 2024 bidrog turisternes forbrug med 104 mia. kr. til BNP, svarende til 3,5 pct. af Danmarks BNP. Den samlede bruttoværditilvækst udgjorde knap 92 mia. kr., svarende til 4 pct. af den samlede værditilvækst i Danmark. 92 mia. kr., svarende til 4 pct. af den samlede værditilvækst i Danmark.

Turisternes forbrug skaber derudover et skattegrundlag for den offentlige sektor. I 2024 genererede turisterne 60,9 mia. kr. i skatter til staten og kommunerne, svarende til en stigning på knap 2 mia. kr. eller 3 pct. i forhold til 2023.

Beskæftigelse i turismeerhvervet

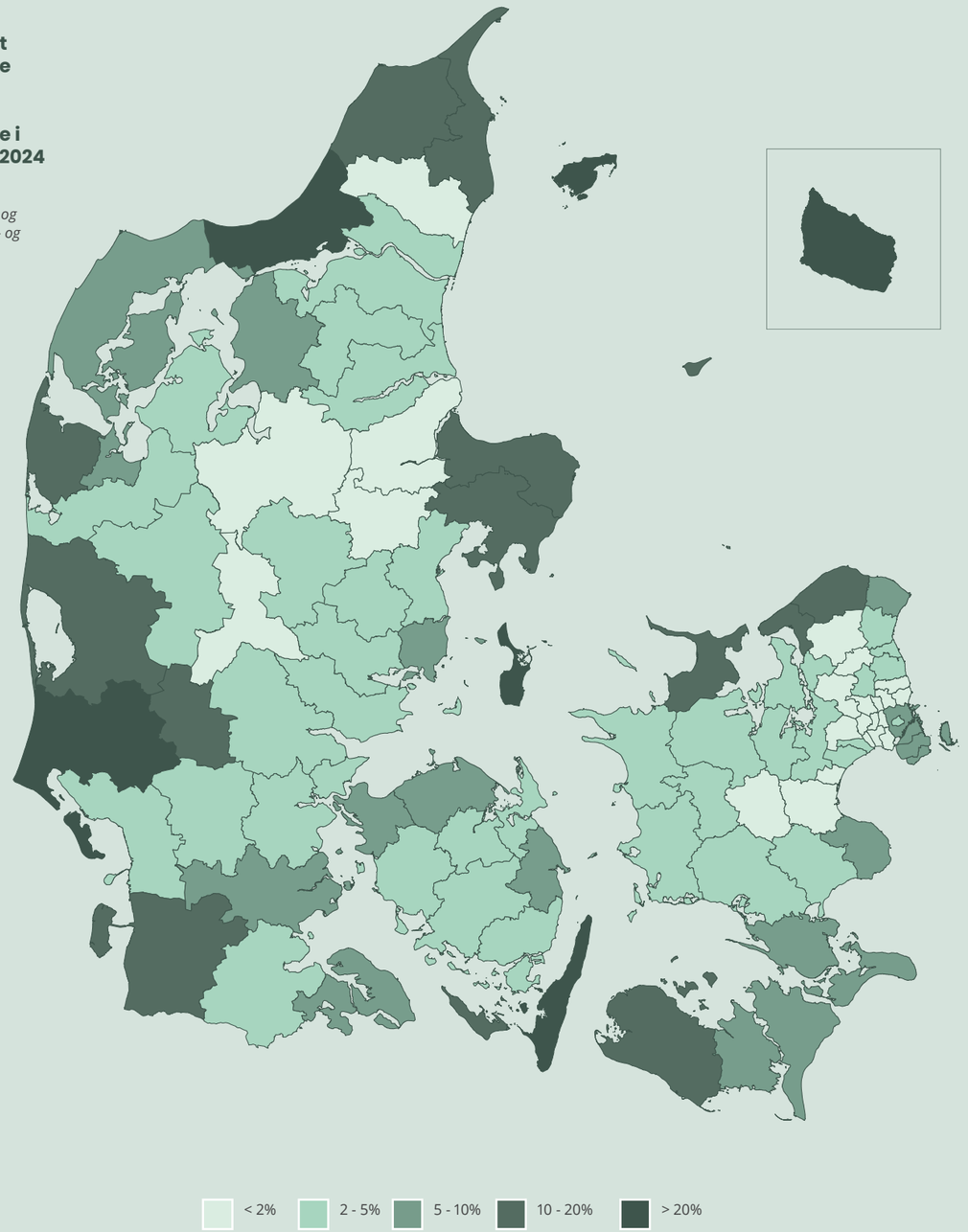
De seneste beskæftigelsestal viser, at turisternes forbrug i 2024 understøttede 156.865 job, svarende til omtrent hvert tyvende job i Danmark. Fx udgjorde turismens andel af den samlede beskæftigelse i Varde Kommune 24,2 pct., 23,2 pct. på Bornholm, 20,6 pct. i Jammerbugt Kommune og 18,3 pct. i Ringkøbing-Skjern Kommune. På nogle øer er turismen afgørende for beskæftigelsen, turisternes forbrug skabte hhv. 79 pct. og 43 pct. af jobbene på Fanø og Læsø.

Det sociale aspekt af turismen viser sig i sammensætningen af mennesker, der er beskæftiget i turismeerhvervet. Turismen giver muligheder for mennesker, der kan have svært ved at få fodfæste på arbejdsmarkedet - på tværs af alder, uddannelse, erfaring og nationalitet.

Kort 4

Turismeskabt beskæftigelse som andel af den samlede beskæftigelse i kommunen i 2024

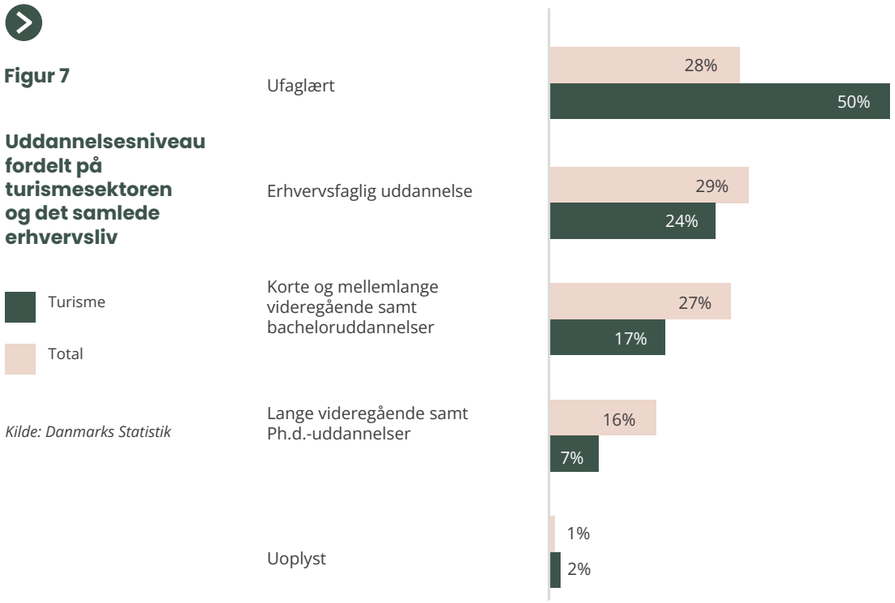
Kilde: VisitDenmark og Center for Regional- og Turismeforskning



Turismeerhvervet skaber også grundlag for beskæftigelse til ufaglærte. Det fremgår af de seneste beskæftigelsestal fra 2024, at 50 pct. af de beskæftigede i turismeerhvervet er ufaglærte. Sammenlignet med erhvervslivet samlet står de ufaglærte for 28 pct. af beskæftigelsen.

Figur 7

Uddannelsesniveau fordelt på turismesektoren og det samlede erhvervsliv

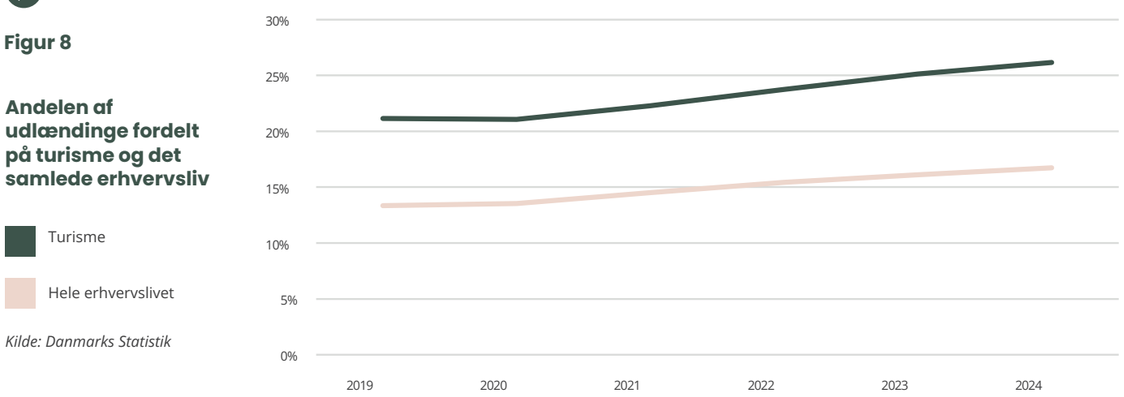


Kilde: Danmarks Statistik

Turismeerhvervet danner desuden grundlag for beskæftigelse til udlændinge. I turismeerhvervet ligger andelen af udenlandsk arbejdskraft højere end det generelle arbejdsmarked, således at andelen af udenlandsk arbejdskraft i turismeerhvervet i 2024 udgjorde 26 pct., hvor andelen udgjorde 17 pct. på tværs af hele erhvervslivet. Der er ligeledes sket en stigning andelen af udenlandsk arbejdskraft i turismeerhvervet fra 21 pct. i 2019 til 26 pct. i 2024.

Figur 8

Andelen af udlændinge fordelt på turisme og det samlede erhvervsliv



Kilde: Danmarks Statistik

Danskernes tilfredshed med turismen

Turisme og lokalsamfund påvirker gensidigt hinanden. Bæredygtig turisme skaber værdi både for de besøgende og for de lokale. En balanceret turisme gør det muligt, at turismen bliver en integreret og positiv del af et levende og bæredygtigt lokalsamfund.

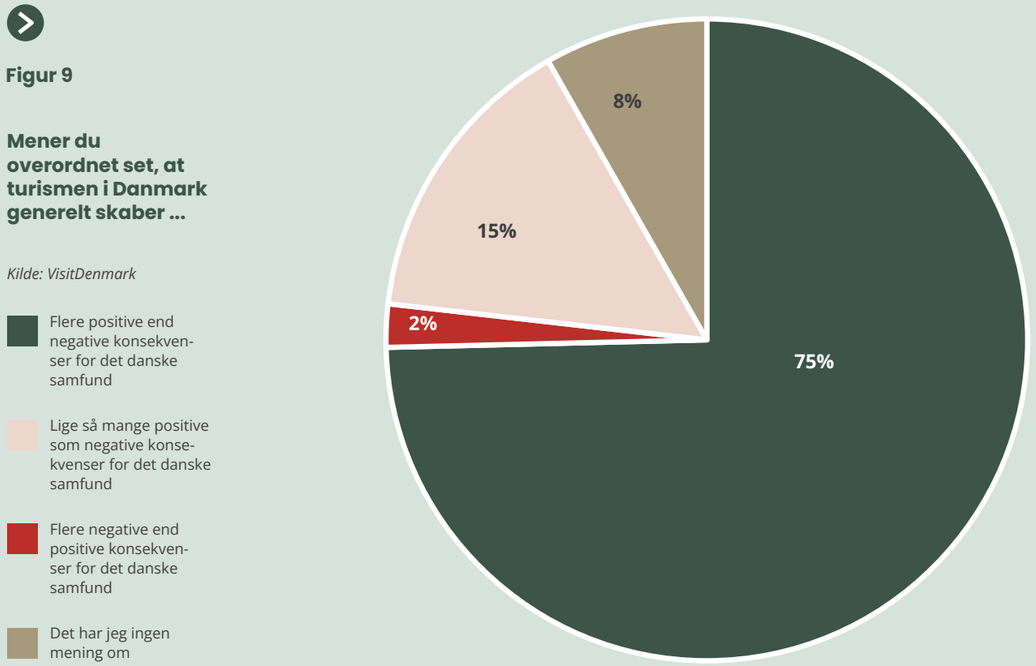
VisitDenmark laver årligt en borgerundersøgelse, som kortlægger opfattelsen af og opbakningen til turismen på nationalt plan og i de enkelte lokalområder. Den seneste rapport blev lavet i 2025, og det er femte år i træk, at VisitDenmark laver analysen. Rapporten fra 2025 konkluderer overordnet, at borgerne fortsat vurderer, at turismen skaber flere positive end negative konsekvenser. 75 pct. af de adspurgte mener, at der er flere positive end negative konsekvenser for Danmark som helhed, og 69 pct. mener det samme i deres lokalområde. Sammenlignet med 2024 er dette en stigning på 1 procentpoint for begge spørgsmål. Dette betyder samtidig, at resultaterne er stort set de samme som i 2024.



Figur 9

Mener du overordnet set, at turismen i Danmark generelt skaber ...

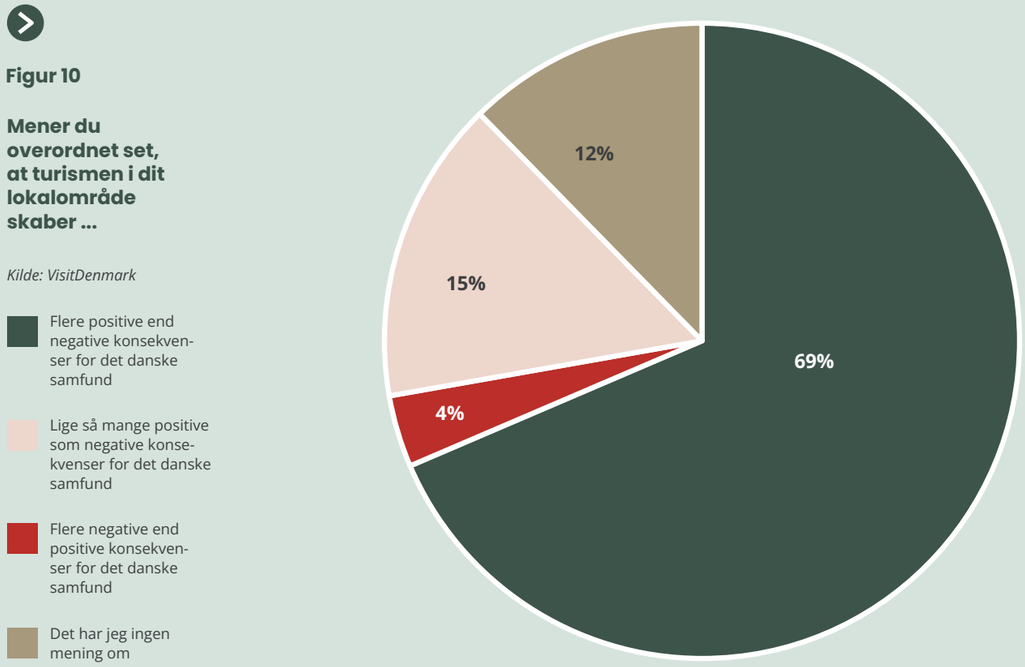
Kilde: VisitDenmark



Figur 10

Mener du overordnet set, at turismen i dit lokalområde skaber ...

Kilde: VisitDenmark

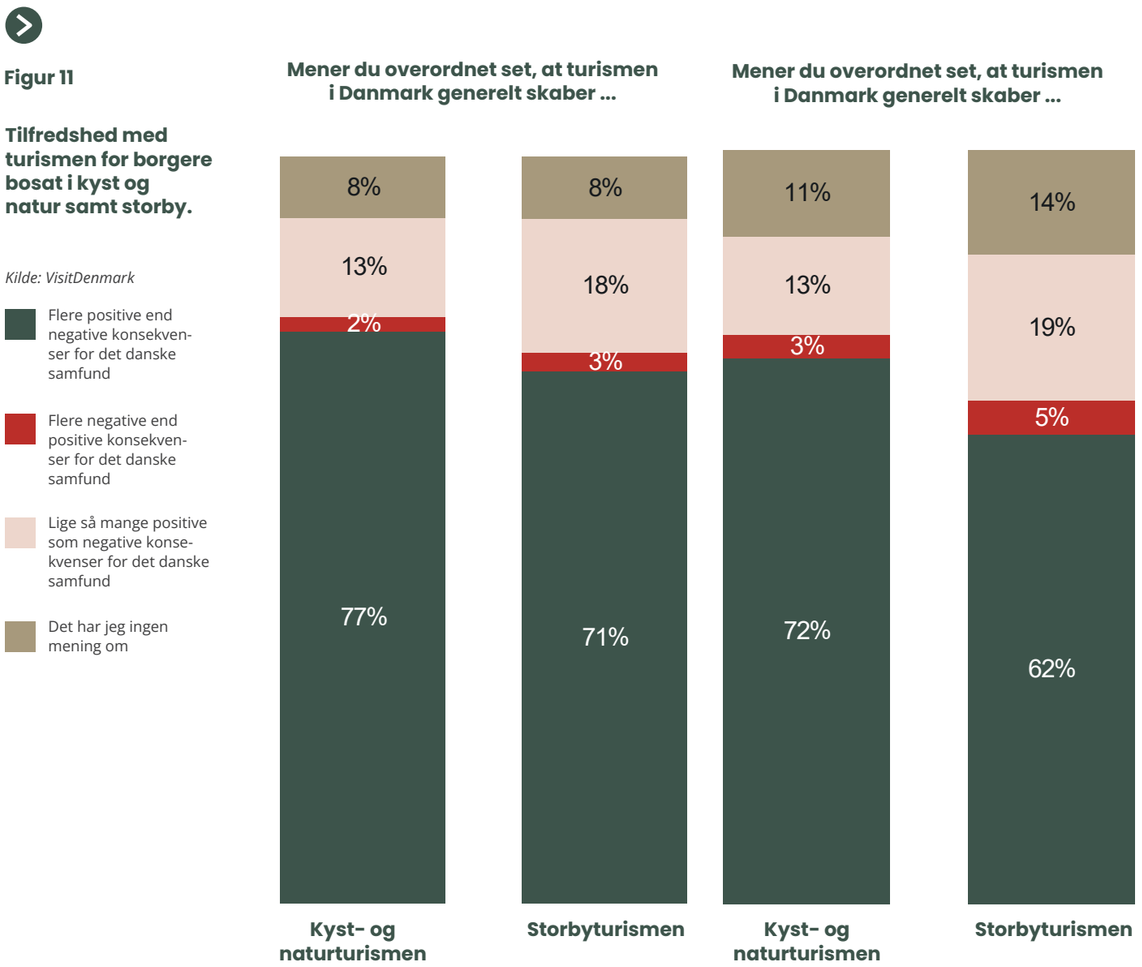


Borgerundersøgelsen viser derudover bl.a. fordelingen mellem borgere i storbyerne og i kyst- og naturområderne. Blandt borgere i kyst- og naturområderne mener 77 pct., at turismen samlet set skaber flere positive end negative konsekvenser, mens andelen blandt storbybeboere ligger på 71 pct. Samme tendens viser sig i vurderingen af turismens betydning for borgernes eget lokalområde. Her angiver 72 pct. i kyst- og naturområderne, at der er flere positive end negative konsekvenser, mens det samme gør sig gældende for 62 pct. af borgerne i storbyerne. Fra 2023 til 2024 var der et fald i andelen af storbyborgere, der oplevede flere positive end negative konsekvenser af turismen – både for Danmark generelt (-7 procentpoint) og for deres lokalområde (-9 procentpoint). Denne udvikling fortsætter dog ikke i 2025. Tværtimod ses en mindre fremgang ved, at andelen af storbyborgere, der vurderer turismen som overvejende positiv for Danmark, er steget med 1 pct. point og med 4 procentpoint for deres lokalområde.

Figur 11

Tilfredshed med turismen for borgere bosat i kyst og natur samt storby.

Kilde: VisitDenmark



Centralt for borgerundersøgelsen er derudover, at den belyser turismens påvirkning af lokalområdet på en række forskellige aspekter, fx lokal økonomi, beskæftigelse, butiksudbud og beskyttelse af miljø og naturområder. Af figur 12 fremgår det, at borgerne vurderer, at turisme har en positiv påvirkning på den lokale økonomi, handelslivet samt udvalget af restauranter og spisesteder. Derudover mener borgerne, at turismen bidrager positivt til udvalget af kulturelle oplevelser og aktiviteter samt beskæftigelsen i området. Borgerne mener fortsat, at de aspekter i lokalområdet, som påvirkes mest negativt af turismen, er mulighederne for at bevæge sig ugeneret rundt samt beskyttelse af miljø og naturområder.

Figur 12

Turismens oplevede påvirkning af:

Kilde: VisitDenmark



Turismepolitisk Redegørelse

November 2026

By-, Land- og Transportministeriet
Frederiksholms Kanal 27
1220 København K

Tlf. : +45 41 71 27 00
E-mail: trm@trm.dk

ISBN 97887-85420-13-8 (digital version)
2026/23:59

Publikationen kan hentes på
www.regeringen.dk
www./www.bltm.dk

Kilder

Turismens Økonomiske Betydning 2026, VisitDenmark
Turismen og lokalbefolkningen, 2026, VisitDenmark
Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne, 2026, Det Nationale Turismeforum

Fotokreditering;

Forside: tre-høje-mols-bjerge-denmark: Daniel Villadsen / VisitDenmark
Side 4: Danish_girl_with_bike_on_Mors: Mette Johnsen / VisitDenmark
Side 5: karina_lorentzen_dehnhardt: Marie Hald /Folketinget
Side 7: Walking_on_Hammerknuden_on_Bornholm: Mette Johnsen / VisitDenmark
Side 9: autumn-aarhus-denmark-2: Kit Bøhnke / VisitDenmark
Side 11: Rebild_Bakker: Daniel Villadsen / VisitDenmark
Side 14: the-wave-at-kalvebod-brygge: Mathias Brandt / VisitDenmark
Side 18: COLOURBOX
Side 22: Den Genfundne Bro: Sarah Green-large / VisitDenmark
Side 27: HCA-museum-odense-denmark-2: Mitch Wiesinger / VisitDenmark
Side 28: Copenhagen-Gro-Spiseri-rooftop-garden-large: Martin Heiberg/ VisitDenmark

By-, Land- og Transportministeriet
Frederiksholms Kanal 27
1220 København K

Tlf. : +45 41 71 27 00
E-mail: trm@trm.dk