

Her er lidt tal, dels på, hvor meget kultur betyder for hhv. danske og udenlandske turisters rejsemotivation, og så er der en oversigt over turismen (overnatninger på hoteller mm. i hovedstaden) i juli 2022 fordelt på de 20 største markeder, så du kan se volumen og nationalitetsfordelingen.

Vh

Uffe Hartmann

| Region Hovedstaden (ekskl. Bornholm), juli 2022 | | |
|--|--|-----------|
| | I alt | 1.812.040 |
| | Verden udenfor Danmark | 988.019 |
| | Danmark | 824.020 |
| 1 | Sverige | 175.859 |
| 2 | Norge | 163.044 |
| 3 | Tyskland | 154.805 |
| 4 | USA | 85.506 |
| 5 | Nederlandene | 55.515 |
| 6 | Storbritannien | 45.781 |
| 7 | Schweiz | 31.331 |
| 8 | Frankrig | 29.396 |
| 9 | Finland | 22.394 |
| 10 | Belgien | 21.293 |
| 11 | Italien | 20.825 |
| 12 | Spanien | 19.197 |
| 13 | Asien uden Kina, Japan, Sydkorea, Indien og Thailand | 14.375 |
| 14 | Polen | 14.115 |
| 15 | Ukendt land | 12.542 |
| 16 | Grønland | 11.114 |
| 17 | Østrig | 9.863 |
| 18 | Island | 9.032 |
| 19 | Syd- og Mellemerika uden Brasilien | 7.002 |
| 20 | Australien | 7.000 |

Top 10 rejsemotiver

Udenlandske turister

| | |
|-----------------------|-----|
| Lokal atmosfære | 62% |
| Venlig befolkning | 62% |
| Trygt | 61% |
| Lokale seværdigheder | 58% |
| Byliv | 56% |
| Rent og miljøvenligt | 56% |
| Dansk kultur | 55% |
| Kultur og kunst | 48% |
| Godt overnatningssted | 44% |
| Kort rejsetid | 44% |

Øvrige rejsemotiver

Danske turister

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Dansk kultur | 34% |
| Madoplevelser/spise ude/gastronomi | 31% |
| Festival mm. | 29% |
| Fornuftigt prisniveau | 29% |
| Godt tilbud | 29% |
| Kultur og kunst | 28% |
| Børnevenligt | 28% |
| Shopping | 24% |
| Historiske oplevelser | 22% |
| Strand, kyst, hav | 14% |