

Hvad søger Københavns turister?

Foto: Abdellah Ihadian

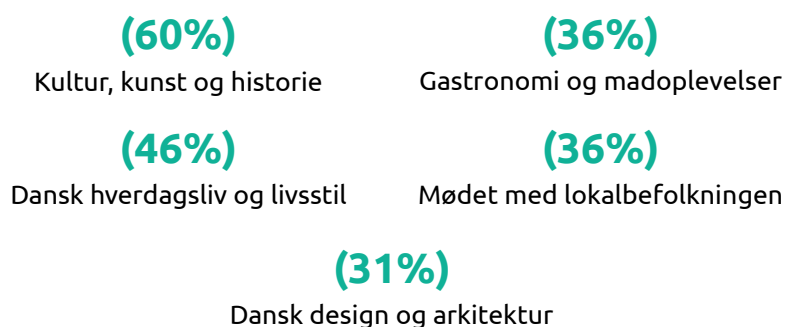
CULTIGEN
BÆREDYGTIG TURISME I ET LOKALT PERSPEKTIV

København havde 13+ mio. overnatninger i 2025, og 2 ud af 3 gæster var internationale. De største udenlandske markeder var Tyskland, USA, Storbritannien, Sverige og Norge. Internationale gæster besøger især byen fra maj til august, mens danske besøgende er mere jævnt fordelt over året.

Hvad motiverer turister til at besøge København?

Turister kommer ikke kun for at se byen. Mange søger oplevelser, der giver dem en fornemmelse af det lokale København.

De vigtigste motivationsfaktorer



Det kan I bruge I jeres projekt

Turister søger især kultur, unikke historier, hverdagsliv eller autentiske møder med lokale. Aktiviteter med lokal forankring har derfor et særligt potentiale.

Hvordan finder turister oplevelser?

Mange besøgende planlægger deres ophold, før de ankommer til København.

De vigtigste inspirationskilder:

- Internetsøgninger
- Bookingplatforme
- Hotellers og hostels hjemmesider
- anbefalinger fra andre
- Sociale medier

Det kan I bruge I jeres projekt

Overvej hvordan jeres aktivitet kan gøres synlig online, og hvordan information kan være let tilgængelig for internationale gæster.

Inspiration til aktivitet

Foto: Lukas Bukoven

CULTIGEN
BÆREDYGTIG TURISME I ET LOKALT PERSPEKTIV

Inspiration til udvikling af aktiviteter

Når I udvikler jeres aktivitet, kan det være relevant at overveje:

Kan aktiviteten give indsigt i København?

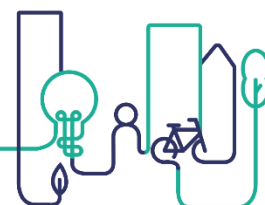
- Hvilke historier, steder eller fællesskaber giver aktiviteten adgang til?
- Hvordan skaber aktiviteten en oplevelse, som besøgende ikke kan få andre steder?
- Er det nemt at deltage?
- Er information tilgængelig på engelsk?
- Er det tydeligt, hvordan man deltager?

Hvem henvender aktiviteten sig til?

- Familier med børn?
- Voksne uden børn?
- Solorejseende?
- En blanding af flere målgrupper?

Kan aktiviteten skabe møder?

- Mellem besøgende og lokale?
- Mellem kultur, historie og nutidigt byliv?
- Mellem forskellige kvarterer og fællesskaber?



Gode greb i projekter

Skab autentiske oplevelser med lokal forankring

Gør det nemt for internationale gæster at deltage

Tænk kultur, historie og hverdagsliv ind i oplevelsen

Kommunikér tydeligt online og på engelsk

Overvej hvordan aktiviteten kan skabe møder mellem besøgende og lokale

Hvad kigger vi særligt efter i CULTIGEN?

- Oplevelser med lokal forankring
- Møder mellem besøgende og lokale
- Indsigt i bydelens kultur, historie eller fællesskaber
- Aktiviteter som er åbne og tilgængelige for et bredt publikum

Kilde: Wonderful Copenhagen's turistundersøgelse 2025 (2.550 respondenter) samt officielle overnatningsstatistikker for København.