



Sozioökonomie³

Einwohnerzahl: 6,0 Mio.
Fläche: 42.920 km²
Hauptstadt: Kopenhagen (1,4 Mio. Einwohner)
Durchschnittsalter: 42,2 Jahre

Wirtschaft: BIP pro Kopf: 76.581 US-Dollar
Arbeitslosenquote: 6,1%
Inflationsrate: 1,9%

Übernachtungsstatistik Deutschland 2025¹

Übernachtungen absolut: 2.965.594 (-2,9%)
Ankünfte absolut: 1.488.859 (-2,7%)
Aufenthaltsdauer: 2,0 Tage

Top 3 Regionen Niedersachsen (nach ÜN):

1. Harz 125.313 (-8,2%)
2. Lüneburger Heide 113.014 (+5,6%)
3. Hannover-Hildesheim 39.318 (+0,7%)

Übernachtungsstatistik Niedersachsen 2025²

Übernachtungen absolut: 364.397 (-2,5%)
Ankünfte absolut: 181.512 (-2,6%)
Aufenthaltsdauer: 2,0 Tage

Top 3 Städte Niedersachsen (nach ÜN):

1. Goslar 47.521 (-15,4%)
2. Bispingen 34.995 (+3,1%)
3. Braunlage 24.929 (-2,6%)

Reiseverhalten & Urlaubserlebnis³

Auslandsreiseintensität: 230,8% = 2,3 Reisen pro Person

Top 4 Auslandsreiseziele:

1. Deutschland
2. Spanien
3. Schweden
4. Italien

Top 4 Bundesländer:

1. Schleswig-Holstein (20%)
2. Berlin (17%)
3. Hamburg (13%)
4. Niedersachsen (12%)

Reisezweck der Deutschlandreisen (1,5 Mio. Ankünfte):

74% Urlaubsreisen / 13% VFR + sonstige Reisen / 13% Geschäftsreisen

Urlaubsart bei Reisen nach Deutschland:

58% Städte- und Eventreisen / 23% Urlaub in Feriengemeinden / 5% Rundreisen

Buchungsverhalten:

87% Vorausbuchung / 78% via Internet

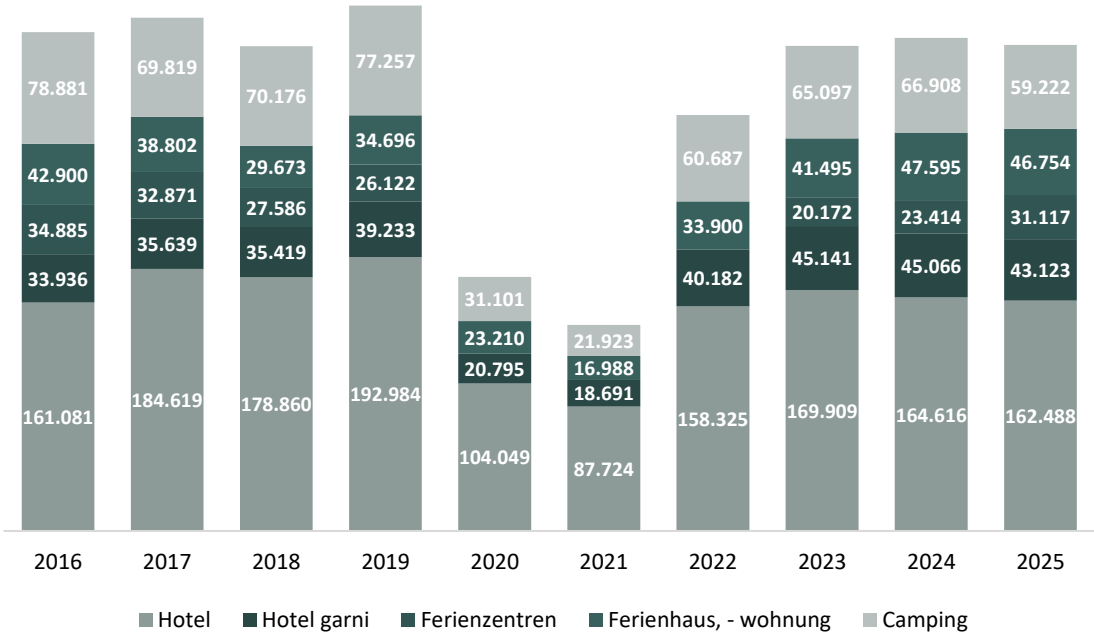
Anreise:

63% PKW, 18% Flug, 12% Bahn, 3% Bus

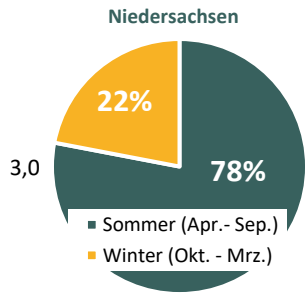
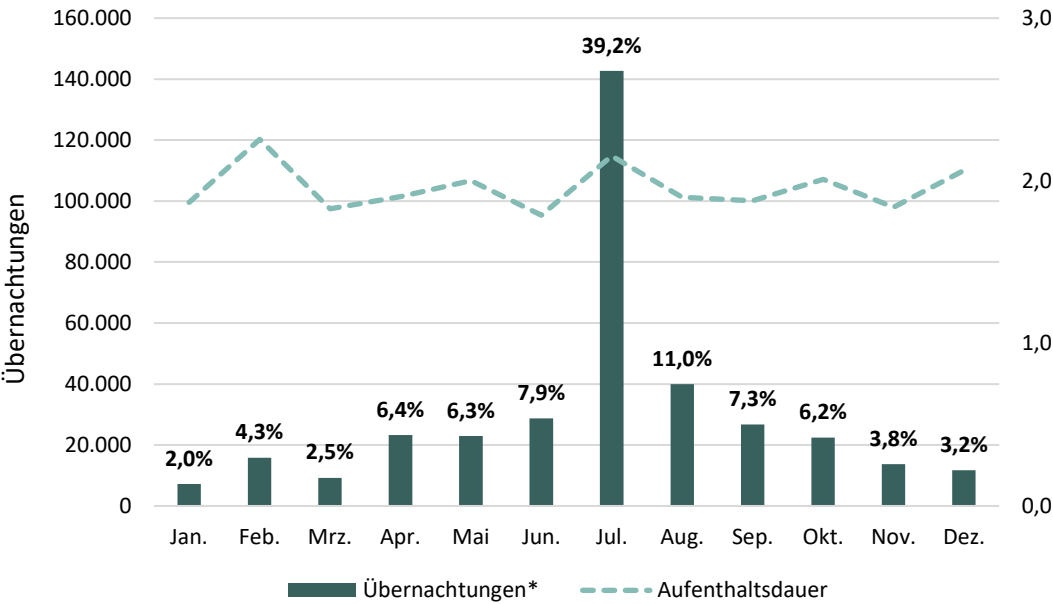
Umsatzvolumen Deutschlandreisen:

3,0 Mrd. Euro

Übernachtungen nach Betriebsart



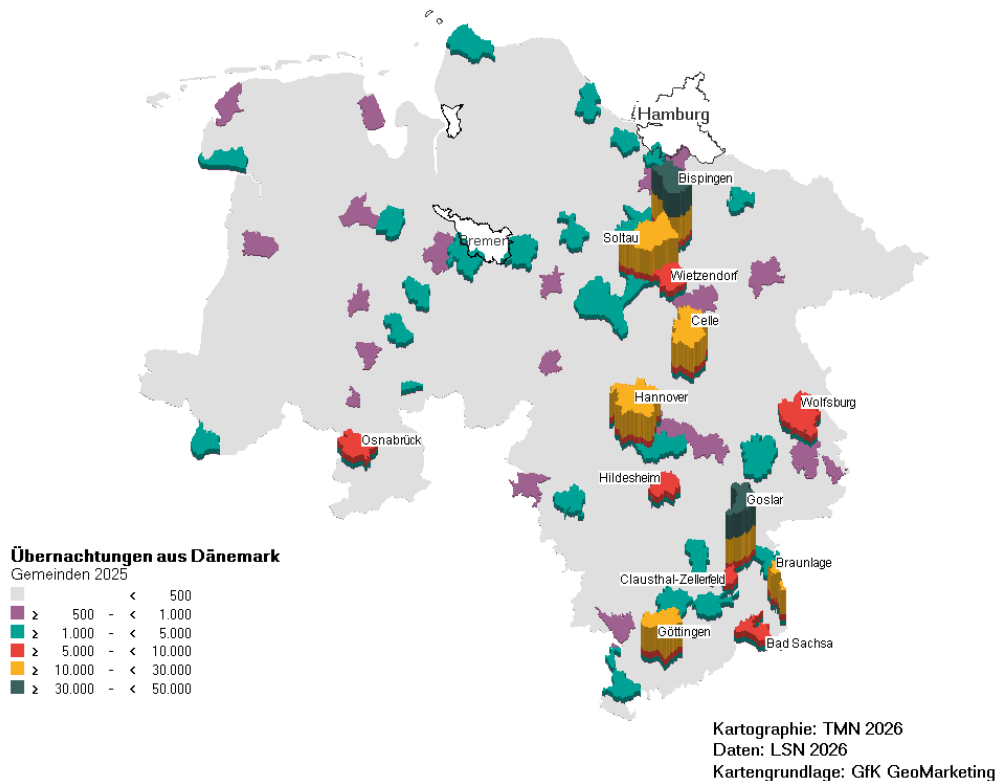
Übernachtungen und Aufenthaltsdauer im Jahresverlauf 2025



*Übernachtungsanteil je Monat in Prozent aus Dänemark

Zeitraum Sommerferien: ab 28. Juni – 10. August 2025

Übernachtungsziele 2025



Reisemotive

- ✓ Natur- und Aktivurlaub, insbesondere Wandern, sind beliebte Themen, auch im Rahmen von Familienurlaubs.
- ✓ Kulinarik und regionale Esskultur spielen eine bedeutende Rolle.
- ✓ Städte-Kurzurlaub mit Besuch von kulturellen Einrichtungen, historischen Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen wie z.B. Weihnachtsmärkten sind ebenfalls gefragt.
- ✓ Außerdem beliebt ist: „The Danish Link“, also historische und royale Verbindungen zwischen Niedersachsen und Dänemark.

Mediennutzung/Informationsquellen

- ✓ Die Dänen nutzen fast ausschließlich das Internet, soziale Netzwerke (Facebook, YouTube, Instagram) sowie TV- und Musik-Streamingdienste. Neben klassischem Radio werden auch Podcasts regelmäßig konsumiert sowie Magazine und Tageszeitungen online gelesen.
- ✓ Tipps und Empfehlungen von Freunden, Verwandten und Bekannten spielen eine große Rolle.
- ✓ Zur weiteren Reiseinspiration dienen Preisvergleichs- und Reisevermittlungsportale sowie Berichte und Broschüren im Internet. Social Media spielt bei der Reiseinspiration keine überdurchschnittliche Rolle.

Besonderheiten der Gäste aus Dänemark

✓ **Sprache und Ansprache**

Für Dänen ist eine individuelle Ansprache sehr wichtig, sie sind unkompliziert und bevorzugen das „Du“. Deutschkenntnisse sind vorhanden (bei der älteren Generation jedoch eher als bei der jüngeren), in der Kommunikation wird aber trotzdem Englisch bevorzugt.

✓ **Digitaler Fokus**

Die Dänen sind internetaffin, weshalb eine Online-Sichtbarkeit und leichte Buchbarkeit bedeutend sind. Auch wenn Dänemark Mitglied der EU ist, ist die offizielle Währung nicht der Euro. Digitale Bezahlungsmöglichkeiten sind daher essenziell.

✓ **Besondere Essgewohnheiten**

Hauptmahlzeit (warm) ist das Abendessen. Das Mittagessen besteht häufig nur aus einem Sandwich, dem Smørrebrød. Dies ist wohl eines der bekanntesten dänischen Gerichte. Die kleinen, dünnen Brotscheiben, mit Butter bestrichen und Belag verfeinert, werden am häufigsten als Mittagessen verzehrt.

✓ **Kulturelle Besonderheiten**

Das Wort *Hygge* ist für die Dänen ein Lebensmotto: Hygge bedeutet Vertrautheit und Behaglichkeit, Wärme, Geborgenheit und auch Genuss. Ein Gefühl von Sicherheit, aber auch von Fröhlichkeit, Gemütlichkeit und Heiterkeit.