



TURISMER PÅ DJURSLAND

THE AARHUS
REGION

TURISTÅRET 2024

AARHUSREGIONEN

Aarhusregionen er fortsat et populært rejsemål for gæster fra ind- og udland. 2024 bød således på cirka lige så mange kommercielle overnatninger som året før (-0,7%). Hoteller, feriehuse, campingpladser, vandrehjem mv. kunne i 2024 melde om knap 4,6 millioner overnatninger. Hertil kommer endagsgæster,, overnatningssteder med under 40 sengepladser, Airbnb, små campingpladser m.v. som ikke er med i statistikken.

Flere udenlandske gæster besøgte i 2024 Aarhusregionen med fine stigninger særligt i antallet af tyske og svenske gæster. Blandt de internationale målgrupper er det kun antallet af norske gæster, der er gået tilbage.

Antallet af danske gæster er i 2024 faldet en smule med -1,1%. Endnu en regnvåd sommer gav udfordringer for blandt andet mange campingpladser, mens mange hoteller og attraktioner kunne melde om flot fremgang i 2024.

Selv om antallet af overnatninger er ret stabilt, så stiger turisme-omsætningen i Aarhusregionen. Turismeomsætningen, der dækker over hele turismen; kommerciel, ikke-kommerciel og endagsturisme, er siden 2019 steget med hele 26%.

2024 bød på endnu en rekord i krydstogturismen til Aarhusregionen. 250.000 internationale dagsgæster og besætningsmedlemmer fordelt på 61 skibe besøgte destinationen. Det gav omsætning på attraktioner og i butikker, og det betød en lang række guidede busture til hele Aarhusregionen.



TURISMEÅRET 2024 DJURSLAND

TRAVLT TURISTÅR PÅ DJURSLAND

2024 bød på lige så mange overnatninger som året før. +0,3% flere gæster overnattede i Syddjurs Kommune, mens -0,3% færre gæster overnattede i Norddjurs Kommune sammenlignet med 2023.

Samlet var der hhv. 1.184.801 og 950.331 kommercielle overnatninger i Syddjurs og Norddjurs Kommuner i 2024. Dette gør Syddjurs og Norddjurs til Aarhusregionens 2. og 3. største turistkommuner. Hertil kommer mange endagsgæster, Airbnb-overnatninger med mere.

Sammenlignet med 2019, som var det sidste normale år før corona, så svarer overnatningstallet i Syddjurs Kommune i 2024 til en stigning på +12% og i Norddjurs Kommune en stigning på 17%

For både hele Djursland gælder det, at antallet af tyske og hollandske gæster er i pæn fremgang, mens antallet af nordmænd fortsat daler.

TÆT SAMARBEJDE

Der har igennem 2024 været en god og tæt dialog med turismevirksomhederne på Djursland bl.a. med lokale netværksmøder både på fastlandet og på Anholt, oplæg om destinationskendskab og produktkendskabsmøder.

2024 bød også på fortsat samarbejde om den strategisk fysiske udviklingsplan for Hjertet af Djursland og opstart af den nye omfattende Udviklingsplan for Jyllands Østkyst. Desuden fortsatte samarbejdet i Naturpark Randers Fjords naturparkråd og Nationalpark Mols Bjerges bestyrelse.

Den mobile gæsteservice og turistinformation var i 2024, udover de gængse lokaliteter, på besøg på udvalgte campingpladser med god succes.

61 krydstogtskibe lagde til i Aarhus, og det betød guidede ture med krydstogts-gæster til bl.a., Gl. Estrup.

TURISMEÅRET 2024 - NORDDJURS I TAL

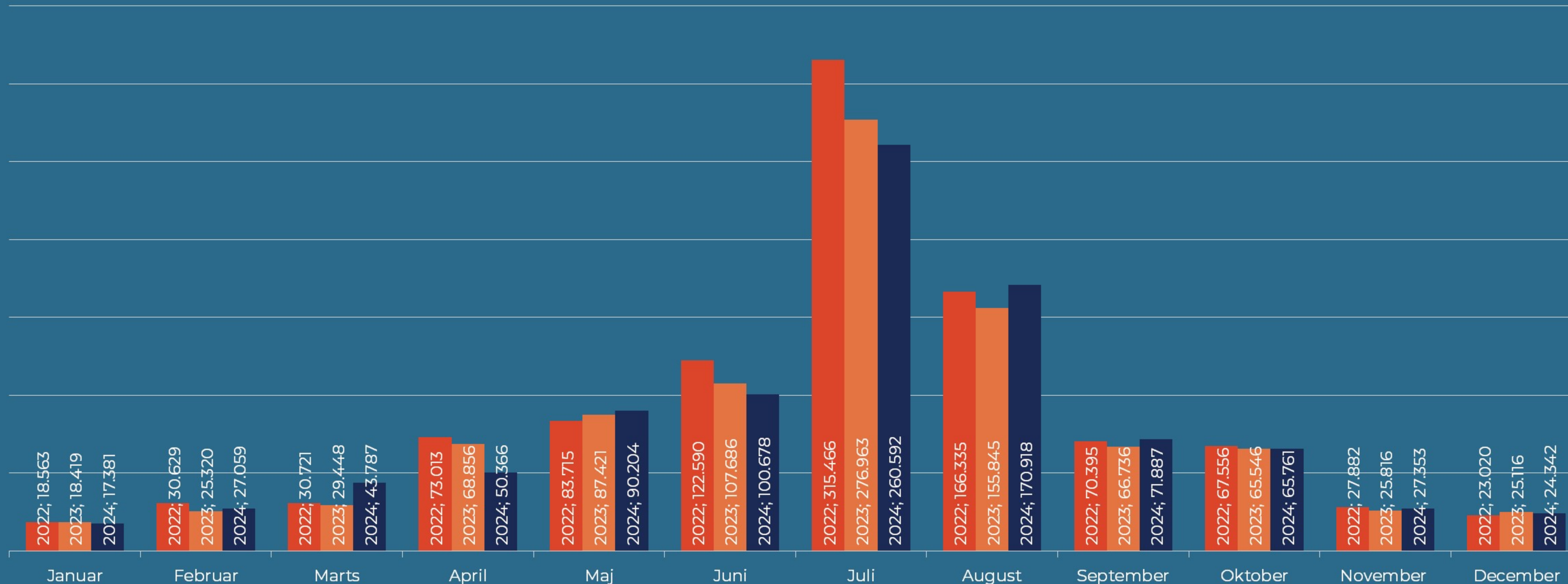
950.328

Overnatninger i 2024 – et fald på -0,3% sammenlignet med 2023

KPI – Overnatningstal · Alle overnatninger · Norddjurs · 2024 · [Kilde](#)

Hertil kommer endagsgæster, ikke-kommercielle overnatningsformer (Airbnb, booking.com, mm) samt små kommercielle overnatningssteder som mindre hoteller, vandrerhjem, kroer, moteller og bed & breakfast o.lign. med under 40 sengepladser og campingpladser med under 75 enheder, der ikke er inkluderet i overnatningsstatistikken.

OVERNATNINGSTAL PER MÅNED NORDDJURS · 2022, 2023 & 2024



DANSKERNE UDGØR 64% AF ALLE OVERNATNINGERNE I NORDDJURS



Hotel & Feriecenter



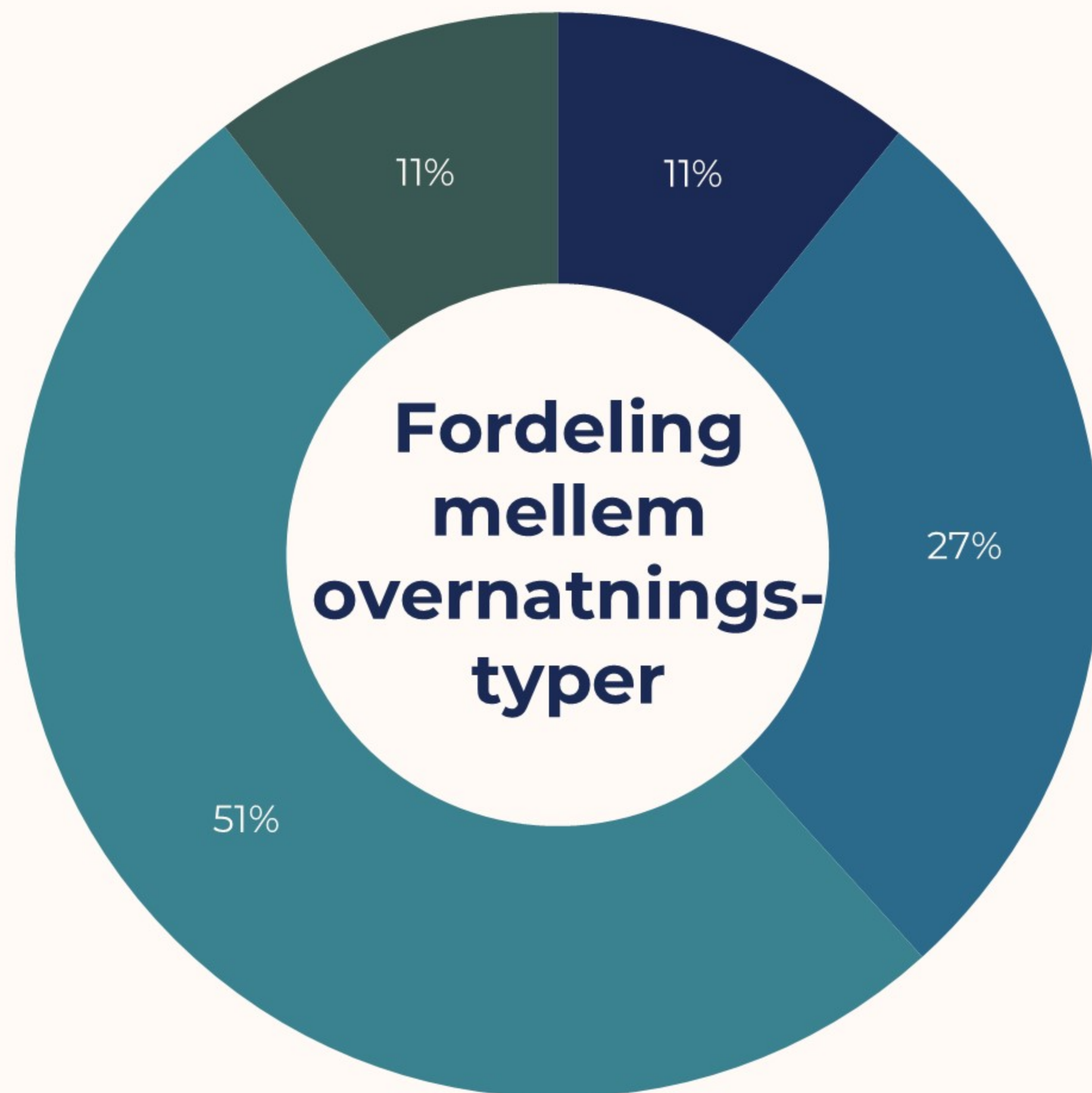
Camping



Feriehus



Lystbådehavn



	2024	%-ændring fra 2023
Total	950.331	-0,3%
Hoteller & feriecentre	102.932	-23%
Camping	260.441	-1,0%
Feriehuse	485.551	+2,1%
Lystbådehavn	99.786	+70%

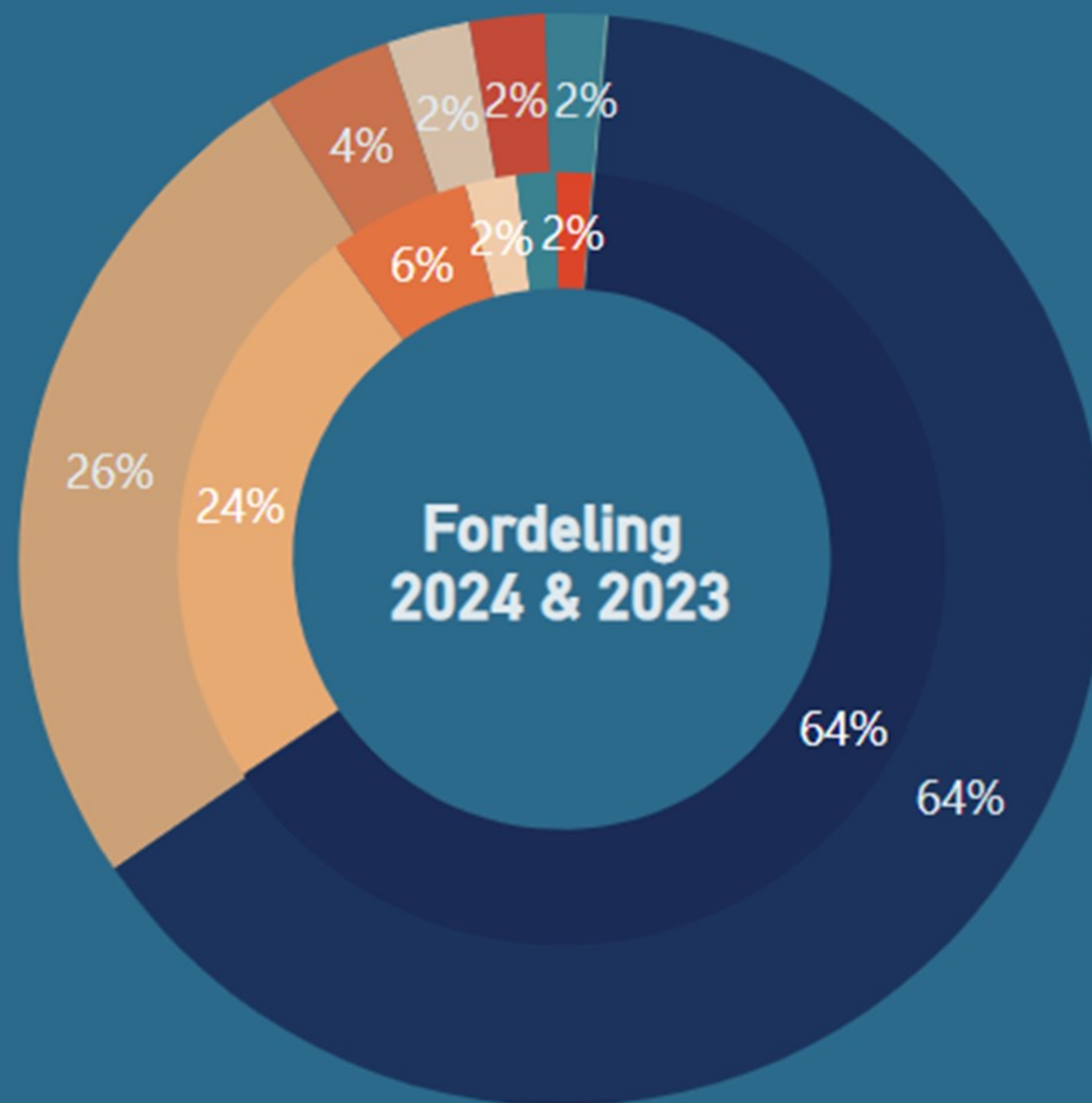
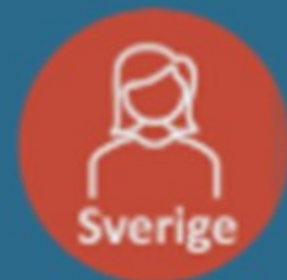
Grafen viser overnatninger fordelt på overnatningstype for alle kommercielle overnatninger.

De danske overnatninger udgør forsat størstedelen af overnatningerne:

2023 = 65% DK · 35% INT

2024 = 64% DK · 36% INT

NATIONALITETER: ANDEL & UDVIKLING – NORDDJURS KOMMUNE



Nationalitetsfordeling

Nationalitet	Overnatning	% Forskel året før
▲ Danmark	608.576	-0,50 %
Nederlandene	16.578	5,55 %
Norge	36.428	-36,05 %
Storbritannien	1.215	36,52 %
Sverige	21.360	45,56 %
Tyskland	242.544	4,23 %
Øvrige lande	23.627	14,81 %

Grafen viser, hvor stor en andel hver nationalitet udgør af alle overnatningerne foretaget i 2024 (yderst) og 2023 (inderst).

Alle øvrige nationaliteter udgør 2,5% i 2024.

TURISMEFORBRUG*

Turismeforbruget i Norddjurs kommune var i 2022 på

2.133 MIO. KR.

Det er en stigning på **36,56%** sammenlignet med 2021 (bemærk 2022 er seneste opgørelse)

Det samlede turismeforbrug i Aarhusregionen lå i 2022 på 13,8 mia. kr. Der er lavet en fremskrivning, der forventer en stigning i det samlede turismeforbrug i Aarhusregionen på 4,68% fra 2022 til 2023, mens Norddjurs kommune forventer en stigning på 4,31% i samme periode.

Derudover afledes

689 MIO. KR.

i skatter og afgifter fra turismen i Norddjurs kommune.

*KPI – Turismeforbrug · Afledte skatter og afgifter



TURISMEÅRET 2023 - NORDDJURS I TAL

I 2022 viste VisitDenmarks seneste turistundersøgelse, at hele 95 % af gæsterne i Aarhusregionen var tilfredse eller meget tilfredse med deres ophold – hvoraf 62 % var meget tilfredse. Bemærk: Der lanceres en ny undersøgelse i 2025

Antallet af certificerede hotel- og feriehusværelser i Aarhusregionen er igen steget til 53% samlet set. I Norddjurs er 0% af værelserne er certificerede.

62%

af gæsterne i Aarhusregionen er **meget tilfredse** med deres ophold

53%

af hotelværelserne i Aarhusregionen er miljømærkede

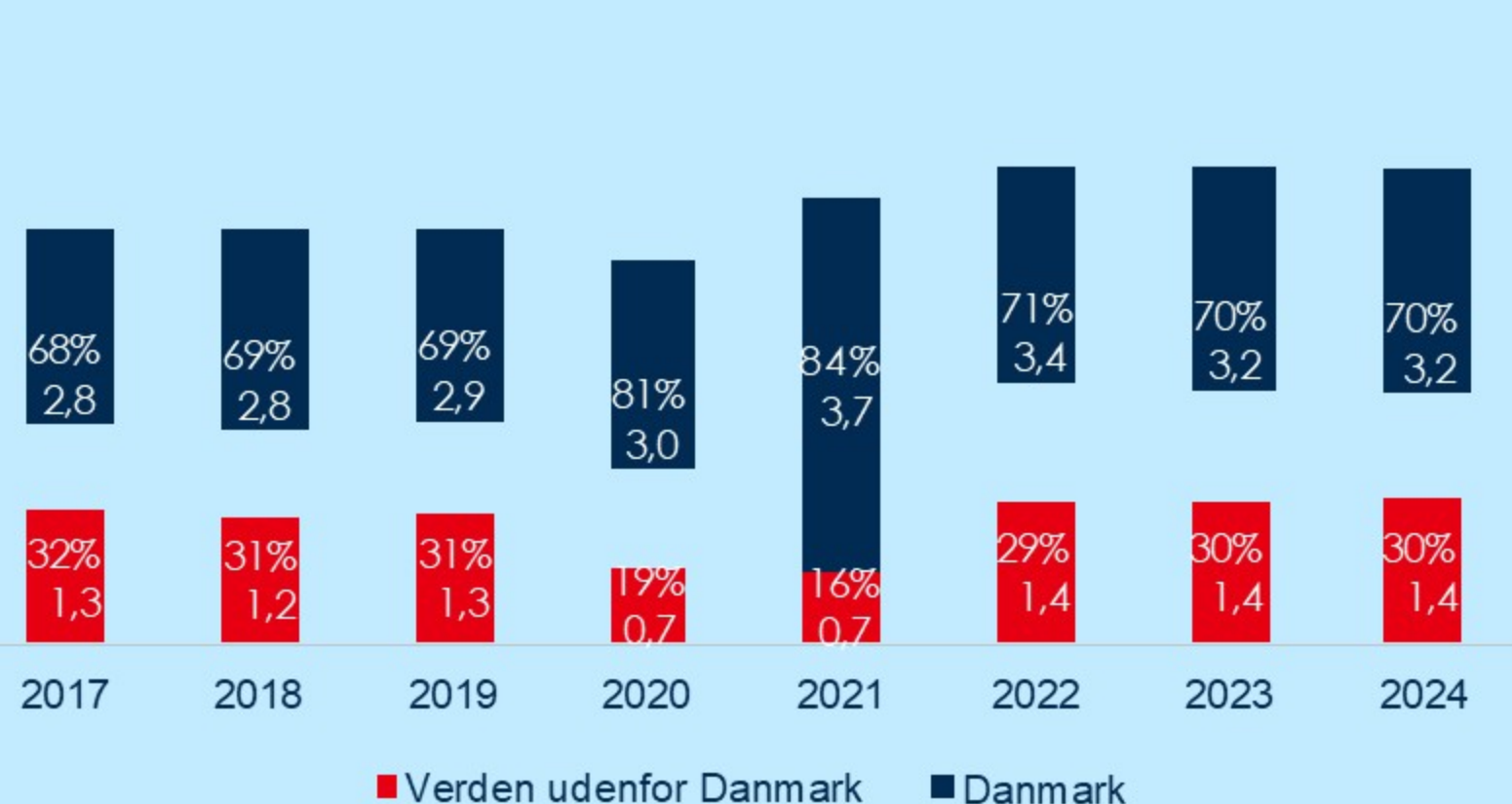
Aktuel udvikling

Antal overnatninger januar - december

Nationalitet	2024	Udv. 23-24
I alt	4.583.767	-1%
Danmark	3.188.820	-1%
Tyskland	768.477	5%
Nederlandene	142.356	1%
Norge	141.032	-27%
Sverige	61.053	15%
Storbritannien	33.014	1%

Overnatningsform	2024	Udv. 23-24
Alle typer	4.583.767	-1%
Hoteller og Feriecentre i alt	1.754.710	1%
Feriehuse	1.443.977	-1%
Camping	1.102.244	-3%
Lystbådehavne	153.502	41%
Vandrerhjem	129.334	-27%

Udvikling i overnatninger (mio.)



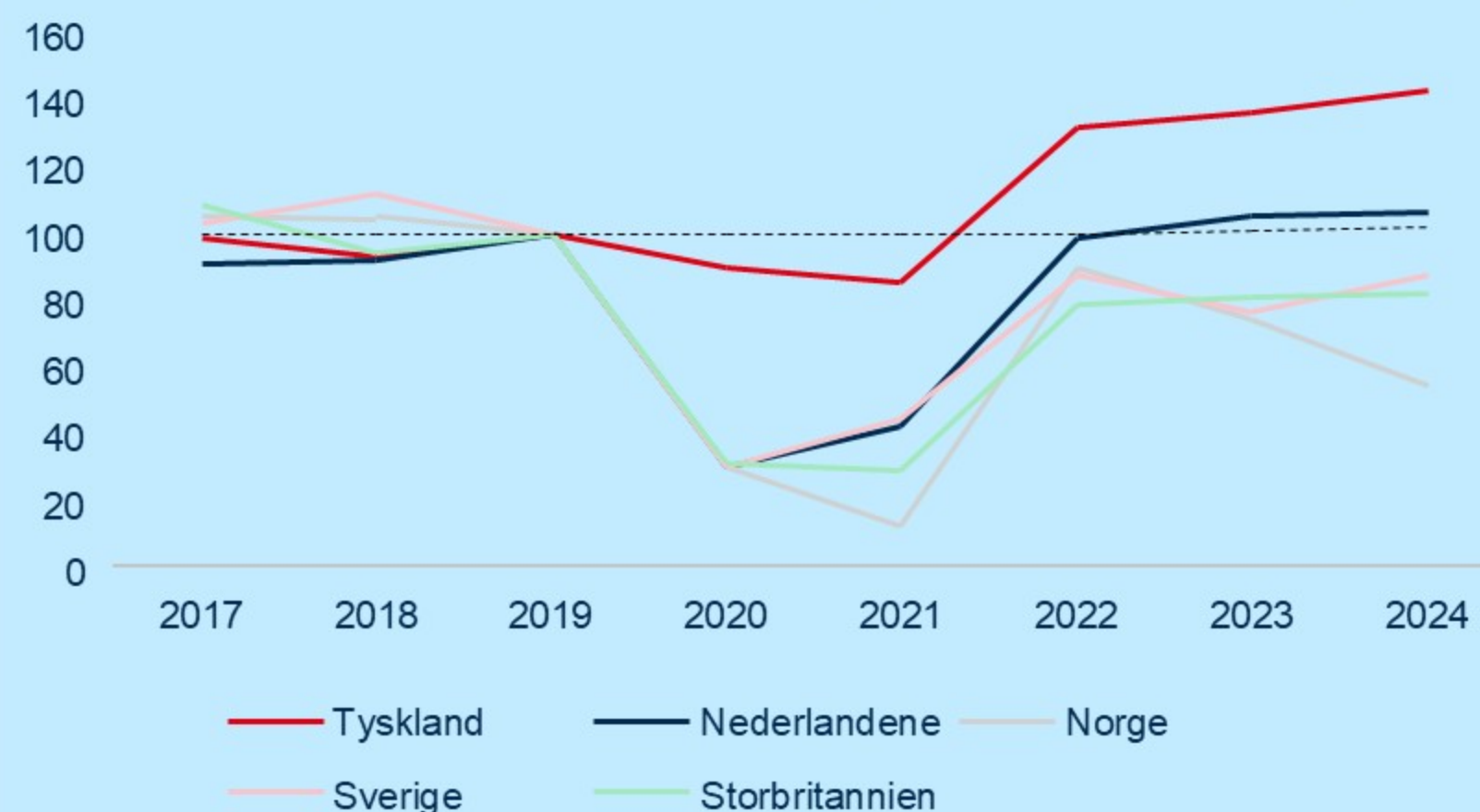
Overnatninger 2024 fordelt på sæson



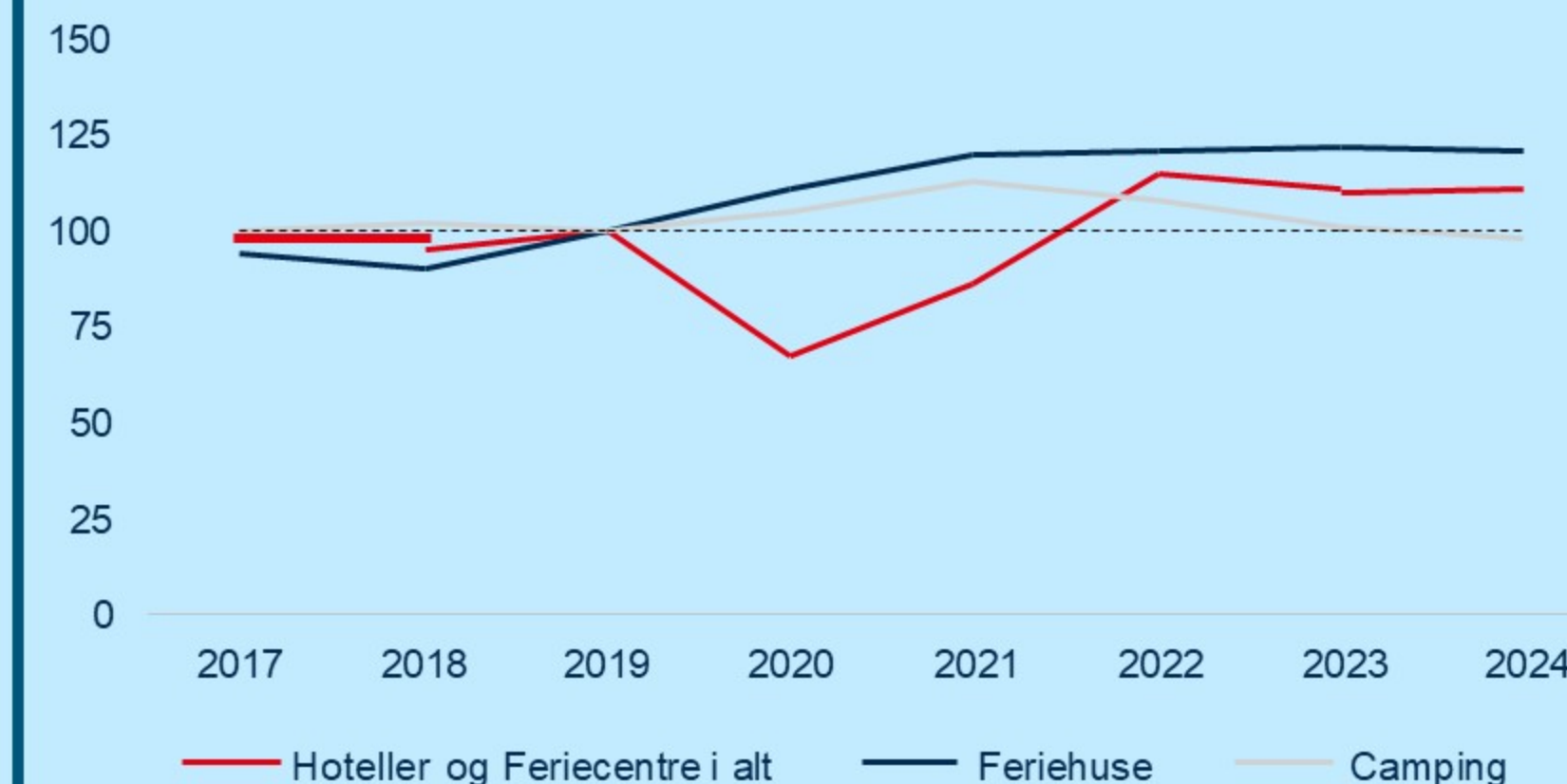
Andel af total antal udenlandske overnatninger fordelt på top fem markeder



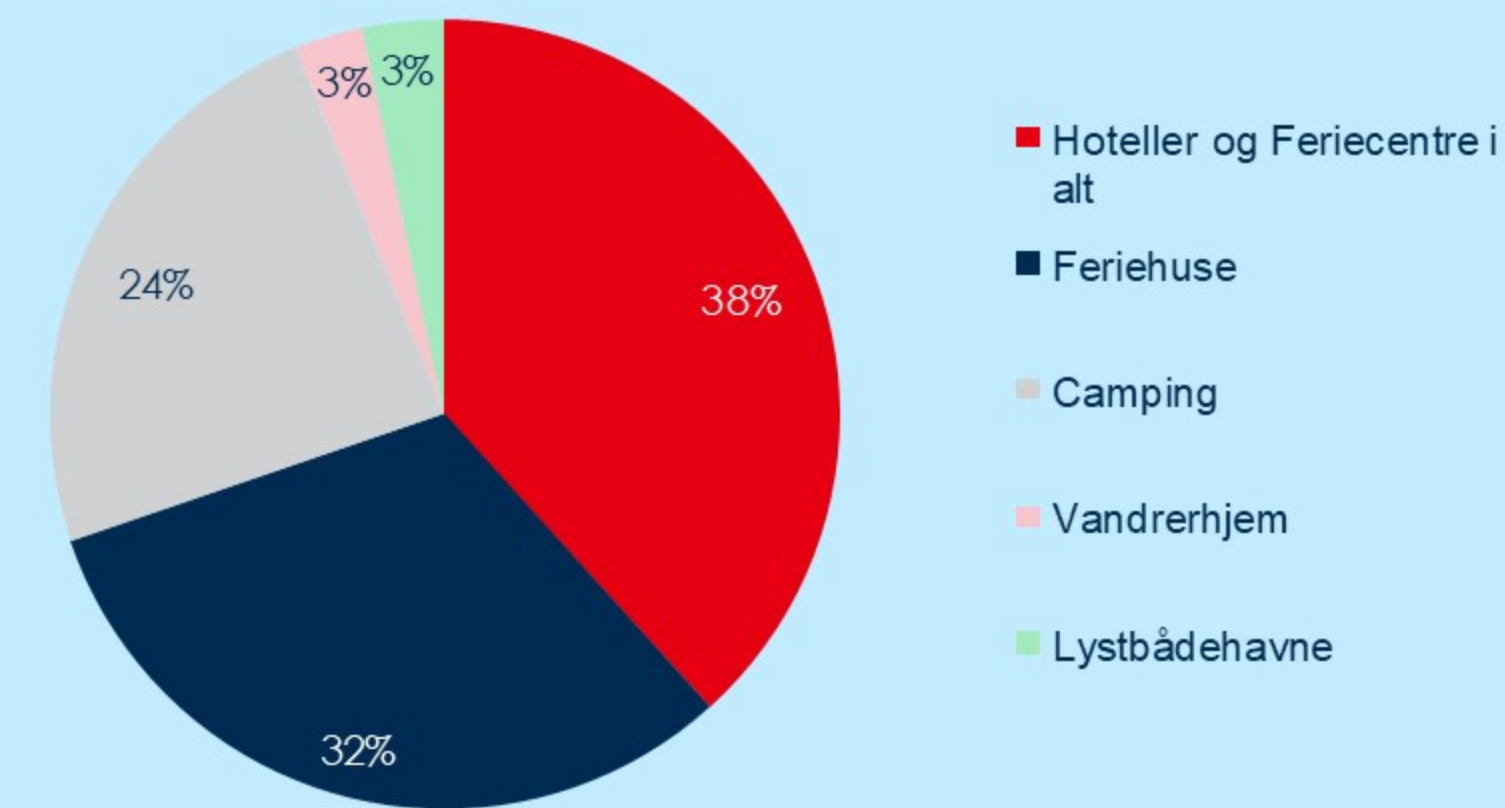
Udvikling i overnatninger fordelt på top fem udenlandske markeder (indeks: 2019=100)



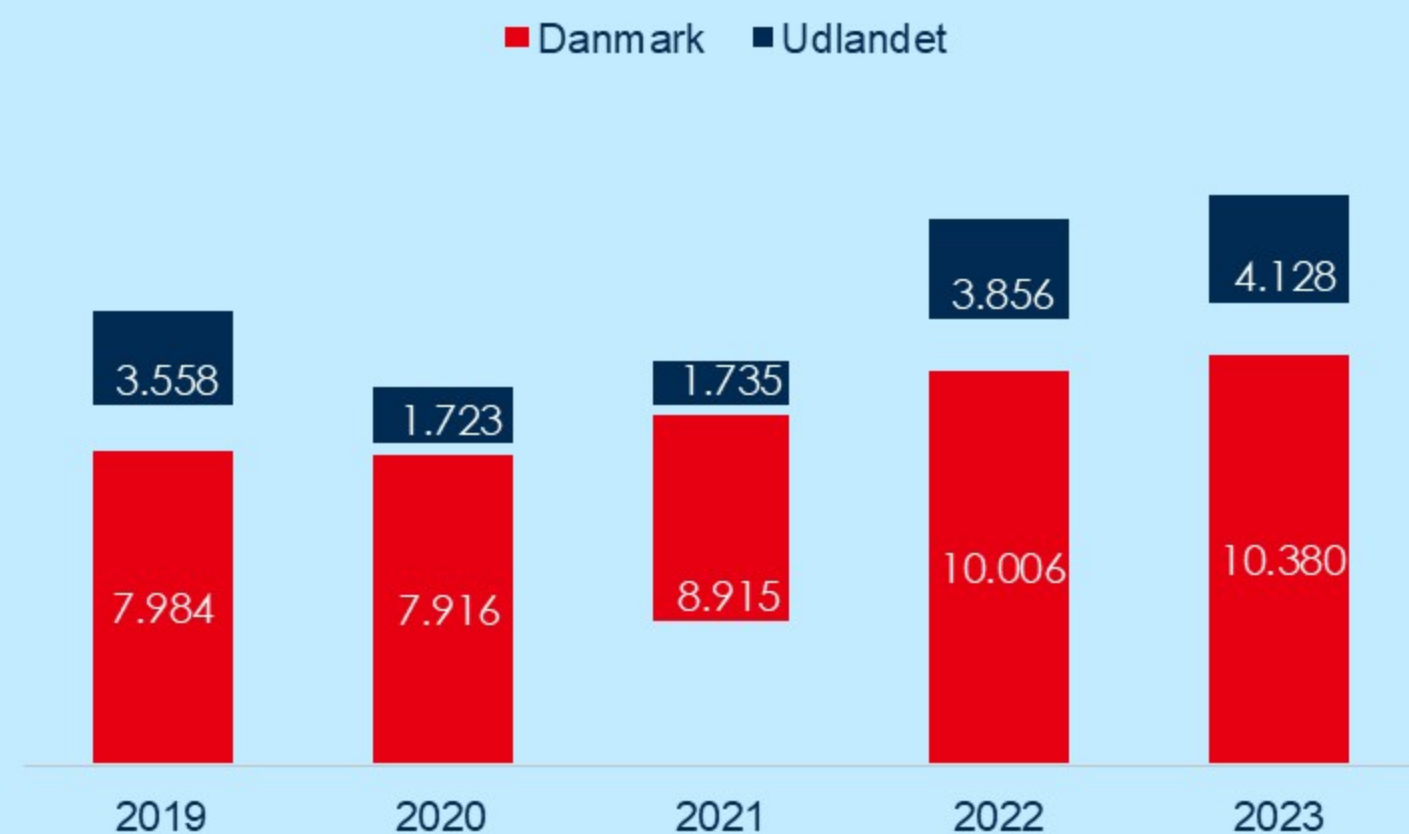
Udvikling i overnatninger fordelt på top tre overnatningsformer (indeks: 2019=100)



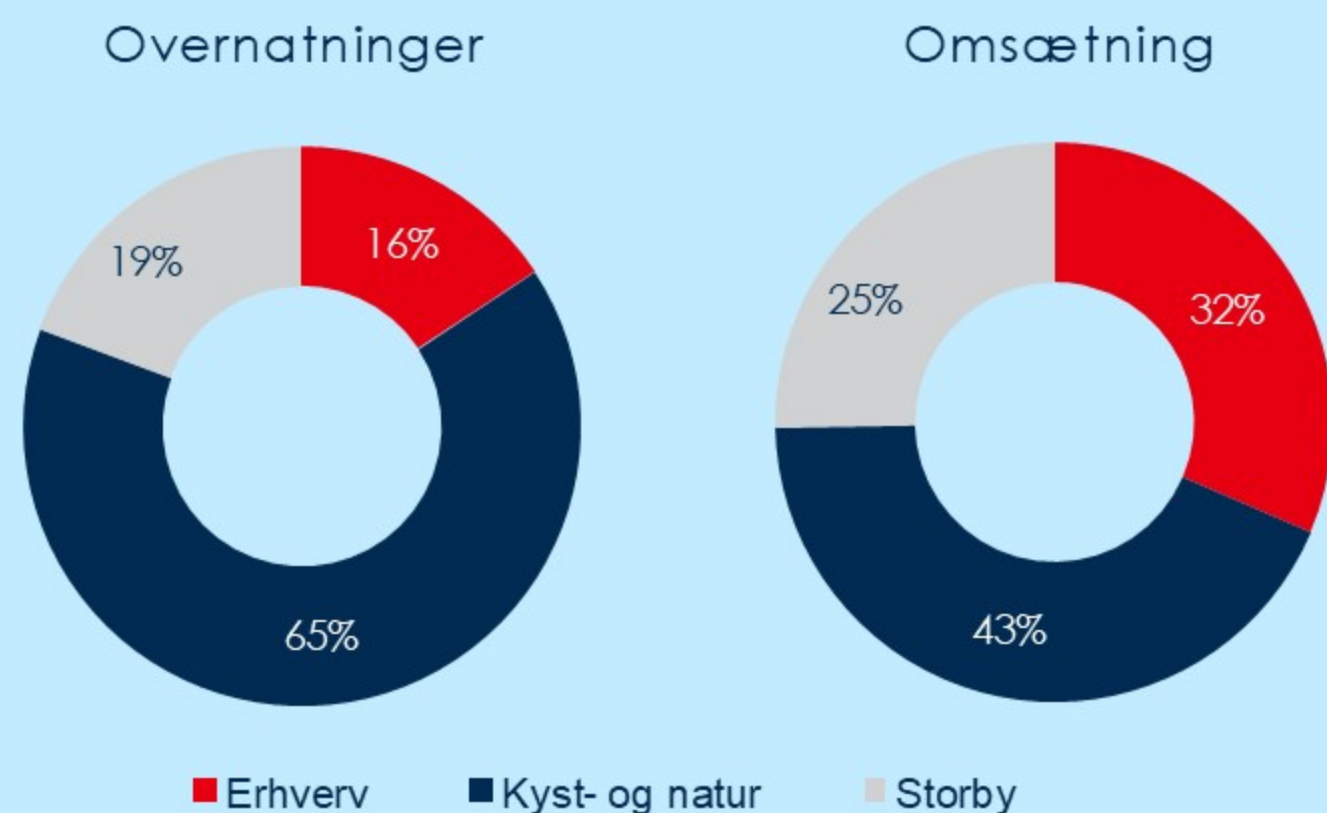
Overnatninger 2024 fordelt på overnatningsform



Turismeomsætning (mio. kr.)



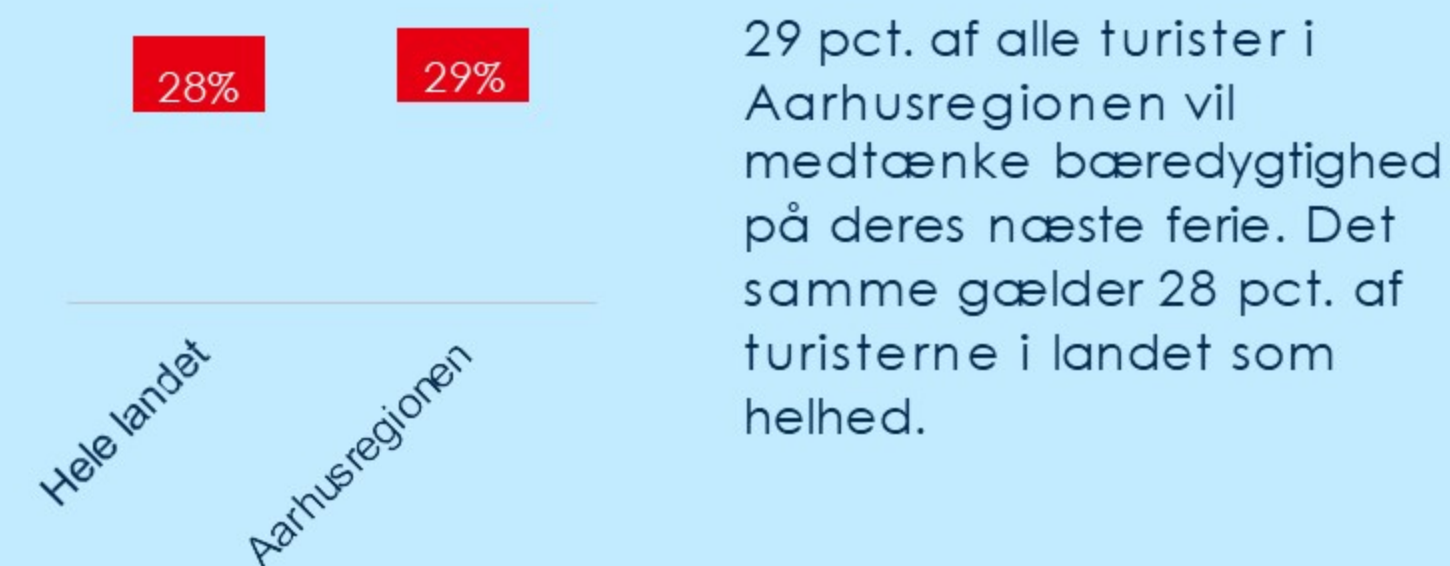
Forretningsområder 2023



Døgnforbrug

	Kystturister		Storbyturister	
	Opholdslængde	Rejsegruppe	Opholdslængde	Rejsegruppe
Aarhusregionen	4,1 nætter	3,1 personer	4,1 nætter	3,1 personer
Kyst- og naturdanmark	4,7 nætter	3,3 personer	4,7 nætter	3,3 personer
De danske storbyer	2,4 nætter	2,9 personer	2,4 nætter	2,9 personer

Hensyn til bæredygtighed på rejsen

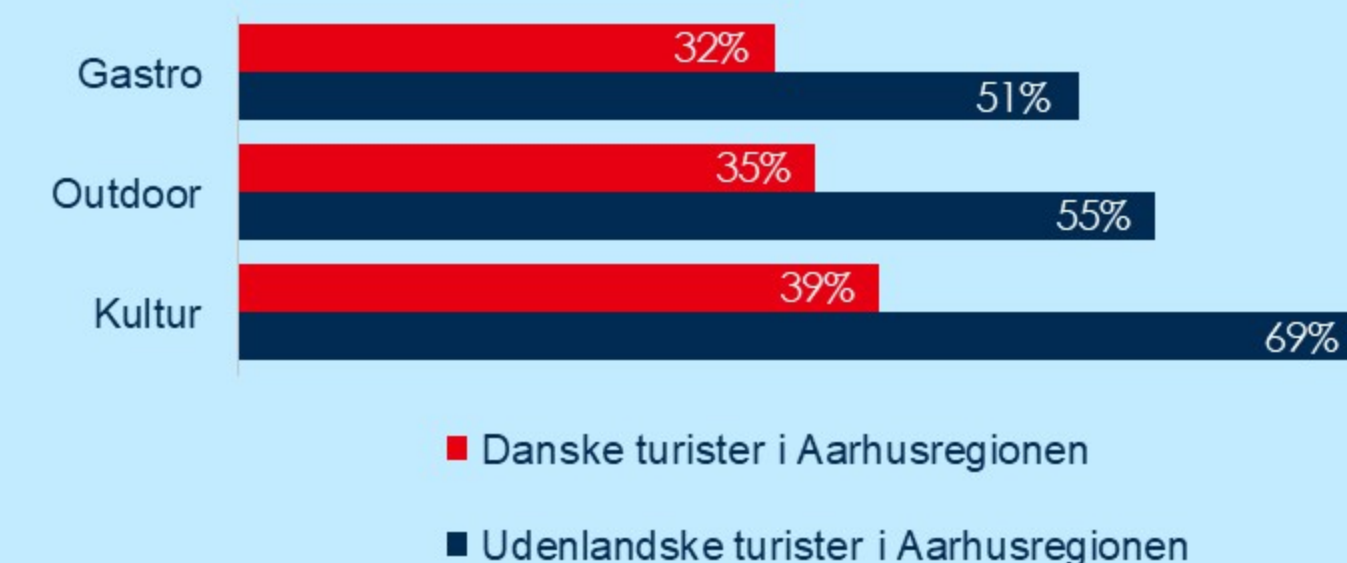


29 pct. af alle turister i Aarhusregionen vil medtænke bæredygtighed på deres næste ferie. Det samme gælder 28 pct. af turisterne i landet som helhed.

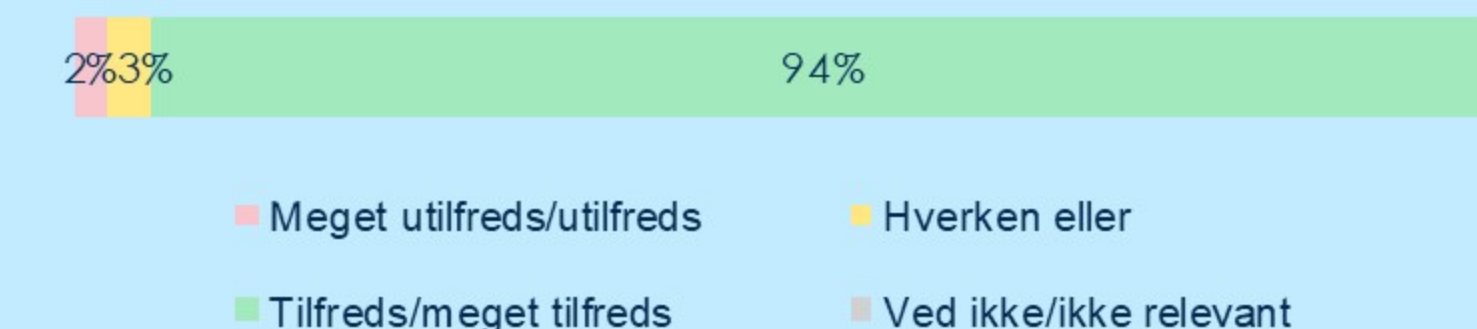
Klimaaftryk 2022



VisitDenmarks tre temaer som rejsemotiver for turisterne



94 pct. af turisterne i Aarhusregionen har angivet at være tilfreds eller meget tilfreds med deres ophold i Danmark.



69% af borgerne i Aarhusregionen synes, at turismen i deres lokalområde skaber flere positive end negative konsekvenser. I landet som helhed er andelen på 68 pct.

SAMARBEJDE MED TURISMEAKTØRER MV.

I 2024 har VisitAarhus fastholdt et stærkt partnernetværk i Norddjurs med mere end 30 partnervirksomheder. Mod årets afslutning indgik vi et strategisk samarbejde med Danske Kunsthåndværkere, som giver deres medlemmer mulighed for at blive partnere i VisitAarhus. Dette initiativ har særlig relevans for Norddjurs, da en betydelig andel af foreningens medlemmer har base i netop denne kommune.

I årets løb har vi afholdt to lokale netværksmøder for partnervirksomheder på Djursland samt inviteret til en række faglige netværksmøder på tværs af destinationen.

Derudover har VisitAarhus understøttet både Danish Golf Championship og Routes Europe, hvilket har haft en positiv afledt effekt for hele destinationen.

Som en del af vores erhvervsturismeindsats har vi i 2024 gennemført en inspirationstur for 37 mødekøbere på tværs af Nord- og Syddjurs Kommune.

I 2024 videreudviklede VisitAarhus sin partnerskabsmodel for at skabe bedre muligheder for samarbejde med mindre turismevirksomheder, der endnu ikke er klar til en økonomisk forpligtelse. Denne indsats har resulteret i konkrete partnerskaber på tværs af destinationen, og vi vil videreføre arbejdet i 2025 med en ambition om yderligere vækst.



MARKEDSFØRING OG KAMPAGNER

EUROMAN VINTERMAGASIN

Sammen med 10 andre destinationsselskaber, har VisitAarhus for 2. år i træk samarbejdet med Euromans redaktion om at lave en trykt særudgivelse, som sætter spot på Danmark i de kolde måneder.

For Aarhusregionen lukker ikke ned selvom det bliver mørkere og udgivelsen i december 2024 skal bidrage til at guide danskerne til de steder og oplevelser, som er et besøg værd - også selvom temperaturen rammer frysepunktet.

I vintermagasinet finder man bl.a. guidestof fra Aarhusregionen om gastronomi, oplevelser og overnatning, tværgående fortællinger om vinterbadning og badehoteller samt caseinterviews der går i dybden med, hvad der er særligt interessant at opleve om vinteren.

Euroman vintermagasin blev, udover i Euroman, også distribueret med magasinerne GASTRO, Eurowoman og Rum. Udover det fysiske magasin, ligger et uddrag af Aarhusregionens del også online, hvor endnu flere potentielle gæster kan blive mødt af indholdet.

Forventet reach: 525.000 danske læsere (Gallup).

DIGITAL JULEKALENDER

Som noget nyt i 2024, lavede VisitAarhus en digital julekalender til det danske marked. Det blev sat i gang med ambitionen om at samle styrkerne i julen på tværs af Aarhusregionen, forlænge taletiden med hver enkelt bruger om juleoplevelser i hele regionen samt at indsamle leads til event- og sæsonkalenderen.

Julekalenderen var bygget op med 24 låger, hvor der hver dag, ved hjælp af spørgsmål og præmier, blev markedsført juleprodukter eller attraktioner på tværs af hele Aarhusregionen.

De deltagende turisme-virksomheder kunne selv byde ind med billeder og spørgsmål, og responsen var god. Når der var svaret på et spørgsmål, blev brugeren præsenteret for temaer som eksempelvis julemarkeder, aktiviteter for børn samt hyggelige julebyer.

Annonceringen var både regional og national og skabte høj interaktion hos brugerne.

MARKEDSFØRING OG KAMPAGNER

"YOUR LOCAL LOVE" 2.0

I 2024 rullede kærlighedsrejsen videre med "Your Local Love" 2.0 – en videreudvikling af VisitAarhus' store internationale kampagne fra 2023. I hjertet af kampagnen lå fortsat en masse anbefalinger fra lokale borgere i regionen til lige præcis de oplevelser i deres område, som de selv er forelsket i.

I version 2.0 gjorde vi anbefalingerne ekstra personlige og dermed ekstra autentiske. Vi gav dem en stemme og kørte hovedparten af vores annoncering via lydformater på kanaler som f.eks. Spotify.

Nationalt spor

kampagnes spor målrettet det danske marked, bestod af fem anbefalinger til oplevelser på tværs af regionen. Anbefalinger, som de lokale selv havde ringet ind og indtalt på en telefonsvarer til os i VisitAarhus - dette i forlængelse af en lokal kampagne på Facebook og Instagram på tværs af hele regionen. Den danske annoncering kørte som "radioreklamer" på Spotify, The Voice og Nova FM og opnåede næsten 800.000 afspilninger med et format, hvor op mod 99,8% blev hængende alleannoncens 15 sekunder.

Internationalt spor

Det internationale spor havde fokus på det tyske og nederlandske marked. Her var lydannoncering også i fokus med to reklamer på Spotify, som opnåede hele 1.121.009 afspilninger - en lyttetid, der samlet svarer til over 253,5 dage. Udover reklamerne på Spotify, bestod annonceringen også af et spor på Meta og Pinterest, hvor vi bl.a. kørte to videoer (målrettet hhv. par og børnefamilier).

I alt opnåede kampagnen en lang rækkevidde med over 19.470.540 afspilninger. Og vigtigst af alt fik vi værdifuld tid med lyttere og seere - både nationalt og internationalt.

MARKEDSFØRING OG KAMPAGNER

Markedsføring i samarbejde med VisitDenmark

Samarbejdet med VisitDenmark om internationale kampagner og presseindsatser er en central del af VisitAarhus' markedsføring på de internationale markeder, og samarbejdet fungerer i dag rigtig godt.

I 2024 har vi gennemført en række destinations-kampagner i samarbejde med VisitDenmark på de tyske, nederlandske, franske og norske markeder. I kampagnerne lægges vægt på den brede fortælling om Aarhusregionen med særlig fokus på at inspirere til ferie i sommersæsonen.

Special Interest – indsatser med særligt fokus

Derudover deltager VisitAarhus i målrettede markedsføringstiltag inden for specifikke rejseformer. På det tyske marked har vi haft fokus på vandring, cykling og camping, mens vi i både Nederlandene og Frankrig har haft en særlig indsats for campingturismen.

Gennem samarbejdet med VisitDenmark opnår Aarhusregionen bred synlighed i branchespecifikke medier på de tre markeder. Dette inkluderer blandt andet prominente campingmedier som ANWB og Promobil.de, der henvender sig direkte til vores målgrupper.

VisitAarhus' direktør sidder fortsat i VisitDenmarks bestyrelse, som eneste destinationsdirektør i Danmark.



MARKEDSFØRING OG KAMPAGNER

ALWAYS ON - DK

I 2024 testede vi potentialerne for et "always on"-spor på Facebook. Annonceringen kørte uafbrudt imellem marts og september, og bestod af disse tre spor:

- 5 kernefortællingsvideoer for regionens områder
- 1 trafikdrivende annonce med fokus på weekendophold
- 4 lead-ads med udgangspunkt i 4 forskellige konkurrencer og mulighed for at skrive sig op til VisitAarhus' eventkalender

Alle annoncer blev udviklet med henblik på at forlænge tiden med brugeren og var optimeret mod hhv. gennemsnitlig afspilningstid, kvalitetsbesøg på web (30 sek.) og opsamling af leads til VisitAarhus' Eventkalender (e-mails)

KAMPAGNE TIL KULTURGÆSTER

I projektet 'Cities for Culture', der er støttet økonomisk af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, har VisitAarhus i 2024 forsat arbejdet med at tiltrække målgruppe 'Kulturudforskeren'.

Kulturudforskerne er særligt interesserede i de mere klassisk, kulturelle områder som historie, kunst, arkitektur, teater og litteratur, som de også gerne bruger tid på i ferien. I efteråret igangsatte VisitAarhus således en kampagne på det tyske marked, som sætter fokus på nogle af de mange kulturoplevelser, som Aarhusregionen har at byde på. Konkret gennem en række videoer i dokumentarisk stil, der dykker ned i specifikke kulturtilbud og de omgivelser de er placeret i.

Se eksempler på indhold, som indgår i kampagnen:

- [Kulturudforsker i Ebeltoft](#)
- [Kulturudforsker i Aarhus](#)
- [Kulturudforsker i Viborg](#)
- [Kulturudforsker Randers](#)

EKSEMPLER PÅ ANNONCERING OG SYNLIGHED

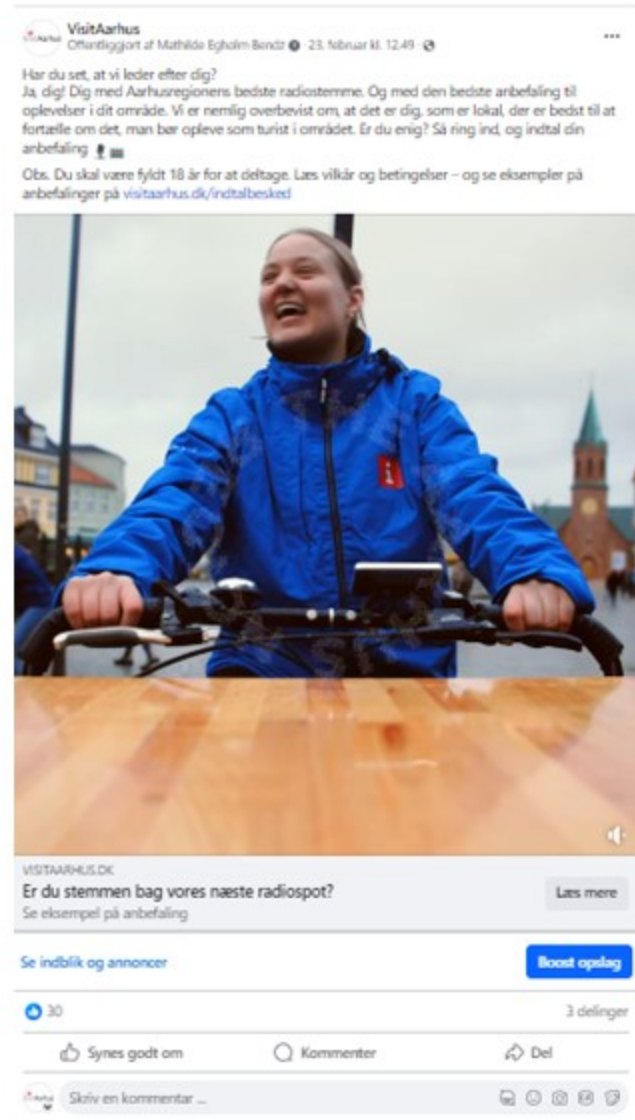
AARHUSREGIONEN OG
DJURSLAND 2024

THE AARHUS
REGION

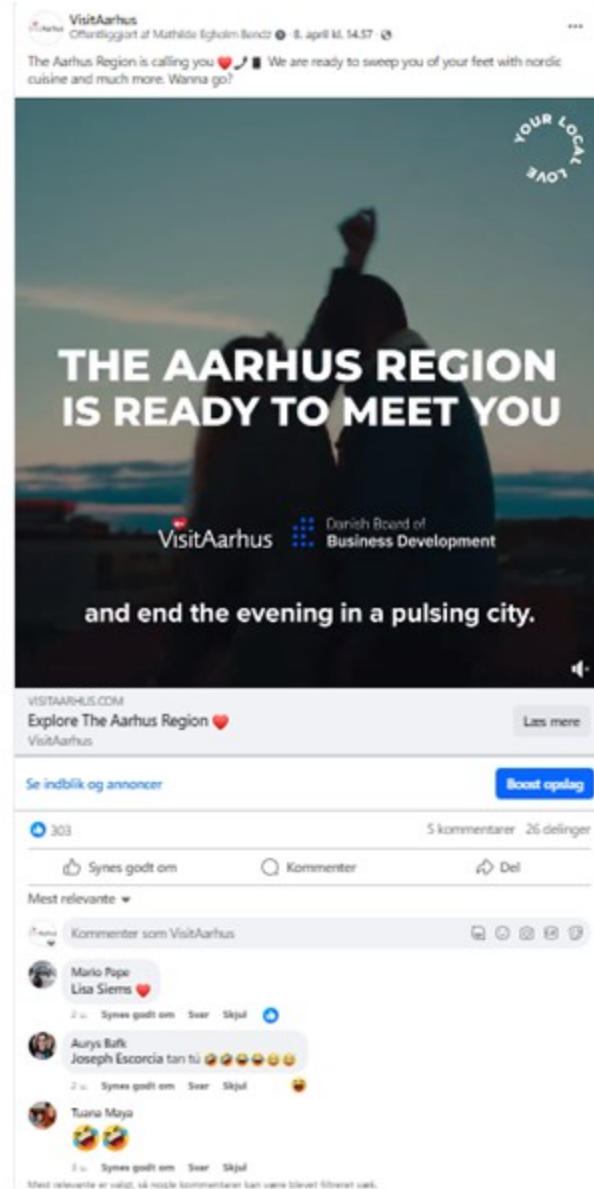


Foto: Roar Paaske

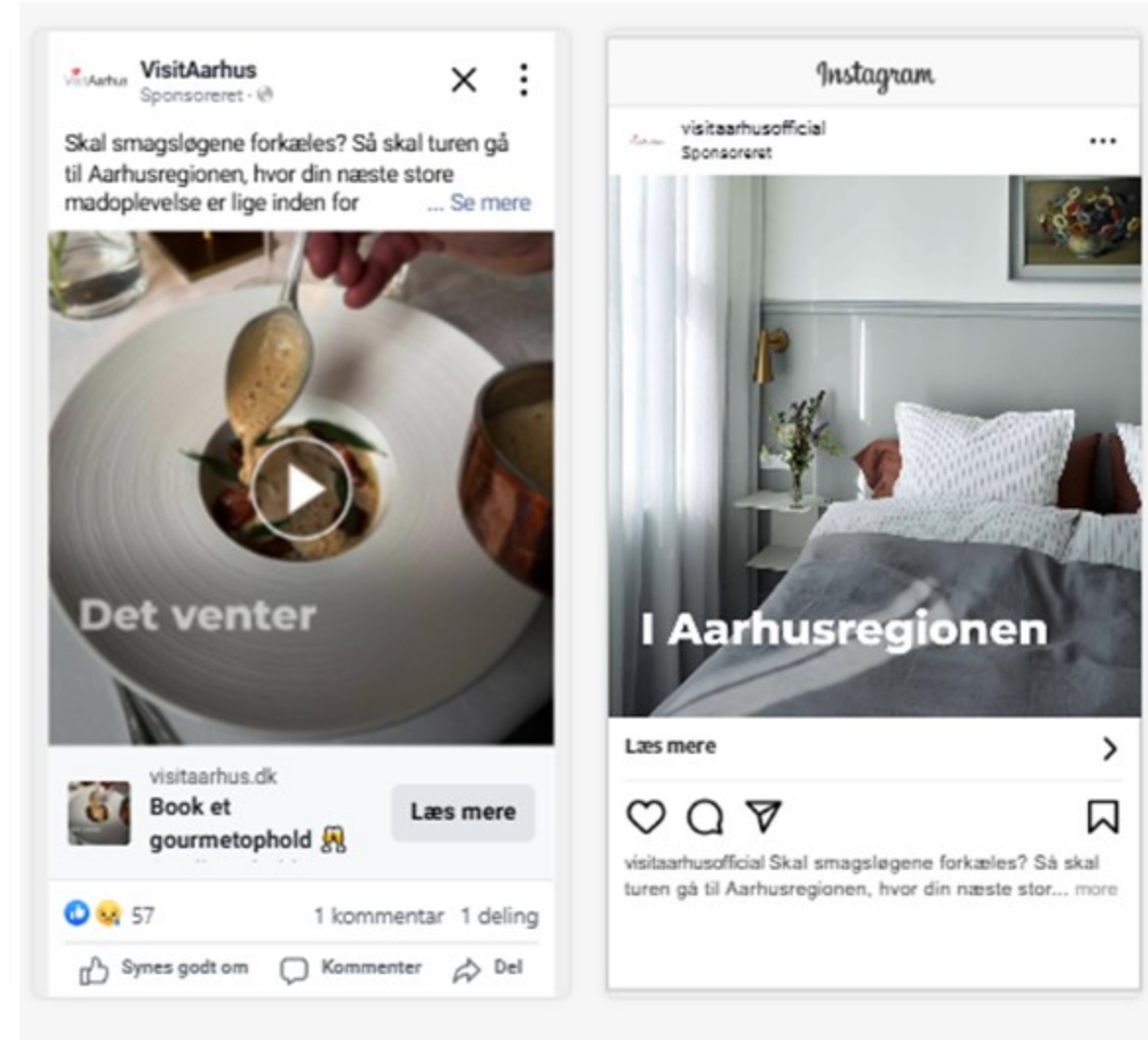
EKSEMPLER PÅ ANNONCERING AARHUSREGIONEN



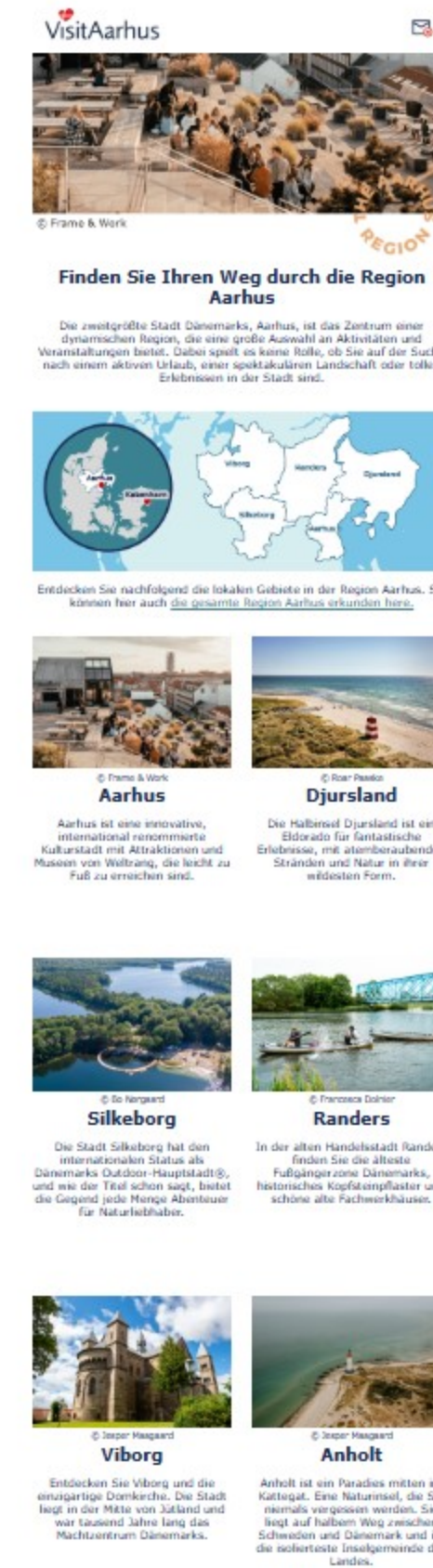
Your Local Love - DK, lokal aktivering: Facebook-annonce ifm. Indsamling af anbefalinger



Your Local Love - internationalt: Facebook, video-annonce til par



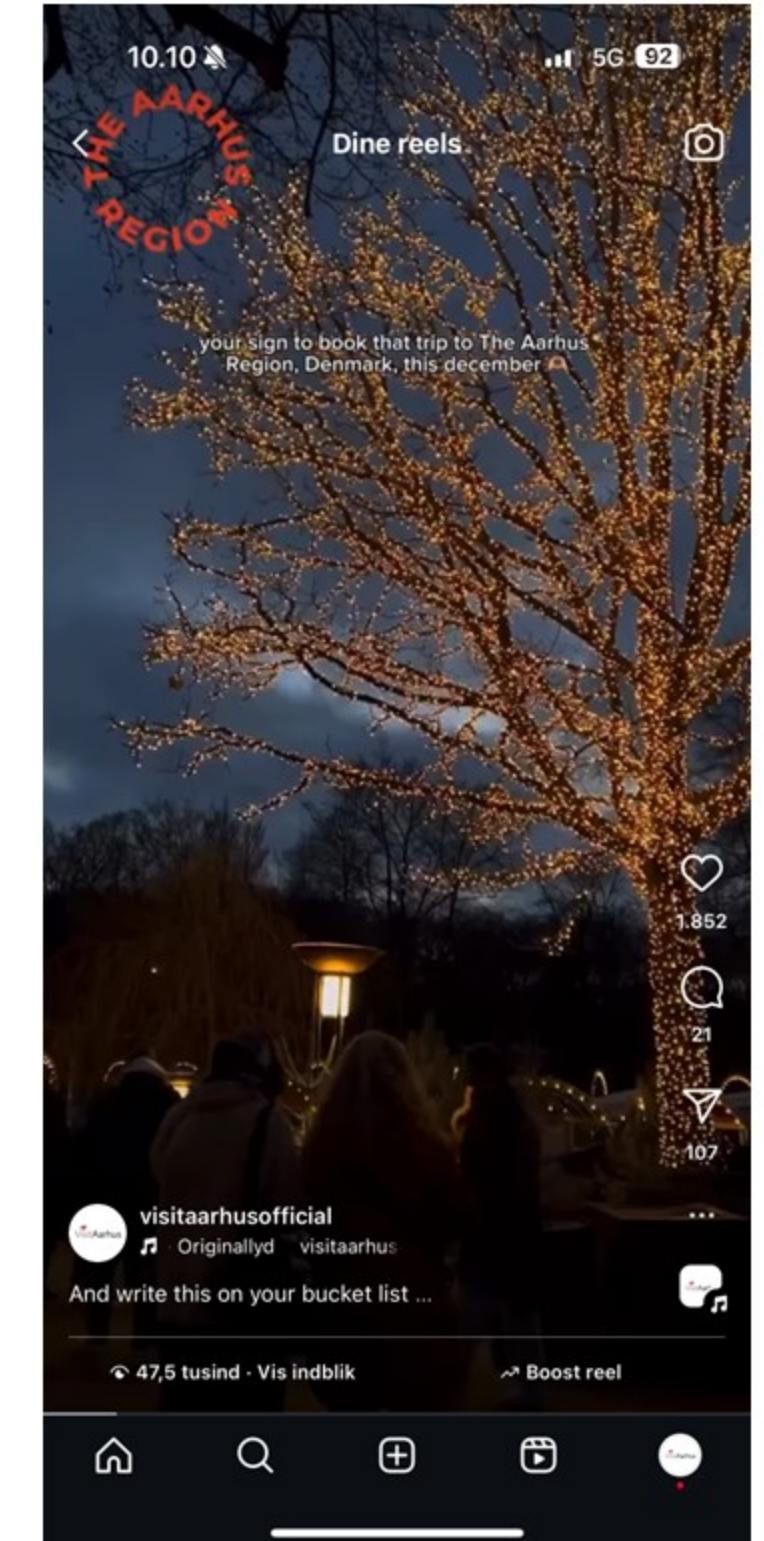
Always on - DK: FB og IG, video, trafik, weekendophold



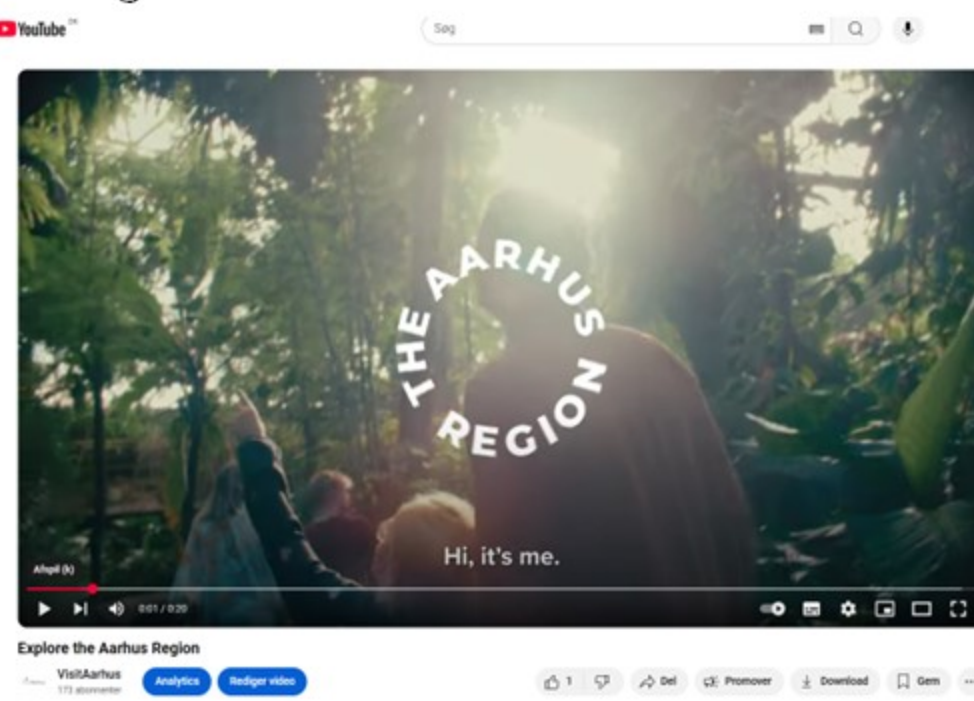
E.mail til kulturudforskeren, DE flow



Digital julekalender, DK



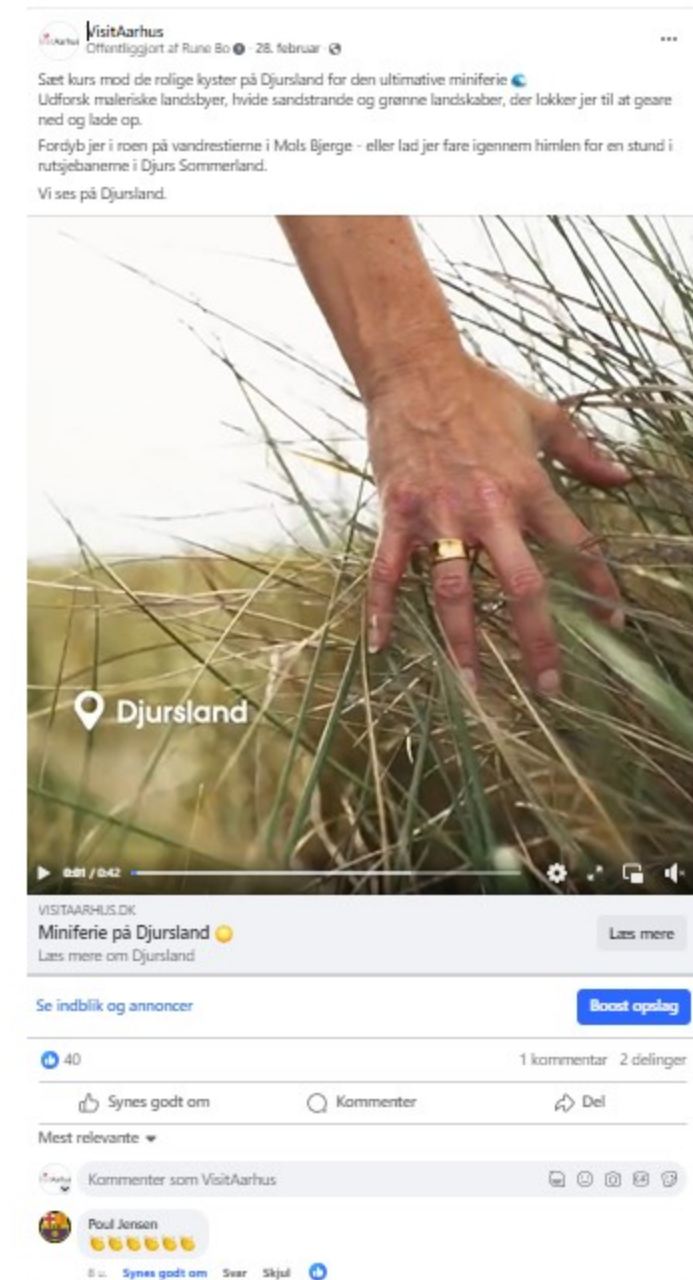
Julevideo fra regionen, Instagram, internationalt



Your Local Love - internationalt: YouTube, video-annonce til børnefamilier

EKSEMPLER PÅ ANNONCERING

NORDDJURS



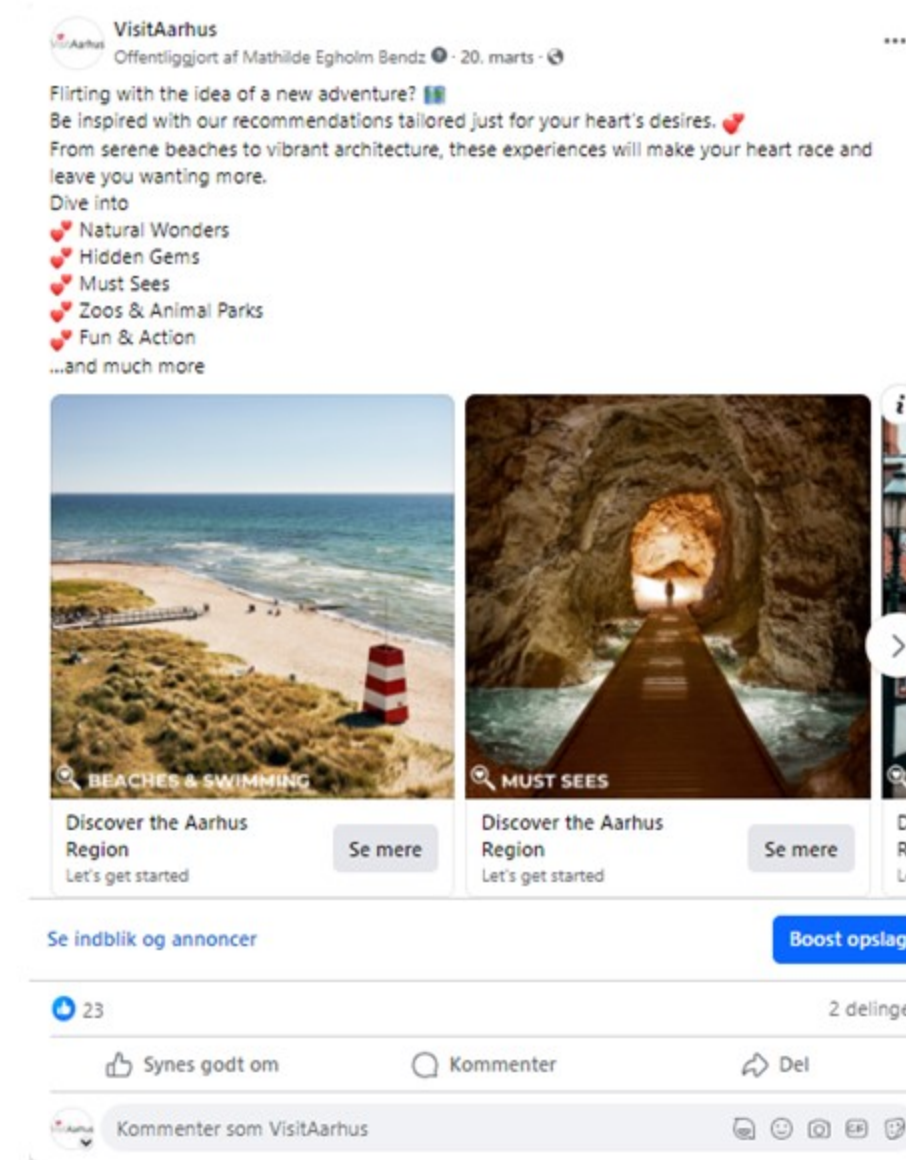
Always on – DK: Facebook, video-annonce kernefortælling



Your Local Love - Internationalt: Facebook, karrusel, trafik til Discover, Grenaa Strand



Your Local Love - Internationalt: Youtube, video, Kattegatcentret



Your Local Love – DK, lokal: Facebook, karrusel, indsamling af anbefalinger



Djursland ist ein wahres Eldorado für all jene, die etwas erleben wollen. Hier gibt es im Vergnügungspark Djurs Sommerland die schnellste Achterbahn in ganz Dänemark. Im Kattegatcenter, im Reer Park Safari, im Scandinavian Wildlife Park und im Munkholm Zoo kann man Tiere aller Art ganz aus der Nähe betrachten. Im Nationalpark Mols Bjerge ist die wilde Natur unmittelbar erlebbar, und natürlich kann man auch einen tollen Badeurlaub an den besten Stränden Dänemarks genießen u.v.a.



Ein Nationalpark, atemberaubende Panoramablicke, weiße Sandstrände - die Landschaft in Djursland lädt dazu ein, den Puls auf Touren zu bringen, zu wandern oder mit dem Fahrrad Mols Bjerge zu erkunden - um nur einige Beispiele zu nennen.

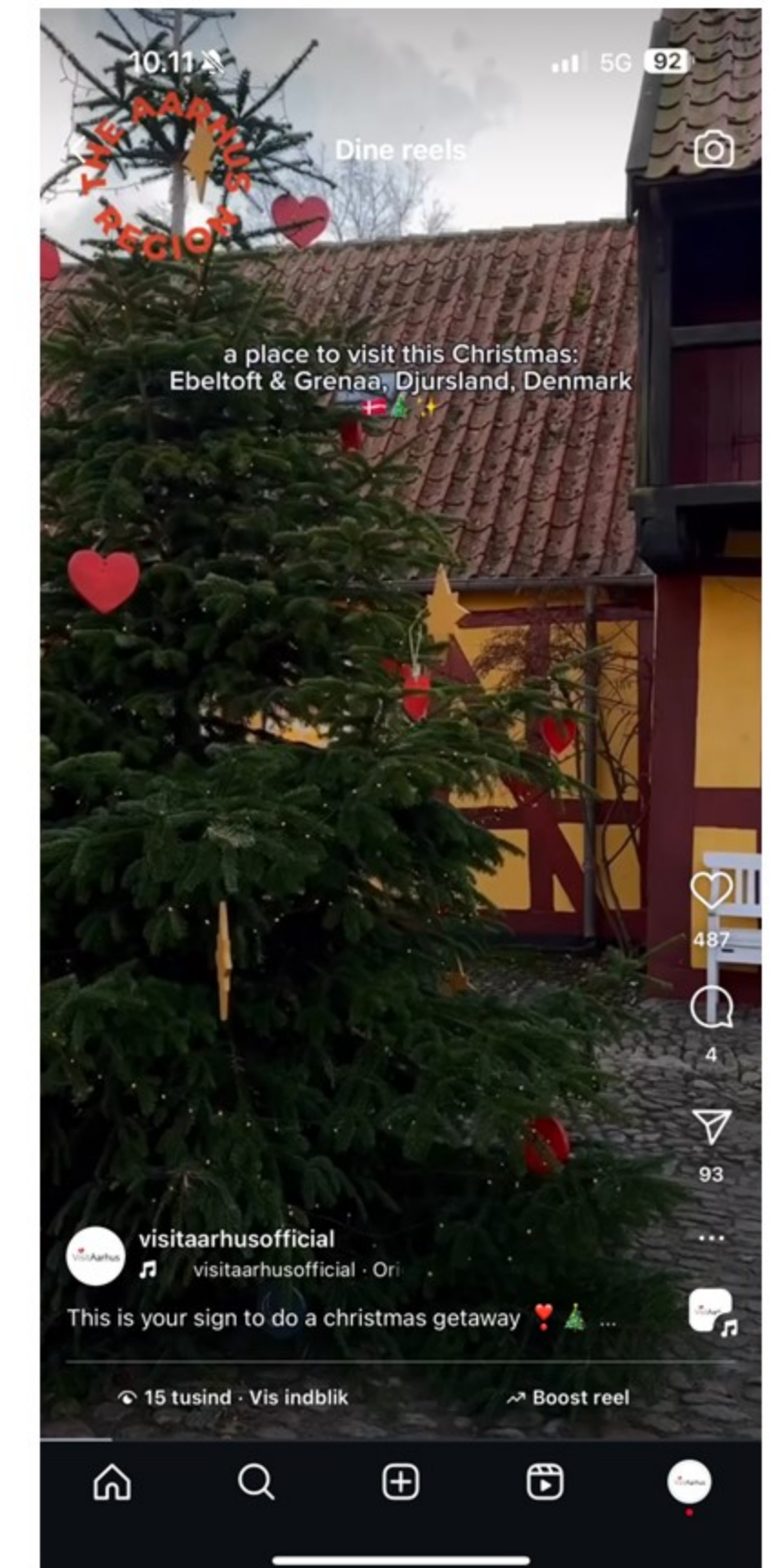
Finden Sie hier Naturerlebnisse



In Djursland können Sie die lokalen Produkte der Region in Hoffläden, kleinen Brauereien oder in den örtlichen Restaurants entdecken. Genießen Sie die lokalen Spezialitäten auf einer Terrasse mit Blick auf das Meer, am Fuße des Nationalparks Mols Bjerge oder in einem schönen, nordischen Restaurant.


Finden Sie lokale Spezialitäten

E.mail til kulturudforskeren, DE flow



Julevideo fra Djursland, internationalt

EKSEMPLER PÅ ANNONCERING NORDDJURS

VisitAarhus 

4. december

Svar rigtigt på dagens spørgsmål og deltag i lodtrækningen om et prøvedyk i Kattegatcentrets Oceanarium.

Hvor mange forskellige hajarter dykker man med i Kattegatcentrets 1,5 millioner liter store Oceanarium?


Ingen

4*

3

[Få hjælp til svaret her](#)

INDSEND



Eksempel på en låge i julekalenderen, DK

VisitAarhus **VisitAarhus**
Sponsoreret · 

Die Region Aarhus in Dänemark bietet Ihnen die ideale Kombination aus atemberaubender Natur 🌳 und spannenden ... [Se mere](#)

DJURSLAND, DÄNEMARK



visitaarhus.de
Suchen Sie nach dem perfekten... [Se mere](#)

  16

 Synes godt om  Kommenter  Del

Kulturkampagne Tyskland efterår 2024

INTERNATIONAL PRESSEOMTALE

International presseomtale er en afgørende faktor for at styrke kendskabet til destinationen . Derfor arbejder VisitAarhus målrettet på at sikre omtale i anerkendte international medier.

Wanderfolk:

- [Die schönste Wanderung im Nationalpark Mols Bjerger inkl. GPS](#)
- [5 besondere Orte in Ebeltoft, die du nicht verpassen darfst - wanderfolk.de](#)

Corriere/Doves anbefalinger i Aarhusregionen 2025:

- [Aarhus cosa vedere e dove andare i Guida Dove Viaggi](#)
- [Aarhus, Danimarca. Destinazioni sottovalutate in Europa da scoprire nel 2025 i Dove Viaggi](#)
- [Aarhus, Danimarca. Destinazioni sottovalutate in Europa da scoprire nel 2025 i Dove Viaggi](#)

Travelmore:[Sensommer på Anholt – fem must see-oplevelser](#)

Politiken: [Seks ting du ikke må snyde dig selv for på Djursland](#)

Bijzonder Plekje: [Denemarken: het mooiste van Aarhus en Djurland](#)

Norske Dagbladet: [Dansk førjul](#)

- VisitDenmarks markeds kontor i Norge har fremhævet Aarhusregionen I deres radioudsendelser. De involverede journalister har deltaget i vores pressebesøg, så det er fantastisk at se destinationen præsenteret i norske medier.
- Sandra og familie fra [Stralend Denemarken](#) i Aarhusregionen.
- VisitDenmark Sverige satte fokus på forårs og sommer oplevelser i Aarhusregionen via radio SWE Sverige

Aktiviter med fokus på den internationale presse:

- [International gastro pressetur](#)
- [MeetDenmark seminar](#)

Flere intenationale artikler - følg med [her](#):

INTERNATIONAL PRESSEOMTALE

Eksempler på aktiviteter indenfor kommunikation og presse der styrker kompetenceniveauet for lokale VisitAarhus partnere.

Workshop den 3. juni

- [De Grønne Fortællinger](#)

Grøn guide til pitch:

- [Bæredygtighed I presseitches](#)



TAKK FOR JERES OPMÆRKSOMHED

BALTICAGADE 19, 1
8000 AARHUS C
DENMARK

VISITAARHUS.DK

